



Alcance de la visibilidad y socialización de la producción científica de la Universidad de la salud.

Scope of visibility and socialization of the scientific production of the University of Health.

Andria Torres Guerra,¹ Elianis Ocaña Samada,² Julio Esteva Paredes,³ Carmen Lamorú,⁴ Flor Elen Gonzales Vera,⁵ Bárbara Almarales Pupo,⁶ Pedro Martinez,⁷ Iliana Almaguer de la Rosas,⁸ Amaury Zaldívar⁹ y Hamlet Núñez Gumila.¹⁰

- 1 Doctora en Ciencias Filosóficas, Máster en Ciencias Sociales y Axiología. Profesora Auxiliar e Investigador Agregado. Universidad Ciencias Médicas de Holguín. Cuba.
- 2 Licenciada en Enfermería, Máster en gerencia de la ciencia y la innovación. Profesora Auxiliar e Investigador Agregado. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín. Cuba.
- 3 Licenciada en Educación, especialidad Español y Literatura, Máster en Educación en Salud. Profesora Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín. Cuba.
- 4 Licenciado en Filosofía. Máster en Bioética. Profesor Auxiliar. Universidad Ciencias Médicas de Holguín. Cuba.
- 5 Doctora en Estomatología, Especialista en 2do Grado en Estomatología General Integral. Máster en Salud Bucal comunitaria. Profesora Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas. Cuba
- 6 Licenciada en Educación, especialidad Español y Literatura, Máster en Bioética. Profesora Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín. Cuba.
- 7 Licenciado en Educación, especialidad Información Científica. Máster en Información Científica en Salud. Profesor Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas. Cuba
- 8 Licenciada en Educación, especialidad Español y Literatura, Máster en Educación en Salud. Profesora Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín. Cuba.
- 9 Licenciado en Computación e Informática. Profesor de Asistente y tiene Categoría A en Diseño. Universidad de Ciencias Médicas. Cuba
- 10 Licenciado en Educación, especialidad Matemática Computación. Máster en Ciencias de la Pedagogía Profesional. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya". Cuba

Correspondencia: andriatorres@infomed.sld.cu

RESUMEN

La sociedad le demanda a las instituciones universitarias nuevas formas de generar, adquirir y socializar conocimientos. La Universidad de Ciencias Médicas de Holguín reconoce la significación que tienen estos aspectos y trabaja en función de aprovechar sus potencialidades para desarrollar su misión y fines, tanto educativos como sociales. Sin embargo, el diagnóstico aplicado constató que aún es limitada la cultura que se tiene en relación a estos asuntos, además de insertarse en este

ámbito sin contar con un Departamento de Comunicación Institucional que facilite la gestión y visualización de la producción científica y el quehacer universitario desde sus procesos sustantivos. Se empleó en el estudio, el análisis dialéctico desde una perspectiva crítica que permitió interpretar y enriquecer el estudio, mediante la revisión documental, entrevistas, la observación científica y los métodos de análisis y síntesis, histórico-lógico y el criterio de especialistas.

Este estudio persigue como objetivo evidenciar las acciones realizadas por la Institución en función de la producción, la gestión, visibilización y socialización de la información científica y el quehacer universitario que la posiciona como tercera fortaleza por su impacto en la formación integral del profesional del sector, al aprovechar las potencialidades que tienen las Nuevas Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (NTIC) y constituye una vía esencial para generar un ahorro significativo en capital humano y recursos.

Palabras clave: Comunicación Institucional, gestión del conocimiento, producción científica, visibilidad.

ABSTRACT

Society demands from university institutions new ways of generating, acquiring and socializing knowledge. The University of Medical Sciences of Holguin recognizes the significance of these aspects and works to take advantage of their potential to develop their mission and goals, both educational and social. However, the applied diagnosis confirmed that the culture related to these matters is still limited, as well as being inserted in this area without having an Institutional Communication Department that facilitates the management and visualization of scientific production and university work from its substantive processes. It was used in the study, the dialectical analysis from a critical perspective that allowed interpreting and enriching the study, through documentary review, interviews, scientific observation and methods of analysis and synthesis, historical-logical and the criteria of specialists.

The objective of this study is to show the actions carried out by the Institution in terms of the production, management, visibility and socialization of scientific information and the university work that positions it as a third strength due to its impact on the integral formation of the professional of the sector, by taking advantage of the potential of the New Technologies of Information Technology and Communications (NTIC) and is an essential way to generate significant savings in human capital and resources.

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

INTRODUCCIÓN

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

La Institución se inserta en un contexto complejo, mediado por las nuevas tecnologías y las comunicaciones (NTC), caracterizada por la globalización y la interconexión a través de redes de comunicación vía internet, ¹ ámbitos novedosos en el que debe desarrollar su función social, humanista y educativa; asumir compromisos nacionales e internacionales que satisfagan las necesidades de los servicios que brinda. Para esta labor tiene en cuenta, principios y valores éticos morales de la Revolución, a partir de una sólida preparación política e ideológica, científico- técnico y humanístico del claustro y el profesional que forma.

Además de aprovechar estas vías en función de fortalecer la imagen de Cuba en el mundo, frente a las campañas mediáticas construidas y desarrolladas por Estados Unidos para desacreditar a las Universidades cubanas y 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 un requisito inherente a los mismos, siendo esta la forma en que opera. ² Sin embargo, aún es insuficiente la interacción, gestión para la búsqueda y socializar la producción de conocimientos, así como, la preparación para el uso eficiente NTC en estudiantes, investigadores, docentes o directivos que conforman los claustros universitarios, cuestión contradictoria para el desarrollo profesional de pre y postgraduado.

Si la investigación, la innovación, los avances y las nuevas tecnologías generan cambios y necesidades de aprendizaje constantes, entonces la comunicación, es un aspecto esencial para materializar y perfeccionar su actividad en el ámbito -intra, trans y extra- de la comunidad universitaria, tanto interna como externa, en su interrelación con clientes y la sociedad en general. La forma en que se comunican las personas, en que se produce el conocimiento, los medios que lo difunden y la propia dinámica del desarrollo científico, está convocando al trabajo colaborado, cooperado y en equipo, desde lo cual la organización en redes es de gran utilidad. Por lo que se refiere al ámbito académico, las redes suelen entenderse como mecanismo de apoyo, 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, peligros y retos de la NTIC como herramientas para el desarrollo del conocimiento, la economía y la actividad política e ideológica e impulsa su empleo, para su efectivo empleo "...se necesita trabajar con visión de país y con la participación intersectorial, interdisciplinaria y abierta, que permita construir una estrategia nacional, que ponga

a la tecnología y a la infraestructura que debe acompañarle, al servicio de la construcción del socialismo próspero y sostenible que se pretende”,³ al decir Miguel Díaz Canel, Primer Vicepresidente del Consejo de Estado y de Ministros.

De manera que quedó explicitado su cumplimiento 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 aprobados en la 1ra Conferencia Nacional del PCC.⁵

En el diagnóstico aplicado se constató que aún es limitada la cultura que se tiene en la Institución en relación a estos asuntos. Se logró identificar entre las problemáticas fundamentales que la Comunicación Institucional no resulta un área disciplinar a considerar dentro de las ciencias sociales; existe pobre intercambio de información y conocimiento producido; falta de una política de organización y socialización de la información y del conocimiento producido; cooperación es débil y parcelada, a pesar de la presencia de mecanismos de intercambio y trabajo entre las diferentes estructuras.

El no existir en la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín (UCMHo) un Departamento de Comunicación Institucional, en el año 2015 se designó a una profesora del área de la Vicerrectoría general que concibió el diseño y concepción de los documentos que instituyen y regulan este proceso: Manual de Sistema de Comunicación Institucional, la Estrategia de Comunicación Institucional y el Plan Anual de Comunicación Institucional; de manera progresiva se fueron insertando otros profesionales de la institución que desde sus funciones de trabajo contribuyeron a la emisión de información clave para otorgar la visibilidad y posicionamiento que necesitaba el centro de altos estudios.

El estar inmersos como sujetos activos en el contexto de estudio de la investigación unido a los resultados del diagnóstico realizado, favoreció un análisis dialéctico desde una perspectiva crítica que permitió identificar como problema: Insuficiente Visibilidad de la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín por la ausencia de una Estrategia de Comunicación Institucional.

El objetivo de 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, lo cual incrementa el alcance y las perspectivas de sus procesos sustantivos coherentes con los requerimientos de la Universidad innovadora actual y el Ministerio de Salud Pública.

METODOLOGÍA

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 reflexiones teórico-epistemológicas necesarias, el abordaje de sus prácticas, el nivel de reflexividad y los nexos que se establecen entre sus protagonistas.⁶ Para ello, se procedió a un análisis teórico-conceptual, aplicando la revisión bibliográfica sobre una parte de la literatura publicada (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, entre otros) escogida porque hace referencia a dichos procesos y la comparación constante entre ellas (en español, inglés y portugués) a partir de cuatro dimensiones: las definiciones; las tipologías, los modelos y los procesos que enuncia cada área de saberes.

Como métodos teóricos se emplearon: análisis y síntesis e histórico-lógico y como métodos empíricos la revisión documental, las entrevistas, la observación científica y el criterio de 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 de significados y mensajes, su distribución y retroalimentación, lo que requiere de un sistema que integre desde 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 trabajo intenso a partir de la formulación de competencias digitales o el manejo de información, las que son esenciales en cualquier iniciativa relacionada con la integración educativa de Nuevas Tecnologías Información y las Comunicaciones (NTIC) pueda desarrollarse de manera adecuada y generar los resultados esperados.⁹ Unido a ello se necesitan contenidos educativos digitales diseñados y elaborados de manera que respondan adecuadamente a los retos tecnológicos, comunicativos y pedagógicos, procesos que se simultanearan a la actualización de la temática demandada por una educación que se desarrolla en el marco de la sociedad del conocimiento.¹⁰

La Universidad de Ciencias Médicas de Holguín (UCMHo) trabaja desde el año 2013 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 en la generación de conocimientos, formación y difusión del conocimiento, de esta forma modular las singularidades de la comunicación en cada proceso específico. Para ello se concibió el Plan Anual de Comunicación Institucional, el que es aprobado en el Consejo de Dirección de la Universidad. Se adecuó su salida a las especificidades de las sedes universitarias, a la Filial de

Ciencias Médicas "Aridez Esteves" y a la Facultad de Ciencias Médicas y Estomatología "Mariana Grajales C."; las que se chequea su cumplimiento cada dos meses a sus niveles y cada tres, a nivel de la Institución y se presenta dos veces en el año en el Comité Primario del Partido, proceso que contribuye a su sistemático perfeccionamiento.

La complejidad de la tarea y el haber sido la UCMHo pionera dentro del sector de la salud, el no contar con un Departamento de Comunicación Institucional, a pesar de constituir en la actualidad prioridad otorgada por el Sistema Nacional de Salud (SNS), se le buscó como alternativa por la significación que tiene, el concebir un equipo multidisciplinario de activistas con funciones específicas dentro de su perfil ocupacional liderados por una profesora responsable de esta tarea.

Los compañeros designados representan esferas decisivas dentro de la Institución educacional que contribuyen a facilitar la inmediatez de la información para evaluar, canalizar, diseñar, elaborar, divulgar, 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, principal cantera de formación de profesionales. Se integran de forma libre 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, en el vínculo permanente con el proceso de integración Centros de Educación Superior del territorio.

Los objetivos específicos:

1. Fortalecer el trabajo del equipo con funciones específicas dentro de su perfil ocupacional que permita lograr las metas iniciales propuestas, a partir del adecuado cumplimiento de sus funciones principales para el logro 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 para la transmisión de mensajes oportunos y pertinentes a los diferentes públicos que contribuyan a la construcción de significados compartidos con respecto a sus procesos fundamentales.
3. Propiciar la identificación con los rasgos distintivos de la Universidad de los públicos internos y externos, evidenciada en una actitud favorable con los mismos.
4. Evidenciar a través de los resultados de los procesos sustantivos de la Universidad su contribución al desarrollo de la sociedad para fortalecer la imagen deseada en sus diferentes públicos.

El Grupo de Comunicación Institucional tienen como misión: el posicionamiento de una identidad institucional de forma consciente y planificada para contribuir a consolidar una imagen única y

alcanzar un mayor reconocimiento social en el entorno con el que interactúa permanentemente. Además de ser los promotores de organizar y multiplicar en las plataformas virtuales, redes sociales, propagandas gráficas, murales, entre otros para exponer la imagen de Cuba, de la UCMHo y su verdad, así como, difundir las transformaciones y logros de la Educación Superior Cubana; el informar y dialogar con las comunidades universitarias y combatir las acciones de subversión contra nuestro país.

Una de las prioridades de este grupo constituyó la concepción y diseño de la Identidad Visual Corporativa (IVC). Para ello se trabajó en la Imagen Visual de la Entidad como la carta de presentación de la Universidad frente al cliente y otros entes del entorno. Después de un proceso de evaluación y discusión, fue aprobada en el Consejo de Dirección, la cual quedó instituida en el Manual de Identidad Visual corporativa como acápite del Manual de Sistema de Comunicación Institucional. Actualmente se encuentra en espera de su aprobación por la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI).

El Manual de Identidad Visual corporativa constituye una eficaz herramienta para el manejo de las directrices de presentación de los mensajes institucionales, como medio que garantice el respeto y la promoción de la identidad de la Institución, en cada uno de los programas de información. Se describen los aspectos esenciales de la identidad de la Universidad y se regula su uso en documentos oficiales, campañas, plantillas de power point, plegables, entre otros.

Este grupo tiene entre sus funciones el concebir, diseñar audiovisuales, propagandas gráficas, plegables, sueltos, toldos, llaveros, credenciales, diplomas de reconocimientos, condecoraciones y medallas, campañas publicitarias, así como, toda la información que se divulga en la web, en redes sociales. (Ver anexos 1 al 5). Un ejemplo del valor agregado que representa el trabajo de este equipo, lo es un video institucional que fue valorado por la Asociación de Comunicadores del territorio en \$ 21 000.00 MN. (Ver anexo 6)

En función de contribuir a la conformación de significados compartidos, se diseñaron acciones que permiten:

- Sensibilizar en el desarrollo del proceso en la comunidad universitaria, con la utilización de los canales formales de la institución (Página Web, <http://www.hlg.sld.cu/bvs/>,*Revista digital "Boletín Galeno XXI", páginas de facultades y sedes con sus respectivos boletines, Foro estudiantil, Página WEB de la FEU, Boletín de CPICM y redes sociales).
- Propiciar la información oportuna a los públicos internos y externos que se determinen, a partir de las orientaciones de la alta dirección con respecto al estado del proceso.

* Plataforma virtual que permite visibilizar el quehacer universitario de la UCMHo, sus sedes, la Filial de Ciencias Médicas de Holguín, la Facultad Ciencias Médicas de Holguín y demás canales virtuales de salud (INFOMED), además permite acceder a otras páginas virtuales dentro y fuera de Cuba.

- Favorecer la implicación y el compromiso de la comunidad universitaria, con la utilización de mecanismos de participación.
- Contribuir a visibilizar y promover los resultados y evidencias de las variables identificadas por el proceso de evaluación institucional que son pertinentes.
- Contribuir a la sistematización de la divulgación del empleo de la identidad visual de la Universidad.
- Continuar sistematizando la participación activa de la comunidad universitaria en las acciones que consoliden la implementación del sistema de comunicación de las Ciencias Médicas de Holguín, en función materializar el logro de los objetivos estratégicos institucionales y el perfeccionamiento continuo de los procesos sustantivos, en los diferentes escenarios docentes de la provincia.

La emergencia de aprovechar los escenarios de socialización de la Comunidad Universitaria: la Web, el Foro, Universidad Virtual y las redes sociales, demandó tener en cuenta a todas las personas que interactúan y confluyen en las redes sociales e institucionales usualmente. Por lo que, al constituir un segmento representativo de relevancia, se concibió en el Plan Anual de Comunicación Institucional de la UCMHo, acciones específicas en coordinación con el Departamento de Comunicación Institucional de la Universidad "Oscar Lucero Moya" y funcionarios del Joven Club de Computación Provincial dirigidas a la capacitación, intercambio y entrenamiento a cuadros de las organizaciones políticas, de masas y estudiantiles, a directivos, estudiantes y docentes en el tratamiento de contenidos esenciales para el Trabajo Político e Ideológico y en el manejo de la 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 y concibió los contenidos esenciales que constituyen ejes temáticos de los mensajes internos y externos en los espacios disponibles dentro y fuera del dominio salud para lograr un efectivo trabajo comunicativo y educativo, para ello se basó:

- Las orientaciones emitidas por la Dirección del PCC, el Gobierno, el MES y MINSAP.
- La Política de Comunicación definida y aprobada por el Rectorado.
- Las orientaciones con respecto a los procesos evaluación institucional y el seguimiento a la integración de los CES territorio.
- La Misión, la Visión y los valores compartidos definidos para la UCM.
- La Estrategia maestra principal.
- Los objetivos propuestos en la Estrategia del MES y MINSAP.
- Estrategia de Comunicación "Más holguineros más podemos".

A partir de cinco ejes temáticos:

- 1.-Informaciones relacionadas con la necesidad e importancia de una acertada gestión de los procesos de comunicación en el MINSAP, el SNS, MES.
- 2.-Ética, los valores y el humanismo que deben primar en 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 mensaje orientados a promover la educación formal en cuadros, trabajadores y estudiantes.

Temas que se trabajan e 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 que tiene todo ciudadano cubano de acceder a la Universidad, 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 y mediante la aplicación de las estrategias educativas en el eslabón de base.
7. La posibilidad de la superación posgraduada, obtención de un grado científico de Máster o Doctor en Ciencia, a partir de las líneas de interés investigativo del país, las necesidades territoriales, así como otras en las que pueda aportar al desarrollo científico.
8. Los resultados de la ciencia y la técnica, su papel en la gestión local del conocimiento para la solución de necesidades territoriales.
9. El reconocimiento social a profesores y trabajadores destacados que aportan con su desempeño a los logros de 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 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 que la prestigia y aporta económica y científicamente.
13. La labor de las organizaciones estudiantiles, juveniles, 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 y a nivel nacional e internacional.
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 alcanzado por la UCMHo en las redes sociales, al constituir canales privilegiados para la ofensiva informativa, contrarrestar campañas subversivas y construir alternativas para la expresión política pues ofrece una oportunidad sin precedentes para multiplicar exponencialmente 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 a Red de Intelectuales, así como a los demás redes de la sociedad en defensa de la paz y los derechos humanos.

Otra de las direcciones priorizadas que dan reconocimiento a esta Alta Casa de Estudios y avala el nivel científico alcanzado por su claustro son las publicaciones, uno de los componentes fundamentales de la ciencia y la actividad científica. El evaluar el comportamiento de los resultados de este rubro tiene una importancia capital,^{11, 12} pues la ciencia es evaluación y esta, a su vez, es un proceso social; por eso la forma de desarrollarla es determinante en los resultados que se obtengan.¹³ Se evalúan los autores y sus nuevas ideas, la difusión y el impacto de estas ideas, así como el valor de las publicaciones en que se dan a conocer, todo lo cual repercute en la política científica de la institución y sus nuevos rumbos.¹⁴

La provincia de Holguín cuenta en total con 143 unidades de salud conectadas por enlace arrendado a Infomed, lo que permite el acceso a todos los recursos de información disponibles en este portal. Existen en la provincia un total de 11 136 cuentas de correo electrónico lo que facilita la socialización del conocimiento entre los profesionales de la salud del territorio y también entre los estudiantes. La Institución cuenta con un Centro Provincial de Información de las Ciencias Médicas (CPICM) que contribuye de manera sustantiva a la visibilidad de la producción científica, con una red de información compuesta por 60 unidades de información, 55 de ellas conectadas a Infomed. Se dispone de textos actualizados en todas las áreas de conocimientos que comprende el currículo, y con una amplia hemeroteca, un repositorio de tesis y otros documentos que abarcan temáticas de medicina, y otras especialidades relacionadas como enfermería, estomatología, psicología.

Además posee una sala de literatura no médica que responde al desarrollo de los programas de formación general y una Base de datos denominada Hipatía que permite la recuperación de la información en el Centro Provincial de Información de las Ciencias Médicas (CPICM).

En el área de Gestión de Información del CPICM se cuenta con 32 colecciones temáticas a texto completo debidamente indexadas y actualizadas sobre los principales problemas de salud de la provincia, así como de programas , temas priorizados en salud, disponibles a través de la Web, <http://www.hlg.sld.cu/bvs/>. Entre estas colecciones se encuentran: Neonatología, Oncología, Cirugía, Enfermedades Infecciosas, Ginecología, Pediatría, Oftalmología, Diabetes Mellitus, Tuberculosis, Libros de medicina y otras. Además se pueden consultar productos informativos con alto valor agregado como: hojas informativas, paquetes informativos, colección de libros a texto completo y el Repositorio de Tesis de Maestrías en línea, con acceso desde cualquier lugar del país donde exista una PC conectada a Infomed.

Esta área posee una sala de navegación donde los usuarios realizan las búsquedas de información actualizada aquí en esta sala se brindan servicios de referencias, ¹⁵ búsqueda asistida y educación a usuarios, además de préstamos de CD.

El Centro Virtual para el Aprendizaje y la Investigación en Salud (CVAIS), Web de los temas de gestión de información y alfabetización informacional en salud, constituye un recurso de 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 hlg.sld.cu así como la construcción de sitios web temáticos y asesorías. Esta área también coordina la promoción de nuestros productos en los espacios de comunicación disponibles dentro y fuera del dominio salud (ej.: portal Infomed, blogs, sitios de salud, boletines, redes sociales (Facebook, twitter, entre otros). La cuenta en la red social Facebook del área de Gestión de Información se actualiza diariamente así como también la cuenta en la red social twitter.

Se tributa a las fuentes cooperadas de INFOMED CUMED, SECIMED y DIS

Se actualizan con noticias y destaques de celebraciones y días mundiales las páginas web www.hlg.sld.cu y www.hlg.sld.cu/bvs

La Universidad de Ciencias Médicas cuenta con la Revista Correo Científico Médico, fundada en 1997. Su proceso editorial se realiza a través de la Plataforma OJS, posee certificación por el CITMA y está alojada en la base de datos SciELO, SciELOCitationIndex, Web de la Ciencia, Imbiomed, Latindex, e-revistas, y otras. Pertenece al primer grupo de revistas. Cuenta con un grupo de prestigiosos profesionales son miembros de su Comité Editorial, tiene conformado su Comité Internacional de Expertos y se ha logrado la publicación de artículos de autores de otras provincias y países lo que muestra el prestigio adquirido por la misma.

DISCUSIÓN

Divulgar los resultados de la producción científica y su impacto social, al reconocer los niveles de visibilidad internacional y nacional alcanzados, atributo esencial relacionado con la actividad científica,¹⁶ constituye prioridad para la Institución y el sector de la salud, muestra plausible del desarrollo alcanzado de la ciencia en la provincia. 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 eventos científicos nacionales e internacionales es otra modalidad importante para la visibilidad de la producción científica, destacando la gestión del conocimiento como un proceso dinámico que garantiza el movimiento del conocimiento en la organización, y se mantiene por los recursos humanos y las tecnologías, elementos y procedimientos que aluden a un eficaz proceso comunicativo.

Los resultados expuestos corroboran el significativo 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 que su impacto positivo contribuye a la retroalimentación de la calidad de sus procesos decisivos, enriquecer la labor científica tecnológica y a elevar la reputación de la organización. Por ello es abordado con sistematicidad el perfeccionamiento de esta dirección en el Consejo Provincial de las Universidades del territorio, en la comisión de Comunicación Institucional, en la cual la Universidad de Ciencias Médicas participa con sistematicidad, trabajo de intercambio, socialización de experiencias, colaboración y aprendizaje mutuo que permite evaluar con objetividad el nivel alcanzado, reconocer fortalezas y debilidades.

Urge ser prudentes en la utilización de las diferentes herramientas disponibles para el desarrollo de la evaluación de la propuesta, espacio que contribuirá a elevar el nivel de reconocimiento del desempeño de los públicos a los que va dirigido y en especial dentro del sector de la salud; examinar la dualidad existente entre el conjunto de actividades sociales y económicas, palear un tanto la incoherencia disciplinaria y, al mismo tiempo, el nivel de marginalidad que se le atribuye dentro de las Ciencias Sociales, y de estas, dentro de la ciencia de manera general.

La creación tecnológica no solo está en hacer cosas nuevas sino también en encontrar nuevas maneras de hacer lo que ya se ha hecho.¹⁷ Juicio que confirma que el esfuerzo debe encaminarse paralelamente con la identificación de variantes y de los principios que sustentan la práctica comunicativa y la práctica científica en la Universidad y sociedad cubana en general, la cual ha tenido en las últimas seis décadas una clara marca de inclusión social, acceso y socialización del conocimiento y la cultura.

Al reflexionar sobre este particular es posible afirmar que, en el contexto nacional y con respecto al campo en cuestión, la aplicación de los elementos expuestos es más que una necesidad imperante, realidad palpable, toda vez que 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 y hacer sujeto activo a la Comunidad Universitaria, aprovechando el empleo efectivo e inteligente de las NTIC, retos 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, aprovechándose las potencialidades que brinda la tecnología, además de considerarlos contenidos e insumos del proceso comunicativo que, a su vez, se enriquecen y transforman mediante diversas prácticas y herramientas, al facilitarles establecer la interacción entre actores y públicos de interés.
- Los resultados investigativos expuestos evidencian el alcance de la visibilidad y socialización de la producción científica y el quehacer de la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, consolida 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 e innovación, aspectos que manifiestan que existen múltiples factores que permiten que se desarrolle el proceso comunicativo.
- El contar con una Estrategia de Comunicación que consolida a la Universidad con imagen única y a través de ella, permite articular los canales comunicativos instituidos e insertar en ese sistema los procesos sustantivos que la sustenta y genera, dentro del proceso de mejora continua y perfeccionamiento, pues contribuye 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 tener un Centro Virtual de Aprendizaje y la Investigación en salud; una Revista Correo Médico certificada por el CITMA e indexada en importantes bases de datos, son muestra loables de la integración en este proceso, – producción de resultados sociales y productos tangibles– desde la acción generada por la comunidad universitaria y su entorno– en las esferas curricular, extensionista, ambiental, política e ideológica– potencialidades de aportación a nuevas visiones políticas micro y macrosociales. Aspectos que evidencian a la Comunicación Institucional como la tercera fortaleza de las treinta tres enunciadas en el informe conclusivo de la Junta de Acreditación Nacional (JAN).
- El trabajo realizado por el equipo de Comunicación Institucional le reportan un ahorro a la entidad valorado según el listado normativo que emplea la Asociación de Comunicadores Sociales, en CUC como mínimo \$ 5 150, máximo \$ 13 225, en CUP mínimo \$ 128 750, máximo \$ 330 625, lo que garantiza la optimización de esfuerzos y recursos, así como, el logro adecuado del funcionamiento particular de cada uno de los procesos y su complementariedad, que haga de la

organización un espacio más coherente y dispuesto en el cumplimiento de sus funciones y metas. Todo esto muy a tono con los tiempos de inter y transdisciplinariedad que exige hoy la construcción de saberes.

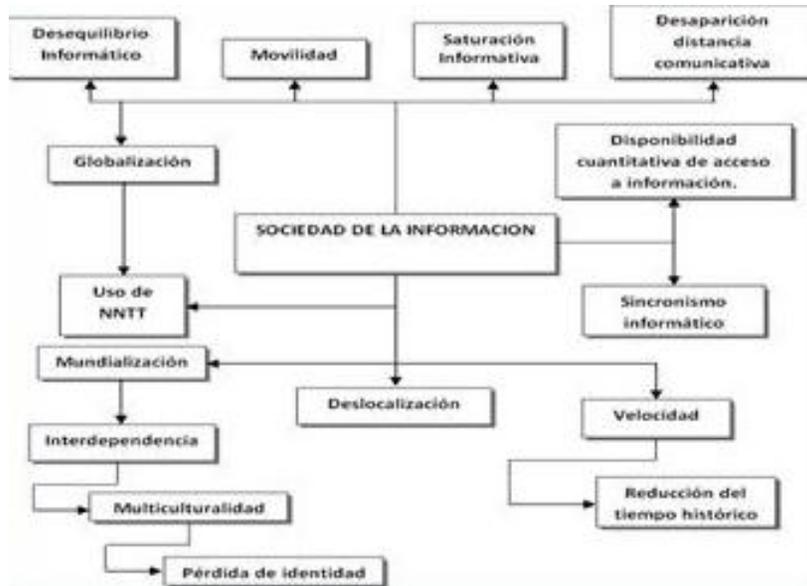
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Castells M. La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. En: El poder de la Identidad. Vol. 2. Madrid: Editorial 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. Computers and Education. 2015 [citado 21 Jul 2016]. 1-93. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.10.006>
3. Bermúdez Díaz Canel M.I, Existe la voluntad de desarrollar la informatización de la sociedad, Rev. Cubahora, 2015, feb. [citado 8 de abril 2018] Disponible en: <http://www.cubahora.cu/politica/diaz-canel-existe-la-voluntad-de-desarrollar-la-informatizacion-de-la-sociedad>
4. Partido Comunista de Cuba. Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución. Congreso del Partido Comunista de Cuba. Anales Electrónicos. 6 abril 2011. La Habana: PCC. Disponible en: <http://congresopcc.cip.cu/wp-content/uploads/2011/01/documentos/proyecto-lineamientos-pcc.pdf>
5. Partido Comunista de Cuba. Documento Base. Objetivos de la 1ra Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba. Anales Electrónicos. 29 enero 2012. La Habana: PCC 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. Anales Electrónicos. 11 marzo 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 .Holguín: Universidad de Ciencias Médicas, 2015
9. Lombard E. Information Fluency: Not Information Literacy 2.0. Journal of Academic Librarianship. 2016[citado 21 Jul 2016], 42(3): 281 –283 Disponible 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: Editorial Félix Varela; 2007.
12. Núñez J. Conocimiento académico y sociedad ensayos sobre política universitaria de investigación y posgrado. La Habana: Editorial 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 PA. La visibilidad internacional de los resultados de la investigación educativa: ¿Cómo estamos los cubanos? Rev. Transformación. 2012 [citado 4 abr 2013]; 8:114-128. Disponible en: <http://www.ucp.cm.rimed.cu/uzine/transformacion>
16. Arencibia Jorge R, 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: Editorial Universitaria, 2008. Disponible en: <http://revistas.mes.edu.cu/elibro/libros/000/9789591606563.pdf>
17. Mazrui A. A. ¿Transferencia o trasplante de tecnología?, Rev. Correo de la UNESCO, 1982, AÑO XXXV, agosto- septiembre, (8-9):61

ANEXOS

ANEXO.1. Fig.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 importantes que forman parte de la presente ponencia, así como los precios en que se valoran en nuestro contexto 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