

Fecha de presentación: diciembre, 2013 Fecha de aceptación: febrero, 2014 Fecha de publicación: abril, 2014

ARTÍCULO

LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: UNA ALTERNATIVA PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LOS CENTROS UNIVERSITARIOS MUNICIPALES (CUM)

THE COMMUNICATION STRATEGY: AN ALTERNATIVE FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE MUNICIPAL UNIVERSITY CENTERS (MUC)

Lic. Anicel García Rodríguez¹

E-mail: agarcia@ucf.edu.cu

Dra. C. Arelys R. Álvarez González¹

E-mail: aalvarez@ucf.edu.cu

¹ Universidad de Cienfuegos: "Carlos Rafael Rodríguez", Cienfuegos, Cuba.

¿Cómo referenciar este artículo?

García Rodríguez, A., & Álvarez González, A. R. (2014). La estrategia de comunicación: una alternativa para la gestión del conocimiento en los centros universitarios municipales (CUM). *Universidad y Sociedad* [seriada en línea], 6 (1). pp. 61-70. Recuperado el día, mes y año, de <http://rus.ucf.edu.cu/>

RESUMEN

Las estrategias de comunicación constituyen herramientas que mediante la planificación de acciones a partir del referente, credo básico, ejes temáticos y objetivos estratégicos (u otros elementos que la componen, según criterios de autores) permiten la divulgación y socialización del quehacer de los Centros Universitarios Municipales (CUM) en los municipios. En el presente trabajo se muestran resultados de la implementación de la estrategia de comunicación del CUM en el municipio Cumanayagua y que ha permitido una adecuada gestión del conocimiento con beneficios locales, unido al entendimiento y trabajo sinérgico con los procesos sustantivos y medios de comunicación. La adecuada aplicación de la misma refleja un mayor reconocimiento social de lo que es y ha sido la Educación Superior en la comunidad.

Palabras clave:

Estrategia de comunicación, alternativa, gestión del conocimiento, centros universitarios municipales.

ABSTRACT

The communication strategies are tools that by means of the planning of actions starting from the referent, basic credo, thematic axes and strategic objectives (or other elements within it, according to authors' approaches) allow the spreading and socialization of the daily work of the Municipal University Centers (MUC) in the municipalities. In the following work are presented the results of the implementation of the communication strategy of the MUC in the municipality Cumanayagua which has allowed an appropriate knowledge management with local benefits, along with the understanding and synergic work with the key processes and media. The appropriate application of this same strategy reflects a bigger social recognition of what higher education in the community is and has been.

Key words:

Communication strategy, alternative, knowledge management, municipal university centers.

INTRODUCCIÓN

La universidad cubana del siglo XXI está despojada de aquellos rasgos que caracterizaron la universidad elitista a la que solo recurrían las personas pudientes de la sociedad, y parte de estas con un ínfimo interés en aportar a las reales necesidades del desarrollo económico y social del país.

Vale recordar que los orígenes de la Educación Superior Cubana se remontan al año 1728, cuando se crea la Real y Pontificada Universidad de La Habana. A partir de ese año, solo en ese centro se ofrecían estudios superiores, hasta que 219 años después, en el año 1947, es fundada la segunda universidad cubana, la Universidad de Oriente, en la Ciudad de Santiago de Cuba. Cinco años más tarde, en la ciudad de Santa Clara, surge la Universidad Central de Las Villas (Horruitiner, 2006: 7).

A 54 años de 1959, son numerosas las instituciones de Educación Superior que han facilitado la superación y aportado a la elevación de la cultura individual de cada persona por lo que es posible afirmar que en Cuba actualmente, por cada diez habitantes, uno es universitario o estudia en la universidad y esto gracias a que la misión de la universidad moderna consiste en: preservar, desarrollar y promover, a través de sus procesos sustantivos (la formación, investigación, y extensión universitaria) y en estrecho vínculo con la sociedad, la cultura de la humanidad.

Dentro de esta misión que asume la universidad de hoy la elaboración e implementación de estrategias de comunicación ajustadas a las necesidades y características de los CUM constituyen una vía eficaz para la gestión del conocimiento con aportes para el desarrollo de instituciones y del propio desarrollo local en cada municipio. La adecuada inserción en la estrategia de las acciones programadas a partir de la extensión universitaria como uno de los procesos sustantivos de la Educación Superior permite organizar y socializar los escenarios donde dicha gestión manejada desde los CUM muestre las fortalezas y aportes gracias al enfoque sinérgico y líneas de trabajo establecidas con empresas e instituciones de la comunidad.

La carrera Comunicación Social como proceso de universalización en el municipio Cumanayagua

La carrera Comunicación Social abarca infinitos y variados procesos y sistemas de producción de significados e intercambio de información entre los hombres. El profesional de esta rama debe poseer conocimientos, aptitudes y habilidades que le permitan describir, comprender, analizar y explicar los fenómenos y procesos políticos comunicacionales, así como, proponer alternativas y estrategias de solución a los problemas que forman parte del objeto de estudio de esta disciplina, para

beneficio de la colectividad. Tiene la misión de actuar con un alto sentido ético sustentado en valores y contribuir al desarrollo de la sociedad desde las diversas áreas que integran su quehacer profesional.

El egresado de la carrera en el CUM del municipio Cumanayagua se forma para ser capaz de generar investigación, actualización del conocimiento de las disciplinas sociales y dar solución a problemas concretos, basado en leyes, normas y estatutos que rigen en el país. Como profesional comprende los siguientes logros de aprendizaje:

- Diagnostica problemas relacionados con la comunicación social para plantear propuestas que beneficien a la comunidad.
- Produce contenidos de gran calidad en el área de prensa, radio y televisión para lograr una comunicación efectiva.
- Genera y desarrolla propuestas de investigación con fines periodísticos.
- Produce textos literarios desde una mirada reconstructiva de las teorías existentes para desarrollar nuevos productos culturales.
- Evalúa los procesos de comunicación con el fin de orientar a la colectividad desde una mirada crítica, ética y de responsabilidad social.

La tarea y misión de los comunicadores sociales en los tiempos actuales ante el desarrollo progresivo de los medios masivos de comunicación conlleva a exigir un mayor análisis y rigor en el proceso de recepción de mensajes donde quede demostrada la capacidad y competitividad cognitiva del emisor, pues se han ampliado significativamente las posibilidades de manejo de información que con anterioridad brindaban otras formas tradicionales de comunicación hoy amenazadas por el espacio que han ganado las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que brindan al individuo otros soportes y productos comunicativos con oportunidades y posibilidades superiores de expresión.

Todas las herramientas en el campo de la comunicación son ínfimas si de gestionar la comunicación y el conocimiento se trata, siempre con un enfoque renovador hacia el desarrollo y perfeccionamiento de la calidad de vida en las comunidades. Hay que tener presente la creencia en el hombre y como eje de su desempeño la toma de conciencia de este como miembro de la comunidad, el reconocimiento de identidad y destino comunes, el potenciamiento de capacidades individuales y colectivas para detectar, reconocer, asumir y solucionar problemas.

En tal sentido, educación y comunicación han de combinarse en un proceso capaz de incidir en la formación de un sujeto

activo, crítico y participativo ante los medios y tecnologías de la información y la comunicación, sujeto este que debe convertirse en agente transformador de su destino humano y que, conocedor de códigos y lenguajes, discrimine lo que de alienante pueda haber en las propuestas comunicacionales y dé respuestas expresivas y originales, nacidas de sus aspiraciones como individuo y ente social comprometido.

Como uno de los aspectos prioritarios, desde el momento mismo de alcanzar la verdadera y definitiva independencia en 1959, la dirección de la Revolución promovía la idea de la necesidad de universalizar el conocimiento en nuestro país, aspecto este que ha sido prioridad de la carrera y el trabajo del CUM en la localidad. En términos prácticos, significa la oportunidad de crear facilidades para que todos los individuos estudien sin límites, durante toda la vida, con lo que se propicia el disfrute personal y la utilización culta del tiempo libre (Hernández, Horruitiner & Benítez, 2013).

La universalización de los conocimientos expresada más recientemente en términos de cultura general integral y de estudiar durante toda la vida, comprende todo el quehacer de la sociedad dirigido a cultivar al máximo posible la inteligencia de nuestro pueblo, a través de vías formales y no formales donde la universalización de la enseñanza general y la universalización de la universidad forman parte de este concepto.

Hoy Cuba, exhibe un sistema educativo que por su amplitud, nivel de equidad, justicia social y calidad en la formación, rebasa con creces lo alcanzado por cualquier otro en el mundo y constituye una sólida base sobre la cual se desarrolla en la actualidad toda la universalización de la Educación Superior promovida y desarrollada desde los primeros años del triunfo de la Revolución, debe entenderse como un sistemático proceso de transformaciones dirigido a la ampliación de posibilidades y oportunidades de acceso a la universidad y de multiplicación y extensión de los conocimientos, con lo cual se contribuye a la formación de una cultura general integral de la población y a un incremento paulatino de mayores niveles de equidad y de justicia social en nuestra sociedad.

Así del concepto de la Universidad hacia el territorio que existía hasta hace apenas tres años, se ha evolucionado de manera vertiginosa hacia el paradigma de la Universidad en el territorio, lo que ha originado nuevas oportunidades y posibilidades a una parte importante de la población en el acceso a una cultura general e integral. Este programa que se abre paso y lleva consigo una nueva cualidad, que se viene expresando en cada territorio y que consiste en que a partir de la creación de estas sedes universitarias, los municipios asumen un papel más activo en la gestión de los profesionales que necesitan para su desarrollo (Hernández, Horruitiner & Benítez, 2013).

Resulta una potencialidad para el territorio la cantidad de graduados en la carrera Comunicación Social gracias al proceso

de universalización diseñado por el país como parte de la Batalla de Ideas, quienes desde sus puestos de trabajos hacen viables los procesos comunicativos y estudian las herramientas necesarias para evitar barreras que afecten la productividad en las empresas, dañen su clima laboral o afecten la imagen de la organización. Todo aporte en materia de comunicación es importante para el beneficio social, para el cumplimiento de metas y objetivos comunes a partir de la misión y visión de las instituciones, por lo que las estrategias de comunicación constituyen el instrumento clave para dar solución a un grupo de problemáticas que se detecten en el trabajo, capaces de afectar la vida laboral a partir del plan de acción, ejes temáticos de interés e implementación de pasos correspondientes como la desarrollada por graduados del CUM en dicha especialidad a favor de la eficiencia y perfeccionamiento del sistema comunicativo del centro.

DESARROLLO

Importancia de la estrategia de comunicación en la gestión del conocimiento a nivel de CUM

Son diversas las definiciones en torno al concepto estrategia, Enrique Arellano (1998: 1), por ejemplo, la entiende como una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, es un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. Lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida operativamente, la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas.

Si como señala Núñez (2000) *“para construir el futuro hay que soñarlo primero”, planear estratégicamente será “el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar la realidad de la cual partimos sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos.”*

Por lo que no se considera un sueño hoy la meta propuesta en el Centro Universitario Municipal de Cumanayagua de contar con una estrategia comunicativa donde de forma organizada se planifiquen todas las acciones que encaminarán el desarrollo de actividades a tono con el buen desempeño de procesos comunicativos efectivos para evitar barreras que obstaculicen las buenas prácticas e ideas encaminadas a lograr un desenvolvimiento de todos aquellos procesos sustantivos que permiten el desarrollo y preservación del proceso de universalización en el territorio.

A menudo no se logra un trabajo coherente entre coordinadores de las distintas carreras y el responsable de la extensión universitaria a nivel de CUM. Los flujos de información pasan inadvertidos tanto a nivel intrapersonal como interpersonal, por mencionar

algunos de los niveles comunicativos en despachos, consejos de dirección y nos olvidamos de otros que dan relevancia al quehacer de las distintas filiales que la conforman como son: el nivel intragrupal, intergrupala, sociedad donde se posiciona realmente, para ser valorados por los diferentes públicos.

Sería oportuno recurrir a métodos creativos en busca de integración, donde el CUM funcione como un todo, ganando espacios gracias a las potencialidades del hombre como resultado del proceso de universalización y el conocimiento adaptado a los tiempos actuales, necesidades locales y oportunidades de accionar a favor del progreso comunitario, por lo que no cabe dudas sobre la importancia de gestionar el factor humano y sus potencialidades cognitivas en la realización de una gestión del conocimiento eficiente y orientada a la toma de decisiones y objetivos claves para el desarrollo de las instituciones.

Si las filiales universitarias hacen uso adecuado de la estrategia de comunicación del CUM adaptada a las características propias del entorno y estas instituciones, se contribuirá a mejorar la comunicación interna entre sus miembros y a la vez la comunicación con el público externo. Por tanto es importante socializar todas las actividades proyectadas en la estrategia a nivel de CUM y cumplir con cada una de las acciones como un reto hacia una mayor retroalimentación y valoración de los productos y servicios e integrar este conocimiento tan pronto como sea posible en los procesos internos de cambio o mejora continua. La socialización del conocimiento en cada uno de los escenarios posibles como son Talleres de Gestión Universitaria del Conocimiento para la Innovación y el Desarrollo (GUCID), Festivales del Conocimiento, Fórum de Ciencia y Técnica o estudiantiles con la participación de empresas, presencia de representantes del gobierno, PCC, UJC u otros invitados (periodistas) ofrece una notable sensación de seguridad y confianza en la labor del Centro Universitario Municipal en Cumanayagua, hoy reconocido como fortaleza local.

La estrategia de comunicación a nivel de CUM: una herramienta para la socialización del conocimiento

Los graduados de comunicación en la FUM del MES en el municipio Cumanayagua se han proyectado con ideas novedosas en pos de articular discursos que sean capaces de reflejar valores propios y que convivan con más protagonismo frente a los valores estandarizados que imponen las culturas dominantes además de promover elementos nacionales, fortalecer los valores identitarios que son la razón de existir de los pueblos, por tal motivo, el consejo científico de los CUM liderado por los Subdirectores de Ciencia y Técnica de cada filial exige el vínculo entre las propuestas de temas de investigación de las tesis de grado de los estudiantes en culminación de estudio y la solución de problemáticas que afectan la vida social en el territorio. Algunas abordan

aspectos relacionados con las siguientes áreas: comunicación institucional, pública y de masas como las siguientes:

Curso 2007-2008

Propuesta de programa radial participativo para el perfeccionamiento del lenguaje en los radioyentes de la CMFK Radio Cumanayagua.

Autor: Anicel García Rodríguez

Curso 2009-2010

Texto complementario para la ampliación de conocimiento en estudiantes de Comunicación Social.

Autor: Dariel Mena Méndez

Curso 2010-2011

Estrategia de comunicación para el programa de Opinión y Debate sobre El Tapete de Radio Cumanayagua.

Autor: Margarita Manresa Martínez

Estrategia de Comunicación para el consejo popular Las Brisas, municipio Cumanayagua.

Autor: Lieter Núñez Hurtado

Curso 2011-2012

Estrategia de comunicación para el desarrollo sostenible en la zona de defensa Sierrita del municipio Cumanayagua.

Autor: Luis Batista Quintero

Texto de análisis y aproximación sobre Publicidad Comercial para estudiantes y egresados de Comunicación Social de la FUM Cumanayagua.

Autor: Maira García Santana

Estudio de Identidad e Imagen Corporativa para la despulpadora San Blas en el municipio Cumanayagua

Autor: Anisley Carmona Estepa

Sección radial sobre comunicación interpersonal para la comunidad Crucesita del municipio Cumanayagua

Autor: Julia Osidia Molina Pereda

Boletín informativo para los campesinos de la comunidad el Mamey en el municipio Cumanayagua

Autor: Miyecmy Crespo Curbelo

Productos audiovisuales para comunicar tradiciones campesinas en Crucesitas.

Autor: Arelis Montero Crespo

Estrategia de comunicación para los campesinos de la CCS Valentín Alonso de la comunidad El Nicho, municipio Cumanayagua.

Autor: Ariel Gustavo Pérez Vega

Estudio de Identidad e Imagen Corporativa para la despulpadora El Nicho, municipio Cumanayagua.

Autor: Laisy Pérez Rodríguez

Como resultado del proceso de universalización en los municipios esta carrera que abrió sus puertas en el año 2003 ha formado hasta la actualidad 56 comunicadores sociales a través de la modalidad continuidad de estudios con diversas fuentes de ingreso: maestros emergentes, trabajadores sociales, instructores de arte y algunos del ministerio de cultura. Sus egresados laboran fundamentalmente en la Biblioteca Municipal, emisora comunitaria CMFK (locutores, en el informativo), en la Dirección de Trabajo Social y Casa de Cultura Abarimao. Desde sus centros institucionales contribuyen al análisis y perfeccionamiento de los procesos de comunicación interna y externa en cada uno de ellos aunque les corresponde además viabilizar el camino hacia la integridad, el desarrollo y la búsqueda de métodos eficientes con enfoques sinérgicos para el logro de objetivos comunes, y uno de esos métodos eficaces lo constituye la estrategia de comunicación, adaptada a los procesos de transformación, cambio, cultura o realidad propia de cada centro.

El graduado de comunicación debe trabajar por un enfoque más eficiente en el fortalecimiento de la identidad nacional y el aumento de la participación de las personas en la toma de decisiones y ejecución de acciones en la vida cotidiana, encontrando apoyo también en los medios de comunicación como vía para la socialización de la cultural, el conocimiento y la realidad del entorno.

El CUM en Cumanayagua cuenta con varias filiales que la integran: la filial pedagógica, de salud, la del MES, ambas con pregrado y postgrado con excepción de la de Cultura Física, solo con postgrado. Uno de los retos actuales de este centro de Educación Superior en el municipio radica en fortalecer el vínculo entre todas con la finalidad de lograr mayores y mejores resultados, buscar una composición homogénea en el desarrollo de proyectos instituciones a favor de la comunidad y el progreso local en áreas tan vitales como los son la salud, educación y agricultura.

La estrategia de comunicación a través de las acciones planificadas pretende garantizar coherencia en el proceso de ejecución y accionar del CUM. La misma se proyecta desde la Planeación Estratégica, teniendo presente como principales motivaciones para el trabajo los resultados del VI Congreso del PCC, la Conferencia Nacional del PCC y el 50 Aniversario de la

Reforma Universitaria, con repercusión en sus cuatro áreas de resultados claves (ARC):

1. Profesional competente comprometido con la Revolución.
2. Claustro revolucionario de excelencia.
3. Impacto económico y social.
4. Gestión de la Educación Superior.
5. Las aspiraciones para el presente curso 2012 - 2013, son:

- *Mejorar los sistemas de comunicación y encaminar todas las informaciones por las vías y canales pertinentes hacia una adecuada gestión del conocimiento.*

A partir de los principios, valores y la posición frente a la realidad se ha podido establecer la esencia de la organización (misión) y así establecer los siguientes elementos que a su vez constituyen los pasos a seguir:

1-Credo básico: Es la fuerza motriz sustentada en principios y valores, interpretaciones y propuestas, a tono con nuestro proceso revolucionario, sentido de pertenencia, compromiso político, responsabilidad en la misión de la entidad, sentido social que ofrece la "unidad esencial" desde la cual la voluntad colectiva puede expresar su visión de futuro que como grupo han querido asumir. Esa visión de futuro y compromiso caracteriza a los miembros de las cuatro filiales universitarias con la voluntad de trabajar incondicionalmente, trabajar con ahínco en los procesos sustantivos que les corresponden.

2-Referente. No se puede planificar desde el vacío, pues la planeación es necesariamente diseñada y realizada a partir de la voluntad colectiva de un grupo, empresa, institución u organización. Es desde el referente, sus características, necesidades, circunstancias y aspiraciones que tendrá que elaborarse el diseño del plan estratégico. (Portal & Recio, 2003: 88). La significación anterior induce a valorar en sentido positivo que el CUM Cumanayagua como referente aspira a gestionar el conocimiento, multiplicar saberes, al contar con una herramienta clave, el hombre, con el conocimiento necesario para actuar en instituciones, buscar integración y avances en el desarrollo local.

-Ante la necesidad de fortalecer la socialización de la información en cuanto a las actividades y funciones que desarrolla el CUM hoy en el municipio se elabora una estrategia de comunicación a este nivel, para de una forma integrada y coherente promover el quehacer de todas las filiales universitarias en un horizonte de planeación ajustado a las necesidades reales de este centro en función de los procesos sustantivos que desarrollan (la formación, investigación, y extensión universitaria).

Para concretar el credo básico se establece la siguiente interrogante: ¿qué queremos?, programa general de acción definido en objetivos.

3-Objetivos estratégicos: Son los que el grupo referente formula para expresar lo que quiere lograr en el horizonte de planeación previsto.

Objetivo general:

- Socializar la información referente a las actividades y el funcionamiento del CUM en el municipio Cumanayagua para un mayor reconocimiento local.

Objetivos específicos:

-Orientar oportunamente a estudiantes, profesores y a la comunidad (con énfasis en decisores y actores locales) en general sobre elementos y cuestiones referentes al quehacer del CUM en el municipio.

-Divulgar el trabajo que realiza el CUM por los diferentes medios de comunicación de masas a partir de la voluntad colectiva de los trabajadores y estudiantes de las distintas filiales que lo integran, con interés de resaltar impactos o logros alcanzados así como las nuevas proyecciones de trabajo en busca de integración y desarrollo local.

-Establecer acciones que permitan la superación de directivos de empresas y empleados de estas según plan de necesidades de capacitación.

-Orientar el trabajo de extensión universitaria de las filiales universitarias que integran el CUM con vistas a un resultado favorable en tan importante proceso sustantivo con apuntes hacia la socialización del conocimiento.

Hay que tener presente en la elaboración de la estrategia otros pasos de interés para su correcta implementación como:

4-La visión de futuro: de vital importancia porque se debe tener bien definido el horizonte de planeación, para un período de tiempo decidido como necesario y conveniente para lograr lo planeado. En este caso particular la estrategia propone un plazo de 3 años.

5-El análisis del contexto: consiste en toda acción que busca incidir en un determinado contexto y desde ese mismo contexto está partiendo. El ámbito o alcance de este contexto puede ser local, regional, estatal, nacional, o incluso internacional. Es decir no hay más determinación al respecto que la que se desprende de la fuerza, proyección, desarrollo y alcance con el cual el referente quiere realizar su plan estratégico. (Portal & Recio, 2003: 89). Nuestro contexto generalmente es local, es en el municipio donde las acciones buscan incidir favorablemente.

6-Líneas de acción: Son aquellas grandes directrices que permiten diseñar y aplicar coordinada y armónicamente el conjunto de acciones que van a expresar la voluntad del referente con vistas a lograr los objetivos que se ha propuesto (Portal & Recio, 2003:91). En esta estrategia se trabajará en: un modelo comunicativo dirigido a las filiales del CUM, a los medios de comunicación y a las empresas o entidades para una mejor integración con proyecciones de superación.

7-Ejes temáticos: Se derivan de las grandes formulaciones del credo básico y de los objetivos estratégicos. El referente podrá trabajar según las líneas de acción que haya decidido implementar, aquellos contenidos que le son de particular interés o revisten especial importancia en un determinado contexto o coyuntura particular. Los ejes temáticos son diferentes según los contenidos derivados del credo básico, de su análisis, de la formulación social, de su programa de acción y de las prioridades que el grupo establezca, siempre de acuerdo con las líneas de acción que haya decidido implementar. Dentro de este se ubican:

- Los sujetos : aquellos con quienes se quiere trabajar (trabajadores de los medios y de las filiales, directivos de empresas y sus públicos internos). La repercusión de selección de estos tiene que ver con los lenguajes y los códigos culturales del grupo meta, con el que se haya decidido trabajar.
- Los niveles: personal, grupal, colectivo o masivo, con que habremos de enfrentar cada una de las acciones planeadas. Las decisiones sobre los niveles, al igual que con los sujetos tendrán implicaciones en el tipo de acciones o productos que se diseñan.
- Los alcances: todo lo referido al ámbito territorial donde se aplicará nuestra estrategia. Los contenidos, las formas, los procedimientos y las acciones se verán definitivamente condicionados también por el alcance que se haya decidido trabajar.

El programa general de acción de la estrategia de comunicación que se presenta posee una línea fundamental de acción: modelo comunicativo del CUM. Para ello fue necesario establecer cuatro ejes temáticos: la gestión del conocimiento, las actividades de formación, la investigación y la extensión universitaria. Los sujetos de la presente estrategia lo conforman: el CUM (profesores y alumnos), entidades (directivos) y públicos (ciudadanía). Lo abarcan los niveles personal y grupal, lo que constituye el contenido específico de acción con un alcance local en el municipio de Cumanayagua.

Figura 1. Modelo de estrategia comunicativa para el CUM



Tanto la *misión* como la *visión* del trabajo del CUM deben estar reflejada en la estrategia y comunicar de manera efectiva su propósito y futuro deseado.

Misión: Es el propósito fundamental por el cual fue establecida la organización, conjunto de compromisos que adopta la institución en relación con los diferentes grupos de personas que en ella confluyen, beneficios que ofrecerá a la sociedad en general y al personal de la entidad. El CUM tiene la misión de elevar la formación pedagógica de su claustro a través de las Áreas de Resultados Claves, formar adecuadamente a los futuros profesionales, preparar política e ideológicamente a los estudiantes y proyectar el trabajo del centro hacia instituciones y el cumplimiento e implementación de los procesos sustantivos (la formación, investigación, y extensión universitaria)

Visión: Consiste en proyectar el lugar que el CUM debe y aspira a ocupar en el territorio (posicionamiento), que sea reconocido como centro gestor del conocimiento como resultado de la proyección de trabajo a partir de las Áreas de Resultados Claves en un horizonte de tiempo de uno a tres años.

Las acciones de una estrategia deben estar lógicamente interrelacionadas en busca de objetivos a corto, mediano o largo plazo, esto ayuda a dinamizar la cultura y las nuevas ideas en la organización, crea conciencia acerca de que la “estrategia” implica cambios; construye una “visión” estratégica; y convence de la necesidad de analizar la situación actual para conocer los aspectos internos fuertes y débiles de la organización, las oportunidades y amenazas externas a la organización y la construcción de los escenarios futuros (GUCID, desarrollo local, proyectos institucionales). Consiste en seleccionar las actividades específicas, planificadas y medibles para darle solución a un problema.

Tabla 1. Plan General de Acción.

Líneas de Acción	Ejes Temáticos. Sujetos (Organizaciones)	Nivel	Alcance
Modelo comunicativo del CUM dirigido a las FUM CUM-Filiales Universitarias Municipales (FUM)	1- Crear gestores de extensión universitaria en cada carrera que den a conocer las actividades que se proponen cada una así como a nivel de filiales.	Grupal	Local
	2- Lograr un contacto mensual a nivel de CUM entre los gestores de extensión universitaria de cada filial, con el objetivo de coordinar y evaluar acciones.	Grupal	Local
	3- Invitar al coordinador de extensión universitaria del CUM a los consejos de dirección y otros espacios donde se pueda chequear el funcionamiento de este proceso sustantivo.	Personal	Local
	4- Participar en las reuniones con directivos del gobierno para insertar el trabajo y proyección del CUM en la búsqueda de soluciones a problemas reales locales y al quehacer del municipio.	Personal	Local
	5- Implicar a decisores en las investigaciones y proyectos de las distintas filiales para viabilizar el trabajo y lograr una mejor toma de decisiones.	Personal	Local
	6- Dirigir el trabajo científico del CUM a las principales necesidades de las empresas e instituciones para lograr una mejor integración y socialización del conocimiento en estas.	Personal	Local

Líneas de Acción	Ejes Temáticos. Sujetos (Organizaciones)	Nivel	Alcan-ce
	7-Realizar actividades de socialización a nivel de CUM con el apoyo de licenciados en Psicología y C. Social (con aplicación de técnicas) para optimizar los vínculos entre los trabajadores y mejorar el clima laboral (Creatividad en el desarrollo de matutinos, estimulación en reuniones del SINTECD).	Grupal	Local
	8. Desarrollar Festivales del Conocimiento, Talleres GUCID, así como Forum de Ciencia y Técnica a nivel de CUM donde se muestren logros alcanzados en las distintas filiales para una mayor integración y socialización de saberes.	Grupal	Local
	9. Elaborar el sistema de innovación del CUM con el fin de una mayor integración entre las filiales, con líneas de trabajo que respondan a intereses comunes, con proyecciones de trabajo bien definidas y que responda a intereses locales.	Grupal	Local
Modelo comunicativo del CUM dirigido a los medios de comunicación. CUM-Radio y corresponsalía local	1-Divulgar el trabajo del CUM en espacios radiales previamente concebidos con la participación de profesores y estudiantes para dar a conocer sus actividades y proyecciones.	Grupal	Local
	2- Convenir con la emisora local la presencia de profesores de experiencia e investigadores en diferentes programas para debatir temas de interés dando a conocer el trabajo que desarrolla el CUM y qué hace en el ámbito científico.	Personal	Local

Líneas de Acción	Ejes Temáticos. Sujetos (Organizaciones)	Nivel	Alcan-ce
	3- Crear sección radial sobre orientación profesional hacia las carreras prioritizadas: Agronomía y Contabilidad, y otras de corte pedagógico con una frecuencia quincenal donde se aborden temas de interés al respecto.	Grupal	Local
	4-Invitar a la periodista de la corresponsalía y su equipo de trabajo a las principales actividades proyectadas por el CUM fundamentalmente las que tributan al GUCID.	Personal	Local
Modelo comunicativo del CUM dirigido a entidades	1- Impartir cursos de superación a directivos de empresas para el logro de una mejor gestión y proyección del conocimiento con vistas a un desarrollo local.	Personal	Local
	2. Capacitar en temas de interés y a solicitud de las necesidades de las empresas al personal que labora en estas. (Empresa Pecuaria Tablón y Sierrita, Empresa de Productos Lácteos y Citrisur, entre otras)	Personal	Local
	3. Visitar aquellas empresas u organismos donde se desarrollen trabajos de tesis por estudiantes de las distintas filiales para dar seguimiento al trabajo investigativo y ver las posibles soluciones ante los problemas planteados.	Personal	Local
	4. Invitar a directivos o trabajadores a los eventos que a nivel de CUM y filial se realizan como son: Festivales del Conocimiento, Talleres GUCID, Forum de Ciencia y Técnica.	Personal	Local

Líneas de Acción	Ejes Temáticos. Sujetos (Organizaciones)	Nivel	Alcance
	5. Invitar a directivos de empresas u organismos a reuniones del CUM, según los temas que se planifiquen en la agenda de trabajo.	Personal	Local

Tabla 2. Plan de Trabajo Estratégico del CUM, Cumanayagua (Muestra para el análisis).

Curso 2013- 2014.

Fecha	Acciones	Responsable
Septiembre	Acto de Inicio del Curso 2013-2014.	Extensión Universitaria.
	Situación y matrícula-inicio del curso.	Todas las carreras. Comisión de Ingreso.
	Actividades derivadas de los Proyectos Universitarios para el Curso 2013-2014	Ext. Univ. Coordinadores de proyectos.
Octubre	Matutinos en homenaje a la Jornada Camilo CHE.	Ext. Univ Y Carreras.
	Actividades "Día de la Cultura Cubana"	Ext. Univ. Y Carreras.
	Inicio del curso Universidad Adulto Mayor	CUM Ext. Univ.
Noviembre	Acto por el día del Estudiante. Desarrollo de matutinos por carrera.	Ext. Univ Y Carreras,CUM
	Feria Universitaria del Libro	Ext. Univ. Carreras
Diciembre	Actividades Ronda 6 VIH – Sida el Día Mundial de la Lucha Contra el SIDA.	Nacionales Ext. Univ. Filial Salud
	Actividades por el Día del Educador Desarrollo de matutinos sobre la fecha	Ext. Univ. Sindicato, Jefes de carreras de las Filiales
	Entrevista a educadores destacados en las FUM (Programa de radio)	Ext. Univ, Coordinador de Comunicación Social y estudiantes de la carrera.
	Homenaje a la filial del MINED	

Fecha	Acciones	Responsable
Enero	Evento Juvenil Martiano	Ext. Univ. Ciencia técnica
	Homenaje a la figura de José Martí	Ext.Univ. Carreras
	Actividades Día de la Ciencia	Exte. Univ. Ciencia y técnica
	Entrevista a profesionales del CUM, Día de la Ciencia Cubana	Ext. Univ, Coordinador de Comunicación Social y estudiantes de la carrera.
Febrero	Inicio de las Actividad de orientación vocacional "Puertas Abiertas". En las diferentes modalidades. Visita a Preuniversitarios, Visita a FOC con carácter mensual.	Todas las Carreras Comisión de Ingreso. Coordinadores de las carreras Agronomía y Contabilidad
	Actividades por el 14 de Febrero Desarrollo de matutinos especiales por carreras	Ext. Univ, SINTECD.
Marzo	Actividad de orientación vocacional "Puertas Abiertas". En las diferentes modalidades	Todas las Carreras
	Festivales de Artistas Aficionados a nivel de CUM	FUM, Ext Univ estudiantes de las carreras.
	Aniversario de la UJC	UJC, Ext. Univ.
Abril	Matutino recordación a los sucesos de Playa Girón	Ext. Univ. Dpto. PPD.
	Información sobre los exámenes de ingreso a la Educación Superior.	Comisión Ingreso. Ext. Univ.
	Taller GUCID	Director CUM, Subd. Ciencia y Técnica

Fecha	Acciones	Responsable
Mayo	Información sobre los exámenes de ingreso a la Educación Superior	Comisión de Ingreso. Ext. Univ
	Jornada de la cultura en Cumanayagua	Ext.Univ y Jefe de Carreras
	Fiestas populares Taller de Patrimonio	Jefe de carrera de Est.Soc y estudiantes
Junio	Matutino en homenaje al natalicio del Che y Maceo	Ext. Univ Carreras.
	Graduación de la UCF	Exte. Univ. CUM Dto. De las filiales.
	Entrevista de radio sobre datos de la graduación	FUM, Dto., Ext. Univ, Coordinador de la carrera Comunicación Social.

CONCLUSIONES

La estrategia de comunicación constituye una herramienta eficaz para la socialización del conocimiento en los Centros Universitarios Municipales.

La presencia de los medios de comunicación de la localidad en la estrategia del CUM favorece a la divulgación de su quehacer en el territorio para un mayor posicionamiento y reconocimiento social.

El vínculo de las filiales con las empresas del territorio como estrategia de trabajo permite satisfacer necesidades de superación y contar con la presencia de estas en cada una de las actividades de extensión universitarias que se realicen.

Las acciones dispuestas a partir de los ejes temáticos concebidos garantizan la inserción de los organismos decidores de la localidad en la toma de decisiones y línea de trabajo del CUM.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, M y Saladrigas, H. (2000). Para Investigar en Comunicación Social. Guía didáctica. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Álvarez y Gayou, J.L. (2003). Cómo hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología. México: Paidós.

Arellano, EDC. (1998) Razón y Palabra .La Estrategia de Comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones. Suplemento Especial, Año 3, Enero-Marzo.

Cárdenas, K. (2010). Rutas y Andares: una estrategia comunicacional en el centro Histórico de la ciudad de La Habana. I Premio Iberoamericano de Educación y Museos. Oficina del Conservador de la Ciudad de la Habana. La Habana.

Colectivo de autores. (2006) Comunicología. Temas actuales. La Habana. Félix Varela.

González, F. (1995). Comunicación, personalidad y desarrollo. Ciudad de La Habana: Pueblo y Educación.

González, V. (1995). Profesión: comunicador. Ciudad de La Habana: Pablo de la Torriente. p .96

Hernández, D, Horruitiner, P y Benítez, F. (2013). La universalización de la Educación Superior en Cuba. Forjando una sociedad del conocimiento, sustentable. Tomado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179421423004>

Horruitiner, P. (2006). La universidad cubana: el modelo de formación. La Habana: Félix Varela. p.VII

Martínez, I. (2006). Consecuencias de la estrategia integrada de comunicación. Recuperado el 21 de noviembre de 2008 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/imartinez.html>

Portal, R, Recio, M y Toirac, Y. (2005). Planeación estratégica en comunicación. Curso de profundización de Comunicación Social. La Habana.

Trilles, I. (2005). La Comunicación de la Ciencia y la Tecnología una visión Universitaria. Ciudad de la Habana: Pablo de la Torriente.

Trilles, I. (2006). Comunicación Organizacional. Selección de lecturas. La Habana: Félix Varela.

Vázquez, M. (2002). Historia y Comunicación Social. La Habana: Félix Varela

Vidal, J. R. (2000). Conferencia: ¿Es inevitable la recolonización cultural? La Habana: Universidad.