

Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17685079>

ARTÍCULO CIENTÍFICO CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Estrategia de comunicación para el Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” en la UCLV, Cuba

Strategy of Communication for the Center of Studies of Education “Gaspar Jorge García Galló” in the UCLV, Cuba

Claudia María Hernández Hernández

clmhdz@uclv.cu

Departamento de Comunicación Social, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Santa Clara, Cuba.

<https://orcid.org/0000-0002-9162-0197>

Liliam Laura Puertas Martínez

lpuertas@uclv.cu

Departamento de Comunicación Social, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Santa Clara, Cuba.

<https://orcid.org/0000-0002-9412-2257>

Kirk Díaz-Guzmán Corrales

kirk@uclv.cu

Departamento de Comunicación Social, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Santa Clara, Cuba.

<https://orcid.org/0000-0001-7314-6252>

Yudeivy Olivera López

yolivera@uclv.cu

Departamento de Comunicación Social, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Santa Clara, Cuba.

<https://orcid.org/0000-0001-6585-2886>

Ebir González Cruz

ebir@uclv.edu.cu

Departamento de Comunicación Social, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Santa Clara, Cuba.

<https://orcid.org/0000-0002-1766-1599>

Recibido: 18/11/2024

Revisado: 10/01/2025

Aprobado: 31/01/2025

Publicado: 06/02/2025



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

RESUMEN

La presente investigación se realiza con el objetivo de diseñar una Estrategia de Comunicación para el Centro de Estudios de Educación "Gaspar Jorge García Galló" (CEED) en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV). La alternativa metodológica se sustenta sobre el paradigma cualitativo con un diseño de Investigación-Acción. Se sigue un procedimiento a partir de dos momentos que comprenden, primeramente, la sistematización del diagnóstico de comunicación para proseguir con el diseño de la estrategia de comunicación para el CEED en la UCLV y su posterior evaluación. Las técnicas que se utilizan para la recogida de información son: la revisión bibliográfica documental, el análisis de documentos, la entrevista en profundidad, las entrevistas semiestructuradas y el cuestionario. Predomina la tipología de muestreo no probabilístico a partir de la selección de sujetos tipo. El principal resultado de la investigación consiste en el diseño de la estrategia de comunicación para el CEED, orientada a demostrar la importancia que merece una gestión de comunicación eficiente. Por ello, se recomienda su implementación y posterior evaluación.

Descriptores: Gestión de la comunicación; estrategia de comunicación; educación superior.

ABSTRACT

The present research is carried out with the objective of designing a Communication Strategy for the Education Studies Center "Gaspar Jorge García Galló" (CEED) at the Central University "Marta Abreu" of Las Villas (UCLV). The methodological alternative is based on the qualitative paradigm with a Research-Action design. A procedure is followed from two moments that include, first, the systematization of the communication diagnosis to continue with the design of the communication strategy for the CEED in the UCLV and its subsequent evaluation. The techniques used to collect information are the documentary bibliographic review, the analysis of documents, the in-depth interview, the semi-structured interviews and the questionnaire. The typology of non-probabilistic sampling predominates from the selection of subject types. The main result of the research consists in the design of the communication strategy for the CEED, aimed at demonstrating the importance that an efficient communication management deserves. Therefore, its implementation and subsequent evaluation are recommended.

Descriptors: Communication management; communication strategy; superior education.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

INTRODUCCIÓN

La comunicación constituye una herramienta imprescindible para el funcionamiento interno de las organizaciones. Hoy día se le confiere una merecida importancia al papel de la gestión y planificación de los procesos comunicativos en las instituciones como factor clave para el desarrollo de objetivos comunes, motivaciones, participación y disciplina. De ahí, la necesidad de entender la comunicación institucional no solo como componente básico para la interacción humana sino como un sistema en constante equilibrio e interrelación entre las partes que la integran y el medio externo. Dadas las dinámicas sociales actuales y procurando en todo momento armonizar las relaciones de las instituciones con sus públicos; las empresas y organizaciones cubanas han obtenido resultados favorables a partir de la implementación de diferentes tipos de herramientas de comunicación, ante la voluntad consciente de un colectivo por transformar su realidad y satisfacer ciertas necesidades organizacionales. Sin embargo, quedan retos por cumplir si se parte de los vacíos que existen aún sobre la importancia de esta disciplina y la necesidad de su gestión consciente y planificada.

Generar mayor número de investigaciones de los procesos comunicativos en diferentes escenarios de acción: institucional, empresarial, mercadológico; resulta de gran interés para la comunidad científica en el contexto nacional. Las estrategias de comunicación suelen ser una de las herramientas más utilizadas por los profesionales de la comunicación. Varios autores cubanos han dedicado sus estudios sobre el tema en las diferentes modalidades de la disciplina, ya sea dirigida a la comunicación corporativa, a la comunicación comercial o a la comunicación interna. Aunque, según Martínez (2009), hay una mayor incidencia hacia investigaciones en entidades lucrativas respecto a otros ámbitos organizacionales como son los de bien público, administrativos, políticos o sociales.

Las investigaciones en comunicación aplicadas a los centros educativos, fundamentalmente las estrategias y planes de acciones de manera general, han aumentado en número en los últimos tiempos; sobre todo en países latinoamericanos como Venezuela, Colombia y Cuba. Entre las investigaciones destaca Estrellas (2016) quien realiza una propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Unidad Educativa Santa María Mazzarello-Quito. También se destacan las investigaciones realizadas en instituciones dedicadas al estudio de la comunicación organizacional desde todas sus áreas, como es el caso de la Escuela de Marketing y Negocios de Valencia, siendo notable el estudio de Ferraro (2011). Este último aboga por el empleo de estrategias de comunicación para lograr impactar más positivamente al estudiantado y expresa que deben contar con acciones de carácter visual teniendo en cuenta los avances tecnológicos y los cambios generacionales.

Sin embargo, no existe una metodología concreta a seguir para las estrategias comunicacionales en centros educativos. Es común adaptar las propuestas de autores de avanzada en el tema, como es el caso de Arellano y Galindo (tomando como referencia las investigaciones mencionadas), a las necesidades de la investigación. Las organizaciones dedicadas a la gestión educativa en Cuba no quedan al margen de ciertas necesidades comunicativas que entorpecen el desarrollo sistemático de sus actividades en función del cumplimiento de su misión. Tal es el caso del Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” (CEEEd).

Según el sitio digital Intranet de la UCLV, el CEEEd es una institución vinculada al Vicerrectorado docente de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) desde el 2000, cuya finalidad consiste en ejecutar programas de superación profesional y académica que contribuyan al perfeccionamiento continuo de la formación pedagógica del claustro universitario y el desarrollo de espacios para la socialización de los resultados científicos.

Con más de una década de fundado, resulta un centro de vital importancia para la comunidad universitaria. Sin embargo, carece de acciones que tributen una adecuada gestión de la comunicación. Por eso el interés de la dirección del centro de generar investigaciones en comunicación aplicadas a nuestro contexto social, que articulen Invención-Innovación-Difusión de acuerdo a las capacidades con que el centro cuenta. Ello es actualmente una demanda organizacional para beneficio de la gestión de forma integral. Es decir, se procura establecer una visión integradora de la comunicación que tribute una Gestión de Comunicación eficiente en función de los públicos para los ámbitos interno y externo.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Con tal fin, el CEEed orienta sus recursos humanos hacia la formación sistemática y el aprendizaje permanente bajo la asesoría y capacitación de profesionales de la Comunicación. Esto motivó el acercamiento al Departamento de Comunicación Social de la UCLV durante el curso 2016-2017, y desde entonces se ha venido trabajando de forma sistemática en la institución a partir de un proyecto institucional de Gestión de la Calidad.

En los distintos acercamientos a la organización se han detectado problemáticas que muestran una deficiente gestión de la comunicación. Manifiesta en la escasa visibilidad con el que cuenta en el contexto universitario, carencia de elementos visuales para la promoción del centro y sus servicios, y desconocimiento de su público interno en materia de comunicación, por mencionar algunas debilidades. Además el centro no contaba con investigaciones previas a las que han venido realizando las autoras del presente estudio tras la vinculación al proyecto institucional de Gestión de la Calidad.

A lo anterior es necesario añadir que los cambios introducidos a partir del proceso de integración de las universidades del país, no solamente repercutió en las rutinas productivas del CEEed, sino también en su cultura organizacional e identidad corporativa. Y ello, a su vez, ha incidido de forma negativa en la proyección con el público externo, lo que se traduce fundamentalmente en desconocimiento del centro y sus servicios en la comunidad universitaria.

En general, el centro carece de una sistematicidad de estudios de comunicación que tributen una gestión eficiente y el equilibrio interno del centro.

Solo a partir de la vinculación con el Departamento de Comunicación de la UCLV se ha dado un seguimiento a estudios que tributan al diseño de elementos visuales que caractericen al centro, Diagnósticos de Comunicación Interna y una Estrategia Promocional para el CEEed en la UCLV durante el curso 2017-2018.

En este sentido, una estrategia de comunicación favorece un profundo análisis de la organización y de sus procesos comunicativos, y tributa la proyección de acciones como parte de un sistema integrado, dinámico y flexible de actividades y comunicación con vista a minimizar los problemas. El diseño de esta estrategia de comunicación, en particular, se corresponde con los intereses y necesidades del centro emisor. Su



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

alcance queda a un nivel de gestión de la comunicación, teniendo en cuenta los elementos, herramientas y recursos con los que cuenta el CEEEd de acuerdo con los propósitos comunicacionales que asume.

Por todo lo antes expuesto se plantea como Problema de Investigación:

¿Cómo tributar a la Gestión de la Comunicación del Centro de Estudios de Educación (CEEEd) en la UCLV?

Se plantea como objetivo general: Diseñar la Estrategia de Comunicación para el Centro de Estudios de Educación (CEEEd) de la UCLV.

MÉTODOS

La investigación se sustenta por un paradigma cualitativo. Esta alternativa “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”. (Hernández-Sampieri, 2014, p. 358). Esta investigación busca analizar el contexto donde se enclava el CEEEd y sus características propias como institución. Además, tiene como eje central la información disponible en sus documentos oficiales y el criterio de su público interno, lo que es sometido a interpretaciones sólidas, con vistas a que la propuesta de estrategia constituya un fiel reflejo de lo que la organización fue, es y desea ser. No se puede dejar de mencionar el peso que tiene la revisión bibliográfica en el proceso de concepción de los constructos teórico-metodológicos, lo que posibilita que sea adecuada y efectiva según las necesidades, características y demandas del CEEEd.

Para la presente investigación se considera pertinente emplear el diseño Investigación-Acción, cuya finalidad es diagnosticar problemáticas específicas de naturaleza colectiva vinculadas a un ambiente determinado, ya sea un grupo, programa, organización o comunidad, con perspectivas de lograr un cambio.

Por ello, la esencia de este diseño de investigación en particular se sustenta sobre la base de un proceso democrático e inclusivo, equitativo, justo y transformador.

Teniendo en cuenta los criterios de Alonso y Saladrigas (2002) y las características del estudio, se inserta en las investigaciones para la producción pues constituye una



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

estrategia cuyo fin último es tributar a la gestión de la comunicación del Ceed “Gaspar Jorge García Galló” en la UCLV.

Los sujetos se extraen del universo seleccionado para la investigación y se clasifican en informantes claves, informantes y expertos; pero es el investigador quien determina los criterios de selección que resultan más adecuados según las peculiaridades del estudio. Para la realización de este estudio se trabajó con informantes clave y expertos.

En la primera fase del estudio, es decir, la correspondiente a la sistematización del diagnóstico de comunicación, los sujetos de la investigación son parte del público interno del CEEed pues este es el escenario de su desenvolvimiento profesional y pueden aportar información valiosa sobre la institución y el ámbito pedagógico. Por otra parte, para la evaluación de la propuesta de estrategia de comunicación para el CEEed, se acudirá a expertos en el tema.

En el caso específico de esta investigación se tomaron: la Estrategia de Comunicación y el Centro de Estudios de la Educación. El número de expertos a consultar se calcula a partir de la expresión:

$$E = \frac{P(1 - p) \times k}{i^2}$$

dónde:

p: Proporción de error estimado. (0,02)

k: Fiabilidad del proceso (2,4893 (90%))

i: precisión (0,1)

$$\frac{0,02(1 - 0,02) \times 2,4893}{0,1^2} = 5$$

Por tanto, se necesitan 5 expertos para el proceso de evaluación de la estrategia propuesta. Se considera pertinente desglosar en:

- Diseñador (1)
- Relacionista Público (1)
- Académicos de la Comunicación Social (3)

Todos pertenecientes a la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS).



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Para la investigación se aplican los siguientes instrumentos de recogida de información:

- Revisión bibliográfica documental.
- Análisis de documentos.
- Entrevistas
- Cuestionario aplicado a expertos para evaluar la propuesta de Estrategia de Comunicación para el CEEEd.

Tener varios instrumentos de recogida de datos posibilita una mayor amplitud en la información que se va obteniendo. Es por esto que al hecho de utilizar diferentes fuentes y métodos de recolección para un posterior análisis se le denomina triangulación de datos. Este método es el que permite corroborar la información obtenida a través de distintas técnicas.

El proceso de investigación se divide en las siguientes fases:

- Fase 1: Preparatoria.
- Fase 2: Sistematización del Diagnóstico de Comunicación.
- Fase 3: Aplicación de los instrumentos de Investigación.
- Fase 4: Análisis de los resultados.
- Fase 5: Elaboración de la Estrategia de Comunicación para el CEEEd: “Gaspar Jorge García Galló” de la UCLV.
- Fase 6: Evaluación de la propuesta de Estrategia de Comunicación para el CEEEd: “Gaspar Jorge García Galló” de la UCLV.

RESULTADOS

Durante el curso 2017-2018, se realizó un Diagnóstico de la Comunicación en el CEEEd “Gaspar Jorge García Galló”. Efectuándose un análisis integral. Aun cuando los acercamientos fueron propicios para conocer la realidad institucional y detectar las principales deficiencias que afectan a la organización, se consideró necesario sistematizar en el estudio con la finalidad de obtener una perspectiva mucho más profunda de los procesos comunicativos que se desarrollan en la entidad y lograr un análisis que permita evaluar, desde lo comunicacional, el estado de la organización y la eficacia de sus sistemas y prácticas comunicativas.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Recurrir a la sistematización del diagnóstico brinda la posibilidad de ahondar en temáticas poco abordadas en los acercamientos anteriores al centro. Y, además de conferirle a la investigación mayor actualidad, constituye una oportunidad para contrastar, corroborar y complementar los resultados ya alcanzados.

Tomando en consideración estos resultados, se procede al diseño de la estrategia de comunicación para el CEEed; que luego es sometida a evaluación por criterio de expertos.

Análisis de los resultados por técnicas

- Análisis de documentos: La revisión de documentos del Centro de Estudios de Educación (CEEed) de la UCLV contribuyó en la búsqueda de información actualizada sobre la entidad. Permitió conocer los principales proyectos, programas de superación, redes y asociaciones con las que colabora, así como la participación en eventos y los resultados alcanzados. Todos estos elementos se consideran parte importantes de la estrategia institucional del CEEed.
- Entrevista en profundidad a directivos: Aunque se reconoce la importancia de la comunicación, no existe una gestión estratégica de los procesos comunicativos en el centro; sino que constituye una “actividad colateral” al resto de los procesos sustantivos inherentes en la institución. La actividad de comunicación muchas veces queda relegada únicamente a la divulgación a través de determinados medios y soportes, y a la existencia de ciertos espacios institucionalizados; lo que se traduce en escasas acciones aisladas, no como eje estratégico que favorezca una Gestión de la Comunicación eficiente. No existe personal especializado para llevar a cabo la planificación y organización de acciones en Comunicación por la carencia de una estructura organizativa más flexible.
- Entrevista semiestructurada a fundadores: Para ello se entrevistaron un total de 5 informantes. En ella se reconoce la necesidad de acciones en comunicación que promuevan la identidad y su gestión hacia los diferentes públicos con vista a fortalecer una imagen consistente de la institución, fundamentalmente dentro de la comunidad universitaria. Evalúan su imagen de débil. La razón del éxito radica en comunicar lo que el centro “es” y “hace” en



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

función de su misión. Además, se constató que no existe documento oficial que recoja la historia del centro, por lo que se puede decir que esta técnica fue fructífera en este sentido. Y se advierte la necesidad de investigaciones en comunicación que permitan contrarrestar las deficiencias existentes; además de crear espacios y soportes no solo a nivel de centro sino a nivel institucional (dirección universitaria) para la divulgación y socialización de información relevante del CEEed y demás centros que integran la UCLV.

Entre las barreras comunicativas detectadas, se aprecia fundamentalmente: la carencia de información necesaria, la competencia profesional, la excesiva carga de trabajo, la escasez de tecnología para la mayor parte de los docentes del centro y existencia de relaciones laceradas entre el CEEed y las facultades. Además de la ausencia de murales y de canales propios para la retroalimentación entre los directivos y subordinados.

Existe poco nivel de gestión de la información a través de la Intranet, la web oficial del CEEed y el Boletín digital con que cuenta este centro, pues estos medios carecen de sistematicidad en la difusión y actualización. Sumado a ello, hay que generar desde la Dirección institucional global (Dirección Universitaria) mayor cantidad de acciones dirigidas a que “la Universidad se conozca a sí misma”.

De todo lo anterior se deriva, el desconocimiento que predomina en la comunidad universitaria sobre las potencialidades de la institución, la desinformación sobre la labor que realizan y la no identificación de sus rasgos comunicativos identitarios.

Por cuanto resulta indispensable en el diseño de la estrategia de comunicación para el Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” de la UCLV. Su Objetivo General: Promover acciones de comunicación que tributen a una adecuada gestión de la comunicación del CEEed “Gaspar Jorge García Galló”.

Objetivos de Comunicación:

- Informar a la comunidad universitaria sobre el CEEed y su objeto social.
- Propiciar el flujo de mensajes comunicativos cuyos contenidos versen sobre la información y participación de sus públicos.
- Generar confianza y credibilidad en los públicos con respecto a los servicios que brinda el CEEed.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

- Reforzar la identidad visual del CEEEd a través de los productos comunicativos diseñados.

La estrategia de comunicación está prevista para 10 meses, considerando que esta es la duración del curso escolar. Desde septiembre de 2019 (inicio del curso escolar) hasta junio de 2020 (fin del curso escolar).

A continuación en la tabla 1 se muestra el Plan de Acciones y Medios de Comunicación

Tabla 1. Plan de Acciones y Medios de Comunicación

Medios Tradicionales	
Radio	• Emisora Radial CMHW
Televisión	• Telecentro: TeleCubanacán
Medios Modernos	
Internet	• Sitio Web Oficial del CEEEd • Perfiles en redes sociales del CEEEd
Intranet	• Intranet Universitaria (UCLV)
Correo Electrónico	• Correo Electrónico Institucional.

Instrumentos Promocionales:

- Plegable
- Pegatinas
- Regalos Promocionales

En la tabla 2 se muestran un grupo de acciones y su periodo de aplicación

Tabla 2. Acciones y su periodo de aplicación

Acciones	Ejecución
Presencia visual de los elementos de carácter estratégico en el lobby de la institución	Durante toda la estrategia
Intercambio con las distintas facultades de la UCLV por medio de los representantes del CEEEd .	Mensual
Reunión de la Dirección del CEEEd con los representantes de cada facultad	Quincenal
Elaboración y envío de notas de prensa a la radio y televisión provinciales:	Acontecimientos y promoción
Participación en eventos nacionales e internacionales	Toda la Estrategia
Celebración de fechas conmemorativas: Fundación del CEEEd y Día del Educador	8 de marzo 22 de Diciembre
Elaboración de un dossier con fotos del CEEEd	Comienzo de la Estrategia.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Establecimiento de contactos por alianzas con centros homólogos y asociaciones científicas nacionales e internacionales	Durante toda la estrategia
Organización del Simposio “Gaspar Jorge García Galló”	Diciembre
Festival de la Clase para profesores nobeles	Noviembre
Gestión de conferencias de pedagogos o profesionales inmersos en el ejercicio, en la UCLV	Trimestral
Presentación del Identificador Visual del CEEEd	Comienzo de la Estrategia
Incorporación a la papelería institucional del identificador visual del CEEEd	Previo al comienzo de la Estrategia
Diseño de plegable institucional	Previo al comienzo de la Estrategia
Circulación del Boletín digital del centro	Durante toda la Estrategia
Diseño de pegatinas y souvenirs (llaveros, lapiceros, marcadores, agendas, almanaques, tazas de café)	Previo al comienzo de la Estrategia
Diseño de tarjetas de presentación e invitaciones	Ídem.
Entrega de souvenirs a alumnos ayudantes cuando culminen los cursos de preparación	Enero y Junio
Actualización del portal del CEEEd en la Intranet	Durante toda la Estrategia
Creación de un enlace desde el portal de la Intranet dedicado al CEEEd que remita a la página web	Ídem.
Rediseño de la página web oficial del CEEEd	Previo al comienzo de la Estrategia
Actualización de la página web oficial del CEEEd	Durante toda la estrategia
Presencia del CEEEd en las redes sociales.	Ídem.
Actualización del perfil del CEEEd en Facebook	Ídem.
Creación de un perfil del CEEEd en el sitio científico RESEARCHGATE	Ídem.
Gestión del sitio web oficial del CEEEd y de los perfiles en redes sociales	Ídem.
Enviar a las facultades de la UCLV el plan postgradual que promueve el CEEEd, desde el correo electrónico institucional	Trimestral
Circulación, hacia las facultades, vía correo electrónico del Boletín digital del CEEEd	Salida del Boletín
Cobertura noticiosa a los sucesos relacionados con el CEEEd para su publicación en la Intranet	Durante toda la Estrategia
Lanzamiento en la Intranet de un concurso, promovido por la institución, de investigaciones científicas sobre la vida y obra de pedagogos cubanos	Diciembre
Organización del Twitazo: Retos de la Educación General, Especial y Universitaria	Noviembre



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

El proceso de evaluación se medirá en correspondencia con el impacto de las acciones, el nivel de participación y el poder de convocatoria. Para ello podrá utilizarse la aplicación de técnicas como entrevistas y cuestionarios. Además se propone la realización de un trabajo de diploma destinado a la evaluación de la presente estrategia o una evaluación general prevista para el curso 2020-2021.

Luego de comprobar que los expertos son capaces de emitir criterios valorativos de significancia se procede a la evaluación de la Estrategia de Comunicación (Tabla 3).

Tabla 3. Resultado de la aplicación del cuestionario de validación a los expertos.

Afirmaciones	Mediana
Es posible aplicar en las condiciones de la organización.	5
Posee capacidad de respuesta a los problemas obtenidos en el diagnóstico.	5
El ordenamiento del modelo de estrategia tiene carácter lógico.	5
Contribuye al mejoramiento continuo del sistema de gestión del Centro de Estudios de la Educación	5
Carácter sistémico	4
La estrategia permite asimilar cambios del entorno.	5
Permite su variación de acuerdo a los cambios en el entorno.	5
Tiempo propuesto de la Estrategia.	4
Eficiencia y efectividad de las acciones comunicativas.	4
Balance de las acciones comunicativas	5
Pertinencia del uso de los medios	5
Consistencia de los criterios evaluativos	5

A partir del análisis de la moda obtenida, se demuestra que los expertos consideran adecuada la estrategia propuesta.

DISCUSIÓN

La investigación preliminar corroboró los resultados alcanzados durante estudios anteriores en aras de analizar y comprender la realidad organizacional del Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” de la UCLV. Creado desde el 2000, es uno de los centros de relevancia que integran la UCLV, con una marcada tradición pedagógica.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Sin embargo, se comprobó que el centro no desarrolla una gestión planificada hacia sus públicos, especialmente a la comunidad universitaria. Si bien los trabajadores reconocen la importancia que merece la comunicación, persisten deficiencias que atentan contra el equilibrio organizacional y la eficiente gestión de los procesos comunicativos. La carencia de estudios en comunicación, la falta de planificación, la ausencia de acciones con una línea de mensajes coherentes, la carencia de una visualidad definida; así como la escasez de canales e instrumentos promocionales demuestran que, en la práctica, existen necesidades comunicativas.

Por otro lado, es necesario resaltar la existencia de una estructura organizativa poco flexible, carente de plazas institucionalizadas; y otras, como la del Comunicador Social, que no existen por plantilla y bien pudiera ser una fortaleza para la institución. Además, no poseen ningún documento oficial que pautе los modos de hacer en materia de comunicación, no existe Identidad Visual reconocida ni se determinan acciones de comunicación en los planes institucionales.

Tampoco hay constancia oficial de la historia del centro ni los valores que sustentan su filosofía y proyección. Aunque, a través de las técnicas aplicadas, fueron definidos como valores de la organización: profesionalismo, ética, laboriosidad, transparencia, patriotismo y sentido de pertenencia.

En lo que respecta identidad visual, la institución no se siente definida con los signos de su actual identificación. Partiendo de lo antes expuesto se entiende la necesidad de desarrollar una estrategia de comunicación para el Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” de la UCLV

La estrategia de comunicación se convierte en una herramienta que tributa directamente a la gestión de la comunicación mediante acciones planificadas como parte de un sistema integrado, dinámico y flexible de actividades y comunicación; lo que, a su vez, influye en el reforzamiento de los rasgos identitarios del CEE y da pasos acertados en la gestión de su imagen institucional.

En este sentido, se toma como referencia la estrategia de comunicación promocional. Esta busca difundir las proyecciones estratégicas del CEE y su actividad en la UCLV; tributando, como fin último a la gestión de la comunicación en su campo de actuación.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

Además, constituye una estrategia de continuidad; puesto que desde su inicio hasta su culminación no existen interrupciones que interfieran en el proceso de ejecución. Una vez aplicada la estrategia se procede a evaluar los criterios representativos de los expertos con relación al tema. Los resultados reflejaron la validez de la estrategia en cuanto a: posibilidad de aplicación; capacidad de respuesta a los problemas revelados en el diagnóstico; consistencia lógica; contribución al mejoramiento continuo, carácter sistémico, versatilidad y adaptabilidad, tiempo, eficiencia y efectividad de las acciones comunicativas, balance de las acciones comunicativas, pertinencia del uso de los medios, consistencia de los criterios evaluativos.

CONCLUSIONES

El interés por generar estudios de los procesos comunicativos nace del proyecto institucional que desarrolla el centro: “Calidad en la Gestión”, en estrecho vínculo con el Departamento de Comunicación de la UCLV, aunando a docentes y estudiantes en el propósito de asesorar al centro y tributar investigaciones en el ámbito de la comunicación.

El Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” (CEEd) no desarrolla una gestión estratégica de la comunicación.

Aunque los profesionales del CEEd forman un colectivo altamente calificado para asumir las tareas reconocen cómo una gestión deficiente de la comunicación afecta tanto al ámbito interno como al externo de la institución, incidiendo negativamente en los públicos y, por consiguiente, en la consecución de los objetivos propuestos.

Partiendo del análisis e interpretación de los datos conferidos durante el proceso de investigación, se diseña una estrategia de comunicación que tribute a su gestión planificada, en correspondencia con las características que definen al CEEd, sus proyecciones estratégicas y recursos de los que disponen.

La evaluación efectuada según el criterio de expertos consideró adecuada, útil y realizable la estrategia propuesta para el Centro de Estudios de Educación “Gaspar Jorge García Galló” (CEEd) en la UCLV.



Claudia María Hernández Hernández; Liliam Laura Puertas Martínez; Kirk Díaz-Guzmán Corrales; Yudeivy Olivera López; Ebir González Cruz.

REFERENCIAS

- Alonso, M.M. y Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. Pablo de la Torriente <https://n9.cl/p1vjcl>.
- Arellano, E. (1998). La Estrategia de Comunicación como un principio de Integración/Interacción dentro de las organizaciones. *Razón y Palabra*. 3(Suplemento Especial). <https://n9.cl/vws4o>
- De la Tajada, L. S. (1994). *Integración de la Identidad y la Imagen de la Empresa. Desarrollo conceptual y aplicación práctica*. ESIC. <https://n9.cl/fd8odl>
- Estrellas, E. (2016). *Propuesta de plan estratégico de comunicación interna para la unidad educativa Santa María Mazzarello – Quito*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] Repositorio PUCE. <https://n9.cl/5sbvd>
- Ferraro, A. (2011). Las estrategias de comunicación en el sector educativo: de los 360° al 2.0. *Educaweb*. <https://n9.cl/1cp51p>
- Hernández-Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista Lucio, P. (2014). C (6^{ta} edición). *Metodología de la Investigación*. Interamericana Editores, S.A. <https://n9.cl/jiz9d7>
- Martínez, Y. (2009). *Hablemos de Comunicación*. Ediciones Lagos. <https://n9.cl/snmm93>
- Vera, L. (2003). *La planeación estratégica en comunicación, selección de textos*. Editorial: Félix Varela.

