

**Título:** Aplicación de una estrategia de comunicación en pro del desarrollo de una organización científica.

Title: Application of a communication strategy in pro of the development of a scientific organization.

**Autores:** \*MSc Mercedes Rodríguez Menéndez

Lic Mercedes López Martínez

MSc Soraya García Pavón

Téc. M. Javier de Pinedo Felipe

**Puesto de Trabajo:** Especialistas del Grupo de Gestión de Conocimientos.

**Organismo:** Centro de Aplicaciones Tecnológicas para el Desarrollo Sostenible (CATEDES)

**E-mail autor principal:** [mechy@catedes.gtmo.inf.cu](mailto:mechy@catedes.gtmo.inf.cu)

**Teléfono institución:** 35 5839

## **RESUMEN**

El Centro de Aplicaciones Tecnológicas para el Desarrollo Sostenible, CATEDES, consciente de la importancia que reviste la comunicación para su desarrollo científico y tecnológico tiene declarado como objetivo la satisfacción de las necesidades de información, conocimiento y divulgación de su público interno y externo. Para lograr este propósito se diseño y puso en práctica una estrategia de comunicación que permitió desarrollar, entre otras, las siguientes acciones: Campañas promocionales para divulgar todo el quehacer científico de la institución a través de los medios de comunicación masivos; diseño y publicación de productos comunicacionales (boletines, brochour, etc.), diseño de pósteres que promocionan los objetivos y resultados de los proyectos que desarrollan nuestros especialistas; celebración del Día de la Ciencia; montaje de biblioteca digital. La aplicación de esta estrategia ha propiciado que se creen fuertes vínculos de colaboración entre la organización, los periodistas que atienden el sector, y otras instituciones de la provincia, que se

establezcan las diferencias entre la gestión de identidad permanente de la organización y el programa de acciones promocionales ocasionales en torno al lanzamiento de jornadas, campañas u otros objetos de su quehacer a corto plazo; así como definir políticas, responsabilidades y prácticas que posibilitan mayor eficiencia y calidad en el desempeño de los miembros de la entidad.

## **Summary**

The Center of Technological Applications for the Sustainable Development, aware of the importance that had the communication for its scientific and technological development has declared as one of its objectives the satisfaction of the necessities of information, knowledge and its internal public's so much popularization as external. For the achievement of this purpose it has designed and position in practice a communication strategy that has allowed to develop, among other, the following actions: Promotional campaigns to disclose the whole scientific chore of the institution through the different massive media; I design and publication of products of communication (bulletins, brochour, etc.) design of posters that promote the objectives and results of the projects that the specialists of this entity develop; celebration of the Day of the Science; assembly of digital library. The application of this strategy has propitiated that they feel strong bonds of collaboration among the organization, the journalists that assist the sector, and other institutions of the county that the differences settle down between the management of permanent identity of the organization and the program of promotional occasional actions around the launching of days, campaigns or other objects of its short term chore; as well as to define politicians, responsibilities and practices that facilitate bigger efficiency and quality in the acting of the members of the entity.

## **INTRODUCCIÓN**

La comunicación ocupa cada vez más vitales espacios dentro de las organizaciones en la misma medida en que sus integrantes reconocen su importancia para dar a conocer su imagen y los atributos de sus productos/servicios.

Según estudiosos del tema las formas de hacerlo se basan sobre tres soportes principales:

1. El comportamiento organizacional o corporativo,
2. El diseño corporativo o presentación visual,
3. La comunicación corporativa u organizacional (Relaciones Públicas y Publicidad).

El primero supone establecer normas de conducta y actuación de todos y cada uno de los miembros de la organización, en un mismo sentido, a una sola voz. Se expresa en una ética común y un mismo sentimiento sobre la historia y tradiciones de la empresa o institución, un compromiso y un concepto único sobre la calidad del producto/servicio y lo que cada quien aporta a ello en su sentido de totalidad, y en un estilo distintivo para comunicarse con los clientes. El segundo se basa en la concepción y diseño de los símbolos, nombres, marcas y demás elementos visuales que codifican el mensaje de presentación formal de la empresa ante sus públicos, de manera cotidiana y son su carta de identidad y quizás su mejor o peor patrimonio. El tercero, por su parte, se sustenta en el conjunto de acciones que debe realizar la entidad para comunicarse por medios publicitarios y desarrollar sus relaciones públicas con otras instituciones u organismos, así como con sus clientes y trabajadores; la presencia en ferias y exposiciones, el patrocinio de eventos, concursos y donaciones, ocupan en este ámbito un lugar fundamental, al igual que sus relaciones con los medios de comunicación masiva, en particular la prensa, la radio y la televisión.

Cabe subrayar la necesidad, dentro de este proceso, de una correcta política de comunicación interna hacia los propios miembros de la organización. El sistema de estimulaciones, las actividades sindicales y familiares bien organizadas, la creación y transmisión de tradiciones de viejos a jóvenes, el cumpleaños colectivo y el trato respetuoso, personal y amistoso entre ejecutivos y empleados simples, el reconocimiento a los que más se destaquen y el fomento constante del orgullo individual y colectivo por los éxitos de la entidad.

## **DESARROLLO**

El Centro de Aplicaciones Tecnológicas para el Desarrollo Sostenible, más conocido como CATEDES,- institución adscripta a la Delegación de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de Guantánamo-, consciente de la importancia que reviste la comunicación para su desarrollo interno y externo, tiene incluido dentro de su estrategia empresarial este aspecto y desde el punto de vista organizativo creó, desde el año 2005, el Grupo de Gestión de Conocimiento y Software, que tiene entre sus objetivos satisfacer las necesidades internas y externas de información, conocimiento y divulgación a través de la puesta en funcionamiento de diferentes canales y tecnologías de la comunicación.

En correspondencia con todo lo anteriormente expuesto el centro posee un logotipo que identifica los principales sistemas sobre los cuales accionan sus proyectos y una Estrategia de Comunicación que ha permitido desarrollar las siguientes acciones:

- ❖ Diseño y puesta en práctica de campañas promocionales para divulgar todo el quehacer científico de la institución a través de los diferentes medios de comunicación de la provincia y del país.
- ❖ Diseño y publicación de folletos y manuales. Cabe destacar dentro de ellos:

Cuadernillo de bienvenida, que se entrega a los que visitan la institución por vez primera y a los de nuevo ingreso como trabajadores. En él se ofrecen datos sucintos acerca de la fundación de CATEDES, su misión, los servicios científico- técnico que brinda y su organigrama.

Manual sobre la historia de la organización.

Manual para la conformación de proyectos.

Folletos sobre temas tan diversos como: efemérides de la ciencia, reglas elementales de cortesía, las reuniones, la gestión de conocimientos, la redacción de artículos científicos.

- ❖ Diseño de póster que promocionan los objetivos y resultados de los proyectos que desarrollan los especialistas de la organización.

- ❖ Diseño y publicación de dos boletines, con salida trimestral, que permiten socializar los conocimientos y los resultados investigativos de los especialistas y trabajadores del centro. Estos son:

**SAETA**, conformado por las secciones: A nuestros lectores, Algo que debes saber, Nuestros proyectos y su impacto, Noti Breves y Curiosidades; tiene como propósito esencial dar a conocer los resultados medio ambientales, científicos o tecnológicos que se alcanzan con el desarrollo de diferentes proyectos o acciones por los grupos de trabajo que existen en la organización.

**El Legado Atenea**, que se encarga de publicar un resumen de las ponencias que se presentan en los forum, talleres y eventos, así como de las conferencias que los especialistas imparten el Día de la Ciencia que se realiza mensualmente.

- ❖ Desarrollo del Día de la Ciencia. Espacio, con carácter mensual, donde los trabajadores de CATEDES disertan sobre un tema relacionado con su área de trabajo

o investigación. Se han ofrecido conferencias sobre: La fabricación del jabón, Día Mundial del Agua, el adiestramiento laboral, la navegación en INTERNET, la red de la ciencia, propiedad industrial, la capa de ozono, entre otras.

- ❖ Creación de multimedia representativa del quehacer científico de la institución, que resulta un compendio de los más importantes proyectos desarrollados por los investigadores de CATEDES desde su fundación.

- ❖ Montaje de biblioteca impresa y digital que brinda servicio a los especialistas de la organización con libros, artículos, multi medias, tanto de temáticas vinculadas con su labor como de cultura general.

- ❖ Creación del Sitio Web de CATEDES.

- ❖ Desarrollo y patrocinio de eventos, talleres, festivales. Entre los efectuados en el 2009 se destacan:

**Festival de aves endémicas del Caribe**, que tiene como objetivo contribuir a la protección y conservación de las aves endémicas mediante la realización de acciones culturales en zonas rurales de la provincia Guantánamo.

**Taller provincial sobre la utilización de la técnica del biogás**, con la intención de compartir con productores porcinos y de ACPA de la provincia experiencias y conocimientos acerca de la utilización de esta técnica.

**Taller de educación ambiental**, con el propósito de promover la protección y cuidado del medio ambiente entre los pobladores de los municipios San Antonio e Imías.

- ❖ Conformación de círculos de interés sobre medio ambiente con estudiantes de los diferentes niveles de enseñanza.

❖ Desarrollo de los cumple años colectivos y otras actividades que permiten la celebración de fechas como: Día de la mujer, Día de las madres, Día de los padres; Día de los niños. Estos espacios propician el intercambio abierto entre todos los miembros de la organización.

## **CONCLUSIONES**

La estrategia de comunicación que se desarrolla en CATEDES ha guiado de manera efectiva las relaciones entre los trabajadores y de estos con sus respectivos jefes de áreas y dirección general, así como las de la institución y sus públicos. Ha permitido, además, que se establezcan claramente las diferencias entre su gestión de identidad permanente y el programa de acciones promocionales ocasionales en torno al lanzamiento de productos/servicios, jornadas, campañas u otros objetos de su quehacer a corto plazo. Ha posibilitado tomar decisiones y enfrentar a tiempo cualquier situación de trabajo imprevista.

La aplicación de esta estrategia ha propiciado que se creen fuertes vínculos de colaboración entre la organización, los periodistas que atienden el sector, y otras instituciones de la provincia, así como definir políticas, responsabilidades y prácticas que posibilitan mayor eficiencia y calidad en el desempeño de los miembros de la entidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- 1- Bisquert Vicens, Alfredo: La comunicación organizacional en situaciones de crisis, en Revista Razón y Palabra, No 32.
- 2- Colectivo de Autores: Comunicación Organizacional. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

- 3- Comunicación (en línea). (Consultado el 23 de noviembre del 2008). Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>.
- 4- Díaz Gavilán, Yasmin Karín: Desarrollo de la imagen institucional del Colegio Santa María del Matellini a través de la planificación estratégica.
- 5- Non verbale communication (en línea). (Consultado el 27 de febrero del 2008). Disponible en [http://en.wikipedia.org/wiki/Non-verbal\\_communication](http://en.wikipedia.org/wiki/Non-verbal_communication)
- 6- Saladrigas Medina, Hilda: Introducción a la teoría y la investigación en comunicación. Selección de lecturas. Universidad de La Habana, s/f.
- 7- Zaldívar, Gabriel: Operación de la comunicación organizacional. Tres niveles de acción. [www.infosol.com.mx](http://www.infosol.com.mx) .