

Fundamentos para el diseño e implementación del sistema de Comunicación Aplicada a la Información y Gestión Tecnológica en el CIGET de Pinar del Río.

Yosdalys Estévez Pozo
Centro de Información y Gestión Tecnológica. CIGET
Cuba
yosi@ciget.pinar.cu

ABSTRACT

El presente trabajo aborda lo relacionado a los elementos que fundamentan el diseño e implementación del Sistema de Comunicación Aplicada a la actividad fundamental que realiza el CIGET en Pinar del Río. Se presentan los principales objetivos del sistema, a partir de la aplicación de enfoques novedosos de la Comunicación en el marco organizacional. ¿Cuáles son las etapas de un sistema de este tipo? ¿Cuáles son las funciones y acciones a cumplir por el sistema de comunicación en una entidad de Información? y la importancia y ventajas que presupone su implementación en el logro de los objetivos estratégicos propuestos por la entidad, son algunos de los puntos que se exponen en el trabajo.

En tal sentido hacemos un análisis de los componentes que anteceden la necesidad de contar con un sistema de Comunicación Aplicada a la Información y Gestión Tecnológica, como parte de los retos y cambios que deben asumir las organizaciones contemporáneas.

La era de la Información y la Sociedad del Conocimiento imponen la búsqueda de estrategias, enfoques y herramientas de éxito en las organizaciones, para formar parte y contribuir al desarrollo de nuestra sociedad.

PALABRAS CLAVE

Comunicación Organizacional, Gestión de Información, Gestión Tecnológica.

1. Antecedentes

El Grupo de Gestión de la Información (GGI) del Centro de Información y Gestión Tecnológica en Pinar del Río (CIGET), ejecuta una serie de actividades encaminadas a la optimización de los servicios y productos informacionales.

Contar con un sistema de comunicación en el CIGET, permite llevar a cabo con calidad y de manera eficiente todos los procesos que se desarrollan en el centro y cumplir con el encargo social por el que fue creado. Es decir, en la medida que la dirección de la institución y sus especialistas conozcan cuál es la meta a cumplir y la misión que tiene, la aplicación de instrumentos que lo faciliten será siempre una buena opción.

La etapa actual en la se encuentran los CIGET en nuestro país, resulta un escenario virgen para desarrollar la gestión de comunicación de dicho centros. Estamos haciendo referencia a los Proyectos Nacionales de **CUBACIENCIA y Portal de la Biblioteca Nacional de Ciencia y Técnica (BNCT)**, cuya importancia está dada por las transformaciones y retos que implica la implementación de ambos propósitos en las relaciones *usuario-institución-especialistas* para garantizar el éxito de la gestión de información.

Cada uno de estos proyectos aporta elementos que preceden y reafirman la importancia de implementar el sistema de comunicación como instrumento indispensable para la obtención de los resultados esperados.

Los gráficos 1, 2 y 3 tomados de (Casate, 2008) muestran algunos de los aspectos que se tuvieron en cuenta para determinar el diseño e implementación futuros del sistema de Comunicación Aplicada a la Información y la Gestión Tecnológica.

GRÁFICO 1.

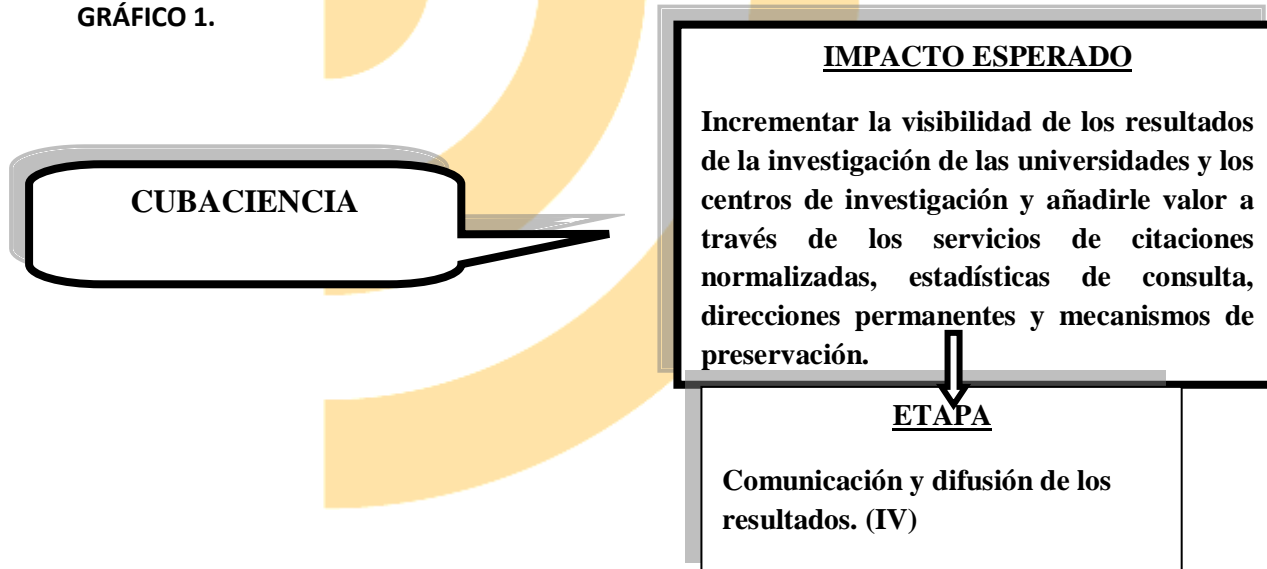


GRÁFICO 2.

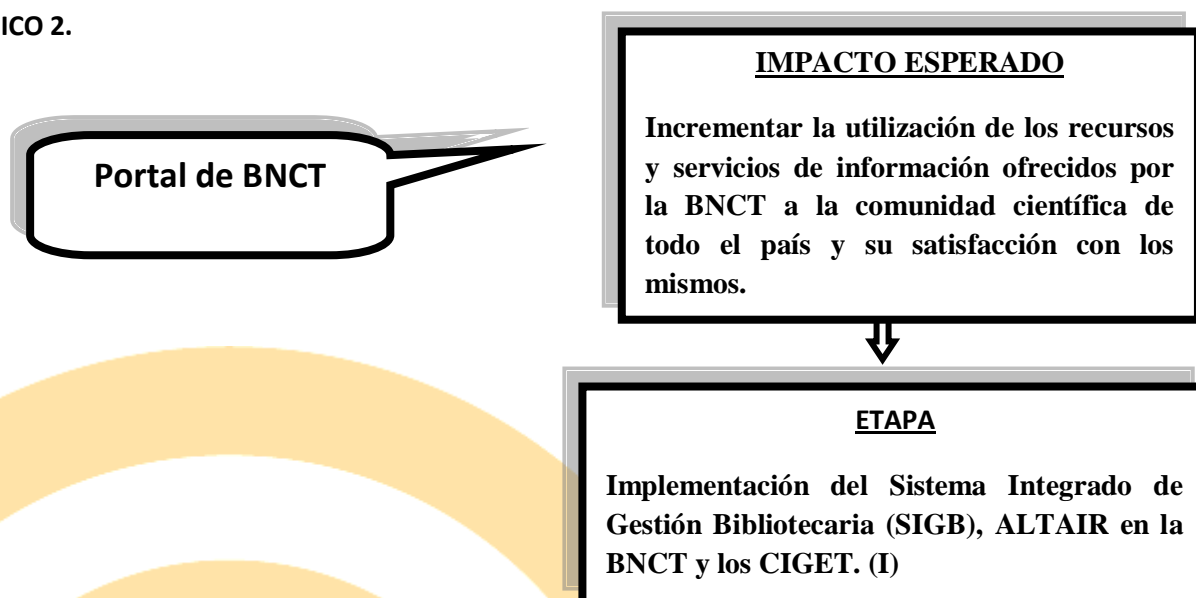
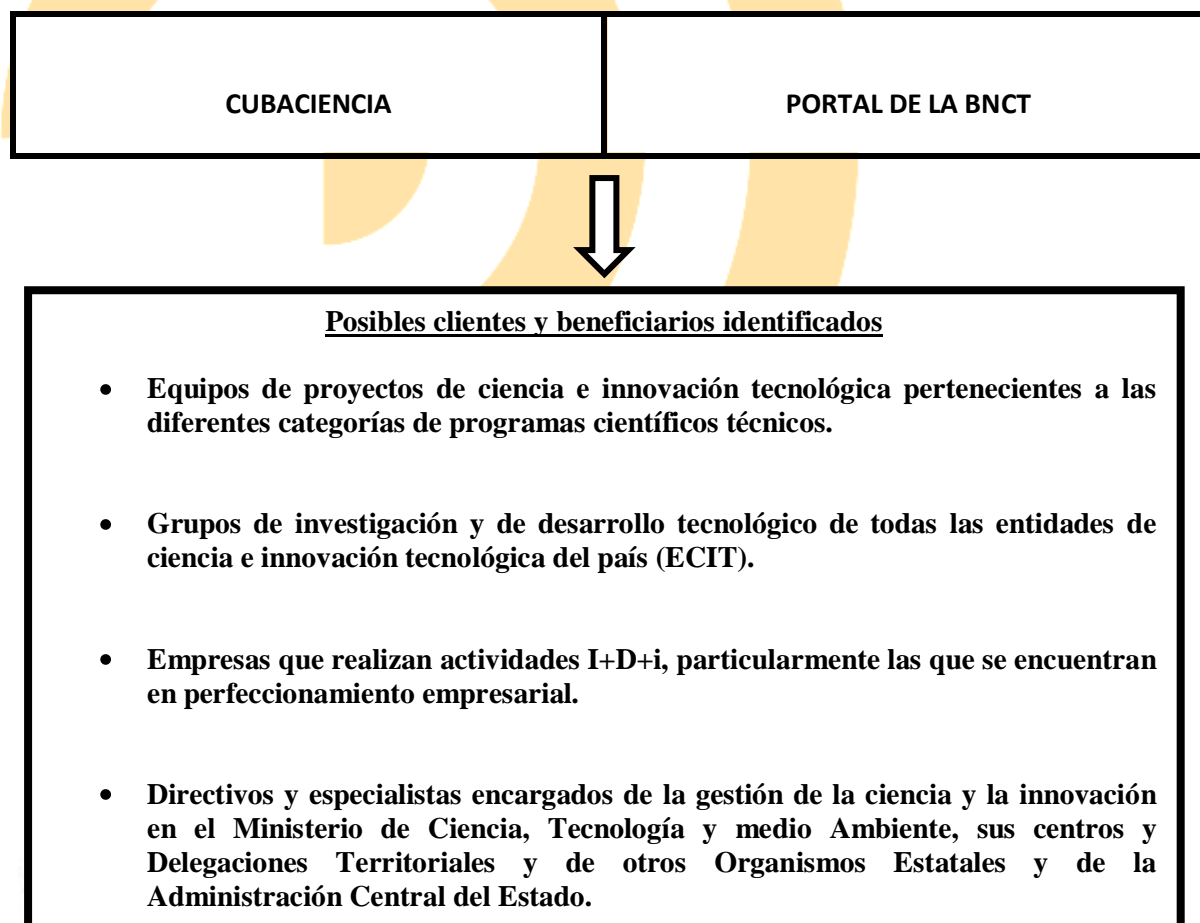


GRÁFICO 3.



1.1 Centro de Información y Gestión Tecnológica en Pinar del Río. CIGET

El centro de Información y Gestión Tecnológica, se encuentra ubicado en la Delegación Territorial del CITMA en Pinar del Río. El mismo se subordina al Instituto de Información Científica y Tecnológica (IDICT), en la Ciudad de La Habana. Como parte de los objetivos estratégicos del Centro está la aplicación del enfoque sistémico para garantizar un mejor funcionamiento y cumplir con la misión y política de calidad establecidas. Nosnik (1995) nos propone tres niveles de abstracción en los sistemas de comunicación organizacionales:

El primero la organización como sistema: explica los aspectos fundamentales de un sistema: estructura (integrada por un número finito de partes y uno potencialmente infinito de relaciones entre estas) y funcionalidad (referida a la orientación general de la organización hacia cierto tipo de actividades, determinables por el giro y la misión).

El giro de una organización comprende el tipo de producto o servicio que ofrece a su cliente o usuario; la misión, el estado meta que se ha propuesto alcanzar, convirtiéndose en un principio heurístico regente y orientador de las actividades de la organización en su conjunto

Los aspectos estructurales y funcionales de la organización constituyen el segundo nivel de abstracción. Aquí se catalogan dos tipos de partes estructurales: personas y elementos impersonales (medios o canales físicos de transmisión y recepción de mensajes en la organización) y de relaciones entre ellas: interpersonales y organizacionales.

Tercer nivel de abstracción: características de un sistema de comunicación en la organización. Donde plantea que las funciones de los sistemas de comunicación en la organización son la descriptiva (que persigue exponer lo que sucede, el estado de cosas o la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos organizacionales), la evaluadora (describe, pondera o juzga cada ámbito organizacional) y la de desarrollo (analiza cómo reforzar lo evaluado como acertado, y mejorar aquello que fue considerado erróneo en las actividades del ámbito organizacional que se haya estudiado.

En este sentido la institución trabaja y se perfecciona, a través del uso de herramientas que apoyen su actividad principal. Estamos haciendo referencia al diseño e implementación de sistemas, la elaboración de estrategias, la confección de guías, modelos de aplicación etc; que nos permitan alcanzar mayores y mejores resultados.

1.11 Misión

Organización de la Industria de la Información que facilita la toma de decisiones, la solución de problemas y el desarrollo sostenible de sus clientes; con productos y servicios científicos tecnológicos y ambientales de alto valor agregado.

1.1.2 Política de Calidad

Diseñar e implementar un Sistema de Gestión de la Calidad que permita satisfacer y superar las expectativas de sus clientes con profesionales altamente calificados y comprometidos a brindar Servicios de Información Científico-Técnico y de Consultoría con el mayor nivel de exactitud, actualidad y precisión.

El centro se encuentra estructurado por: la Dirección General, que incluye el área de Recursos Humanos, el Departamento de Economía con el área de Comercial, el Departamento de Gestión de la Información, el Departamento de Consultoría y el Nodo. Actualmente cuenta con 22 especialistas, de ellos un Técnico Medio y un Adiestrado.

1.1.3 Servicios Científico-Tecnológicos

- **Consultoría:** Gestión de la Información.
Organizacional
Estratégica
Gestión de la Innovación
- **Asesoría:** Sistema de Gestión de los Recursos Humanos
Sistema de Información para el Forum de Ciencia y Técnica.
Sistema de Gestión de la Calidad.
Resolución de Control Interno (297)
Estrategia Integrada de Ciencia, Innovación y Medio Ambiente.
- **Búsqueda de Información**
- **Monitoreo de Información**
- **Diseño de Productos electrónicos (sitios Web, boletines, multimedia...)**
- **Servicios de Propiedad Industrial:** Búsqueda de Interferencia de marcas.
Llenado de formularios.
Búsqueda de Información de Patentes.
Elaboración de Documentos de Patentes y Modelo Industrial.
Trámite de Registro de Derecho de Autor.

El Centro de Información y Gestión Tecnológica está encaminado a cumplir con las funciones y objeto social por el que ha sido creado. Su relación con el medio externo es un argumento más que suficiente para pensar en una eficiente Gestión de Comunicación que permita la creación de un ambiente favorable y productivo. Por tal motivo es importante que todos los miembros de la organización participen y apoyen la necesidad de contar con un Sistema de Comunicación, permitiendo un mayor alcance en la difusión de nuestros productos y servicios. Las vías, los medios y los canales serán

establecidos con anterioridad como parte de la política de Comunicación que se establezca en el centro, reforzando nuestra imagen e identidad como unidad de información y servicio informativos.

2. QUÉ ES LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional cuenta con amplio soporte conceptual que permite conocer detalladamente cuáles son los elementos fundamentales que la caracterizan y cómo constituye dentro de la organización, un pilar indispensable para el logro de los objetivos propuestos por la misma.

El desarrollo de la comunicación organizacional marca su evolución inicialmente en Estados Unidos (con autores como Charles Redding, Frederick Jablin, Linda Putnam, Kreps) y Europa (Joan Costa, Justo Villafañe, José Luis Piñuel, José Gaitán, Annie Bartoli, Cees Van Riel). Recientemente se ha enraizado en América Latina (Gaudencio Torcuato, Carlos Fernández Collado, Abraham Nosnik, Rafael Serrano, María Luisa Muriel y Carmen Rota), donde México, Brasil y Argentina han protagonizado producción teórica y experiencia práctica. (Trelles, 2001)

Fernández Collado (1997) define la comunicación organizacional como:

El conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio. Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos.

Mientras que Irene Trelles (2007), en las *Orientaciones metodológicas para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación en los CES* (2007), plantea:

La comunicación institucional se construye desde el interior de la entidad hacia el exterior, lo cual hace imprescindible definir una identidad de la organización, con objetivos y metas claras, así como generar una comunicación holística, estratégica y eficaz entre los diversos mensajes de la entidad.

La comunicación organizacional vista por estos autores sintetiza en gran medida los actores claves que participan en este proceso tan complejo. En esta llamada "producción de la información", la tendencia a la misma, va a establecer las diferentes posibilidades del éxito o fracaso de la institución. Vincular los objetivos e indicadores estratégicos proporciona que un sistema de comunicación en el CIGET, facilite la fluidez de los procesos y los cambios que debemos afrontar.

2.2 Sistema de Comunicación Aplicada a la Información y Gestión Tecnológica. CAIGET

2.2.1 Etapas del Sistema de Comunicación

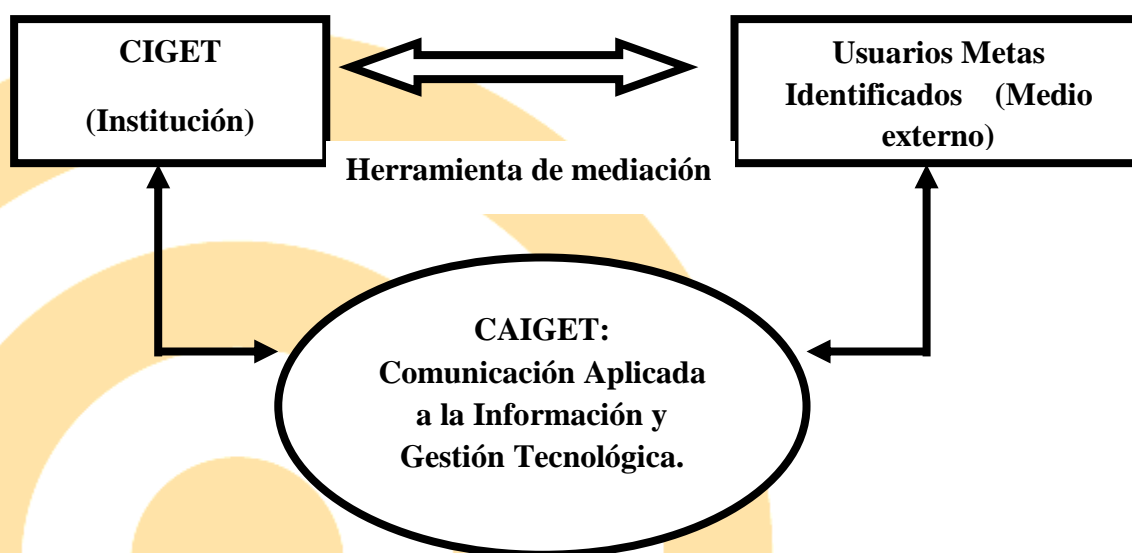
1. Diagnóstico de Comunicación.
2. Determinar las necesidades de Comunicación.

3. Implantar el sistema.

2.2.2 Implementación de CAIGET

El sistema de Comunicación Aplicada a la Información y Gestión Tecnológica, surge a partir de la carencia de una herramienta que facilite la relación comunicativa-informacional del CIGET con los públicos a los que va orientado su actividad, para llevar a cabo una eficiente gestión de información y tecnológica. En este sentido CAIGET pretende insertarse en ese entorno a través de un conjunto de acciones que permitan fortalecer su imagen e identidad organizacional. Ver figura 4. De manera sintetizada el sistema de comunicación a implantar tendrá un carácter mediador, por excelencia, entre el centro y los públicos o usuarios metas a los que va dirigido su desempeño.

GRÁFICO 4.



1. Creación del grupo, departamento o dirección integrada por especialistas en el tema, cuya responsabilidad consiste en la conducción y asesoramiento de la gestión de comunicación.
2. Definición de los públicos que van a interactuar con el sistema.
3. Determinación de los objetivos y metas a alcanzar por CAIGET.
4. Definición y ejecución de las funciones y acciones de CAIGET.
5. Evaluación del cumplimiento y funcionamiento del sistema.

2.2.4 Público

Para la aplicación de CAIGET fueron seleccionados los posibles clientes y beneficiarios identificados en los proyectos CUBACIENCIA y Portal de la BNCT, incluyendo los Medios de Comunicación Masiva.

2.2.5 Objetivos estratégicos

- Potenciar el conocimiento y reconocimiento institucional y social de la Comunicación Aplicada a la Actividad de Información y Gestión tecnológica (CAIGET), a través del desempeño del CIGET.
- Promover la actividad de Gestión de Información, el Conocimiento y la Investigación, contribuyendo al diseño de nuevos productos y servicios de alta calidad y valor agregado.
- Perfeccionar los espacios de comunicación directa con el público/usuario.
- Establecer relaciones de coordinación y sistemáticas
- con los medios de comunicación masiva para lograr un amplio y profundo nivel de información sobre la actividad que desarrolla el CIGET.
- Brindar información sobre los resultados en la labor de ciencia y tecnología del centro, el aporte de sus protagonistas y la gestión del conocimiento en la solución de las necesidades sociales.
- Promover el intercambio con otras organizaciones, centros y otras entidades especializadas en Comunicación, a fin de incrementar la socialización del sistema.
- Acentuar y promover la imagen de la institución en la sociedad y en los públicos metas predeterminadas por la misma.

2.2.6 Funciones principales a cumplir por CAIGET

- Efectuar periódicamente diagnósticos sobre el funcionamiento del sistema.
- Elaborar planes de acción que garanticen la solución de las deficiencias detectadas en los diagnósticos sobre el sistema de comunicación.
- Estudiar nuevas formas y alternativas sobre comunicación para continuar con su perfeccionamiento.
- Establecer la política de Comunicación del CIGET.
- Participar en el proceso de elaboración de los planes estratégicos y los de corto plazo de la entidad y en la definición del presupuesto de comunicación.
- Planear anualmente las acciones de Gestión de Comunicación.
- Coordinar las tareas de Gestión de Comunicación del centro.
- Promover el desarrollo y la capacitación de los especialistas que interactúan directamente con el sistema.
- Informar al consejo de dirección de la institución sobre los resultados y deficiencias en el proceso de implantación del sistema, así como los planes de medidas a implantar.
- Evaluar el cumplimiento del sistema de comunicación.
- Otras que sean designadas por el director general de la empresa u organización superior de dirección.

2.2.7 Acciones a desarrollar por el Sistema CAIGET

- Difusión del CIGET como entidad de Información y Gestión Tecnológica. (tipo de organización, misión, visión y objetivos, política de calidad).
- Divulgación y Difusión de los productos y servicios del Centro.
- Divulgación y desarrollo de acciones de superación y eventos caracterizados.
- Desarrollo y divulgación de proyectos e investigaciones.
- Elaboración del Manual de Gestión de Comunicación.

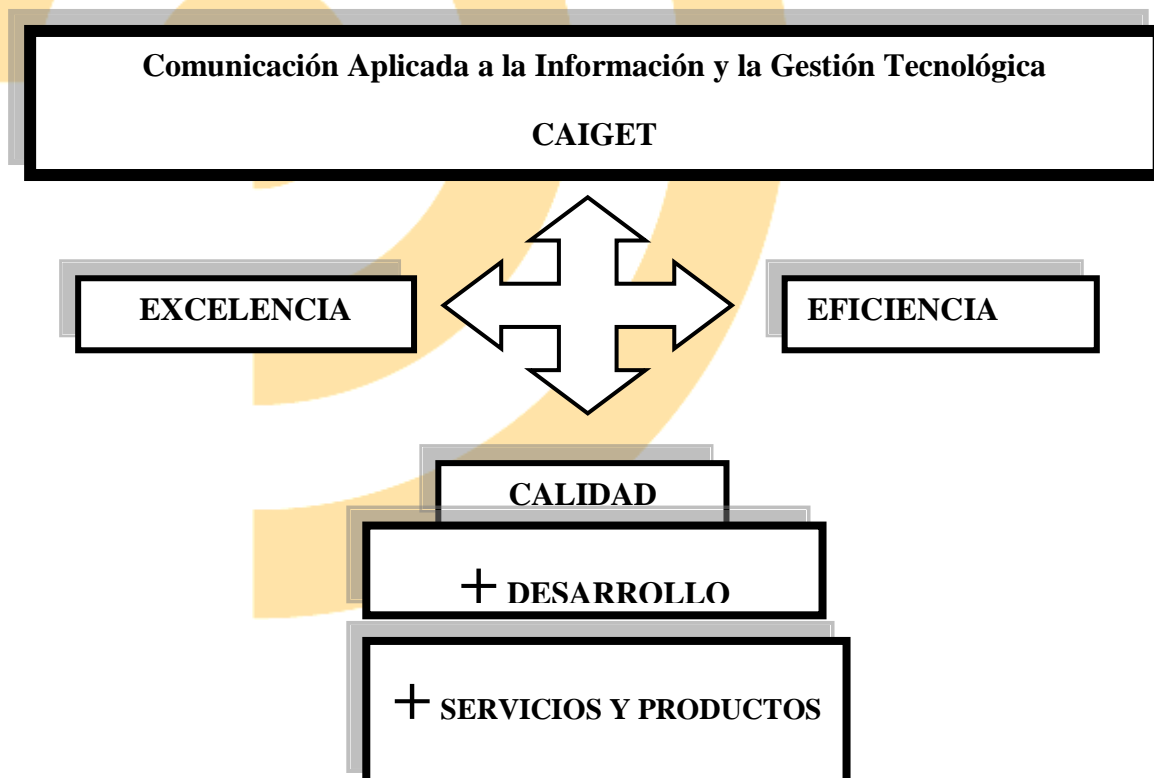
- Elaboración de Estrategias de Comunicación.
- Diseñar productos y servicios de comunicación (boletines, catálogos plegables, alertas etc.)
- Evaluación y perfeccionamiento de los sitios del Sistema CIGET, intranet, páginas Web, tanto desde el punto de vista del contenido como del diseño, así como el diseño de un nuevo sitio para CAIGET.
- Promover la creación de CAIGET con el fin de fortalecer su actividad.
- Respaldo a las actividades del organismo rector (IDICT).
- Establecer convenios de intercambio con otros centros nacionales e internacionales que favorezcan la Gestión de Información, el Conocimiento y la Investigación en todo lo que refiere a la Comunicación Aplicada.

3. CONCLUSIONES

Una vez analizados estos elementos y ante las transformaciones estructurales que se avecinan y forman parte del auge de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC), aplicadas a la información, es evidente que los CIGET se encuentran inmersos en estos procesos y se convierten en pilares mediadores, por las funciones que desempeñan.

En los momentos que estamos viviendo, donde la información se convierte en el principal recurso de las organizaciones, ya no nos conformamos con brindar servicios tradicionales y satisfacer las necesidades de los usuarios que son la razón de ser de estos centros. Con las TIC cada día aparecen nuevas ideas, nuevas propuestas de servicios, nuevas y más exigentes comunidades de usuarios/públicos/clientes; así como la utilización de herramientas de apoyo, la solución de problemas, la aplicación de enfoques actuales y novedosos para el beneficio de nuestra organización, tomando las decisiones correctas y trazando las estrategias adecuadas para alcanzar el éxito.

GRAFICO 5.



< ALCANCE

La Comunicación Aplicada

Herramienta para:

- **Elevar la calidad de los procesos de Gestión de Información y el Conocimiento.**
- **Elevar la calidad de la Gestión Tecnológica.**
- **Fortalecer la imagen organizacional.**

REFERENCIAS

Casate, R. (2008). CUBACIENCIA: un portal de servicios y recursos de Acceso Abierto. Ciudad de La Habana: Idict.

Casate, R. (2008). Portal de la Biblioteca Nacional de Ciencia y Tecnología. Ciudad de La Habana: Idict.

Nosnik, A. (1995). El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones. En *La comunicación en las organizaciones* (pp. 165-194). México: Trillas.

Trelles, I. (2001). *Comunicación organizacional*. Ciudad de La Habana: Félix Varela.

Fernández, C. (1997) *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR. (2007). *Orientaciones metodológicas para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación en los CES*. Cuba: MES