Descargado el: 10-11-2026 ISSN 1727-897X

CARTA AL DIRECTOR

La comunicación institucional como herramienta de gestión universitaria en Ciencias Médicas

Institutional communication as a tool for university management in Medical Sciences

Tomás Alberto Isaac Quesada[1]

[1] Universidad de Ciencias Médicas, Ciego de Ávila, Ciego de Ávila, Cuba

Cómo citar este artículo:
Isaac-Quesada T. La comunicación institucional como herramienta de gestión universitaria en Ciencias Médicas. **Medisur** [revista en Internet]. 2016 [citado 2026 Nov 10]; 15(1):[aprox. 2 p.]. Disponible en: https://medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/3420

Aprobado: 2016-12-20 08:30:14

Correspondencia: Tomás Alberto Isaac Quesada. Universidad de Ciencias Médicas. Ciego de Ávila. tomas@ucm.cav.sld.cu

Señor Director:

La complejidad de los procesos inherentes a la Educación Médica Superior, así como la estructura y composición de los escenarios formativos, requiere de un sistema comunicativo coherente que ubique a la comunicación institucional en su valor estratégico, como una herramienta de gestión. Esta carta al director tiene la intención de focalizar la atención hacia este tema, insuficientemente abordado en las investigaciones y la práctica organizativa y de gestión en el ámbito de las instituciones médicas universitarias en Cuba, acaso porque pudiera, por algunos, percibirse distante de su objeto social y de estudio.

Muchos de los vacíos comunicacionales hoy existentes en las universidades de ciencias médicas están asociados a que no en todos los casos se aprecian políticas claras, coherentes y estratégicas en materia de comunicación institucional, a pesar de que ella constituye un catalizador en la solución de las más diversas problemáticas en materia de gestión universitaria.

De esa manera, correspondería una aproximación a un modelo de gestión de comunicación institucional en las universidades de ciencias médicas, que incluya la concreción de las funciones que esta área debe cumplir, y cabría formularnos como interrogante de rigor: ¿qué debe atender la comunicación institucional en la universidad?

Desde la experiencia de algunas universidades adscriptas al Ministerio de Educación Superior (Holguín, Habana, Oriente, UCI), quienes acumulan ya un tiempo de labor en esta materia, con equipos de trabajo especializados, la comunicación institucional constituye una apoyatura esencial para la totalidad de los procesos que tienen lugar.

Ajustados a las particularidades de los centros de enseñanza médica superior, entre las principales funciones del área de comunicación institucional (Grupo, Departamento, Metodólogos adjuntos a Trabajo Educativo y Extensión universitaria, a la Rectoría o a la Vicerrectoría general, según la variante administrativo-organizativa que se emplee) deben encontrarse:

- Elaboración e implementación de la Estrategia de Comunicación Institucional y del Manual de Identidad Visual de la Universidad de Ciencias Médicas.
- Asesorar y coordinar perfiles editoriales, objetivos y funciones de los medios de comunicación digitales de la Universidad.
- Organizar y asesorar la actualización de segmentos de las páginas web de la universidad, y proponer segmentos adicionales que contribuyan a incrementar la calidad y aceptación de esas páginas.
- Asesorar sobre ubicación, contenido y diseño de todas las formas de comunicación gráfica de la universidad.
- Proponer y participar en el diseño de productos comunicacionales (plegables, posters, almanaques, agendas, llaveros, etc.), para obsequio protocolar.
- Fundamentar, elaborar e impartir programas de posgrado (cursos) sobre comunicación científica.
- Mantener actualizada una base de datos de instituciones y personas relacionadas con la universidad.
- Crear y mantener la base de datos de los graduados y principales directivos de la institución.
- Organización de eventos corporativos: premios, inauguraciones, graduaciones, claustros, etc.
- Elaborar un Manual de protocolo.
- Velar por el cumplimiento de las normas de protocolo
- Coordinar acciones de posicionamiento mediático de la Universidad en los medios de difusión masiva, desde conferencias de prensa, trabajos de periodistas, desarrollo de visitas dirigidas (recorridos), cobertura de celebraciones enmarcadas en fechas significativas o eventos territoriales, nacionales o internacionales. Mantener actualizada una base de datos con los periodistas que atienden el sector.
- Diseñar, implementar y evaluar campañas promocionales de procesos académicos universitarios, de formación vocacional y orientación profesional, ingreso a la Educación Superior, identidad institucional, eventos científicos y académicos, procesos de acreditación universitaria, productos y servicios científicos y académicos, y campañas de bien público sobre temas de salud y medio ambiente, entre otros.
- Sostener relaciones de trabajo con la

Asociación de Comunicadores Sociales.

- Diagnosticar y sondear la opinión pública interna y externa, desde la aplicación de instrumentos, métodos y técnicas para captar estados de opinión, y proponer acciones comunicativas de respuesta, así como informar a los decisores.
- Promover relaciones inter-institucionales a nivel provincial y nacional.

La articulación de lo anterior conduciría a la aplicación del método de gestión de procesos desde la comunicación institucional, toda vez que no se trata de acciones aisladas, esporádicas, ni festinadas, sino organizadas, coherentes y sistémicas. Si bien sobre este método la ciencia implicada debe profundizar en lo teórico y en lo praxiológico, constituye este espacio de información al Director de la Revista Medisur y de socialización con sus lectores, un primer momento de aproximación a algo cuya importancia y complejidad no permiten análisis simplistas: la comunicación institucional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS