

**INFORACADEMIA: OFERTA DE INFORMACIÓN PARA LA CREACIÓN DE RECURSOS DE APRENDIZAJE EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO CUBANO**

**INFORACADEMIA: OFERTA DE INFORMAÇÃO PARA A CRIAÇÃO DE RECURSOS DE APRENDIZAGEM NO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO CUBANO**

**INFORACADEMIA: INFORMATION OFFER FOR THE CREATION OF LEARNING RESOURCES IN THE CUBAN UNIVERSITY CONTEXT**

 Luis Ernesto Paz Henrique<sup>1</sup>

 Eduardo Alejandro Hernández Alfonso<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Sociológicas. Licenciado en Ciencias de la Información. Estudiante de posgrado en Maestría en Docencia para la Educación Media Superior (MADEMS). Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional Autónoma de México.

**E-mail:** luisernestopazenrique@gmail.com

<sup>2</sup> Doctor en Ciencias Sociológicas. Licenciado en Comunicación Social. Estudiante de posgrado en Maestría en Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México.

**E-mail:** eahernandez1990@gmail.com



**ACESSO ABERTO**

**Copyright:** Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional. 

**Conflito de interesses:** Os autores declaram que não há conflito de interesses.

**Financiamento:** Não há.

**Declaração de Disponibilidade dos dados:** Todos os dados relevantes estão disponíveis neste artigo.

**Recebido em:** 04 jan 2023.

**Aceito em:** 19 set. 2024.

**Publicado em:** 04 nov. 2024.

**Como citar este artigo:**

PAZ ENRIQUE, L.E.; HERNÁNDEZ ALFONSO, E. A. Inforacademia: oferta de información para la creación de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 9, p. 1-16, 2024.

**RESUMEN**

El diseño de ofertas de información para la creación de recursos de aprendizaje potencia la adquisición de habilidades por parte de profesores universitarios. La Editorial Universitaria Félix Varela destaca por la cantidad de textos que editan y su amplia distribución a nivel nacional. A solicitud de la editorial es necesaria la creación de ofertas de información que facilite la creación de recursos de aprendizaje por parte de profesores universitarios. A lo anterior se suma que existe una baja producción científica de libros científicos para la docencia. Se planteó como objetivo del estudio elaborar una oferta de información que facilite la creación de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano. El estudio clasifica como mixto, predominantemente cualitativo. Para la obtención de resultados se emplearon métodos en los niveles teórico y empírico, fundamentalmente la encuesta. Se identificaron las características de los usuarios potenciales para el diseño de la oferta de información InforAcademia. La oferta cuenta con tres productos de información: un manual, un tutorial y un video tutorial.

**Palavras-chave:** Cuba; Editorial Universitaria

Félix Varela; producto de información; servicio de información.

Félix Varela; produto de informação; serviço de informação.

## RESUMO

O desenho de ofertas de informação para a criação de recursos de aprendizagem potencia a aquisição de competências por professores universitários. A Editora Universitária Félix Varela destaca-se pela quantidade de textos que publica e pela ampla distribuição nacional. A pedido do editor, é necessário criar ofertas de informação que facilitem a criação de recursos de aprendizagem por professores universitários. Além do exposto, há uma baixa produção científica de livros científicos para o ensino. O objetivo do estudo foi desenvolver uma oferta de informação que facilite a criação de recursos de aprendizagem no contexto universitário cubano. O estudo é classificado como misto, predominantemente qualitativo. Para a obtenção dos resultados, foram utilizados métodos de nível teórico e empírico, principalmente o survey. Foram identificadas as características dos potenciais usuários para o desenho da oferta de informação da InforAcademia. A oferta inclui três produtos de informação: um manual, um tutorial e um tutorial em vídeo.

**Palavras-chave:** Cuba; Editorial Universitaria

## ABSTRACT

design of information offers for the creation of learning resources enhances the acquisition of skills by university professors. The Editorial Universitaria Félix Varela stands out for the number of texts they edit and their wide distribution nationwide. At the request of the publisher, it is necessary to create information offers that facilitate the creation of learning resources by university professors. In addition to the above, there is a low scientific production of scientific books for teaching. The objective of the study was to prepare an information offer that facilitates the creation of learning resources in the Cuban university context. The study classifies as mixed, predominantly qualitative. To obtain results, methods were used at the theoretical and empirical levels, mainly the survey. The characteristics of the potential users for the design of the information offer InforAcademia were identified. The offer has three information products: a manual, a tutorial and a video tutorial.

**Keywords:** Cuba; Editorial Universitaria Félix Varela; information product; information service.

---

## 1 INTRODUÇÃO

Los recursos de aprendizaje (REA), juegan un papel fundamental en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Permiten el acceso al conocimiento, capacitación o instrucción sin la presencia del docente. Los REA son de gran apoyo para la formación profesional. El aprendizaje debe ser permanente, realizarse durante toda la vida. Toda persona debe desarrollar habilidades para la adquisición de nuevos conocimientos de manera continua e independiente (Sánchez, 2019).

Las exigencias de la educación en la actualidad suponen una demanda del paradigma del aprendizaje autónomo (Paz et al., 2020a), surge en la teoría y en la práctica pedagógica. Las posiciones teórico-conceptuales de partida sirven de base para comprender la perspectiva que exige la autopreparación del estudiante bajo condiciones diferentes de aprendizaje.

El aprendizaje autónomo es la facultad que tiene una persona para dirigir, controlar, regular y evaluar su forma de aprender (Peinado, 2020). Las actividades mencionadas se realizan de manera consciente e intencionada y haciendo uso de estrategias de aprendizaje para lograr el objetivo o meta deseada. El aprendizaje autónomo implica, por tanto, mayor implicación del estudiante en la toma de decisiones sobre los objetivos, recursos, tiempos de aprendizaje y la propia evaluación.

Los REA juegan un papel imprescindible en la concepción del aprendizaje autónomo. Tienen la finalidad de proporcionar al estudiante las herramientas para que estos puedan adquirir los conocimientos necesarios en su formación.

En el ámbito universitario los profesores deben ser capaces de crear REA que satisfagan las necesidades formativas de sus educandos.

Una de las formas que favorecen la adquisición de habilidades profesionales para la creación y socialización de REA es a través de una oferta de información. Las ofertas de información constituyen el binomio entre el servicio y el producto que se emplea en la ejecución del mismo (Paz et al., 2017). El mediador entre el usuario y la oferta debe ser un profesional capaz de dilucidar la necesidad real del usuario / cliente y procurar solucionar la problemática. La oferta tiene como característica fundamental que el usuario puede adquirir o consultar un bien físico para suplir la necesidad identificada combinando con un servicio.

La concepción de ofertas surge en la década de 1980 cuando la información es considerada como un recurso imprescindible en las organizaciones. En el marco gerencial se convierte en un activo que debe gestionarse y potenciarse para evitar su pérdida (Codina, 2018). Aunque el término aparece en la fecha mencionada, no es empleado sistemáticamente en la literatura científica hasta el presente siglo.

El diseño de ofertas de información está determinado por una necesidad de información. Estas necesidades dependen de la actividad laboral, disciplina, campo, área de interés, disponibilidad de facilidades y la posición jerárquica de los individuos. Las necesidades de información son sumamente importantes en las investigaciones, en correspondencias con ellas es que se proponen las soluciones reales para los usuarios.

El diseño de ofertas de información para la creación y socialización de REA constituye una necesidad permanente. Lo anterior contribuye además con la formación de profesores en tanto estos puedan elaborar recursos adecuados a las necesidades de sus estudiantes y del contexto. Dentro de los REA más empleados y demandados en el ámbito de la educación superior se encuentran los libros científicos para la docencia, los manuales, los tutoriales y las multimedias (Vásquez et al., 2016; Vásquez et al., 2017; Etchegaray et al., 2018). La creación y socialización de REA es una práctica habitual por parte de profesores e investigadores que se desempeñan en las universidades, aunque no siempre se realizan bajo criterios estandarizados en su forma y contenido. Por lo general los REA están orientados para la formación docente. Los más empleados son libros, tutoriales, multimedias, foros, entre otros.

En Cuba existen varias editoriales académicas que publican textos relacionados con la formación docente. La Editorial Universitaria Félix Varela (EUFV) destaca por la cantidad de textos que editan y su amplia distribución a nivel nacional. La EUFV es reconocida nacionalmente como la editorial universitaria por excelencia (Mastley, 2017). A criterio de la EUFV mucho del material científico técnico que reciben carece de criterios mínimos de calidad. Lo anterior está condicionado en gran medida por el desconocimiento de los profesores en torno a las características que deben tener estos recursos debido a su orientación a la docencia. Se adiciona la ausencia de materiales complementarios que apoyen metodológicamente el diseño de REA.

Recientemente la EUFV diseñó la Plataforma Nueva Era que permite visualizar (y en un futuro comercializar), libros científicos con fines docentes. No solo se comercializa o socializa el libro, sino que integra otros REA creados por los profesores para la promoción del libro. A solicitud de la editorial mencionada es necesaria la creación de ofertas de información que facilite la creación de REA por parte de profesores universitarios.

Existe una baja producción científica de libros científicos para la docencia. Generalmente asignaturas (propias y optativas) carecen de un cubrimiento bibliográfico que les permita a los estudiantes contar con un material especializado que facilite el aprendizaje. El principal aspecto que limita dicha producción es el desconocimiento por parte del claustro de la forma de elaborar libros con enfoque didáctico. Estos libros son

los menos comunes en cuanto a su construcción debido a que en las universidades los textos que se generan tienen mayor aporte como producción científica (libros arbitrados por pares académicos). Se plantearon como objetivos del estudio: 1) diagnosticar el contexto y las necesidades de información de profesores universitarios cubanos en torno a la creación de REA y 2) diseñar una oferta de información que faciliten la creación de REA en el contexto universitario cubano.

## 2 METODOLOGIA

La investigación clasifica como aplicada. Su objetivo se centra a dar solución a un problema práctico. Clasifica además como mixta, predominantemente cualitativa. Se sostiene en el análisis de datos para la presentación de resultados a través de estadística descriptiva, fundamentalmente en el estudio de usuarios. La población del estudio está constituida por profesores universitarios cubanos. La muestra seleccionada clasifica como no probabilística por conveniencia, el criterio de inclusión de la misma fue: Claustro de profesores del departamento de la especialidad de Ingeniería Agrícola de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Central “Marta Abreu” de la Villas, Cuba.

La selección de la muestra se debe a que en ese departamento se localiza la Dirección Nacional de la carrera de Ingeniería Agrícola. La especialidad mencionada se estudia en todas las universidades del país. Lo anterior permite representar las necesidades de información de profesores universitarios en cuanto a la creación y socialización de REA.

Para la obtención de resultados se emplearon métodos en los niveles teórico y empírico. En el nivel teórico se utilizaron el analítico – sintético, inductivo – deductivo y sistémico – estructural. En el nivel empírico se empleó el análisis documental clásico, la observación no participante, encuesta, estadístico – matemático y triangulación de información. Las técnicas correspondientes fueron: revisión de documentos, entrevista, cuestionario, análisis porcentual, estudio de homólogos y test heurístico. Para el diseño de la oferta de información se empleó una metodología orientada al diseño basado en la experiencia de usuario (Paz et al., 2017). Las etapas y sub – etapas de esta se muestra en la Tabla 1.

**Tabla 1** - Etapas y sub-etapas de la metodología para el diseño de ofertas de información

<b>Etapas</b>	<b>Sub-etapas</b>
Documentación	Estudio de necesidades de información Estudio de usuarios Categorización de usuarios Justificación de la oferta
Diseño	Identificación de recursos necesarios Limitaciones de la oferta Definición de productos y recursos a ofertar Delimitación del alcance y objetivos de la oferta
Implementación	Establecimiento de funciones y procesos Creación de canales de comunicación Iniciar un período de prueba de la oferta Promocionar la oferta
Evaluación	Identificación de las solicitudes no resueltas Identificación de los costos - beneficios Elaboración del informe Valoración de la pertinencia del rediseño de la oferta

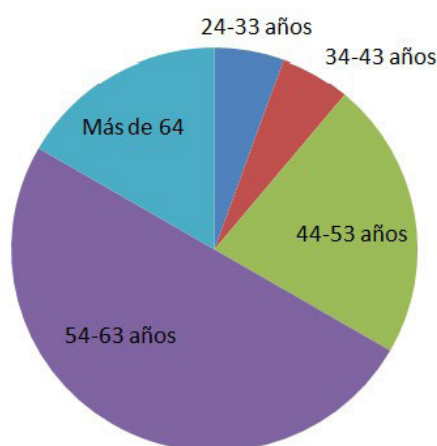
**Fuente:** Paz, Hernández y Tamayo (2017).

### 3 RESULTADOS

#### 3.1 El estudio de las necesidades de información de los usuarios potenciales para el diseño de una oferta de información para la creación REA en el contexto universitario cubano

A partir del cuestionario aplicado se identificaron las principales necesidades de información de los usuarios de la oferta de información. Se encuestaron a 18 sujetos identificados como usuarios potenciales. Las edades físicas de los encuestados se reflejan en la Figura 1.

**Figura 1** - Edades físicas de los usuarios encuestados



**Fuente:** elaboración propia.

Se observa que el grupo de edades que mayor cantidad de miembros tiene es el que comprende desde 54 a 63 años. Esta característica se debe tener en cuenta al momento de diseñar la oferta, puesto que existe mayor cantidad (un 50%) de personas con más de 50 años. Lo anterior podría influir en la cantidad de recursos tecnológicos a incluir. Los grupos de edades con menores cantidades son los de 24-33 y 34-43 años lo cual evidencia la poca presencia de usuarios en edad joven en el departamento. Los resultados atendiendo al género de los encuestados se muestran en la Tabla 2.

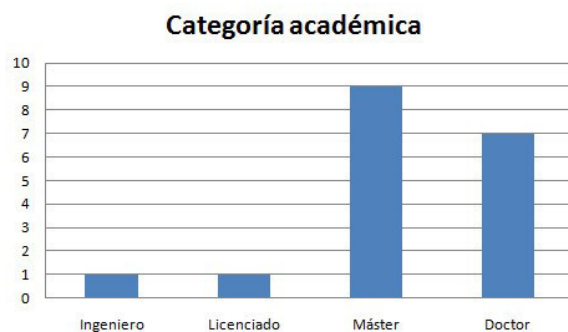
**Tabla 2** - Género de la muestra

Género	Cantidad de personas	Por ciento
Femenino	4	22
Masculino	14	78
Total	18	100

**Fuente:** elaboración propia.

Existe un alto predominio de usuarios del género masculino, aspecto que puede influir en la selección tipográfica y color de la oferta. La identificación del género de los usuarios contribuye a identificar las características psicosociales de los usuarios a partir de estereotipos y prejuicios. La problemática de género debe ser identificada en los estudios de usuarios para contribuir a la descentralización de roles. Se deberán emplear imágenes y colores que contribuyan a minimizar estereotipos de género. La categoría académica de los encuestados se muestra en la Figura 2.

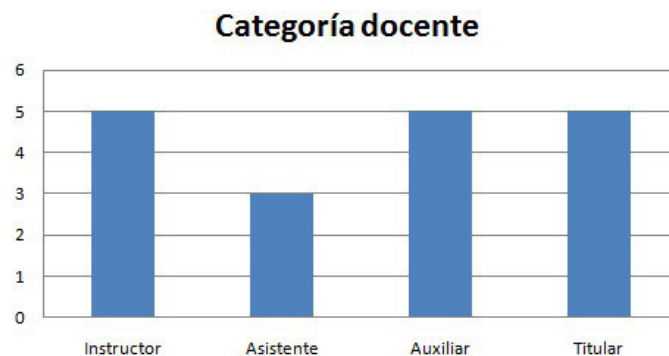
**Figura 2 - Categoría académica de los usuarios encuestados**



**Fuente:** elaboración propia.

En lo relativo a grado académico de los encuestados se nota el predominio de máster, siendo este un 50%. Se identificó de igual manera un alto número de doctores, aspecto que influirá en la selección de contenidos con alto grado de especialización en correspondencia con la categoría de los usuarios. Se identificó que los encuestados poseen en su mayoría categorías docentes superiores: auxiliar y titular, ver Figura 3. El predominio de altos grados científicos y académicos puede inferir en que la oferta tenga cierto grado de complejidad y ser menos descriptivo. Los encuestados en su totalidad confirman no contar con ningún instrumento que los apoye a la creación y socialización de recursos de aprendizaje.

**Figura 3 - Categoría docente de los encuestados**

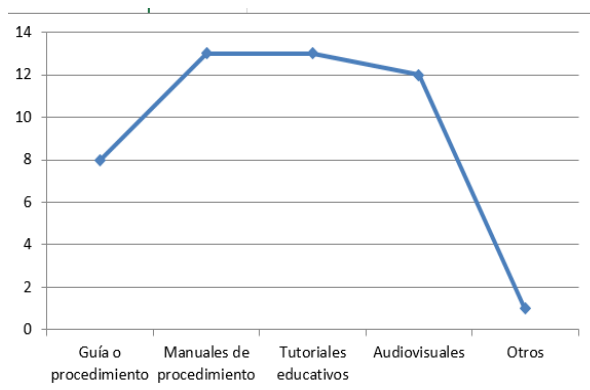


**Fuente:** elaboración propia.

Los instrumentos que los usuarios prefieren para la creación y socialización de REA se observan en la Figura 4.



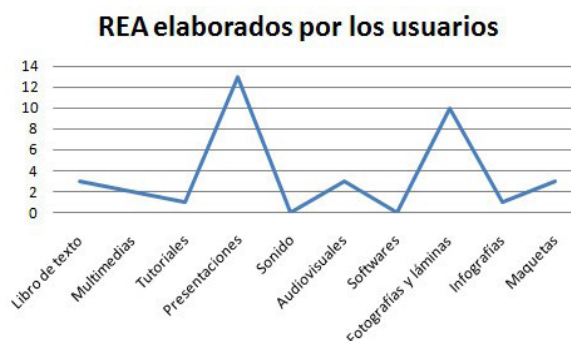
**Figura 4** - Formas en que los encuestados prefieren el instrumento



**Fuente:** elaboración propia.

El 60 % de los encuestados consideran que, de los instrumentos presentados, el manual de procedimiento o un tutorial educativo sería la herramienta ideal para cubrir sus necesidades. El resto de los encuestados (24%) prefirieron el audiovisual. A partir de los resultados obtenidos, deberán presentarse entre los productos de la oferta manuales, tutoriales, audiovisuales o una combinación entre los productos mencionados. El 95% de los encuestados declaran haber REA de diversa índole para la educación de sus estudiantes. Los principales recursos elaborados por los encuestados se muestran en la Figura 5.

**Figura 5** - Tipologías de REA elaborados por los usuarios

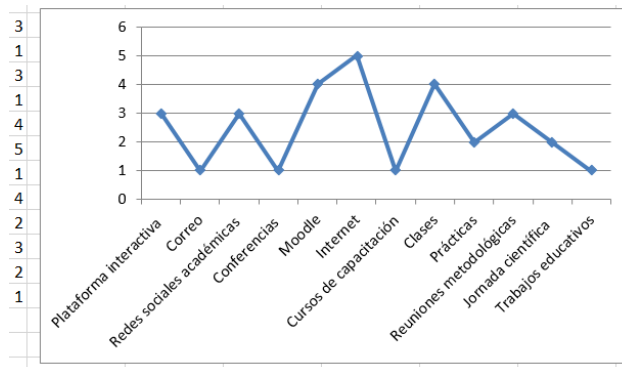


**Fuente:** elaboración propia.

El REA más elaborado por los usuarios se correspondió con las presentaciones. Lo anterior es un aspecto frecuente en el contexto de la educación superior donde por lo general las conferencias se apoyan de presentaciones que ilustran los contenidos que expone el profesor. Los encuestados declararon haber elaborado fotografías y láminas. En la entrevista sostenida con algunos de ellos, se identificó que lo anterior se correspondía con la iniciativa de los profesores de fotografiar aspectos poco comunes que ocurrían en su práctica profesional. Luego las imágenes eran mostradas en las formas de docencia que se impartían. Como aspecto negativo se identifica que el claustro encuestado solo ha elaborado tres libros de texto. Lo anterior muestra la pertinencia de la creación de la oferta de información, teniendo en cuenta que en el Departamento de Ingeniería Agrícola se encuentra la Dirección Nacional de esa especialidad. Consecuentemente ese claustro es el que debería coordinar y proponer los libros de texto que deberán regir la formación de este tipo de profesionales en todo el país.

Atendiendo a los espacios para la promoción y socialización de REA, los resultados se muestran en la Figura 6.

**Figura 6** - Espacios utilizados para la promoción y socialización de REA

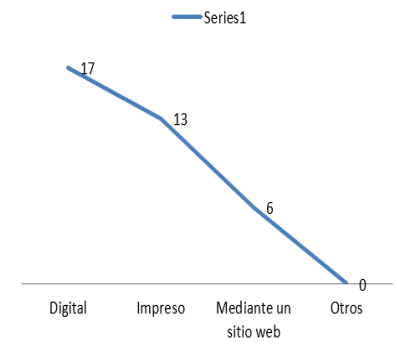


**Fuente:** elaboración propia.

Entre los espacios más conocidos para la promoción y socialización de REA de los encuestados se encuentra el Internet. Lo anterior constituye una muestra de desconocimiento de espacios especializados para la promoción de recursos de aprendizaje. El uso del término Internet constituye un genérico que no especifica los sitios en los que se realiza dicha actividad. En entrevista con algunos de los usuarios se identifica que el uso de Internet también se corresponde con la actualización de los profesionales en cuanto a contenidos. Como resultados esperados se identifica el espacio de la clase debido a que la función de los REA es precisamente apoyar la formación profesional. Uno de los espacios más empleados fue el Moodle. El entorno virtual de aprendizaje mencionado se corresponde con la política que emplea la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. La plataforma Moodle UCLV tiene la estrategia de montar todas sus asignaturas en aulas virtuales, lo anterior permite la educación semipresencial y a distancia, por lo que necesitan de gran cantidad de REA.

Los usuarios mencionaron que sí disponían un material que les facilitara la creación y socialización de REA, sin embargo, no definieron cual era. En entrevista luego con el jefe de departamento se identificó que era un manual de buenas prácticas que databa de inicios de 1980 que estaba enfocada en la presentación y uso de REA. A pesar de que cuentan con algunos materiales el 95% de los usuarios encuestados prefieren contar una oferta de información que los auxilie en la creación y socialización de REA. Los resultados obtenidos atendiendo al soporte que deberá poseer la oferta se muestran en la Figura 7.

**Figura 7** - Soportes preferidos por los usuarios para la oferta de información



**Fuente:** elaboración propia.

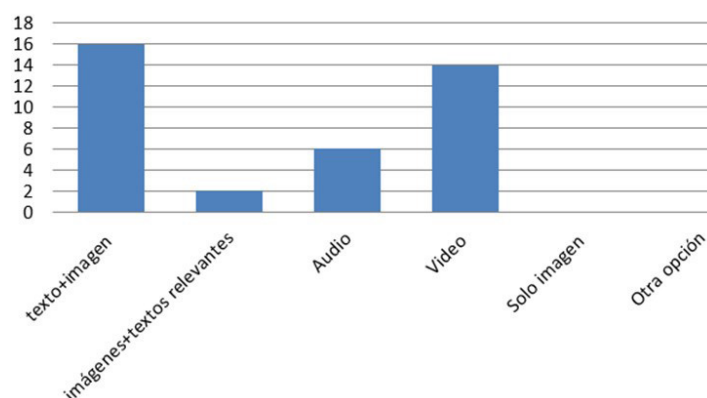
La oferta de información que se le brindará al Departamento de Ingeniería Agrícola deberá estar en formato digital (en correspondencia al 99% de sus respuestas).



Anteriormente se evidenció que la mayor parte de los usuarios son inmigrantes digitales, sin embargo, prefieren el formato digital. El resultado obtenido es muestra de una comunidad de práctica académica que ha asumido los nuevos formatos en cuanto al uso y construcción de los recursos informativos.

Es válido declarar que, aunque se toma como muestra para el estudio de usuarios al departamento mencionado, la oferta resultante será socializada en todas las universidades y centros de educación superior cubanos. Lo anterior supone que los productos de la oferta se muestren en varios formatos, aunque siempre deberá estar presente el digital de acuerdo a los resultados obtenidos. El formato digital permitirá la divulgación y socialización de la misma en la Web. En adición, los productos de la oferta podrán emplear el hipertexto y acceso a sitios de interés para los usuarios. La visualización de la oferta se muestra en la Figura 8.

**Figura 8** - Visualización de la oferta de información



**Fuente:** elaboración propia.

La visualización de la oferta de información será el texto acompañado imágenes (98%). El uso de texto e imagen favorecerá que los usuarios puedan comprender los contenidos con mayor facilidad. Destacó el audiovisual entre las formas de visualización más frecuentes. El audiovisual permitirá que los usuarios puedan visualizar formas de actuación profesional para la creación y socialización de REA.

### 3.2 INFORacademia: oferta de información para construcción y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano

- Identificación y descripción de los usuarios
- Usuarios potenciales: profesores universitarios cubanos que realizan y socializan REA
  - Usuarios reales e internos: profesores del Departamento de Agronomía de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas
  - Usuarios externos: profesionales, investigadores, centros de investigación, departamentos docentes u otra institución cuya actividad social sea la creación y socialización de REA.
- Identificación de los recursos humanos, tecnológicos y financieros para el diseño de la oferta. Los recursos humanos necesarios para llevar a cabo la oferta de información son los siguientes:
- Un especialista en Ciencias de la Información: encargado de diseñar, implementar, supervisar y evaluar la oferta
  - Un diseñador: encargado de diseñar la identidad visual de la oferta y sus productos
  - Un comunicador social: encargado de la promoción

- y evaluación de elementos visuales de la oferta
- Un creador o especialista en medios audiovisuales: para llevar a cabo el guion y el proceso de construcción del video tutorial
- Dos editores: un editor de texto para el manual y otro de audiovisuales para el video tutorial
- Tres correctores: encargado de corregir los textos (incluidos los visuales) de la oferta
- Un especialista en contabilidad: que evalúe los gastos que genere el diseño e implementación de la oferta de información

Atendiendo a los recursos materiales se requerirán los siguiente softwares y materiales:

- Adobe Photoshop: software que permite hacer modificaciones en las imágenes y el texto. Principalmente utilizado en el diseño visual del producto comunicativo
- InDesign: permite trabajar a detalle con herramientas de dibujo para editar y transformar ilustraciones. Es el programa que se emplea para la diagramación de productos editoriales escritos con vistas a su impresión
- Software Sony Vega: para la edición de material audiovisual
- Microsoft Excel: para el análisis estadístico de los resultados
- Computadora: para implementar y trabajar con los softwares anteriormente mencionados
- Servicio de impresión industrial: por si se realizan impresiones de algunos de los productos propuestos
- Cámara de video: para llevar a cabo las grabaciones correspondientes al video tutorial
- Conectividad a Internet: para acceder a sitios que serán mostrados en los productos y para integrar la oferta a los servicios que ofrece la Extranet de la EUFV

Los recursos financieros que genere la oferta serán evaluados durante el diseño e implementación de la misma por parte del especialista en contabilidad. Para el diseño tendrá que tenerse en cuenta los gastos que genere los servicios que presten los diseñadores, comunicadores sociales, editores, diagramadores y el resto de los profesionales involucrados. Los gastos generados serán sufragados en una parte por la EUFV y por la otra la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. La universidad mencionada con anterioridad pondrá a disposición de la oferta a profesionales cuya actividad se relacionen con los aspectos que se describen en el presente estudio.

Una vez implementada la oferta, esta será capaz de generar ingresos a partir del proyecto de comercialización que plantea la EUFV. En la implementación deberán evaluarse todos los gastos que esto representa. Entre los aspectos a valorar se encuentran los gastos de servicio de impresión, encuadernación, cámaras, almacenamiento en formato digital, entre otros.

Identificación de las limitaciones legales, financieras, humanas y tecnológicas. Las principales limitaciones legales de alcance internacional son:

- Licencias Creative Commons
- Política de Acceso Abierto
- Como limitaciones de alcance nacional se encuentran:
- Ley de derecho de autor y la propiedad intelectual de Cuba
- Registro de la Cámara Cubana del Libro
- Depósito legal de la Biblioteca Nacional "José Martí"
- Política editorial de la EUFV
- Política editorial de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas
- Regulaciones de la Editorial Universitaria Samuel Feijóo

Las principales limitaciones financieras de la oferta tendrán lugar una vez que esta se pretenda implementar. Durante el diseño de la oferta no se identifican limitaciones de peso. Se requerirá que se evalúen gastos de contratación de diseñadores, correctores, editores, cámaras, editores de videos etc. En dependencia al trabajo de varios profesionales, como los comunicadores y diseñadores, se deberán destinar gastos extras orientados a la promoción de la oferta. Del aspecto anterior pudieran surgir productos comunicativos como trípticos, flyers, posters y otros productos de marketing.

En el momento que se diseña la oferta se identifica como limitaciones tecnológicas el no disponer completamente de todo el equipamiento necesario para hacer un video tutorial. El centro desde donde se desarrolla el diseño de la oferta cuenta con áreas dentro de la universidad especializadas en la creación y edición de video, sin embargo, tienen pocos recursos disponibles. Lo anterior se pretende sea solucionado a partir de adquirir equipamiento adecuado.

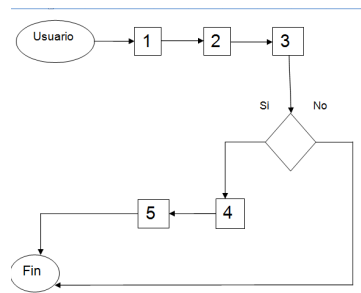
Definición del servicio, los productos a ofertar y los recursos de información necesarios:

- Definición del servicio: INFORacademia es un servicio orientado a la formación de habilidades profesionales en los usuarios para la creación y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano.
- Definición de los productos: Manual de procedimiento: contiene los contenidos que desde la teoría y práctica constituyen un deber ser en la creación y socialización de REA en el contexto universitario.
- Tutorial: Muestra las formas óptimas para la socialización de REA en la WEB, particularizando en aquellas plataformas que permiten visibilizar el trabajo académico.
- Video tutorial: En este caso se realizó este producto para la socialización de los REA, particularizando en libros científicos para la docencia.

El profesional de la información deberá recoger las solicitudes de los usuarios con sus necesidades no resueltas en un catálogo de desiderata. La realización de un catálogo de desideratas por parte del profesional de la información permitirá incluir contenidos en la oferta en la medida que los usuarios superen los vacíos del conocimiento que presentan en cuanto a la creación y socialización de los REA. Se establecen las acciones a realizar por parte del usuario y el profesional de la información en cuanto al uso de la oferta diseñada. Las actividades a desarrollar por los usuarios se muestran en la Figura 9.

1. Identificación de la necesidad de información
2. Localización de la oferta
3. Verificar si la oferta permite satisfacer su necesidad de información (en el caso de que la respuesta sea no: escribir al especialista en ciencias de la información y ahí termina)
4. Recuperar la información necesaria que permita la construcción y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano

**Figura 9** - Actividades a desarrollar por parte de los usuarios

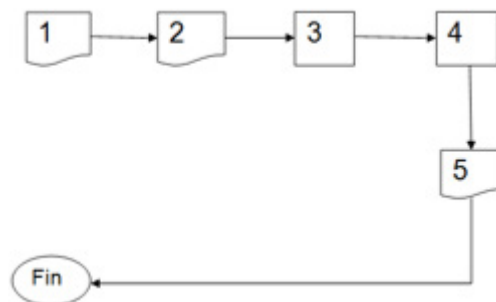


**Fuente:** elaboración propia.

Las actividades a desarrollar por parte del profesional de la información se observan en la Figura 10, las mismas son:

1. Recepción de las solicitudes de información no resueltas por parte de los usuarios
2. Elaboración una ficha de desiderata
3. Elaboración de contenidos que permitan satisfacer las necesidades de los usuarios
4. Rediseñar la oferta
5. Enviar la oferta a sus usuários

**Figura 10** - Actividad a desarrollar por parte del profesional de la información



**Fuente:** elaboración propia.

Se establecieron los recursos de información necesarios para cada producto de información. Para el manual de procedimientos se necesitan fuentes que posean contenidos referentes a la estructura planteada:

Título: Manual para la creación y difusión de recursos de aprendizaje en el contexto universitario  
Tabla de contenidos:

1. Los recursos de aprendizaje en el contexto universitario
2. La creación de recursos de aprendizaje en el contexto universitario
3. Principios para la creación de libros científicos para la docencia
  - 3.1 Tipos de libros científicos y docentes
  - 3.2 La construcción de libros científicos y docentes
  - 3.3 La revisión por pares en los textos científicos
4. Principios para socializar y promocionar la lectura de textos académicos y científicos para la docencia
  - 4.1 Espacios y formas de promoción de lectura científica
  - 4.2 Promoción de lectura de textos académicos y científicos para la docencia en la Web
5. Referencias bibliográficas

Para el contenido del manual se emplearon fuentes de información específicas (Paz et al., 2020a; Paz y Hernández, 2019). El manual se pretende que forme parte del

libro referenciado anteriormente, por lo que serán comercializados en conjunto por la Editorial Félix Varela. Para el Video tutorial se emplearon varios recursos de información (Paz et al., 2020b; Caramés, et al., 2022). Delimitación del alcance y objetivos de la oferta  
Alcance: generalizar el uso de la oferta de información que facilite la creación y socialización de REA en las universidades cubanas.

Objetivo general:

- Facilitar la creación y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano

Objetivos específicos:

- Contribuir a la formación de habilidades profesionales en cuanto a la creación y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano
- Diseñar una herramienta comunicativa que sea útil y extensiva a las universidades cubanas
- Aumentar la calidad de los libros académicos que se construyan y editen por parte de la EUFV
- Aumentar la producción académica en las universidades, esencialmente de libros científicos para la docencia

Metas que cumplirá la oferta:

- Contribuir a la adecuada creación y socialización de REA
- Constituir un material de apoyo para los profesores que laboran en universidades cubanas

Misión: INFORacademia es una oferta de información que sienta las bases para la creación y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano contribuyendo a la educación superior en cualquiera de sus modalidades.

Visión: INFORacademia es una oferta de información que constituya un referente de buenas prácticas en el ámbito de la creación y socialización de REA tanto a nivel nacional como internacional.

### **3.3 Diseño visual de la oferta de información INFORacademia**

El problema de diseño se establece a partir de la ausencia de una identidad visual para una oferta de nueva creación. La identidad debe tomar en consideración que se centra en el contexto universitario cubano. Atendiendo a la determinación de objetivos del diseño de la comunicación visual de la oferta de información para la creación y socialización de recursos de aprendizaje en el contexto universitario cubano se propone:

- Diseñar una oferta que sea útil y extensiva a las universidades cubanas
- Facilitar la creación y socialización de recursos de aprendizaje a través de la visualidad

En cuanto a la concepción de estrategia comunicacional, se establece que la misma posicione la identidad diseñada en las instituciones que constituyen su meta. La oferta INFORacademia estará socializada en la Plataforma Nuestra Era de la EUFV. Los mensajes contenidos en la oferta de información deben responder a las principales características de los profesionales de la información como edad, sexo, nivel académico, entre otros. Los mensajes deben presentarse claros y precisos debido a que se pretende facilitar el manejo de la información. Se debe considerar la promoción de la oferta dentro de espacios científicos, destacando los valores que contiene la propuesta planteada para su continuidad en futuras investigaciones.

Para el establecimiento de la identidad se realizó un estudio de homólogos a tres REA diseñados y desarrollados en el contexto universitario cubano cuyo propósito fundamental fue la formación de habilidades profesionales. Los homólogos analizados constituyen además fuentes que poseen los contenidos que se emplearán en los productos establecidos.

El estudio de homólogos arrojó que los colores más empleados fueron el azul, blanco y negro. Las tipografías son sobrias y el diseño se caracteriza por una sencillez en cuanto a su composición. Se utilizan degradaciones de un mismo color a fin de dar sensación de movimiento en algunos casos. A partir del estudio de homólogos, se plantean los elementos de la identidad visual para la oferta INFORacademia, la misma se visualiza en la Figura 11.

**Figura 11** - Elementos de identidad visual para la oferta INFORacademia



**Fuente:** elaboración propia.

Atendiendo a la supervisión de producción se establece que cada producto de la oferta deberá poseer esta identidad que será acompañada de otros elementos como cubierta etc. La evaluación será realizada por parte de la EUFV con profesores del Departamento de Ingeniería Agrícola de la UCLV.

### 3.4 Consideraciones para la implementación de INFORacademia

Se estableció el plan de implementación de la oferta, el mismo se observa en la Tabla 3.

**Tabla 3** - Plan de implementación de la oferta

Actividad	Responsable	Cumplimiento
Revisión y corrección de estilo por parte de un equipo editorial académico	Editorial Feijóo, Departamento de Ciencias de la Información, Departamento de Tecnología Educativa	En cuatro meses
Asignación de ISBN y documentación legal	Editorial Universitaria Samuel Feijóo	En un mes
Ubicación de la oferta en la Plataforma Nuestra Era de la EFV	EUFV	Inmediatamente de haberse diseñado la oferta



Presentar la oferta y los beneficios de la misma en el Departamento de Ingeniería Agrícola	Los autores	Inmediatamente de haberse diseñada la oferta
Rediseño de los elementos identificados por los usuarios potenciales de la oferta	Los autores	Previo a la socialización de la oferta
Establecer los canales de retroalimentación de los usuarios	Los autores	Previo a la socialización de la oferta

**Fuente:** elaboración propia.

Se estableció el plan de promoción de la oferta, la misma cuenta con las siguientes actividades:

- Promoción en la Plataforma Nuestra Era de la EUFV
- Socialización de los productos de la oferta en redes sociales académicas
- Presentación de la oferta en sitios web especializados en educación superior
- Presentación de la oferta y comercialización de sus productos en la Feria Internacional del Libro
- Realización de un spot promocional de la oferta
- Realización de un tríptico para socializar los productos de la oferta
- Enviar listas de correos a directivos de las universidades cubanas
- Diseñar posters con la información básica de la oferta

#### 4 CONCLUSÃO

El diseño de ofertas de información está determinado por una necesidad de información. Las ofertas de información orientadas a la formación profesional constituyen fuentes que muestran un deber ser en torno a una actividad. El profesional de la información debe diseñar ofertas que permitan la adquisición de habilidades profesionales con alto grado de especialización.

Los profesores del Departamento de Ingeniería Agrícola de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas carecen de una oferta de información que le facilite la creación y socialización de recursos de aprendizaje. Los profesores analizados indicaron que necesitan de una oferta de información que contenga productos que posean texto e imágenes y que se encuentre tanto en formato digital. Los profesionales poseen en su mayoría la categoría de máster y doctor en ciencias.

Se diseñó la oferta INFORacademia a partir de las necesidades de información de los usuarios. La oferta cuenta con tres productos de información tipificados como: 1) manual, 2) tutorial y 3) video tutorial. Se establecieron las limitaciones legales, financieras y humanas de la oferta. Se diseñó la identidad visual, además del plan de implementación y promoción de la misma.

## REFERÊNCIAS

- CARAMÉS, M.; PAZ, L. E.; TAMAYO, D. Relaciones interdisciplinarias entre el comportamiento informacional web y experiencia de usuario. **Revista Sapientiae**, v. 8, n. 1, p. 21-39, 2022.
- CODINA, L. Sistemas de búsqueda y obtención de información: componentes y evolución. **Anuario ThinkEPI**, v. 12, n. 2, p. 77-82, 2018.
- ETCHEGARAY, M. C.; DUARTE, A. M.; GUZMÁN, M. D. Diseño e integración del recurso multimedia «mine-education» en Educación Primaria: Valoraciones aportadas por expertos. **Cuadernos de Documentación Multimedia**, v. 2, n. 2018, p. 38-51, 2018.
- HERNÁNDEZ, A. Recursos didácticos para la enseñanza-aprendizaje de la economía. **Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia**, v. 94, n. 2019), p. 36-39, 2019.
- MASTLEY, C. P. Social Media and Information Behavior: A Citation Analysis of Current Research from 2008–2015. **Serials Librarian**, v. 73, n. 3-4, p. 339-351, 2017.
- PAZ, L.; HERNÁNDEZ, E.; URBAY, M.; ZAMBRAÑO, J.; MAGALY, E.; JALIL, N. **Principios para la creación y difusión de recursos de aprendizaje**. Santa Clara: Editorial Feijóo, 2020.
- PAZ, L.; HERNÁNDEZ, E.; PADRÓN, A. **Principios para socializar y promover la lectura de textos académicos y científicos para la docencia**. Angola: High Rate Consulting, 2020.
- PAZ, L.; HERNÁNDEZ, E. Principios para la creación de libros científicos para la docencia. **Mendive**, v. 17, n. 2019, p. 565-573, 2019.
- PAZ, L.; HERNÁNDEZ, E.; TAMAYO, D. Oferta de Información, acercamiento a su fundamentación teórica y epistemológica. **Ciencias de la Información**, v. 48, n. 2017, p. 3-10, 2017.
- PEINADO, J. D. Experiencias del profesorado acerca del aprendizaje autónomo en estudiantes de modalidad a distancia y el uso de recursos digitales. **RIDE: Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo**, v. 10, n. 20, 2020.
- SÁNCHEZ, A. H. Recursos didácticos para la enseñanza-aprendizaje de la economía. **Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia**, v. 94, n. 2, p. 36-39, 2019.
- VÁSQUEZ, Y.; ALVARADO, M.; BUENO, R.; BRAVO, A. Estudio de la necesidad y factibilidad del diseño de un tutorial educativo computarizado sobre biodiversidad del estado portuguesa. **Revista Atenas de los Llanos**, v. 12, n. 2016, p. 85-94, 2016.
- VÁZQUEZ, P.; GIL, M.; MARTÍNEZ, M.; MARTÍNEZ, M. Diseño de un video tutorial para la mejora del aprendizaje de conceptos y procedimientos difíciles en el Área de Química Analítica. **Revista de Informática Educativa**, v. 3, n. 2017, p. 45-58, 2017.