

## **La comunicación pública de la ciencia: herramienta para la apropiación social de conocimiento**

### ***Public Communication of Science, a Tool for the Social Appropriation of Knowledge***

Diana Domínguez Ceballos<sup>1</sup> \* <https://orcid.org/0009-0001-0961-9825>

Ennedys Ramos Montoya<sup>2</sup> <https://orcid.org/0000-0003-4351-6608>

<sup>1</sup> Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba, La Habana, Cuba.

<sup>2</sup> Universidad de Guantánamo, Cuba.

\* Autor para la correspondencia: [mailediana@gmail.com](mailto:mailediana@gmail.com)

#### **RESUMEN**

Elevar la cultura económica de la ciudadanía en el escenario cubano actual es un imponderable si se tiene en cuenta que la comprensión de temas económicos, contables, financieros –así como de otras dimensiones de la cultura de la sociedad que impactan en ella como la jurídica, la tributaria, la empresarial, entre otras–, se ha convertido en una necesidad, tanto para tomar decisiones informadas como para interpretar y ejecutar medidas y regulaciones. Esta investigación propuso líneas estratégicas de comunicación pública de la ciencia a desarrollar por la Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba y fundamentó el liderazgo que la organización puede asumir para el fomento de este importante encargo social.

**Palabras clave:** cultura económica, comunicación científica, conocimiento, economía, periodismo económico.

#### **ABSTRACT**

*Raising the economic literacy of citizens in the current Cuban context is imperative, considering that understanding economic, accounting, and financial topics –as well as other dimensions of societal culture impacting it, such as legal, tax, and business literacy, among others– has become a necessity both for making informed decisions and for interpreting and implementing measures and regulations. This research proposed strategic lines of public science communication to be developed by the National*

*Association of Economists and Accountants of Cuba and substantiated the leadership role the organization can assume in promoting this important social mandate.*

**Keywords:** *economic literacy, science communication, knowledge, economy, economic journalism.*

Fecha de recepción: 04/09/2025

Fecha de aprobación: 30/10/2025

## INTRODUCCIÓN

El 26 de octubre de 2008 en una de sus reflexiones, Fidel escribió: «Cuando un pueblo deja atrás el analfabetismo, sabe leer y escribir, y posee un mínimo indispensable de conocimientos para vivir y producir honradamente, le faltaría vencer todavía la peor forma de ignorancia en nuestra época: el analfabetismo económico» (Castro, 2008). Desde entonces pensamos en la cultura económica de la ciudadanía como una necesidad.

En cualquier escenario, el ciudadano necesita un corpus de información que le permita ejercer el rol que le corresponde en el desempeño de sus innumerables funciones con asertividad y eficiencia, no solo en función de su papel como agente de cambio de un modelo económico que a la par de un desarrollo sostenible defiende principios y valores acordes a la sociedad socialista que refrenda la Constitución de la República de Cuba. Principios y valores que van más allá de la igualdad de género o el derecho al trabajo, que buscan la defensa del medioambiente con responsabilidad social desde las instituciones, porque también tenemos un compromiso con el planeta que habitamos y con otros seres que conviven con la humanidad.

La Carta Magna de Cuba declara que «el Estado promueve el avance de la ciencia, la tecnología y la innovación como elementos imprescindibles para el desarrollo económico y social» (Constitución de la República de Cuba, 2019, p. 75) y la gestión del Gobierno cubano tiene hoy tres pilares básicos: comunicación, ciencia e informatización, que han de articularse para lograr los resultados esperados.

La información acerca de descubrimientos científicos, salud o tecnología resulta de interés por su aplicación práctica y necesaria, pero es preciso fomentar el conocimiento informado en otras agendas y no forzosamente a través de medios públicos y especializados. Es ineludible crear espacios para el diálogo de la ciudadanía con expertos, académicos, directivos o especialistas, para motivar, persuadir, convencer, concientizar, educar, y con ello aplicar los resultados de investigaciones científicas e interpretar las regulaciones en función del desarrollo económico y social.

(...) para acompañar el desarrollo territorial las universidades deberían modificar sus modos tradicionales de relacionarse con el contexto y avanzar hacia mejores diálogos con los actores y necesidades locales, desplazando el clásico modelo de oferta de conocimientos, por procesos de construcción conjunta de saberes (Díaz-Canel y Fernández, 2020, p. 10).

En un mundo cada vez más interconectado y complejo, la comprensión de los temas económicos y financieros se ha convertido en una necesidad para la ciudadanía, de ahí la importancia de fomentar la cultura económica.

La investigación, basada en el análisis documental, tuvo su apoyatura en entrevistas semiestructuradas con académicos, directivos y periodistas relacionados con la actividad económica; todos ellos vinculados con la Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba (ANEC). Dicha organización social reúne al gremio y sus objetivos fundamentales están relacionados con la generación de conocimiento científico, su difusión y divulgación, en función de la superación profesional y del fomento de la cultura económica ciudadana como responsabilidad social. Varias son las razones por las que la ANEC es el caso de estudio en esta investigación, a saber, el conocimiento adquirido por la autora del presente trabajo durante más de seis años de desempeño en la Dirección de Comunicación de la organización, pero sobre todo, la estructura y funciones que se han ido perfeccionando ante las necesidades identificadas para cumplir su principal objetivo: la superación profesional no solamente de los asociados, sino de todos los profesionales y especialistas que desempeñan funciones relacionadas con la economía en el país, sin discriminación de formas de gestión o propiedad. También se tuvieron en cuenta los diferentes medios de que se vale la institución para la comunicación de la ciencia, que van desde publicaciones hasta proyectos que acompañan los esfuerzos del Estado y el Gobierno por el desarrollo económico y social de la nación.

La comprensión de los temas económicos y financieros se ha convertido en una necesidad, pues según la autora, en su tesis en opción al título de Máster en Ciencias de la Comunicación:

el fomento de la cultura económica requiere tanto del conocimiento como del desarrollo de habilidades comunicativas; del intercambio de saberes entre investigadores, científicos, docentes, comunicadores, periodistas, educadores, servidores públicos, responsables de la formulación de políticas, financiadores, y la ciudadanía en general porque la cultura económica no es un proceso espontáneo, su formación requiere de la apropiación del conocimiento generado por las diferentes disciplinas de las ciencias económicas y financieras en pos del desarrollo humano.

Por ejemplo, en su tesis en opción al grado científico de doctor en ciencias Pedagógicas, Carlos Manuel Varela plantea que el fomento de la cultura económica está relacionado con las finanzas por el aporte que hacen ambos en cualquier organización al planteamiento de estrategias, proyecciones de trabajo, análisis de eficiencia, rentabilidad, calidad de las producciones y productividad. Afirmación apoyada en los estudios de Marín y Rubio (2001, citados por Varela, 2016), quienes plantean: «la Economía Financiera es una disciplina que pone el énfasis en el uso del análisis económico para entender el funcionamiento básico de los mercados financieros, particularmente la medida y la valoración del riesgo y la asignación intertemporal de los recursos monetarios».

Pero también está relacionado con la cultura jurídica, tributaria, con la necesidad de invertir y las consecuencias del buen o mal uso de recursos, con la fluctuación de los precios, entre otros elementos que influyen, además, en la decisión de compra, porque el consumidor también es un actor económico. Elevar la cultura económica de la sociedad cubana es un encargo de la dirección del país, manifestado de diferentes formas desde que Fidel reflexionara sobre ello aquella tarde de octubre de 2008, además de una necesidad reflejada en los problemas que enfrenta Cuba en el escenario actual; y la superación profesional es la motivación principal de asociados, profesionales, actores económicos, docentes, investigadores, directivos, empresarios, etc., para la participación en cursos, talleres y eventos donde se muestran, además, resultados de investigaciones.

Elaborar un plan de acción para fortalecer la contribución de la ANEC al Programa de gobierno desde la actividad científica y profesional fue uno de los acuerdos de la Comisión No. 1 del 9º Congreso de la ANEC que tuvo como objetivo el análisis de la contribución al «Proceso de corrección de distorsiones y reimpulso de la economía», y en sus proyecciones para la etapa 2025-2030 la organización se propone: «Lograr una mayor integralidad en el trabajo para contribuir al desarrollo de capacidades profesionales de los asociados y favorecer el posicionamiento de la organización como una institución generadora de conocimientos».

La investigación se cuestiona entonces, cuáles han de constituirse como líneas estratégicas de comunicación de la ciencia a desarrollar por la ANEC, con el propósito de fomentar cultura económica en la ciudadanía cubana.

## **METODOLOGÍA**

La investigación se realiza, fundamentalmente, desde una perspectiva cualitativa con un enfoque inductivo-descriptivo híbrido con dos categorías de análisis: comunicación pública de la ciencia y la cultura económica, cuya relación sustenta la solución del problema de investigación.

El método bibliográfico-documental permitió indagar en la base jurídica para la implementación de un nuevo modelo de la economía cubana con la inclusión de nuevos actores económicos, y en la Asociación Nacional de Economistas y Contadores de Cuba, como sujeto de análisis, por ser una organización que con su producción científica y compromiso declarado dispone de asociados con potencial y capacidades suficientes para el desempeño de actividades de asesoría, planificación y ejecución de estrategias de superación en diferentes contextos.

Como técnica primaria, la revisión bibliográfico-documental sustenta el análisis de documentos rectores, objeto social, objetivos de trabajo, planes, orientaciones, estructura organizativa, acuerdos de colaboración. También se revisaron los documentos en proceso de elaboración y actualización presentados en el 9º Congreso de la Asociación, y los resultados de trabajos exploratorios que realizaron estudiantes de Comunicación Social en su período de prácticas laborales en la organización.

El camino hacia la meta final conllevó la identificación de posibles necesidades o demandas de conocimientos por la ciudadanía, para lo cual se usaron fuentes empíricas de información –directivos y asociados de la ANEC; académicos y expertos en diferentes áreas del conocimiento de la economía, la contabilidad y las finanzas; y periodistas especializados–, a los que se les realizaron entrevistas semiestructuradas.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobados en el 6º Congreso del PCC, queda declarada la necesidad de elevar la cultura económica de todos los miembros de la sociedad, con énfasis en los decisores, para lograr eficacia, eficiencia y productividad en las distintas actividades económicas:

(...) será necesario fomentar la cultura económica de toda la población, y adquiere particular importancia lograr la preparación requerida de los cuadros, así como la necesidad de preservar la ética, lo que junto al sentido del deber y a la sensibilidad revolucionaria, deberán ser determinantes en su comportamiento cotidiano (Partido Comunista de Cuba, 2011, p. 9).

Por su parte, la Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista, para el período 2016-2021, amplía las dimensiones de la cultura económica, y plantea concesiones a las entidades empresariales de propiedad de todo el pueblo para fomentarla mediante mecanismos de estimulación.

(...) se pueden otorgar estímulos morales y materiales, individuales y colectivos, que reconozcan los resultados y estimulen la cultura económica, política, jurídica, ambiental y organizacional, el sentido de pertenencia, la creatividad, laboriosidad, la aplicación de avances científico-técnicos y el desarrollo de innovaciones, la cooperación, la disciplina y la responsabilidad de trabajadores y directivos (Partido Comunista de Cuba, 2017).

Pero la comprensión de temas económicos y financieros no es exclusiva de directivos y empresarios, es una necesidad no manifiesta por algunos actores económicos y sociales que ven en ellos un mundo ajeno e incomprensible que deben simplificar porque son parte de él. Se impone, pues, cambiar ese pensamiento en aras de lograr su participación activa en la implementación de regulaciones que les afectan desde sus roles de desempeño, llegando incluso al de consumidor.

### **Comunicación pública de la ciencia**

En el contexto actual, donde los desafíos económicos son evidentes y las oportunidades de desarrollo se ven limitadas por diversas circunstancias, la comunicación pública de la ciencia se presenta como una herramienta fundamental para elevar la cultura económica de la sociedad. La ciencia no solo debe ser un ámbito reservado para expertos; su divulgación es esencial para empoderar a la ciudadanía y fomentar una comprensión más profunda de los fenómenos económicos que afectan su vida diaria.

En su tesis doctoral, la Dra. Mayre Barceló ha definido la comunicación pública de la ciencia como un proceso de construcción de significados compartidos sobre la ciencia con el objetivo de socializar los conocimientos y favorecer su apropiación por parte de la comunidad, en función de dar respuestas pertinentes y sostenibles a necesidades productivas, sociales y ambientales.

La comunicación de la información científica no se centra en transmitir resultados de investigaciones, conocimientos técnicos, tesis, hipótesis, dimensiones o variables, sino en hacerlos accesibles y comprensibles para todos. Científicos, investigadores, docentes, ejecutivos, periodistas, comunicadores deben trabajar juntos para traducir conceptos complejos en mensajes claros que impacten en todo tipo de público.

Definir difusión y divulgación es el primer paso para marcar la diferencia entre satisfacer necesidades de la comunidad científica y de otras audiencias. La primera hace referencia a la transmisión de información por parte de expertos a públicos, que, aun cuando no son especialistas en el tema en cuestión, son capaces de comprenderlo, y utilizan para ello un lenguaje menos especializado y más accesible a este tipo de audiencia. La divulgación está dirigida al público inexperto o también llamado lego, a todas aquellas personas que no cuentan con los conocimientos requeridos para comprender conceptos especializados dentro de un área específica de la ciencia, por lo que el tono y la profundidad que se requiere para transmitir el mensaje es otra. (Herrera, 2024).

En resumen, la comunicación pública de la ciencia implica hacer accesible el conocimiento científico a un público no especializado, promoviendo así una cultura científica que permita a los ciudadanos tomar decisiones informadas. Según el investigador argentino Hugo D. L. Gutiérrez (2018), «la divulgación científica es un puente entre el conocimiento técnico y la sociedad, permitiendo que las personas comprendan mejor los procesos que influyen en su entorno».

Como señala el sociólogo cubano Manuel Cuesta Morúa (2020), «la educación económica debe ser parte del discurso cotidiano». Esto implica la necesidad de fomentar un diálogo constante sobre temas económicos en espacios públicos. La comunicación efectiva puede ayudar a crear una ciudadanía más participativa, capaz de analizar las dificultades económicas y proponer soluciones alternativas.

Es importante destacar, además, que la comunicación pública de la ciencia no solo beneficia al público general, sino que puede influir en las decisiones. Un Gobierno informado por datos científicos tiene mayores posibilidades de implementar políticas efectivas que respondan a las necesidades reales de la población. En este sentido, promover el diálogo, y con él, facilitar la apropiación del conocimiento científico es esencial para construir un futuro económico sostenible.

(...) el énfasis en innovación supone conceder una alta prioridad a la formación y retención del potencial humano, en los más diversos campos del conocimiento y a la educación continua de la población. Hay que incrementar la masa de estudiantes universitarios, fortalecer los procesos formativos en la educación técnica y profesional; favorecer la apropiación social del conocimiento por parte del conjunto de la población (Díaz-Canel, 2022, p. 21).

En resumen, elevar la cultura económica de la sociedad cubana requiere un esfuerzo conjunto en pro de una comunicación pública de la ciencia más efectiva. Con ello, no solo se empodera a los ciudadanos con conocimientos necesarios para entender su realidad económica, sino que también impacta en la cultura general del país.

Para Armando Hart, cultura es la naturaleza humanizada, condición de existencia humana, resultado de la actividad histórico-social de los hombres y las mujeres que producen bienes materiales y espirituales con medios y capacidades que se transmiten de generación en generación mediante la propia actividad humana (Hart Dávalos, 2000).

Economía, en tanto, viene del prefijo *Oikos* que significa la economía de la casa; y según la biblioteca pública digital elcastellano.org, es la disciplina que se ocupa de la «administración eficaz y razonable de los bienes», pero el significado de economía se extiende también al «conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo» y al «estudio de los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes».

A los efectos de esta investigación, se asume el concepto expuesto por el investigador cubano José Luis Rodríguez: la cultura económica puede definirse como el conjunto de conocimientos que permiten interpretar adecuadamente la evolución de la economía y debe, por tanto, permitir la comprensión del sentido y los objetivos de la política económica y social a todos los miembros de la sociedad, tomando en cuenta la diferente posición que ocupan en la misma y su correspondencia con las relaciones sociales de producción que están presentes en la construcción del socialismo (Rodríguez, 2015).

La cultura económica en Cuba ha sufrido transformaciones desde 1959 y tiene uno de sus puntos de inflexión en 2011, a raíz de las reformas económicas implementadas, aunque también el impacto de la digitalización en ella no puede ser subestimado, pues «la tecnología está comenzando a transformar no solo los métodos de producción y consumo, sino también las interacciones sociales relacionadas con estas actividades».

La adopción de herramientas digitales ha permitido a los emprendedores mejorar sus prácticas comerciales y acceder a nuevos mercados; y a los consumidores les ha otorgado nuevas formas de acceso a productos y servicios que demandan, aunque también Rodríguez llama la atención sobre la necesidad de garantizar que todos los sectores de la población puedan beneficiarse de sus oportunidades.

La inclusión social es otro aspecto crítico en la discusión sobre cultura económica en Cuba. Para lograr un desarrollo sostenible se requiere integrar a todos los segmentos de la población en el proceso económico. Esto implica reconocer y valorar las contribuciones de grupos históricamente marginados y garantizar que tengan acceso a recursos y oportunidades. La inclusión social no solo es un imperativo ético, sino también una necesidad económica para maximizar el potencial productivo del país.

Finalmente, al considerar la cultura económica desde estas perspectivas recientes, se hace evidente que estamos ante un proceso dinámico e interconectado. Las creencias culturales sobre el trabajo y el éxito están evolucionando en respuesta a cambios económicos internos y externos. Comprender esta

complejidad es esencial para desarrollar políticas efectivas que promuevan un desarrollo inclusivo y sostenible.

### **Principales hallazgos de la investigación realizada**

- La comunicación pública de la ciencia parte de la necesidad de eliminar, o al menos disminuir, las brechas para el entendimiento entre el público lego y el académico, entre mediadores y mediados, entre emisores y receptores.
- Los resultados de investigaciones se difunden, sobre todo, hacia la comunidad científica.
- Para ampliar el alcance del conocimiento científico, y por ende elevar la cultura económica de la ciudadanía, se requiere involucrar a otros actores económicos y sociales en las acciones de divulgación.
- Aunque la ANEC tiene medios de comunicación propios con públicos objetivo bien definidos, no cuenta en el momento de la investigación con recursos materiales, tecnológicos y humanos para una eficiente utilización de los mismos.
- La comunicación pública de las ciencias económicas parte de ofrecer oportunidades de capacitación a los periodistas, de la creación de espacios para el debate económico en los medios y de crear mecanismos de retroalimentación para identificar necesidades de información en la población.
- No está asignado a una institución el liderazgo o el encargo social para la definición de una estrategia encaminada a la investigación, planificación, ejecución, control y evaluación de estrategias, planes y campañas para elevar la cultura económica ciudadana.
- La Ley 162 De Comunicación Social responsabiliza al sistema empresarial y a otros actores económicos con el desarrollo de la comunicación de bien público como parte del cumplimiento de sus acciones de responsabilidad social.

### **Apropiación social del conocimiento... el camino de la ANEC**

#### **Reconocimiento**

La organización hace una fuerte labor de reconocimiento a la labor de los profesionales mediante el otorgamiento de Premios Anuales «Por la Obra de la Vida», por resultados de investigaciones científicas en Contabilidad y Auditoría, Economía, Historia Económica, Premio Bial de Demografía; por la Gestión Económico-Productiva en la Producción y los Servicios; y de Periodismo Económico por el tratamiento de los temas de interés en las categorías de Prensa Escrita, Radial, Televisiva y Digital.

### **Superación profesional**

Realización de posgrados, cursos, talleres, entrenamientos, impartidos por el Centro de Estudios y Superación Posgraduada CESPANEC y sus filiales en todas las provincias. Desarrollo de eventos coordinados por las Sociedades Científicas. Asesoría y acompañamiento a organismos e instituciones para el desarrollo socio económico del país.

### **Mediación de la prensa**

Relaciones con los medios: Talleres de Periodismo Económico, cobertura de eventos. La ANEC tiene medios propios: Editorial de Ciencias Económicas, Publicación digital *El Economista de Cuba*, revista científica *EKOTEMAS*, Observatorio Cubano de Ciencias Económicas, Sitio web institucional, Sitio web Globalización, perfiles institucionales en redes sociales Facebook, X y YouTube.

### **Proyectos de investigación**

Coordina y desarrolla proyectos con la participación de centros de investigación, universidades, y organismos donde se desempeñan sus asociados.

## **Líneas estratégicas para la comunicación pública de las ciencias económicas desde la ANEC**

### **Públicos meta**

Directivos y asociados de la ANEC, profesionales y especialistas, investigadores y docentes, comunicadores sociales y periodistas, entidades educativas, actores económicos.

Objetivo General: Contribuir, desde la comunicación pública de la ciencia, al fomento de la cultura económica en la ciudadanía cubana.

Objetivos Específicos:

1. Incrementar el conocimiento sobre conceptos económicos básicos.
2. Promover la comprensión de la economía cubana actual y su contexto global.
3. Estimular la participación activa de la ciudadanía en procesos relacionados con el desarrollo económico y social.
4. Lograr la inclusión de acciones para el fomento de la cultura económica de la sociedad en el Sistema de Comunicación Social de todas las organizaciones en los tres ámbitos de actuación reconocidos por la Ley 162: organizacional, comunitario y mediático.

### **Identificación de carencias o necesidades de conocimientos**

Realizar encuestas, concursos de conocimientos, y otras acciones en la comunidad y en las asociaciones de base; aplicar encuestas en los perfiles institucionales de las redes sociales. Invitar a los actores económicos y sociales de la comunidad a participar en los activos de superación municipales y provinciales. Encuestar a los participantes en talleres y eventos acerca de necesidades de conocimientos.

### **Disminuir las brechas entre la comunidad científica y los públicos lego**

Crear acciones que propicien la participación conjunta de académicos, docentes y otros profesionales, con actores económicos y sociales; en coordinación con organizaciones políticas y de masas de la comunidad, entidades educativas, de salud, entretenimiento. Propiciar espacios para el intercambio de saberes entre economistas, comunicadores y periodistas que fortalezcan las habilidades comunicativas de unos y el conocimiento de conceptos básicos sobre economía de los otros.

### **Creación de espacios de intercambio con la comunidad**

Participar en ferias (de comercio, de empleo, etc.), jornadas económico-productivas con acciones de intervención del público utilizando productos comunicativos que contribuyan a despertar motivación e interés acerca de la cultura financiera, el ahorro, la economía circular, las relaciones calidad-precio, etc. Atraer a niños y adolescentes utilizando iniciativas y personajes de entretenimiento infantil con acciones de educación financiera. Crear comisiones para la divulgación científica especializada.

### **Divulgación del conocimiento científico**

Establecer convenios de colaboración con universidades y centros de investigación para el envío al Observatorio Cubano de las Ciencias Económicas de su producción científica. Ampliar la producción de la editorial de Ciencias Económicas con productos dirigidos al público joven, publicaciones de entretenimientos que propicien conocimientos sobre economía y finanzas.

### **Uso de los medios propios de la ANEC para la comunicación pública de la ciencia**

Difundir las normas y políticas editoriales de la Revista Científica Ekotemas y la publicación digital *El Economista de Cuba* entre los especialistas y profesionales con habilidades para colaborar en ellas. Solicitar licencia al Instituto de Información y Comunicación Social para la inserción de publicidad en *El Economista de Cuba* como mecanismo de autofinanciamiento y pago de colaboraciones. Solicitar trabajos para publicar a partir del plan temático y los objetivos de las presentes líneas estratégicas entre los posibles colaboradores de *El Economista de Cuba*. Elaborar directorios temáticos de las publicaciones de la ANEC (*Ekotemas, Memorias de Globalización, Mujer Economista, El Economista de Cuba*), para enviarlos a universidades y centros de investigación mediante los equipos de comunicación de las sedes provinciales y municipales de la Asociación, con el propósito de propiciar intercambio y motivar a publicar en ellas.

### **Comunicación en Internet y redes sociales virtuales**

Utilizar los perfiles de redes sociales para compartir enlaces a dichas publicaciones. Ponderar el uso de los grupos y las redes sociales para impartir cursos, realizar conversatorios y entrevistas con la participación de expertos y especialistas sobre temas de la agenda pública. Promover la colaboración con jóvenes y estudiantes de economía, contabilidad, finanzas, turismo, etc., con habilidades para el uso de memes, infografías y animaciones que faciliten la comprensión de conceptos básicos de economía y finanzas por los públicos lego.

### **Formación de habilidades para el periodismo económico**

Coordinar talleres, coloquios y encuentros con la participación de periodistas, comunicadores sociales y economistas. Promover alianzas con la ANEC, la UPEC y la Facultad de Comunicación Social. Crear grupos multidisciplinarios para la capacitación. Proponer cursos para periodistas y comunicadores desde CESPANEC, a partir de los conocimientos básicos de economía propuestos por los expertos. Realizar coloquios, seminarios, conferencias y reuniones informativas sobre temas que impactan en la economía.

### **La economía en el Sistema de Comunicación Social**

Capacitar a los comunicadores sociales para lograr la inclusión de temas que impactan en la economía y las finanzas en los documentos rectores del Sistema de Comunicación Social en las organizaciones. Generar acciones para el fomento de la cultura económica ciudadana.

### **Comunicación de bien público y responsabilidad social**

Incluir en el Sistema de Comunicación de las entidades de la ANEC y en las asociaciones de base un acápite o capítulo dedicado a la socialización del conocimiento científico que contribuya a elevar la cultura económica de los trabajadores y a disminuir la brecha entre la ciencia y los públicos lego. Crear mensajes de bien público para televisión, radio e internet, que aporten conocimientos básicos de economía. Fomentar en las asociaciones de base la realización de acciones encaminadas a divulgar conocimientos sobre economía, contabilidad y finanzas, educación tributaria, etc., entre los trabajadores y la comunidad como parte de la responsabilidad social.

### **Campaña por la cultura económica**

Proponer una Campaña de Comunicación para elevar la cultura económica, contable y financiera de la ciudadanía con la participación del Ministerio de Economía y Planificación; las facultades de Comunicación Social, Economía, Contabilidad y Finanzas; los Ministerios de Finanzas y Precios, Agricultura, Educación y Educación Superior; la Oficina Nacional de Administración Tributaria, el Banco Central de Cuba, el Instituto Superior de Diseño, la Oficina Nacional de Diseño, la Facultad de Medios Audiovisuales, los medios de comunicación tradicionales y digitales, las organizaciones sociales, políticas y de masas, entre otros.

## CONCLUSIONES

Es preciso que la ciudadanía tenga una cultura general integral que incluya conocimientos básicos sobre economía nacional e internacional, contabilidad y finanzas para comprender cómo se mueve el mercado, cuánto afecta la base económica de la sociedad la estructura organizativa individual, el funcionamiento del sistema empresarial, jurídico, tributario ha de identificar a los actores económicos y sus funciones. En resumen, para manejar sus finanzas personales o entender cómo puede influir la economía en su desarrollo personal y del país es imprescindible elevar su cultura económica.

## REFEERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castro Ruz, F. (26 de octubre de 2008). El analfabetismo económico. Crisis global del Capitalismo. Reflexiones de Fidel. *Cubadebate*. <http://www.cubadebate.cu/reflexiones-fidel/2008/10/26/analfabetismo-economico/>
- Constitución de la República de Cuba. (2019) *Gaceta oficial de la República de Cuba*, No. 5 Extraordinaria de 10 de abril de 2019. Artículo 21, p. 75. <https://www.gacetaoficial.gob.cu/es/gaceta-oficial-no-5-extraordinaria-de-2019>
- Cuesta Morúa, M. (2020). Educación económica: Un reto para Cuba. *Revista Cubana de Ciencias Sociales*. <http://revista.filosofia.cu/index.php/RCCS/issue/view/5>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. (2022). Gestión de Gobierno basada en ciencia e innovación: avances y desafíos. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 12(2), e1235. Recuperado de <https://revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/e1235/1482>
- Díaz-Canel Bermúdez, M. y Fernández González, A. (2020). Gestión de gobierno, educación superior, ciencia, innovación y desarrollo local. *Retos de la Dirección*, 14(2): 5-32, p. 10. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552020000200005](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552020000200005)
- Herrera-López, Gabriel (2024). Comunicar la ciencia: ¿difundir o divulgar? *Milenaria, Ciencia y Arte*, (23), 4–7. <https://doi.org/10.35830/mcya.vi23.488>
- Partido Comunista de Cuba. (2011, 18 de abril). *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución*. Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/wp-content/uploads/2011/05/folleto-lineamientos-vi-cong.pdf>
- Partido Comunista de Cuba. (2017). *Documentos del 7º Congreso del Partido aprobados por el III Pleno del Comité Central del PCC el 18 de mayo de 2017 y respaldados por la Asamblea Nacional*

*del Poder Popular el 1 de junio de 2017. Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista.* Recuperado de <https://www.granma.cu/file/pdf/gaceta/tabloide%202%20%C3%BAltimo.pdf>

Rodríguez, J. L. (2015). La Economía Política y la Cultura de la Economía en las transformaciones económicas actuales. *Cubadebate*. Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/opinion/2015/12/08/la-economia-politica-y-la-cultura-de-la-economia-en-las-transformaciones-economicas-actuales/>

Varela Patiño, C. M. (2016). *La cultura económica y financiera en la formación de los tecnólogos en Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnologías*. Facultad de Educación Infantil, Universidad de Oriente, 2016. Recuperado de <https://biblioceped.uo.edu.cu/archivos/781.pdf>

### **Declaración de conflicto de intereses**

Se declara que no existe ningún potencial conflicto de interés relacionado con el artículo.

### **Contribución de los autores**

La autora para la correspondencia y responsable de la integridad del trabajo en su conjunto es Diana Domínguez Ceballos que aporta con el estudio, sistematización y análisis de los elementos conceptuales que sirven de base a la metodología que se presenta y que es el principal resultado con aporte al conocimiento, conclusiones. Ennedys Ramos Montoya realiza una revisión crítica y final del proyecto de artículo; así como la revisión de las referencias bibliográficas.