

Una mirada histórica a la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera Comunicación Social.



A historical look at the formation of the institutional identity value in the student of the Social Communication career.

Pérez-Rolo-Acebo, Maylis; Acebo Rivera, Mayra; León Acebo, Mirna

Maylis Pérez-Rolo-Acebo

maylispra.gc@gmail.com

Universidad de Las Tunas, Cuba

Mayra Acebo Rivera

mayraar@ult.edu.cu

Universidad de las Tunas, Cuba

Mirna León Acebo

mirnal@ltu.sld.cu

Universidad de Ciencias Médicas de Las Tunas, Cuba

Innovación tecnológica (Las Tunas)

Centro de Información y Gestión Tecnológica y Ambiental de Las Tunas, Cuba

ISSN-e: 1025-6504

Periodicidad: Trimestral

vol. 27, núm. 1, 2021

yanna@ciget.lastunas.cu

Recepción: 05 Enero 2021

Aprobación: 29 Marzo 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/442/4422091001/index.html>

Resumen: En el trabajo se analizan los aspectos teóricos que fundamentan el proceso de formación del valor identidad institucional. Se realiza un estudio epistemológico para determinar el marco teórico conceptual, las tendencias históricas con el objetivo de revelarlas características del valor identidad institucional en el estudiante de la Carrera de Comunicación Social. Para ello se utilizaron como métodos esenciales para la indagación, el histórico-lógico, análisis –síntesis, inducción-deducción y el análisis documental y bibliográfico. Su aplicación y valoración permitió identificar etapas en la formación del valor identidad institucional y la tendencia histórica de este proceso. El estudio constituye el primero de su tipo en la carrera y es el resultado del avance de la investigación doctoral de una de las autoras.

Palabras clave: Formación, valores, identidad institucional, comunicación social.

Abstract: The paper analyzes the theoretical aspects that support the process of formation of the institutional identity value. An epistemological study is carried out to determine the conceptual theoretical framework, the historical tendencies with the objective of revealing the characteristics of the institutional identity value in the student of the Social Communication Career. For this purpose, historical-logical, analysis-synthesis, induction-deduction and documentary and bibliographic analysis were used as essential methods for the inquiry. Their application and evaluation made it possible to identify stages in the formation of the institutional identity value and the historical trend of this process. The study is the first of its kind in the career and is the result of the progress of the doctoral research of one of the authors.

The paper analyzes the theoretical aspects that support the process of formation of the institutional identity value. An epistemological study is carried out to determine the conceptual theoretical framework, the historical tendencies with the objective of

revealing the characteristics of the institutional identity value in the student of the Social Communication Career. For this purpose, historical-logical, analysis-synthesis, induction-deduction and documentary and bibliographic analysis were used as essential methods for the inquiry. Their application and evaluation made it possible to identify stages in the formation

of the institutional identity value and the historical trend of this process. The study is the first of its kind in the career and is the result of the progress of the doctoral research of one of the authors.

Keywords: formation, values, institutional identity, social communication.

INTRODUCCIÓN

La universidad cubana se enfrenta en la actualidad a contextos económicos, culturales y sociales complejos con estudiantes que interpretan su realidad desde un sistema de influencias diverso. Este particular le impone a esta, como reto esencial, parecerse a su tiempo, y a la vez, encontrar nuevos caminos para lograr la formación de un profesional competente e integral. Por tanto, la formación de valores en los estudiantes universitarios constituye eje fundamental en la Educación Superior en Cuba.

Desde esta perspectiva, con la actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021, aprobados en el 7mo Congreso del Partido en abril del 2016 y por la Asamblea Nacional del Poder Popular en julio del mismo año, que permite la actualización del modelo económico y garantiza la continuidad del socialismo, se hace alusión a:

“Aunar los esfuerzos de las instituciones educativas (...) para cultivar en la sociedad el conocimiento de nuestra historia, cultura e identidad (...) para asumir una posición crítica y descolonizada ante los productos de la industria cultural hegemónica capitalista.” (Lineamiento 114, pág. 26: 2016).

Estas ideas se apegan a los fundamentos de la conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista que en el año 2017 plantea que:

“La comunicación social constituye un importante componente del proceso de desarrollo económico y social como recurso estratégico de dirección del Estado y el Gobierno, (...) estando principalmente al servicio de la participación, (...) la formación en valores y la cultura en general.”

En la carrera Comunicación Social la formación de valores adquiere connotaciones más específicas al formar un profesional que influye desde su praxis en diferentes ámbitos de la sociedad como lo son los docentes, institucionales, comunitarios, mediáticos, políticos entre otros. De manera que, desde el modelo del profesional,

en los programas de las disciplinas y asignaturas se debe intencionar y jerarquizar valores que singularicen su labor.

El objetivo final del graduado en Comunicación Social es gestionar la comunicación en los diversos niveles y ámbitos de la sociedad cubana, sean estos espacios institucionales, comunitarios, mediáticos, gubernamentales, lucrativos o no, a fin de contribuir al desarrollo sustentable y mejor desempeño de las entidades. Es decir, un profesional de la comunicación comprometido con su institución y su país.

“El comunicador social debe trabajar por una adecuada vinculación con la sociedad sobre bases éticas que aseguren la conservación y enriquecimiento de nuestro patrimonio social y cultural; la educación y orientación comunitaria y ambientalista de la población, y el fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional”. (Modelo del Profesional carrera Comunicación Social, pág.: 2)

Este profesional debe poseer una clara conciencia de su papel en la sociedad como trabajador de la esfera política, ideológica y cultural, y la convicción del sustancial aporte que puede lograr la comunicación en el desarrollo social; espíritu de investigación; capaz de gestionar la comunicación con profesionalismo, ética y modestia.

La investigación contribuye a la formación integral de los comunicadores sociales y responde al proyecto de investigación territorial: formación de valores identitarios en la sociedad tunera. El estudio histórico tendencial parte de un proceso de sistematización teórica sobre la formación de valores con particular interés en el valor identidad institucional a partir de la experiencia profesional en la Educación Superior de las autoras.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la investigación se utilizó el método histórico - lógico, con el objetivo de profundizar en los antecedentes y evolución de la formación del valor identidad institucional en el proceso de formación de valores, precisar los momentos más importantes de este proceso, revelar las características de cada etapa y las tendencias que se expresan en su desarrollo.

El análisis y síntesis, presente durante todo el proceso de investigación, permitió analizar y sintetizar los aspectos más importantes revelados durante la indagación. La inducción y deducción facilitó descubrir los aspectos comunes en los conceptos analizados y definir cuáles deben considerarse como fundamentales para el trabajo investigativo.

El estudio documental para favorecer la obtención de información de fuentes oficiales, acerca de los principales referentes teóricos que permiten el estudio del proceso de formación de valores y documentos normativos del modelo de la carrera de Comunicación Social.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la universidad cubana está presente una amalgama de valores que hombres como Félix Varela, José de la Luz y Caballero, José Manuel Mestre, Enrique José Varona, José Martí y jóvenes como Julio Antonio Mella, José Antonio Hechevarría y Fidel Castro portaron en su accionar y que de esta manera sentaron los primeros antecedentes para lo que sería la universidad cubana actual.

Según P. Guadarrama González (2005) en los años ochenta se fortalece el modelo de una universidad científica tecnológica y humanista al preocuparse no solo por la formación científico-técnica:

“... sino por el cultivo de valores éticos humanistas de espíritu solidario (...) a fin de cultivar la conciencia de orgullo por la cultura cubana y latinoamericana, por sus pensadores y líderes (...) por su identidad y autenticidad...”. (p.72)

Los principales antecedentes en la formación de comunicadores sociales se remontan a 1943, con la creación de la Escuela de Periodismo “Manuel Márquez Sterling”, en La Habana y en otras ciudades del país, a un nivel medio profesional. Le sigue la creación de la Escuela Profesional de Publicidad en 1954 y el 11 de octubre de 1956, se crea la Asociación Cubana de Ejecutivos de Relaciones Públicas, ACERP.

Con el Triunfo de la Revolución en 1959 y la Reforma Universitaria del 1 de enero de 1962, la carrera de Periodismo se establece como especialidad de la Educación Superior. La apertura del curso de Periodismo Gráfico en 1987 en la Universidad de La Habana, constituye otro precedente importante de la formación en el campo de la publicidad. También en esta década se ofrecen cursos en el Politécnico de Hotelería y Turismo y la Escuela Superior del Partido Níco López, así como cursos de capacitación y superación con asignaturas como Publicidad, Propaganda, Marketing y elementos de Comunicación y Relaciones Públicas.

Resulta oportuno precisar como antecedente en la formación de comunicadores sociales las transformaciones acaecidas en la Educación Superior en Cuba durante el año 1991, pues como parte del proceso de rectificación de errores que enfrentaba

el país se decide sustituir la carrera de Periodismo por la de Comunicación Social y se produce el cambio hacia el plan de estudios C, con el que comienza la carrera.

Esta decisión estaba sustentada en la idea de que Cuba debía formar profesionales que pudieran hacer frente al complejo escenario internacional en donde el hegemonismo neoliberal y las industrias culturales laceran a los pueblos del mundo. Con la creación de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas de Cuba en 1993 y su código de ética surge una organización que pauta en primera instancia las ideas esenciales para la formación de valores de los profesionales de este sector.

Para conducir la investigación en el estudio histórico de la formación del valor identidad institucional se consideran los aspectos caracterizadores siguientes:

- . Indicaciones en los Planes de Estudios, Modelos del Profesional, Programas de disciplinas, asignaturas, así como Resoluciones ministeriales y rectorales relacionadas con la formación de valores para la Educación Superior con énfasis en la carrera de Comunicación Social.

- . Nivel de formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social.

En correspondencia con lo anterior se sigue como criterio para la determinación de las etapas las modificaciones en los Planes de estudios de la carrera Comunicación Social y defino tres etapas principales.

Primera etapa: desde el año 2000 con el inicio de la carrera Comunicación Social como parte del Plan de estudios C perfeccionado hasta el año 2007

Primera etapa: desde el año 2000 con el inicio de la carrera Comunicación Social como parte del Plan de estudios C perfeccionado hasta el año 2007

La carrera surge como recomendación en el VII Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) y en los análisis que se realizaron en presencia de nuestro Comandante Fidel Castro Ruz en abril de 1999. Las valoraciones emitidas sobre el plan de estudio existente en relación con el contexto internacional, demostraron que la mayor parte se centraba en el perfil periodístico y la de comunicación social ocupaba un menor espacio, es así que se imponía la necesidad de darle un nuevo perfil a la formación de comunicadores sociales.

El diseño e implementación del nuevo plan de estudios inicia en el año 2000 con la apertura de la carrera Comunicación Social en la Universidad de La Habana y la Universidad de Oriente, pero esta vez se orienta al perfil de comunicación institucional. En el 2001 en Cuba comienza la universalización de la enseñanza. En un primer momento en La Habana y en el resto de las provincias y municipios del país desde el 2002 con la modalidad semipresencial (Curso por Encuentro). Lo anterior tuvo, en el caso de la carrera de Comunicación Social, un fuerte impacto en la socialización del conocimiento en esta.

Años más tardes, en el 2004, en la modalidad presencial (Curso Regular Diurno) este plan de estudios se extiende a la Universidad Central de Las Villas y en el 2007 al Centro Universitario Vladímir Ilich Lenin de Las Tunas, actual Universidad de Las Tunas

El desafío de abrir una carrera con pocos graduados en comunicación, fue posible gracias al apoyo de la Unión de Periodistas de Cuba y de la Asociación de Comunicadores Sociales de la provincia, pues parte de sus miembros constituyeron, de conjunto con recién graduados de la carrera en la Universidad de Oriente, el claustro de profesores. El compromiso, la responsabilidad y el empeño de estos docentes hizo posible que se consolidara la carrera en los años siguientes.

Con el nuevo plan de estudios se identifican los primeros aspectos que relacionan la formación de los comunicadores sociales con los procesos identitarios, es así como en la caracterización de la profesión se explica el reto que supone para la comunicación enfrentarse a:

“... prácticas globalizadoras y la consecuente redefinición de los procesos identitarios”. (Plan C perfeccionado, 2000)

Estas ideas se argumentan más adelante en el mismo documento al señalar que el fortalecimiento de la identidad nacional es uno de los aspectos en los que debe trabajar una vez graduado el comunicador social. Lo anterior justifica que la concepción esencial en la formación del comunicador social descansa, como plantea el plan de estudios C perfeccionado, en un profesional de la comunicación que realice tareas dirigidas al

perfeccionamiento de los procesos de comunicación interna y externa en diferentes espacios para contribuir al fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional.

Lo antes expuesto es una idea que se repite de manera constante en su objeto de trabajo y en la contradicción fundamental que resuelve el egresado e incluye otros elementos importantes como son el fortalecimiento de la imagen, la integración y cohesión interna que apuntan al interés de que el estudiante asuma valores identitarios que le permitan alcanzar sus objetivos.

Los procesos docentes en la universidad se ven influenciados en el año 2006, con el Programa director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual. De ahí que inicie en la carrera de Comunicación Social un trabajo más direccionado, pero sin mostrar avances significativos en este particular.

En esta etapa, se advierten elementos que conducen a la formación del valor identidad institucional cuando se identifica en el cuarto año de la carrera las

asignaturas Identidad Corporativa, Cultura Organizacional en el primer semestre, con contenidos que favorecen desde lo cognitivo y lo práctico la incorporación de modos de actuación asociados al valor identidad institucional. Además, se concibe como asignatura opcional el Taller de identidad corporativa en el cuarto año de la carrera como parte de la disciplina teoría y técnicas de los lenguajes de comunicación y ubica al profesional de la comunicación como gestor de esta en las instituciones. (en ese entonces era la asignatura rectora)

Durante esta etapa el plan de estudios sufre varias modificaciones que surgen del análisis que en las comisiones de carreras se realizaban, es así como se ubica en el tercer año la asignatura Comunicación e Imagen Corporativa I y II por la necesidad de profundizar en la imagen como parte de los valores intangibles de una empresa que el estudiante debía gestionar en su actuación profesional.

Ambas asignaturas pertenecen la Disciplina Principal Integradora denominada Comunicación Organizacional y sobre la cual descansa la Práctica Laboral de los estudiantes. También era importante para este plan de estudios la relación con los Programas directores (Computación, Dimensión Medioambiental, Técnicas de Dirección y Economía, Idiomas). De esta manera, la Práctica Laboral constituía una asignatura que relacionaba los conocimientos teóricos sobre comunicación, identidad e imagen con el ejercicio profesional en las esferas de actuación profesional y beneficiaba la identificación de los estudiantes con la institución.

Se evidencia en uno de los objetivos educativos de la Disciplina el interés por la comprensión de la influencia que tienen los procesos comunicativos, sus y acciones con la creación de valores cívicos y culturales relacionados con la identidad nacional, la preservación del medio ambiente y los derechos de la mujer.

Los estudiantes en esta etapa, muestran curiosidad por la aplicación práctica de la carrera, pero no son conscientes del verdadero rol que deben desempeñar en la sociedad. Son estudiantes que la pidieron en primera opción y la mayoría de ellos provienen del IPVCE, por tanto, son estudiantes de un alto rendimiento académico.

Segunda etapa: desde el año 2008 con los cambios en la carrera Comunicación Social como parte del inicio del Plan de estudios D hasta el año 2017

El “Plan de Estudios D” inicia en el 2008 con la extensión del campo de acción del estudiante de la carrera Comunicación Social, se mantiene el ámbito institucional, pero se amplía hacia lo educativo y comunitario, mediático, de docencia e investigación. Esta nueva mirada incide en el cambio de nombre de la Disciplina Comunicación Organizacional por Comunicación Institucional justificado en el hecho de estar en correspondencia con el área internacional, pero sin perder la misma

esencia que la había caracterizado en el plan anterior, así lo reafirma cuando plantea:

Esta disciplina dota al estudiante de competencias que le permiten aplicar enfoques culturales al análisis y solución de problemas del campo de la comunicación en función del fortalecimiento de la identidad y la imagen de las organizaciones y el mejoramiento de su desempeño. (Programa de la Disciplina Comunicación Institucional, Plan de Estudios D de la Carrera Comunicación, 2008)

Este particular supone reafirmar la identidad nacional, cultural desde la práctica de la profesión en las diferentes esferas de actuación profesional. Se insiste en la formación de valores para la educación ambiental de la etapa anterior y se le incluye como aspecto nuevo la cultura de la profesión.

Forman parte de esta disciplina asignaturas que enfatizan desde sus contenidos en aspectos que contribuyen a la formación del valor identidad institucional. Tal es el caso de Relaciones Públicas, Publicidad, Propaganda Política, Diseño de Comunicación Visual y es significativo la fusión en una sola asignatura de los contenidos de Identidad e Imagen. También se insertan en este plan de estudios otras asignaturas que tributan a la Disciplina Comunicación para el desarrollo con asignaturas como Comunicación educativa, Comunicación y educación donde los estudiantes se forman para ejercer en escenarios comunitarios o en representación de instituciones culturales, proyectos socioculturales que impulsen el desarrollo local y territorial.

Un elemento que influye en la formación del valor identidad institucional en este plan de estudios es el concebir la práctica laboral-investigativa como Disciplina General Integradora y la importancia que tiene para el estudiante al ir acercándolo a las dinámicas organizacionales desde la aplicación teórica y práctica de la profesión.

En la práctica laboral, aunque no se declara explícitamente la identidad institucional como valor, sí de manera implícita existe un acercamiento si se tiene en cuenta que la misma:

“... está centrada en la aplicación de conocimientos, y consolidación de habilidades y valores, inherentes al ejercicio profesional en la gestión de comunicación en sus campos de actuación” (Plan de Estudio D de la Carrera de Comunicación Social, 2008)

Una mirada al sistema de valores de la disciplina permite de manera implícita, identificar la identidad institucional como un valor a formar cuando aboga por un profesional con un alto sentido de compromiso no solo con el país y el proyecto social cubano, sino con la capacidad de proyectarse crítica y reflexivamente dentro y fuera de su ámbito laboral y con plena conciencia de sus responsabilidades como

participantes en procesos de transformación social. Para terminar, agrega que deberá desempeñarse con disciplina e incorporar valores del hacer en los diversos campos de actuación.

En esta etapa, la importancia que posee la práctica-laboral-investigativa dentro del proceso formativo no es advertida por la totalidad de los estudiantes y se presentan irregularidades en la asistencia a la misma, se observa predilección por los espacios institucionales y mediáticos en detrimento de los comunitarios. A su vez, esta particularidad, es demostración también de las primeras manifestaciones asociadas al valor identidad institucional en el estudiante de la carrera.

Otro elemento a destacar está relacionado con el tratamiento a las estrategias curriculares que desde el plan de estudio se orientan y que en sus aspectos generales indican la formación ético profesional del comunicador social, mediante el abordaje de sus principios y su aplicación en la práctica en cada una de las disciplinas que tributan a la formación de saberes y modos de hacer del comunicador, en plena relación con sus manifestaciones en los diversos campos de actuación profesional.

La presencia del Programa Director para el Reforzamiento de Valores Fundamentales en la Sociedad Cubana Actual que desde el 2006 se aprueba y que se actualiza en el 2012, contribuye a que se les preste especial atención a ellos dentro del proceso formativo unido la incorporación al departamento de Comunicación Social de profesionales del perfil pedagógico que se reorientaron a la carrera, pero sin identificar los valores identitarios como uno de los valores a formar en el estudiante de la carrera.

Tercera etapa: desde el año 2018 con los cambios en la carrera Comunicación Social como parte del Plan de estudios E

El “Plan de Estudios E” concibe al Comunicador Social como un profesional de la comunicación dotado de amplia base política e ideológica, teórico-metodológica y cultural, que diseña y gestiona programas, proyectos y formas de interrelación más participativas y justas que permiten la intervención o comprensión

de fenómenos sociales y culturales que puedan ser susceptibles de mejoramiento o de transformación desde la comunicación.

Para ello se prevén la reorganización de los contenidos en las disciplinas y asignaturas, la reducción de los fondos horarios presenciales con base en un diseño curricular flexible, de cuatro años de duración y desarrollo de habilidades y valores, acompañado de nuevas actividades didácticas y pedagógicas inter y

transdisciplinarias, el empleo de las tecnologías educativas y la participación activa del estudiante en su autopreparación.

En este nuevo plan de estudio se destaca el rol del comunicador en las transformaciones que se producen en el país en lo social, en lo económico, en lo cultural, y en los diversos ámbitos de la sociedad cubana. Para ello, el graduado de comunicación social debe trabajar por la incorporación -de manera orgánica-, de la dimensión comunicativa en todos los niveles de los complejos procesos de transformación de la realidad; en el fortalecimiento de la identidad nacional y el aumento de la participación de las personas en la toma de decisiones y en su consecuente implicación en la ejecución de acciones que tributen a ello.

Esto se ve reflejado en las transformaciones de las disciplinas y asignaturas que conforman este nuevo plan de estudio que tiene como objeto de trabajo la comunicación pública en sus disímiles ámbitos, espacios y expresiones y consolida de esta manera una visión completa del profesional de la comunicación. Ya no serán cuatro sus campos de actuación, se le agrega la comunicación política, comercial, digital-reticular, consultoría especializada y otras que sufren modificaciones y que responde a comunicación para el desarrollo, mediática investigación y crítica científico-social. Sus esferas de actuación también se incrementan y ahora se insertan además la Organización Superior de Dirección Económica (OSDE), Medios, Agencias y Servicios de Comunicación, Formas de gestión no estatal, instituciones culturales

Se separan los contenidos de la asignatura Comunicación, Identidad e Imagen, para conformar la asignatura Comunicación e Identidad Visual, y se crea la asignatura Cultura, Identidad e Imagen que le agrega a los contenidos anteriores los de Cultura Organizacional. Se mantiene Relaciones Públicas y se inserta Crisis, responsabilidad social y reputación dentro del programa curricular de la carrera y que favorecen el rol que debe desempeñar este profesional en las instituciones como elemento transformador de realidades.

Los cambios realizados al plan de estudio se relacionan con la voluntad política del país de impulsar la comunicación como aspecto estratégico lo que se concreta en la Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubano. Esta voluntad política contribuye a que el estudiante universitario tome conciencia del papel que le corresponde desempeñar en las instituciones y organizaciones del país. Propicia una valoración de su profesión más positiva y comienza a generar comportamientos más activos dentro de los diferentes espacios en los que se desempeña.

Reconoce la importancia de formar valores morales, estéticos, patrióticos de justicia social y educación formal, prioriza los del Programa Director de valores y destaca como imprescindibles el desarrollo del patriotismo, el antimperialismo, la responsabilidad, la honestidad, la dignidad, el humanismo y la honradez, pero no identifica los valores identitarios.

CONCLUSIONES

El estudio histórico del valor identidad institucional en el estudiante universitario permite establecer dos tendencias esenciales. La primera: en los planes y programas de estudio de la carrera Comunicación Social se transita desde la identificación de la identidad nacional, cultural y medioambiental, hasta la cultura de la profesión en relación con el sistema de valores institucionalizados aun con insuficiencias en la identificación y argumentación del valor identidad institucional.

La segunda que: la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la Carrera Comunicación Social transita en la formación de valores desde un incipiente tratamiento teórico práctico y espontaneidad hacia la identificación del valor; sin precisarse particularidades de su formación.

BIBLIOGRAFÍA

1. Comisión Central Designada. (2012). *Programa Director en la Educación para el Sistema de valores de la Revolución Cubana*. La Habana, Cuba.
2. González, P. G. (2005). *Etapas principales de la Educación Superior en Cuba*. Dialnet, 49-72.
3. Ministerio de Educación Superior. (2000). *Plan de estudios C perfeccionado*. La Habana, Cuba.
4. Ministerio de Educación Superior. (2000). *Programa de la asignatura Comunicación e Imagen Corporativa I y II*. La Habana, Cuba.
5. Ministerio de Educación Superior. (2000). *Programa de la asignatura Cultura Organizacional*. La Habana, Cuba.
6. Ministerio de Educación Superior. (2000). *Programa de la asignatura Identidad Corporativa*. La Habana, Cuba.
7. Ministerio de Educación Superior. (2000). *Programa de la Disciplina Teoría y técnica de los lenguajes de comunicación*. La Habana, Cuba.
8. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Programa de la Disciplina Comunicación Institucional*. La Habana, Cuba.
9. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Plan de estudios D de la carrera Comunicación Social. Programa de la Disciplina Práctica Laboral*. La Habana, Cuba.
10. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Programa de la asignatura Diseño de Comunicación Visual*. La Habana, Cuba.
11. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Programa de la asignatura Identidad e Imagen*. La Habana, Cuba.
12. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Programa de la asignatura Propaganda Política*. La Habana, Cuba.
13. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Programa de la asignatura Relaciones Públicas*. Cuba.
14. Ministerio de Educación Superior. (2008). *Programa de la Disciplina Comunicación para el Desarrollo*. La Habana, Cuba.
15. Ministerio de Educación Superior. (2018). *Plan de estudios E de la carrera de Comunicación Social*. La Habana, Cuba.
16. Partido Comunista de Cuba. (2006). *Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual*. La Habana, Cuba.
17. Partido Comunista de Cuba (2017) *Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista*
18. Partido Comunista de Cuba (2016) *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021*.
19. Partido Comunista de Cuba (2011) *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del PCC*

NOTAS

10. Ministerio de Educación Superior. (2008). Programa de la asignatura Diseño de Comunicación Visual. La Habana, Cuba.
11. Ministerio de Educación Superior. (2008). Programa de la asignatura Identidad e Imagen. La Habana, Cuba.
12. Ministerio de Educación Superior. (2008). Programa de la asignatura Propaganda Política. La Habana, Cuba.
13. Ministerio de Educación Superior. (2008). Programa de la asignatura Relaciones Públicas. Cuba.
14. Ministerio de Educación Superior. (2008). Programa de la Disciplina Comunicación para el Desarrollo. La Habana, Cuba.
15. Ministerio de Educación Superior. (2018). Plan de estudios E de la carrera de Comunicación Social. La Habana, Cuba.
16. Partido Comunista de Cuba. (2006). Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual. La Habana, Cuba.
17. Partido Comunista de Cuba (2017) Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista
18. Partido Comunista de Cuba (2016) Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021.

19. Partido Comunista de Cuba (2011) Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del PCC