

**LA ENSEÑANZA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA FORMACIÓN DE VALORES IDENTITARIOS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**THE TEACHING OF PUBLIC RELATIONS AND THE FORMATION OF IDENTITY VALUES IN STUDENTS OF SOCIAL COMMUNICATION CARRER**

Maylis Pérez-Rolo Acebo<sup>1</sup>([maylispra@ult.edu.cu](mailto:maylispra@ult.edu.cu))

Mayra Acebo Rivera<sup>2</sup>

Mirna León Acebo<sup>3</sup>

**RESUMEN**

El presente artículo tiene como objetivo analizar las potencialidades educativas que posee la asignatura Relaciones Públicas para la formación de valores identitarios en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social. Para ello, se exponen los criterios de las autoras desde su experiencia pedagógica. Se destaca la importancia de trabajar el sistema de contenido con acierto para lograr en los alumnos los conocimientos necesarios que le permitan ejercer la profesión con ética, humanismo y con un profundo sentimiento de identidad nacional. Al constituir el primer tema de la asignatura requiere de una planificación detallada que permita generar una labor educativa que motive a los alumnos en los temas futuros lo que le otorga gran impacto. Los contenidos abordados forman parte de la investigación de la Maestría en Ciencias de la Comunicación de una de las investigadoras. El artículo permite concluir que la asignatura ofrece oportunidades para realizar un trabajo educativo que garantice la eficiencia y eficacia del proceso docente educativo.

**PALABRAS CLAVE:** Relaciones Públicas, formación de valores, Comunicación Social.

**ABSTRACT**

The objective of this article is to analyze the educational potential of the subject Public Relations for the formation of identity values in students of the Social Communication career. For this, the authors' criteria are exposed from their pedagogical experience. The importance of working correctly on the content system is emphasized in order to achieve in the students the necessary knowledge that allows them to practice the profession with ethics, humanism and a deep sense of national identity. By constituting the first subject of the subject requires detailed planning to generate an educational task that motivates students in future issues which gives great impact. The contents addressed are part of the research of the Master's in Communication Sciences of one of the researchers. The article allows to conclude that the subject offers opportunities to carry out an educational work that guarantees the efficiency and effectiveness of the educational teaching process.

**KEY WORDS:** Public Relations, formation of values, Social Communication.

---

<sup>1</sup> Licenciada en Comunicación Social. Profesora Asistente de la carrera Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas. Miembro de la Red Iberoamericana de Pedagogía. Universidad de Las Tunas, Cuba.

<sup>2</sup> Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Titular, Investigadora del Centro de Estudios Pedagógicos de la Universidad de Las Tunas, Cuba.

<sup>3</sup> Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Auxiliar de la Universidad de Ciencias Médicas de Las Tunas, Cuba.

Hablar de comunicación en el siglo XXI es insertar un tema polémico y de connotaciones disímiles en las esferas económicas, sociales y políticas. Es un término que atraviesa casi todos los procesos que se desarrollan en la sociedad actual y al que muchos investigadores le dedican sus reflexiones. Por estas y otras razones, integra los planes de estudio de diversas universidades del mundo.

Cuba no está ajena a la importancia que se le confiere a la comunicación en el ámbito internacional y dedica esfuerzos para su desarrollo dentro del país. Como parte de esta intención la carrera Comunicación Social abre sus puertas en el año 2000 en la Educación Superior en la Universidad de La Habana, posteriormente se extendió a Villa Clara, Santiago de Cuba y en el año 2006, a Las Tunas.

Desde la apertura de esta carrera universitaria en la provincia son varios los aportes en el orden de las investigaciones. Se han realizado estrategias y planes de comunicación para empresas del territorio, diseño de manuales de comunicación para fortalecer los procesos comunicativos, campañas de Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas, que contribuyen al desarrollo de la comunidad y la sociedad en general. Estas poseen un alto impacto al aplicarse además con los profesionales que se han formado y que proceden de las vecinas provincias de Camagüey y Holguín.

Los profesionales que egresan de esta carrera deben estar dotados de:

... una amplia base política e ideológica, teórico-metodológica y cultural, que gestiona 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, así como su 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. (Cuba. Ministerio de Educación Superior, 2000, p. 2)

Por todo lo anterior, brindar una docencia de calidad constituye una premisa para el claustro de profesores que allí imparte. En este sentido se encamina el presente artículo, que tiene como objetivo analizar las potencialidades educativas que posee el tema I de la asignatura Relaciones Públicas para la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

### **Apuntes iniciales para una labor educativa en Relaciones Públicas**

La asignatura Relaciones Públicas tiene un campo de acción y un papel específico en la Comunicación Institucional, de ahí que pertenezca a la disciplina que lleva ese mismo nombre. Un aspecto esencial para impartirla es que parte de un enfoque multidisciplinar, el cual se justifica con los argumentos de que estas integran los conocimientos de asignaturas como Comunicación Organizacional, Publicidad, Marketing, Propaganda Política, Cultura Organizacional, Identidad e Imagen entre otras. Este particular obliga a que el profesor designado para impartir la materia debe poseer un alto dominio de los contenidos esenciales de las asignaturas antes mencionadas.

La asignatura se imparte en el primer semestre del 2do año y cuenta con 56 horas clases. El Plan de estudio D concibe su evaluación por recorrido, aspecto con el que no se concuerda pues la elaboración de un trabajo final en donde el estudiante vuelque los conocimientos adquiridos mediante la solución práctica de una situación comunicativa deficiente, contribuiría

no solo a la mejora de estos procesos en las entidades, sino a la consolidación de la profesión y a su validez dentro de la gestión institucional. Para solucionar este aspecto el profesor debe orientar trabajos extraclases por temas y dedicarle mayor cantidad de horas a los seminarios y clases prácticas.

En el programa se declaran varios objetivos a alcanzar en este tema, no obstante, se le sugiere al profesor como objetivo principal para el mismo que al finalizar el tema sean capaces de: aplicar las relaciones públicas como herramienta de gestión al servicio de la comunicación, considerando sus teorías, paradigmas, principios y conceptos específicos.

El programa general de la asignatura abarca un amplio contenido de ahí que para realizar un trabajo docente más efectivo se divide en 5 temas principales. Dentro de ellos el tema I titulado Surgimiento y evolución de las Relaciones Públicas, posee cualidades específicas que no se advierten explícitamente en el resto de los temas y que de ser aprovechadas por el profesor se logra una labor educativa eficaz en los alumnos, lo que incide directamente en la motivación por estudiar la asignatura e incide directamente en la formación de la identidad de este profesional.

Educar e instruir a los futuros profesionales de la comunicación social en el país constituye una tarea de alta responsabilidad y entrega. Este profesional debe estar dotado de altos conocimientos de su labor, debe poseer una vasta cultura que le permita asesorar a directivos sobre importantes decisiones estratégicas, un comportamiento y una ética intachable, en tanto, de ello depende su credibilidad. Estas y otras condiciones deben estar contenidas en el comunicador social, pero de forma especial en el relacionista público.

Este es el profesional de la comunicación que se encarga de establecer vínculos o relaciones provechosas entre una organización y los diversos públicos que la componen o que interactúan con ella. Por tanto, se encuentra más cercano a las personas y utiliza como principal táctica de trabajo la comunicación personal. Estas razones justifican la idea de desarrollar una labor educativa en el alumno que estudia la materia para dotarlo de las cualidades necesarias para ejercer adecuadamente su profesión.

Desde la experiencia educativa de las autoras de este artículo, acumulada por varios años, se proponen algunas sugerencias para aprovechar las potencialidades educativas que posee la asignatura. Se coincide con Moyano y Batista (2017) cuando refieren que: “La educación como proceso es una actividad de naturaleza intelectual y de carácter ideológico, que tiene como contenido el proceso pedagógico de la formación integral de la personalidad de las nuevas generaciones, la enseñanza y el aprendizaje, con vistas a contribuir al crecimiento humano” (p. 45).

Los criterios antes mencionados permiten asegurar que desde la preparación adecuada de las clases y la correcta orientación de los seminarios y clases práctica se ejerce una fuerza motivadora que contribuye a la formación profesional del alumno, al fortalecimiento de valores y al desarrollo de un sentido de pertenencia con la carrera en la que estudian.

De ahí que Mulet, Álvarez e Izquierdo (2016) sostengan:

La clase debe permitir la formación en los estudiantes, de vivencias positivas en relación con su futura profesión para la cual se preparan, para que las formaciones motivacionales regulen verdaderamente la actividad, por lo que mediante el contenido de la asignatura se crearán las posibilidades de formar cualidades profesionales, entre ellas amor por la profesión. (p. 3)

Desde esa reflexión parte la preparación del tema I, en la que se trabaja principalmente el contexto histórico del surgimiento de las Relaciones Públicas. Su delimitación conceptual. Las escuelas o tendencias de Relaciones Públicas: norteamericana, europea y Latinoamericana. Sus principales exponentes. Las Relaciones Públicas en Cuba. Historia y evolución: el momento actual.

Además, incluye los cuatro modelos paradigmáticos de James E. Grunig y Todd Hunt: modelo del agente de prensa, modelo de informaciones públicas, modelo bidireccional asimétrico y modelo bidireccional simétrico. Y las Relaciones Públicas en contextos diversos de aplicación (instituciones de bien público, empresas, organismos oficiales). Diferencias entre Relaciones Públicas y otras disciplinas: marketing, periodismo, publicidad y propaganda.

Es en este tema donde el profesor ubica a los alumnos en lo que representa esta profesión, en primera instancia para ellos como seres humanos, como profesionales de la comunicación, como puente para motivar relaciones favorables entre los públicos de una entidad y como actores generadores de eficiencia y eficacia en los diversos procesos administrativos que se desarrollan dentro de una organización.

El tema posee la particularidad de darle salida al tratamiento de las estrategias curriculares como ningún otro. Desde el inicio cuando el profesor coloca el nombre de la asignatura puede explicar como esos vocablos provienen del inglés Public Relations. Más adelante cuando se habla del publicity en uno de los modelos de comunicación que se siguen en Relaciones Públicas se analiza su significado para que no sea confundido por publicidad que en inglés se escribe *advertising*. El profesor puede utilizar otras variantes de frases famosas en idioma inglés que hagan alusión al trabajo de la profesión entre otras.

La lengua materna será atendida desde el primer encuentro con los alumnos al referir que el profesional de las relaciones públicas utiliza como principal acción para su trabajo diario la comunicación personal. Aquí el diálogo con otras personas se convierte en vía para alcanzar los objetivos de trabajo por lo que el profesional debe estar dotado de un amplio lenguaje, una vasta cultura y de una redacción adecuada. Batista (2017) explica que la finalidad del profesor debe ser formar en los alumnos competencias comunicativas, prepararlos para usar un lenguaje correcto y fluido que les permita comprender al otro y que posean una cultura lingüística con la que puedan interactuar comprendiendo y siendo comprendido.

Para lograr esto el profesor realiza preguntas orales que permitan evaluar la coherencia y la profundidad de las respuestas ofrecidas. Pero la labor educativa no puede circunscribirse solamente al aula, el profesor evalúa a sus alumnos constantemente en sus tareas cotidianas, en los espacios en donde interactúan. El profesor se convierte en un observador sistemático de comportamientos e incluye en la evaluación final de la asignatura este aspecto.

Durante la impartición del tema se considera medular definir el sistema de valores que se contribuye a formar en los alumnos, entre los que se jerarquiza el valor identidad profesional del comunicador social. Este proceso de selección y planificación ha de considerar los criterios de Acebo (2009) cuando explica que:

La formación de valores, es el proceso que se desarrolla en cada sujeto, en estrecha interacción con la sociedad en que vive, desde la etapa preescolar en la que transita por la escolar, laboral y poslaboral, en ellas se produce la configuración del valor, así como el inicio y

seguimiento de la construcción consciente de este, con el objetivo de alcanzar y potenciar su proyecto de vida como ser humano. (p. 4)

## **Evolución histórica de las Relaciones Públicas**

La labor educativa desde el trabajo con los principales contenidos pertenecientes al tema I parten del análisis del surgimiento de las Relaciones Públicas como disciplina. Esta ha utilizado la comunicación como instrumento para su aplicación en las organizaciones. Tanto es así, que en ocasiones se utiliza el término como sinónimo para referirse a la comunicación. Este particular le permite adaptarse a los diferentes enfoques que puede asumir una organización y lo más importante, colocarse al servicio de ella.

Resulta oportuno precisar además, que el origen de las Relaciones Públicas es un tema polémico entre los investigadores más importantes de esta disciplina. Existen dos posiciones principales, la primera lo ubica en tiempos tan lejanos como la antigua Roma y la segunda lo sitúa a inicios del siglo XX dadas las condiciones económicas, sociales y políticas de la época.

Al realizar un análisis sobre los principales elementos que se abogan para colocar su surgimiento en tiempos distantes, el profesor debe explicar que uno de los criterios que está en primer lugar es el establecimiento de vínculos con formas de propaganda y con la definición de conceptos tan esenciales para el trabajo de esta disciplina, como el de la opinión pública. Este es el momento indicado para establecer las relaciones interdisciplinarias con la asignatura Propaganda Política que los alumnos recibirán en el tercer año.

Se debe resaltar cómo el manejo adecuado de la opinión pública, resulta muy importante y debe realizarse con ética, honestidad porque en el camino puede fortalecer una idea, persona, país, o destruirla. Para ilustrar este particular, el profesor como ejemplo positivo puede apoyarse en la amplia campaña de propaganda que Cuba desarrolló para la liberación de los 5 Héroes prisioneros del Imperio. El tratamiento de estos contenidos también permite desplegar el trabajo político-ideológico y sensibilizar a los alumnos para contribuir a la formación de valores como el humanismo y la identidad nacional.

En el análisis del contexto histórico el profesor debe incluir las consideraciones de Muriel y Rota (1980) cuando apuntan como elemento relevante para su surgimiento los cambios socioeconómicos que trajo aparejada la Revolución Industrial del siglo XIX, que a juicio de estas investigadoras constituye el punto de partida de las Relaciones Públicas como disciplina.

Hecha la observación anterior se concluye que esta solo pudo existir al margen de los adelantos científicos, técnicos, sociales, económicos y políticos que le otorga el siglo XX. Las ideas anteriores argumentan la posición de que ubicarlas tan lejanas en el tiempo sería distorsionar lo que constituye la propia esencia de las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación. Se pudiera hablar de antecedentes, de elementos que propiciaron su nacimiento, pero no de una disciplina plenamente conformada.

Un aspecto esencial para impartir el tema está relacionado con el país en donde surgen las Relaciones Públicas. La literatura científica concuerda en que es Estados Unidos. Así lo aseguran Cutlip y Center cuando sostienen: "... the definite beginnings date from the early

1990s" (Cutlip y Center, 1971, p. 70). Lo que traducido queda: los comienzos definidos datan tempranamente de los años 1990.

En este sentido, el profesor debe preparar a los alumnos para ubicarlos en el ambiente social, económico y político de esos años. Puede utilizar fotos de la época y videos que reflejen este particular. Además, la explicación de estos contenidos que pueden resultar tediosos deben acercarse lo más posible a la actualidad al mostrar los personajes históricos como personas humanas envueltas en un contexto determinado que propició su avance. Los acontecimientos deben ser narrados con un uso adecuado del tono de la voz del profesor, una cadencia y un ritmo que permita transportar al alumno hacia la época.

Para la realización del seminario correspondiente al tema se sugiere la conformación de 2 equipos con dos tópicos específicos. El primero de ellos concierne al análisis del surgimiento de las Relaciones Públicas a nivel internacional. Y el otro dirigido a las Relaciones Públicas en Cuba. De esta manera, los alumnos profundizarán en los aspectos impartidos en las conferencias y se conformará en ellos las bases para enfrentar los temas siguientes. El seminario se podrá organizar en forma de panel o de preguntas y respuestas, de acuerdo a las características del grupo. El profesor solicitará que cada equipo traiga iniciativas para el día de la exposición.

Es importante precisar que el contenido referido a las etapas y períodos que muestran la evolución de las Relaciones Públicas en el país americano y que reflejan la forma en que se establece el ejercicio profesional práctico de la misma que se abordará como parte del seminario conduce al profesor a explicar los cuatro modelos paradigmáticos de comunicación en las Relaciones Públicas.

Este aspecto se sugiere debe ser impartido en conferencia, de manera que el profesor tenga la holgura de reflexionar acerca de las diversas variantes que posee la aplicación práctica de la profesión, así como poner ejemplos que ilustren cada modelo.

El profesor como parte de la explicación debe señalar, que la evolución histórica que presenta la profesión se muestra además con la identificación de cuatro modelos de comunicación que siguen su práctica. Cada uno de ellos evidencia el progreso comunicativo de las Relaciones Públicas. Tenerlos en cuenta resulta vital para comprender el ejercicio práctico de esta. Estos modelos son: Agente de Prensa, Información Pública, Asimétrico de Dos Vías y Simétrico de Dos Vías.

El primero de ellos está dirigido a difundir los valores positivos de la organización, por lo que es de una sola vía, es decir desde la organización hacia los públicos. En el segundo, la información es más exacta y completa pero la investigación no es aún importante y sigue siendo unidireccional. El tercer modelo utiliza la investigación de los públicos, aunque solo para conocer el efecto de sus mensajes. Buscan retroalimentación, para hacerlos más efectivos, por lo que siguen siendo de una sola dirección.

Con el cuarto modelo se establece una comunicación grupo a grupo, se produce un diálogo que puede influir o alterar las posiciones o mensajes de la organización. La investigación se dirige a medir la comprensión mutua, por lo que se realiza antes, durante y después de cualquier programa. A la organización le interesa conocer a sus públicos e integrarse a ellos.

Se debe aclarar a los alumnos que estos cuatro modelos pueden existir simultáneamente dentro de una misma organización en diferentes momentos de la planificación estratégica porque ellos representan una forma de hacer o practicar las Relaciones Públicas.

### **Introducción en Cuba de las Relaciones Públicas. Sus especificidades en una institución universitaria**

Este aspecto del contenido será evaluado en el seminario, no obstante el profesor debe insistir en algunos elementos que son fundamentales para la comprensión adecuada por parte de los alumnos y para desarrollar la labor educativa en función principalmente del trabajo político ideológico y de la formación de valores. De ahí que se precise que las Relaciones Públicas llegan a Cuba a mediados de la década del 50. Según Piedra y otros (2005) numerosas empresas norteamericanas radicadas en Cuba, las utilizaban como parte de su gestión administrativa e incluso contaban con departamentos dedicados a este fin.

La presencia en la isla de esta profesión se señala según Piedra y otros (2005) a partir del hecho documentado de la existencia de la Asociación Cubana de Ejecutivos de Relaciones Públicas (ACERP) creada y reconocida por decreto el 11 de octubre de 1956.

Con el triunfo revolucionario de 1959 comienza un nuevo período para la joven especialidad en Cuba. El país inicia una serie de cambios políticos, económicos y sociales de enorme magnitud que provocaron que estas prácticamente desaparecieran. Sobre este particular el profesor debe prepararse para argumentar las razones que impulsaron esta medida y señalar como aspectos positivos la rectificación de errores que vino después en donde el papel desempeñado por la comunicación cobra auge en el país.

No obstante, muchas de las funciones de las Relaciones Públicas seguían siendo necesarias. Surge así un sucedáneo de estas que aparece con distintos nombres y que tiende a llenar un vacío en las necesidades comunicativas de la entidad: el divulgador. Veinte años después en el sector turístico aparece como plaza el Técnico B en Relaciones Públicas. Este hecho muestra cómo la profesión cobraba importancia en el territorio nacional, especialmente en el turismo, el cual posee en la actualidad vasta experiencia.

Durante los años siguientes su avance fue lento, sus acciones y funciones quedaron limitados. Es en el V Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) que la profesión muestra un importante impulso. Al respecto, Socarrás (2009) señala que con el proceso de rectificación de errores y tendencias negativas que se lleva a cabo en el país, y como alternativa para salir del Período Especial, Cuba aprueba la inversión de capital extranjero y la diversificación de mercados externos.

Un elemento de singular importancia para la historia de las Relaciones Públicas en Cuba lo constituye la fundación, en 1991, de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas (ACPP). García (1999) explica que esta organización ha servido para debatir sobre aspectos relacionados con su ejercicio en el país y agrega que este hecho propició la creación del Círculo de Relacionistas Públicos en el año 1998. Esta organización extiende su sede hacia las provincias y con ello, contribuye a la expansión de la profesión en el país.

En el año 2000 la Educación Superior inicia en el país la licenciatura en Comunicación Social lo que ayuda a enriquecer las prácticas de estas. En el análisis histórico de Socarrás (2009) se detallan hechos que expresan su crecimiento. Para el 2002 la publicación del Manual de Relaciones Públicas (RRPP) como bibliografía legítima los rasgos teóricos particulares de la

disciplina en Cuba. En el 2003 en el marco del III Congreso de la ACPP se decide cambiar su nombre por la actual Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS).

Otros aspectos que propiciaron su enriquecimiento fue el hecho de que Cuba se incorpora a la Federación Latinoamericana de facultades de Comunicación (FELAFAC) y a la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas (CONFIARP), donde se participa en espacios de intercambio de la profesión a nivel mundial.

En los momentos actuales, la dirección del país toma cartas en el asunto con respecto a la legislación de esta actividad. En este sentido García (1999) amplía:

En los últimos años el interés por el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas en Cuba ha tomado auge como resultado de los requerimientos de la eficiencia y competitividad que exigen las organizaciones y entidades del país, y la real necesidad de contar con profesionales de la comunicación que laboren en dicho desempeño. (p. 17).

Es innegable el protagonismo de la ACCS y su Círculo de Relaciones Públicas de conjunto con la carrera de Comunicación Social. Sin embargo, su práctica no ha ganado aun su merecido espacio en el escenario empresarial cubano. Prevalecen limitaciones en cuanto a sus objetivos y funciones dentro de una entidad. Muchos profesionales no encuentran el camino correcto para ejercer Relaciones Públicas de manera eficaz y se centran en organizar eventos, celebrar cumpleaños colectivos y divulgar información de interés para la administración.

Al dirigir la atención de los alumnos al papel que tienen ellos en el empeño de revertir esa situación se refuerzan las ideas de que tendrán que estudiar, prepararse y realizar un trabajo serio, ético acorde con la situación económica, política y social actual.

De acuerdo a los razonamientos anteriores, se concluye que la asignatura Relaciones Públicas posee contenidos que le permiten al profesor realizar una labor educativa en los alumnos de manera eficiente y eficaz. Desde el trabajo con los principales conceptos y definiciones teóricas de esta disciplina se analizan las características sociales, económicas y políticas de los Estados Unidos como país, de esta manera el alumno puede asumir una posición política e ideológica consecuente en la defensa del Sistema Socialista Cubano. Al abordar elementos de alto contenido histórico se contribuye a formar en los alumnos el sistema de valores institucionalizado en relación con valores identitarios relacionados con el profesional de la comunicación social.

## REFERENCIAS

- Acebo, M. (2009). Reflexiones acerca de la formación de valores. *Opuntia Brava*, 1 (2). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu>
- Batista, M. (2017). El profesor universitario y la comunicación: binomio indispensable en la labor de la escuela cubana actual. *Opuntia Brava*, 9(2). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu>
- Cutlip, S. y Center, H. A. (1971). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs.
- Cuba. Ministerio de Educación Superior (MES) (2000). *Plan de Estudios C de Comunicación Social*. La Habana: MES.
- García, T. (1999). El renacer de las Relaciones Públicas en Cuba. *Espacio*, 17-20. Cuba.

- Moyano, U. y Batista de los Ríos, D. (2017). Labor educativa de promotores para la reinserción escolar y/o laboral de niños y jóvenes. *Opuntia Brava*, 9(3). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu>
- Mulet, M. A., Álvarez, O. e Izquierdo, R. (2016). Formación de la habilidad organizativa en la profesión pedagógica. *Opuntia Brava*, 3(1). Recuperado de <http://opuntiabrava.ult.edu.cu>
- Muriel, M. L. y Rota, G. (1980). *Comunicación Institucional: enfoque social de relaciones humanas*. Quito: Andina.
- Piedra, M., Saladrigas, H., Gámez, N., Rivero, M., Galán, R., Martinto, V. y Cárdenas, E. (2005). *Manual de Relaciones Públicas*. La Habana: Félix Varela.
- Socarrás, A. (2006). *Camino a las memorias. Relaciones Públicas en La Habana (1956-1960)*. Universidad de La Habana.