

Propuesta metodológica para la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera Comunicación Social

Methodological proposal for the formation of the institutional identity value in the student of the Social Communication career

Maylis Pérez- Rolo Acebo¹ (maylispra.gc@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0001-7021-9751>)

Mayra Acebo Rivera² (mayraar@ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0000-0003-4955-7275>)

Mirna León Acebo³ (mirnal@ltu.sld.cu) (<https://orcid.org/0000-0001-5652-8080>)

Resumen

El presente artículo expone las principales ideas de una metodología para la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social. Responde a los requisitos del Plan de estudios E, al identificar una contradicción entre las exigencias que recoge el modelo del profesional de Comunicación Social, que plantea contribuir al fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional y el nivel real con que egresan los estudiantes, que se manifiesta en insuficiencias en el modo de actuación asociado a valores identitarios. El trabajo se fundamenta en las investigaciones realizadas por las autoras desde la utilización del método de experiencia vivencial pedagógica y resalta la inclusión de valores identitarios. Las reflexiones que se muestran forman parte de las investigaciones doctorales de las autoras y se muestran los procedimientos de la metodología y los principales resultados obtenidos en su implementación.

Palabras clave: formación de valores, valores identitarios, identidad institucional.

Abstract

This article presents the main ideas of a methodology for the formation of the institutional identity value in the student of the Social Communication career. It responds to the requirements of the Plan of Studies E, by identifying a contradiction between the demands of the model of the Social Communication professional, which proposes to contribute to the strengthening of the identity and values of the national culture and the real level with which the students graduate, which is manifested in insufficiencies in the mode of action associated to identity values. The work is based on the research carried out by the authors using the pedagogical experiential experience method and highlights the inclusion of identity values. The reflections shown are part of the authors' doctoral research and the procedures of the methodology and the main results obtained in its implementation are shown.

¹ Doctora en Ciencias de la Educación. Máster en Ciencias de la Comunicación. Profesora Auxiliar. Jefa de Departamento de la carrera Comunicación Social. Universidad de Las Tunas. Cuba.

² Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Titular. Centro de Estudios Pedagógicos de la Universidad de Las Tunas. Cuba.

³ Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Titular. Universidad de Ciencias Médicas Las Tunas, Cuba.

Key words: values formation, identity values, institutional identity, institutional identity.

La formación de comunicadores sociales en el contexto educativo contemporáneo cubano

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 institución educativa, 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, en 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 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” (Partido Comunista de Cuba. Lineamiento 114, 2016, p. 26).

Esta idea se concreta en el año 2017, cuando se ubica a la comunicación social como un importante componente del proceso de desarrollo económico-social y recurso estratégico de dirección del Estado y el Gobierno. Está principalmente al servicio de la participación, la formación en valores y la cultura en general.

A tono con lo anterior, en la carrera de Comunicación Social la formación de valores adquiere connotaciones más específicas al formar un profesional que influye desde su praxis en diferentes espacios de la sociedad: 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, 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.

Tal aseveración se reafirma en el Modelo del Profesional de la carrera de Comunicación Social del Plan de estudio E (2017). En este se evidencia cómo, desde su concepción, el comunicador social debe trabajar por una adecuada vinculación con la sociedad sobre bases éticas que aseguren, entre otros elementos, el fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional.

Asimismo, debe poseer una clara conciencia de su papel en la sociedad como trabajador de la esfera política, ideológica y cultural; una convicción del aporte que puede lograr la comunicación en el desarrollo social. De manera que pueda gestionarla con profesionalismo, ética y modestia.

La presente investigación, responde al proyecto de investigación territorial: *Formación de valores identitarios en la sociedad tunera*. Le sirven de antecedentes la experiencia de una de las autoras en la línea de investigación relacionada con la identidad institucional en la Maestría en Ciencias de la Comunicación y como docente en la formación de profesionales de la Comunicación Social, en la Universidad de Las Tunas.

Este particular ha permitido la observación de actividades docentes y extradocentes, el intercambio con estudiantes y especialistas de la rama, y por consiguiente se han identificado algunas manifestaciones de insuficiencias en los estudiantes y profesores de la carrera de Comunicación Social:

- La no identificación de los problemas profesionales de la carrera por parte de los profesores.
- Los estudiantes investigan sin considerar los problemas que se presentan en las instituciones de la práctica laboral.
- Los estudiantes permanecen muy poco en las instituciones y no se involucran como sujetos activos en estas.
- Las propuestas de los productos comunicativos no tienen en cuenta los rasgos de las agencias formativas.

Lo anterior permite identificar una contradicción entre las exigencias que recoge el modelo del profesional de Comunicación Social, sobre su contribución al fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional, y el nivel real con que egresan los estudiantes, revelador de insuficiencias en el modo de actuación asociado a valores identitarios. Con ello se corrobora la necesidad de continuar el estudio de este tema, en función de solucionar las insuficiencias que aun persisten.

Estas son las razones que las autoras esgrimen para la elaboración de una metodología para la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera Comunicación Social.

Metodología para la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social

La concepción de metodología, en esta investigación, se asume de Armas y Valle (2011) al entenderla como un "... sistema de métodos, procedimientos (...) que regulados por determinados requerimientos permiten ordenar mejor nuestro pensamiento y nuestro modo de actuación para obtener determinados propósitos cognoscitivos" (p.41).

Conforme a lo anterior, se consideran además los criterios de Bermúdez y Rodríguez (1999) cuando señalan que la metodología organiza y estructura las actividades del docente y de los estudiantes en el proceso pedagógico. Por tanto, la metodología para la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social, la defino como el sistema de procedimientos dirigido a la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social.

De acuerdo con los criterios expuestos hasta el momento, se propone una metodología como vía que relacione los problemas profesionales presentes en las agencias formativas, con la actividad comunicativa institucional que el estudiante de la carrera de Comunicación Social realiza durante la práctica laboral. Todo ello para propiciar la actitud comunicativa que permita el modo de actuación del comunicador social desde una dimensión identitaria.

Las ideas anteriores permiten plantear como objetivo general de la metodología: establecer los procedimientos para la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social, en función de contribuir a la preparación de agentes formadores, en la dirección del proceso de formación de valores, a la formación integral y al modo de actuación desde una dimensión identitaria en el estudiante de la carrera.

La metodología se caracteriza por ser orientadora, al ofrecer procedimientos y pasos a ejecutar por agentes formadores y estudiantes, así como al concebirse como proceso que relaciona lo contextual formativo con lo comunicativo institucional. Asimismo, es integradora, flexible y transformadora porque a partir de la determinación de los problemas profesionales del comunicador social, se conduce hacia la solución de estos en las agencias formativas mediante la actividad comunicativa institucional. Se adecua, además, a los rasgos de las instituciones para producir cambios en los agentes formadores y en el estudiante, referidos a la significatividad de reconocerse como parte de la institución donde ejerce su rol profesional.

De forma general, esta metodología articula el trabajo de los profesores principales de año, jefes de disciplinas y colectivo de carrera, con los procedimientos que se diseñan. Además, tiene en cuenta el diseño y ejecución de proyectos participativos para contribuir a la formación de valores identitarios en el estudiante universitario, sustentados en la metodología homeoidentitaria de Acebo (2018). Por ello se desarrolla el proyecto participativo “Mi institución y yo”.

Se asumen de Acebo (2005, 2011, 2018) los círculos de monólogos, reflexión y diálogo, que se definen como la forma de organización extraescolar principal de los proyectos participativos, que responde a los intereses y objetivos del proyecto. Sus actividades pueden desarrollarse dentro del contexto escolar o fuera de este. El tiempo de duración depende del acuerdo entre los participantes, en este caso, los agentes formadores y estudiantes.

La aplicación de la metodología para la formación del valor identidad institucional en la carrera de Comunicación Social se consolida a través de cuatro procedimientos. El primero consiste en preparar a profesores y estudiantes mediante la realización de talleres, que tienen como objetivo para los profesores, la argumentación de la naturaleza de los problemas profesionales y su importancia para la formación del valor identidad institucional, y en los estudiantes, la orientación de la propuesta para contribuir a su formación integral.

Los talleres pedagógicos para la capacitación de los agentes formadores se realizan en dos momentos. El primero para el estudio de la naturaleza de los problemas profesionales y sus relaciones con la formación del valor identidad institucional en el

estudiante de la carrera de Comunicación Social. En este se aborda la teoría pedagógica para la formación de valores identitarios y el análisis de la concepción de la formación de valores en la carrera.

Como parte del taller y para la autopreparación de los agentes formadores se entrega un material contentivo con las ideas generales resultantes del estudio y la metodología de implementación para la formación del valor identidad institucional. En el segundo taller, se realiza un intercambio comunicativo con los agentes formadores encargados de la implementación de la propuesta, para obtener criterios que permitan enriquecerla a partir de las nuevas valoraciones que surjan de la autopreparación.

Los talleres pedagógicos con estudiantes permiten la orientación de la práctica laboral en función de solucionar los problemas profesionales determinados. El primer taller, tiene como objetivo explicar la relación de los problemas profesionales con la práctica laboral y su importancia para la formación del valor identidad institucional.

En este taller se resalta la importancia de la formación de valores en general y la formación del valor identitario, en particular. Además, se debe destacar la importancia de los problemas profesionales que resuelve el comunicador social desde su rol en las agencias formativas durante la práctica laboral. Es necesario considerar los rasgos de las agencias formativas y las potencialidades de las asignaturas del currículo para identificar estos problemas, lo que permite cumplir con las exigencias que se establecen en el objeto social de su profesión.

En el segundo taller se reflexiona con el estudiante en torno a los valores que debe poseer para participar de forma activa en los procesos comunicativos que se desarrollan en las agencias formativas. Se escucharán sus argumentos en relación con los problemas profesionales, las potencialidades de las asignaturas y el objeto de la profesión.

El segundo procedimiento, determinación de los problemas profesionales y su contextualización a cada agencia formativa, tiene como objetivo determinar los problemas profesionales del comunicador social y contextualizarlos en las agencias formativas.

Pasos a realizar por agentes formadores:

- Identificar las potencialidades de las disciplinas del currículo por año.

En la reunión de la Disciplina Principal Integradora participan los jefes de disciplinas de la carrera. En este colectivo se realiza el levantamiento de las relaciones interdisciplinarias para identificar los contenidos que permiten solucionar los problemas profesionales que el estudiante enfrenta en las agencias formativas durante la práctica laboral. Los resultados del colectivo de la Disciplina Principal Integradora se llevan al colectivo de año. El profesor principal de año académico, de conjunto con los profesores del año y los resultados del diagnóstico de los estudiantes, que ofrece el profesor guía, perfeccionan y determinan los contenidos que se orientan en la práctica laboral.

- Identificar los rasgos de las agencias formativas

La jefa de la Disciplina Principal Integradora asesora a los profesores principales de año académico en la orientación a los tutores para la caracterización de las agencias formativas. La identificación de los rasgos se realiza a partir de esta caracterización que realizan los tutores y el análisis de la estrategia de comunicación de las agencias formativas en la práctica laboral. Estos rasgos quedan descritos en las orientaciones de la guía de la práctica laboral, de manera que el estudiante los tenga en cuenta durante el intercambio en las agencias formativas y haga alusión a ellos en su informe final de práctica laboral.

- Identificar los problemas profesionales contextualizados

En este paso, el profesor principal de año académico junto a los tutores de las agencias formativas, identifica los problemas profesionales contextualizados a partir de la caracterización realizada en el paso anterior. Esto permite establecer el nivel de prioridad de los problemas profesionales determinados, que el estudiante soluciona como parte de la actividad comunicativa institucional para que pueda asumir una actitud comunicativa favorable en las agencias formativas. La jerarquización de cada uno de los problemas debe quedar como orientación en las guías de la práctica laboral interdisciplinaria y en su informe final.

Pasos a realizar por los estudiantes:

- Analizar la estrategia de comunicación de las agencias formativas de la práctica laboral para la solución de los problemas profesionales.
- Analizar los problemas profesionales contextualizados para la realización de propuestas comunicativas que permitan su solución.

La realización de estos pasos, ubica al estudiante en el nivel de prioridad de los problemas profesionales determinados para encauzar su actividad comunicativa institucional hacia su solución en las agencias formativas. Además, favorece la participación y actitud comunicativa del estudiante en las mismas y contribuye a que los productos comunicativos realizados, estén contextualizados a partir de las necesidades e intereses de la institución.

- Analizar los rasgos de las agencias formativas en las que realiza la práctica laboral.

Los estudiantes deben realizar, como parte de su informe de práctica laboral, un análisis de los rasgos de las agencias y de los problemas profesionales contextualizados. Este paso permite que el estudiante identifique las características que distingue a la agencia formativa como institución. Lo acerca a los procedimientos institucionales, a las formas de hacer y decir de sus miembros. Así, se contribuye a establecer juicios y valoraciones que favorecen la interacción del estudiante con los tutores y con el resto de los trabajadores de la institución.

El tercer procedimiento de la metodología es el diseño e implementación del proyecto participativo “Mi institución y yo”. Tiene como objetivo planificar actividades comunicativas que contribuyan a la solución de los problemas profesionales en las agencias formativas y, con ello, a la formación del valor identidad institucional. De ahí que se inserta como parte de las actividades de la Práctica Laboral del 2do año de la carrera de Comunicación Social.

Pasos a realizar por agentes formadores:

- Diseñar las actividades comunicativas del proyecto “Mi institución y yo”.

La jefa de la Disciplina Principal Integradora, junto con el profesor principal de año, diseñan las actividades comunicativas a realizar por el estudiante en las agencias formativas durante su práctica laboral. Estas están en relación directa con los problemas profesionales contextualizados determinados para cada agencia formativa. Para su diseño se tiene en cuenta que las actividades deben transitar por los ámbitos interpersonal, grupal e institucional.

- Orientar al estudiante las actividades comunicativas del proyecto participativo.

En este paso, el profesor principal de año, orienta al estudiante las actividades comunicativas diseñadas en el paso anterior. Esta orientación debe constituir un intercambio que incluya no solo lo cognitivo instrumental, sino también el comportamiento a seguir en las relaciones con los miembros de las agencias formativas. Debe destacarse el rol profesional del estudiante en las instituciones como un miembro más de estas, para favorecer una actitud adecuada hacia la agencia formativa.

Pasos a realizar por estudiantes:

- Proponer o modificar actividades comunicativas a realizar en el proyecto participativo.

El estudiante podrá proponer o modificar actividades comunicativas a partir de las diseñadas por los agentes formadores en aras de garantizar la esencia participativa del proyecto. Esto permite que se convierta en el protagonista de su quehacer en las agencias formativas.

- Seleccionar las actividades comunicativas a realizar en el proyecto participativo de acuerdo con los rasgos de las agencias formativas en las que desarrolle la actividad.

En este paso el estudiante escoge las actividades comunicativas que debe realizar en el proyecto. Debe considerar como elemento esencial que estas respondan al contexto, a los rasgos de las agencias formativas y a los problemas profesionales particulares determinados para estas.

- Ejecutar las actividades comunicativas del proyecto participativo.

El estudiante ejecuta las actividades comunicativas del proyecto participativo en las agencias formativas donde desarrolla la práctica laboral. Debe participar activamente de las rutinas institucionales.

El proyecto participativo “Mi institución y yo” tiene el siguiente sistema de actividades comunicativas:

- Elaborar productos comunicativos que contengan los rasgos identitarios de la institución, su historia, tradiciones y/o productos y servicios.
- Redactar boletines o periódicos internos que circulen de manera digital por las redes sociales, correo electrónico y que contengan entrevistas a trabajadores destacados, información sobre los cumpleaños de los trabajadores, aniversarios institucionales.
- Visitar instituciones que tengan graduados de la carrera para intercambiar experiencias sobre la solución que estos egresados han dado a los problemas profesionales a los que se han enfrentado.
- Ejecutar acciones comunicativas que favorezcan las relaciones entre los miembros de la institución.
- Brindar asesoría sobre la gestión de la comunicación a los principales directivos de la institución.
- Elaborar microinvestigaciones que resuman las acciones realizadas dentro del proyecto para su presentación en la jornada científico estudiantil de la carrera y otros eventos científicos.

El cuarto procedimiento, desarrollo de los círculos de monólogos, reflexión y diálogo, tiene como objetivo reflexionar y dialogar sobre las experiencias vividas en las agencias formativas. Este procedimiento permite destacar lo afectivo y guía al estudiante en la significación social positiva hacia las instituciones. De esta manera, se reafirma el sentido de pertenencia hacia la profesión y las instituciones donde trabajaron, lo que implica compromiso y motivación.

Los círculos de monólogo, reflexión y diálogo se materializan a partir de las microinvestigaciones realizadas por el estudiante en el proyecto participativo “Mi institución y yo”.

Pasos a realizar por agentes formadores y estudiantes:

- Seleccionar el estudiante que desarrolla el monólogo.
El estudiante expresa sus vivencias en la elaboración de la microinvestigación como parte de las actividades comunicativas realizadas en la agencia formativa. Su monólogo es expresión de conocimientos y sentimientos que se organizan en torno a la solución de los problemas profesionales que lo guían en su modo de actuación.
- Reflexionar, por parte de los estudiantes, sobre la microinvestigación expresada en el monólogo.
El resto de los estudiantes presentes escuchan la exposición del monólogo. La escucha otorga sentido a lo que se dice, favorece la relación comunicativa con el que habla y una actitud hacia el tema del monólogo. Permite

comprender y concientizar lo que se dice para luego reflejarlo en la actividad comunicativa del estudiante.

- Intercambiar sobre la base de la microinvestigación del monólogo (estudiantes y agentes formadores).

El estudiante de la carrera de Comunicación Social debe intercambiar con los agentes formadores sus vivencias durante la ejecución de las actividades comunicativas institucionales en las agencias formativas y la actitud comunicativa demostrada en estas. Se realizan preguntas y se comparten las vivencias del resto de los estudiantes, sus relaciones cercanas o lejanas con la escuchada en el monólogo.

- Realizar la autoevaluación y coevaluación, por los estudiantes, de las actividades comunicativas ejecutadas.

Los estudiantes se autoevalúan en las actividades comunicativas ejecutadas y evalúan a sus compañeros. Este paso es importante porque genera juicios críticos para el mejoramiento de las actividades comunicativas ejecutadas. Además, permite la participación de todos los estudiantes en un bien común.

- Realizar la heteroevaluación, por los agentes formadores, de las actividades comunicativas realizadas por los estudiantes en las agencias formativas en relación con la formación del valor identidad institucional.

Los agentes formadores evalúan las actividades comunicativas realizadas en las agencias formativas y cómo estas contribuyen a la formación del valor identidad institucional en el estudiante. Este paso les permite establecer nuevas alternativas para la formación del valor identidad institucional, en correspondencia con el sentido de pertenencia y compromiso hacia la institución alcanzado por los estudiantes a partir de las particularidades individuales y colectivas.

La aplicación de los círculos de monólogo, reflexión y diálogo, permiten la valoración reflexiva y socialización de experiencias vivenciales. Estos se desarrollan como un proceso eficiente, integrador, de vivencias afectivas que intervienen en la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social.

Los círculos se ejecutan dentro del horario docente, en coordinación con los estudiantes y agentes formadores, se establece el tiempo de duración, el problema profesional seleccionado para las diferentes sesiones, la institución donde se efectuará. Todo ello con una implicación activa en la toma de decisiones. Los agentes formadores deben intercambiar, desde la experiencia práctica en la solución a los problemas profesionales, con el estudiante en el proyecto participativo.

Desde el estudio teórico y metodológico que se realiza a partir del proceso de socialización del estudiante y los agentes formadores se constata de forma particular la formación del valor identidad institucional. En la metodología se establece la relación con los procedimientos que permiten la formación de este valor en el proceso de formación de valores de la carrera de Comunicación Social.

Resultados en la implementación de la metodología

A partir del resultado del proceso final de la triangulación de datos, se precisa lo siguiente:

En el proceso de implementación de la metodología se obtiene la aceptación por parte de los agentes formadores, los que refieren sentirse a gusto con la realización de los círculos de monólogo, reflexión y diálogo. Sin embargo, aunque ocurrieron transformaciones en agentes formadores y estudiantes, no se alcanzó todo lo que se aspiraba.

A continuación, se resumen las potencialidades, insuficiencias, barreras y logros emanados de la aplicación de la metodología.

Entre las potencialidades sobresale la importancia que atribuyeron los agentes formadores a la metodología. El interés demostrado por la totalidad de los estudiantes en la ejecución de los círculos de monólogo, reflexión y diálogo fue esencial.

Como insuficiencias se destaca que tres estudiantes, aunque participaron en los círculos de monólogo, reflexión y diálogo, no fueron capaces de expresar sus criterios en los intercambios efectuados. En ellos no se apreciaron cambios significativos en la formación del valor identidad institucional.

Inició como barrera el insuficiente nivel de conocimiento de los agentes formadores, en la formación de valores y en específico, de los valores identitarios. Solo reconocían los nueve valores fundamentales de la sociedad cubana actual, orientados por el Partido Comunista de Cuba (2006).

La particularidad de realizar los círculos mediante la red social WhatsApp constituyó otra barrera debido a que se demoraba la retroalimentación por esta vía. Además, los estudiantes no siempre se conectaban al mismo tiempo lo que influyó de forma negativa en este paso.

Se reconocieron como logros: la necesidad de la formación del valor identidad institucional en el estudiante de la carrera de Comunicación Social por los agentes formadores y estudiantes. Fue esencial la significatividad otorgada desde lo individual y lo colectivo en relación con la formación del valor identidad institucional. La implicación de todos, en los círculos de monólogo, reflexión y diálogo realizados, a partir de encontrar solución a los problemas profesionales mediante la actividad comunicativa institucional.

Asimismo, se lograron transformaciones positivas en el modo de actuación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, al demostrar sentimientos de amor hacia su profesión y orgullo hacia la institución donde desarrollaron la actividad comunicativa institucional.

De igual forma, mostraron sentido de pertenencia hacia la institución; sensibilidad y responsabilidad por los miembros de esta; dignidad, modestia, sencillez y el autorreconocimiento en el cumplimiento de su rol como comunicador social. El saber escuchar los criterios ajenos y expresar los suyos, durante las reflexiones colectivas, fue el reflejo de una comunicación asertiva y empática.

Aunque no todos los estudiantes tuvieron los mismos niveles de avance, se considera que todos progresaron en su formación como comunicadores sociales desde la formación del valor identidad institucional.

Principales resultados de la investigación:

1. Favorece el vínculo del estudiante con la institución en la que realiza la práctica laboral investigativa mediante la actividad comunicativa institucional desarrollada por los agentes formadores.
2. Eleva el protagonismo y la permanencia del estudiante como sujeto activo, a partir de su interacción con los agentes formadores en las instituciones.
3. Contribuye a desarrollar una actitud comunicativa positiva evidenciada en la creatividad, rapidez y entusiasmo para la realización de las actividades.
4. Fortalece las relaciones afectivas del estudiante con la institución, mediante la aprehensión de los rasgos institucionales y culturales que se evidenció en los productos comunicativos elaborados.
5. Incremento de las actividades comunicativas desplegadas durante la práctica laboral y el proyecto participativo.
6. Perfecciona la labor docente del colectivo de carrera y el nivel de conocimiento del estudiante, al lograr la identificación de los problemas profesionales del comunicador social y su contextualización en las instituciones.

Consideraciones finales

La metodología para la formación del valor identidad institucional aporta procedimientos con pasos a realizar por agentes formadores y estudiantes que revelan, en los primeros, transformaciones relacionadas con su preparación teórica y práctica, y en los segundos, soluciones a los problemas profesionales mediante la actividad comunicativa institucional.

Referencias

- Acebo, M. (2005). *La formación del valor identidad latinoamericana en los adolescentes de la Educación Secundaria Básica desde el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Historia de América* (tesis doctoral inédita). Instituto Superior Pedagógico Pepito Tey, Las Tunas.
- Acebo, M., Ojalvo, M. y Arteagas, S. (2011). *El trabajo educativo y la educación en valores en la escuela, Curso 69*. Congreso Internacional de Pedagogía 2011 (soporte digital). La Habana: Educación Cubana.
- Acebo, M. y León, M. (2018). *Teoría Pedagógica de la formación de valores desde una concepción identitaria* (soporte digital). Universidad de Las Tunas: Centro de estudios pedagógicos.
- Bermúdez, R. y Rodríguez, M. (1999). *Teoría y metodología del aprendizaje*. La Habana: Pueblo y Educación.

De Armas, N. y Valle, A. (2011). *Resultados científicos de la investigación educativa*. La Habana: Pueblo y Educación.

Partido Comunista de Cuba (2006). *Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual*. La Habana, Cuba: Autor.

Partido Comunista de Cuba (2016). *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021*. La Habana, Cuba: Autor.

Partido Comunista de Cuba (2017). *Documento del 7mo Congreso del partido aprobado por el III pleno del Comité Central del PCC y respaldado por la Asamblea Nacional del Poder Popular*. La Habana, Cuba: Autor.