

Urra, I. & Urra, L. (enero-febrero de 2017). *El proceso de introducción de resultados desde el trabajo científico metodológico en disciplinas del ciclo estético en la formación profesional pedagógica del instructor de arte*. En Memorias CD Congreso Pedagogía 2017. La Habana, Cuba.

I. Urra, L. Urra y L. Jiménez (2021). *Buenas prácticas para la formación estética desde acciones socioculturales*. En libro digital Didáctica de las Humanidades: contribuciones desde las investigaciones pedagógicas, ISBN: 978-1-951198-45-9, Editorial REDIPE.

Urra Dávila I. y Urra Dávila (2023). *Reflexiones teóricas en torno a la educación estética desde la formación profesional pedagógica*. Amauta, 21(42), 121- 134. <https://doi.org/10.15648/am.42.2023.3913>

2

COMUNICACIÓN POLÍTICA UNIVERSITARIA: PREMISAS PARA SU REALIZACIÓN EN EL CONTEXTO CUBANO

UNIVERSITY POLITICAL COMMUNICATION: PREMISES FOR ITS REALIZATION IN THE CUBAN CONTEXT

Edith Adolfinia González Palmira

. Universidad de Matanzas, Cuba

<https://orcid.org/0000-0002-0541-3192>

edith.gonzalez@umcc.cu

Daymette Montenegro Morales

Instituto de Comunicación Social. Matanzas

<https://orcid.org/0000-0002-0934-5879>

daymette@gmail.com

RESUMEN

El trabajo expone resultados parciales de la sistematización de los presupuestos teórico-metodológicos que permitan elaborar metodologías específicas para caracterizar, evaluar y diseñar proyectos estratégicos de comunicación política, que contribuyan a la socialización política, en las universidades cubanas.

Dicho objetivo responde al reconocimiento del papel de la comunicación política organizacional en la reconstrucción de la hegemonía socialista, no solo con la transformación material y económica del país, sino con la renovación de los procesos ideológicos, que contribuyan a potenciar la dimensión axiológica de la socialización política y la participación consciente de los jóvenes.

Se emplearon diversos métodos teóricos para la sistematización y los empíricos: análisis de contenido de la bibliografía científica, análisis de documentos normativos, entrevista a expertos. Todo ello en el marco del paradigma cualitativo de la investigación social

Los principales resultados destacan la necesidad de contextualizar la comprensión de la comunicación política al contexto de la sociedad cubana, su modelo de desarrollo y normativa para la comunicación política; así como, a las características de la educación superior en el país, su modelo pedagógico y; a las particularidades de la comunicación organizacional en el contexto universitario.

Palabras clave: Comunicación política universitaria, Educación Superior, socialización política.

Abstract

The work exposes partial results of the systematization of the theoretical-methodological budgets that allow the development of specific methodologies to characterize, evaluate and design strategic political communication projects that contribute to political socialization in Cuban universities.

This objective responds to the recognition of the role of organizational political communication in the reconstruction of socialist hegemony, not only with the material and economic transformation of the country, but with the renewal of ideological processes, which contribute to enhancing the axiological dimension of socialization. politics and the conscious participation of young people.

Various theoretical methods were used for systematization and empirical ones: content analysis of scientific bibliography, analysis of normative documents, interviews with experts. All this within the framework of the qualitative paradigm of social research

The main results highlight the need to contextualize the understanding of political communication to the context of Cuban society, its development model and regulations for political communication; as well as, the characteristics of higher education in the country, its pedagogical model and; to the particularities of organizational communication in the university context.

Keywords: University political communication, Higher Education, political socialization.

INTRODUCCIÓN

La comunicación política es un proceso ideológico que debe contribuir a transmitir las explicaciones teóricamente fundamentadas y coherentes de la realidad, de la clase o grupo social que dirige la sociedad y pretende construir su hegemonía como tal. Al mismo tiempo, puede favorecer la divulgación de los logros que expresan la validación de las concepciones y valores que propugna la ideología que se defiende mediante el ejercicio del poder, con lo cual se contribuye a su legitimación.

El desarrollo de esta comunicación es de suma importancia para Cuba, que pretende materializar un modelo de sociedad alternativa al capitalismo neoliberal globalizado, en medio de un contexto matizado por debilidades internas en el proceso de construcción socialista, pero sobre todo, por las amenazas y acciones externas que impiden, con el bloqueo económico, financiero, comercial y la guerra cultura, su materialización efectiva en las relaciones sociales, instituciones y valores que deben caracterizar al país y sus ciudadanos.

Como todo el planeta, la sociedad cubana, en particular los jóvenes, está sometida a la influencia de la industria cultural hegemónica, que atenta contra el fortalecimiento de las identidades locales, impone patrones de vida basados en la exaltación del capitalismo; propone un modelo individualista, competitivo y hedonista, que da prioridad a modos de vida superficiales y vacíos, que asocian la satisfacción de necesidades espirituales a lo material.

Dichas acciones y otros factores mencionados, han tenido efectos sensibles en las representaciones sociales desfavorables de los jóvenes sobre la sociedad

socialista y en su práctica, lo cual hace necesaria la socialización política universitaria, con incidencia de la comunicación política.

El ámbito organizacional del contexto de las universidades cubanas es propicio para el desarrollo de dicha comunicación, por las características de su modelo pedagógico y la misión social que la orienta a formar profesionales competentes y comprometidos con la transformación social.

Sin embargo, no se logran materializar los proyectos estratégicos, que potencien dicha comunicación, con todos los elementos que permitan desarrollarla de manera intencional, atendiendo a los presupuestos que guían la comunicación organizacional y a las normativas más actualizadas sobre el tema, en la legislación cubana.

Los elementos relacionados evidencian la necesidad de construir las fundamentaciones teórico-metodológicas que permitan elaborar las concepciones y propuestas metodológicas para las instituciones de la educación superior cubana, que contengan las características apuntadas y otras que favorezcan la socialización política de los jóvenes universitarios.

El análisis de la bibliografía sobre el tema, agrega otros elementos a la necesidad de identificar y elaborar dichos presupuestos, contextualizados a las particularidades de Cuba, su sistema político, los preceptos de la comunicación organizacional y las características de su educación superior.

De forma particular se destaca el hecho de que la mayoría de los presupuestos teóricos sobre comunicación política, que se encuentran en la literatura, están elaborados en función de la legitimación de un sistema social, en general, y asociados mayoritariamente a procesos electorales de países capitalistas, y la propaganda. Entre los autores que tratan el tema se destacan: Reed H. Blake, y Edwin O. Haroldsen (1975), Jean Marie Cotteret (1977), Dan Nimmo (1978), Robert Meadow (1980), Parés i Maicas (1990), Jacques Gerstlè (1992), Dominique Wolton (1992), Isaiah Berlin (1993), David Swanson (1995), Trent y Friedenbergen (1995), Óscar Ochoa (2000), María Canel (2006), García, D'Adamo & Slavisky, (2011), Sibaja Quesada (2020)

Varios autores cubanos han trabajado el tema de la Comunicación política (Hernández, Rafael (2007); González, A. (2015); González, L.A. (2018); Vázquez, T. (2021) para destacar su importancia en el ejercicio del poder y atendiendo a las necesidades de la sociedad cubana. Se han elaborado procedimientos para la gestión de la comunicación política en Cuba y para elaborar estrategia de comunicación política dirigida a los jóvenes cubanos en, en otros períodos del desarrollo de la sociedad cubana (García-Espinosa, P.E. (2011).

En América Latina se pueden destacar los estudios de los autores Castells, M.I (2009); Lomnitz, C. (2010); Mendoza, D. A. (2024), los cuales tienen las características de las producciones científicas elaboradas desde y para las realidades de la democracia representativa de los países capitalistas.

Sobre *comunicación organizacional en la educación superior cubana, sus características y modos de hacer*, se encuentran los textos de Fernández, E. (2018). Cabello-Vivar, M.; Medrano-Freire; Soria-Ortiz, J., (2023); González, Luis A. (2010). Acerca de *la comunicación política en la universidad cubana y su relación con hegemonía socialista* se identificaron a los autores Pérez, L. (2020); Pérez, L. (2020); Padrón, Y. (2015); Fernández, E. (2012); Figueroa, J.M. (2021); Rodríguez, A.C. (2021); Pérez, R. (2022). El caso de la *universidad latinoamericana* ha sido analizada por Pizarro, B. G. (2013); Lozano, J.C. (2011); Cernadas, M. J. (2018); Rodríguez, P. (2016) y otros.

No se encuentra literatura que analice explícitamente la comunicación política universitaria, como premisa importante para potenciar la dimensión axiológica de la socialización política de los jóvenes universitarios que contribuya a la construcción de hegemonía socialista.

METODOLOGÍA

Se utilizaron los métodos teóricos: hermenéutico analítico-sintético, inducción-deducción, histórico-lógico para el análisis exploratorio y descriptivo de la bibliografía y normativa sobre el tema objeto de estudio. Con ellos se determinaron los presupuestos teórico-metodológicos que permitan elaborar metodologías específicas para caracterizar, evaluar y diseñar proyectos estratégicos de comunicación política, que contribuyan a la socialización política, en las

universidades cubanas.

Los métodos empíricos usados fueron: análisis de contenido de la bibliografía científica, análisis de documentos normativos, entrevista a expertos, a partir de las categorías de análisis definidas para la investigación.

Los análisis estuvieron permeados por el uso de diferentes enfoques, entre los que se destacan: *Enfoque metodológico marxista; Enfoque filosófico de la Praxis; Teoría de la Complejidad*; Enfoque teórico de *la hegemonía cultural* y su relación con el poder y la política.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para determinar los presupuestos o premisas teóricas, se consultaron los aportes imprescindibles de los autores clásicos para el estudio de las categorías de análisis que inciden en el objeto de estudio; los más contemporáneos que se han apoyado en ellos para proponer nuevas ideas y; quienes han hecho estudios particulares contextualizados para el caso cubano y a las condiciones en las que debe desarrollarse la comunicación política que potencie la socialización política y la construcción de hegemonía en el contexto universitario. Entre ellos se pueden destacar:

1. La caracterización de la socialización política como proceso que potencia la comunicación política.

Para el análisis y desarrollo de la comunicación política universitaria es necesario identificar a la socialización política como un proceso social y determinar los rasgos que caracterizan su dimensión axiológica y la construcción de la hegemonía socialista.

De estos rasgos se destacan que: es un proceso de aprendizaje social; se desarrolla con tres elementos fundamentales: los contenidos, las etapas y los agentes (Benedicto y Morán, 1995); intervienen las dimensiones: simbólica práctica y ética; se analiza y desarrolla utilizando *dos enfoques teóricos: el objetivista y el subjetivista*(Alvarado, S., Botero, P., 2009), *de los cuales se considera necesario para la investigación asumir particularidades de ambos*; existen varios *modelos de socialización* política (Smith-Martins, 2000) dirigidos a la conformidad–legitimación o a la diferenciación–innovación, los cuales se

sugiere asumir ambos, por las particularidades de la socialización política en Cuba y su proceso de construcción de hegemonía socialista.

Se debe considerar a la socialización política como un proceso permanente en la vida del individuo, a través del cual el sujeto social va incorporando todo un conjunto de conocimientos, normas y valores políticos que le orientan a la conformación de un comportamiento político relevante y le posibilitan la adopción de una participación activa en la vida política de la sociedad y, en particular, en su sistema político.

Por tal razón, no debe concebirse como información a ser aprendida o comprendida, con un discurso asimilado; sino como “resultado de una experiencia individual”, a partir de las situaciones y contradicciones que la persona presenta en dicho proceso, “del que se derivan necesidades que se convierten en valores, a través de formas individuales en que son asumidas y desarrolladas dentro del propio proceso.” (González, F., 1998:6)

En ese sentido, la comunicación adquiere un rol significativo, comprendida no como información, transmisión y orientación, sino como diálogo, como proceso contradictorio, “dentro del que cada uno de los participantes se encuentra con los demás a través de su verdad, de su comprensión personal del tema compartido, mediante lo cual influye sobre los otros y resulta influido por ellos”. (González, F. 1998:6)

II. La Teoría de la Hegemonía y su contextualización para la construcción de hegemonía socialista en Cuba.

Las propuestas de análisis de la hegemonía cultural para el ejercicio de la política realizadas desde la concepción marxista, aporta presupuestos esenciales, sobre todo con las ideas de Antonio Gramsci (1891-1937) y otros autores contemporáneos que la han analizado en sí misma, pero también en su relación con la socialización institucional desde la escuela y la universidad.

Se destacan entre los rasgos que deben tenerse en cuenta para realizar el proceso de socialización política universitaria: asumirla como un proceso a través del cual se construye y reconstruye la capacidad de una clase social para dirigir, conquistar las alianzas, que le permitan ejercer su dominio y la dirección cultural, al establecer

un conjunto de valores y normas que sean aceptados por la otra parte de la sociedad; se desarrolla en un plano político, cultural e ideológico; se vale del proceso de socialización; se da con la utilización la coerción y la fuerza; se garantiza culturalmente y pedagógicamente para transformar a los miembros de la sociedad.

La contribución de las instituciones educativas a la construcción de hegemonía, se debe asumir a partir de las premisas que reconocen y fundamentan: *la función política-ética y de hegemonía que estas cumplen; la contribución de la escuela a la formación de la personalidad, con su función socializadora y la filosofía de la praxis como su fundamento* (Gramsci, A. 1986:252); *el papel de los valores y la formación de la personalidad en las universidades para la construcción de hegemonía socialista* (Grimson, A. 2008, 2013); *la importancia de entender y desarrollar la formación de profesionales universitarios, como “intelectual orgánico”, como “funcionario de la superestructura”, “representante de la conciencia crítica de la sociedad”* (Gramsci, A., 1981); *el papel de los educadores* (Delgado, C.J., 2016); *la relación entre hegemonía y socialización* (Gramsci, A., 1971, 1981)

III. La comunicación política en el proceso de socialización política universitaria.

Con el análisis de la Ley de Comunicación Social cubana se puede identificar el contenido que esta asigna a la comunicación política, como el referente teórico metodológico fundamental para una concepción que permita caracterizar, evaluar y diseñar proyectos estratégicos de comunicación política, que contribuyan a la socialización política, en las universidades cubanas.

En ella se homologa una definición para el sistema cubano de comunicación, en el ámbito organizacional; “legitima las ideas, los conceptos, los valores y los símbolos relacionados directa o indirectamente con el poder político, su ejercicio y consolidación”; incluye explícitamente elementos que deben ser tenidos en cuenta en los procesos de socialización política y en la construcción de la hegemonía socialista. (ANPP, 2024: Artículo 55.1)

Es por ello que, considerando el contenido de dicha norma legal y la sistematización de la bibliografía científica sobre el tema, se proponen los

siguientes *presupuestos para fundamentar las propuestas metodológicas que potencien la dimensión axiológica de la comunicación política en las universidades cubanas y contribuir a la construcción de la hegemonía socialista.*

- Las propuestas de acciones para la comunicación política universitaria, con los fines propuestos, deben partir de la definición de la *Universidad en relación con la comunicación política. En tal sentido, esta debe concebirse como una entidad estatal, en la que convergen los espacios público y digital y se interrelacionan diversos actores, organizaciones de masas y sociales y formas asociativas, para desarrollar los procesos de comunicación política, con el objetivo de contribuir a legitimar las ideas, los conceptos, los valores y los símbolos relacionados directa o indirectamente con el poder político, su ejercicio y consolidación; para lo cual planifica los recursos humanos, materiales y financieros requeridos. (Elaboración propia a partir de, ANPP (2024:823). Ley 162/2023 “De Comunicación Social” (GOC-2024-338-O48)*

- Como *Premisas para desarrollar la comunicación política universitaria*, se deben destacar: (A partir de ANPP, 2024:824)

- Contribuir a afianzar la ideología y la democracia socialistas, preservar la independencia, la soberanía, la identidad y la cultura de la nación e impulsar su prosperidad y desarrollo sostenible, fortalecer el sistema político cubano y avanzar en la construcción de la sociedad socialista, con apego a los postulados refrendados en la Constitución.

- Generar contenidos que promueven el conocimiento de la historia, la teoría y la práctica revolucionaria, sus referentes ideológicos y principios.

- Contribuir a la formación del consenso, la opinión pública y la participación popular.

- Estimular la acción protagónica de los miembros de la comunidad universitaria en la construcción, implementación y control de las políticas públicas

- Ejecutarla a través de: el contacto directo, el diálogo reflexivo y deliberativo con las personas que participan en los procesos universitarios; los contenidos producidos y publicados por los medios fundamentales de comunicación social e institucionales; procesos curriculares y extracurriculares, de connotación

académica, científica, cultural y política; el uso de elementos simbólicos; y el aporte de las personas en su condición de sujetos activos que pueden generar y socializar contenidos.

- Entre *los valores y actitudes a fomentar*, deben priorizarse:
 - los sentimientos de amor a la patria, orgullo nacional y solidaridad colectiva, incluida su expresión en el plano internacional, respetar la diversidad cultural, sin discriminación por razones de sexo, género, orientación sexual, identidad de género, edad, origen étnico, color de la piel, creencia religiosa, discapacidad, origen nacional o territorial, o cualquier otra condición o circunstancia personal que implique distinción lesiva a la dignidad humana.
 - fomentar un pensamiento emancipador que sustente la continuidad del proyecto socialista de nación y enfrente con sentido crítico la ofensiva de la colonización cultural.
 - estimular la participación popular en el desarrollo socialista, con particular protagonismo de la juventud y la mujer.
 - promover el uso inclusivo, ético, responsable y seguro de internet.
 - coadyuvar al cumplimiento de la legalidad, el fortalecimiento de la cultura jurídica y la institucionalidad, la defensa del patrimonio público, la protección del medio ambiente y el fomento de la disciplina social.
- Atendiendo a las características de dimensión comunicacional del proceso de socialización política o la comunicación política en los marcos de la universidad, no debe perderse de vista que: (Ver. Benedicto, J. y Morán, M. L. (eds), 1995)
 - La Universidad es uno de los agentes socializadores en los que se construye el “conjunto de creencias, valores, disposiciones culturales y percepciones que constituyen la matriz básica a partir de la cual los estudiantes se enfrentan al mundo de la política. En ella interactúan diversos actores.
 - En dicho proceso se deben combinar la “trasmisión intergeneracional de valores, creencias, normas”, funcionales o no a la sociedad socialista y la “creación de una identidad política propia de cada estudiante o grupo de ellos”.

- Para el análisis y desarrollo del proceso comunicativo, es necesario caracterizar el contexto socioeconómico y político de la sociedad en general y el de la actividad política, que en la institución se desarrolla.
- En la interacción comunicativa entre los sujetos de la institución, -donde tienen una función fundamental la práctica comunicativa de los representantes de la administración, de las organizaciones universitarias y los profesores que realizan la labor educativa-, debe atenderse: la forma de dicha interacción, para “transmitir una representación de la situación política”, que permita “aumentar su capacidad de influir sobre las conductas”; la utilización de las vías y medios adecuados para transmitir un “discurso”, que utilice los símbolos que representen el ideal social socialista, contruidos históricamente y necesitados de legitimación sistemática en el contexto específico del proceso de socialización.

La materialización de estos presupuestos en el ámbito universitario cubano encuentra un medio propicio desde el punto de vista de las características de un proceso pedagógico, que se fundamenta en los postulados del Enfoque Histórico Cultural. Este “se apoya en las categorías socio históricas de actividad y comunicación, para explicar que la personalidad se construye en un proceso de interacción social en el que la actividad y la comunicación constituyen el espacio y la herramienta educativa que potencian la formación y desarrollo del hombre” (Colectivo de autores, 2024:28).

En ese sentido, los valores en la subjetividad, se entienden como “formaciones psicológicas complejas, de carácter consciente, contruidas individualmente por el sujeto en el proceso de su actividad y comunicación en un medio socio histórico concreto, que expresa, la unidad de lo cognitivo y lo afectivo, de lo interno y lo externo, en la regulación de la actuación desde una perspectiva histórico cultural del desarrollo humano. (Colectivo de autores, 2018:55)

- Premisas necesarias para elaborar proyectos pertinentes de Comunicación Política”, como el que se necesita para potenciarla en las instituciones de educación superior cubana: (García-Espinosa, P.E., 2011:18-19)

1. La Comunicación Política, debe enfocarse siempre desde el análisis estratégico, entendido como un espacio de reflexión humana, una abstracción del

pensamiento que es alimentada por diversas fuentes de información y de cuya intencionalidad se derivan las ideas y los conceptos centrales para la arquitectura de un diálogo.

2. Construcción de ese diálogo entre los actores, a través del intercambio de información.

3. Progresión en el tiempo, del intercambio de información, para que logre involucrar e influir indistintamente en los actores políticos (administración, representantes de organizaciones sociales y políticas, institucionales y de otros ámbitos de la sociedad (EGP) y los actores sociales (comunidad universitaria y sociedad en general).

4. El proyecto de Comunicación Política debe contrastarse con la realidad para poder evaluar el impacto social del accionar político en la vida de las personas, a través de la efectividad de su implementación; observar si realmente la Comunicación Política estimuló o no las conductas sociales para la que fue concebida.

En el caso cubano, compartimos el criterio de este autor, acerca de que las propuestas metodológicas para potenciar la comunicación política debe incluir la premisa de “hacer coincidir en sus enunciados aquellos principios ideológicos y atributos morales de la sociedad cubana con los intereses económicos, políticos y sociales de los jóvenes cubanos; que posicione en sus mentes aquellas ideas y acciones políticas del gobierno que avivan y movilizan a las nuevas generaciones en el proceso de actualización del modelo social cubano”.p.6

Por otra parte, dichos proyectos deben *orientarse por los presupuestos que caracterizan la comunicación organizacional*, en sus elementos: procesuales (actores que intervienen en el proceso, fines, prácticas, contenidos, objetos, sujetos de referencia, instrumentos, canales, espacios y ámbitos, mediaciones; contextuales (Internos, externos, locales, nacionales e internacionales); estructurales (superestructura (políticas, normativas, conceptos; Estructura (organizativa, funcional); Infraestructura; Desempeño profesional y capacitación (Técnicas de producción; Técnicas de relacionamiento; Equipos profesionales multidisciplinares. (Saladrigas, 2024)

Entre las propuestas de acciones a potenciar en dichos procesos, como parte de las que se desarrollan para contribuir a la socialización política y la construcción de hegemonía socialista, deben desarrollarse las que resalten los valores y logros del sistema socialista, así como el fomento del pensamiento crítico, el diálogo constructivo y participativo, entre los miembros de la comunidad universitaria y de estos con la sociedad.

CONCLUSIONES

La elaboración de presupuestos teórico-metodológicos, que permitan elaborar metodologías específicas para caracterizar, evaluar y diseñar proyectos estratégicos de comunicación política, que contribuyan a la socialización política, en las universidades cubanas, es una necesidad de la sociedad cubana y una demanda científica, a partir de los vacíos teóricos que existen para hacer propuestas contextualizadas a la realidad nacional, su sistema político y las características de la Educación superior.

Entre los presupuestos y premisas a tener en cuenta para dicho objetivo se pueden estacar los que contribuyen a:

La caracterización de la socialización política como proceso que potencia la comunicación política, (de naturaleza dialógica y contradictoria) y se constituye, en sí mismo como un proceso de aprendizaje social permanente en la vida del individuo, a través del cual el sujeto social va incorporando todo un conjunto de conocimientos, normas y valores políticos que le orientan a la conformación de un comportamiento político relevante y le posibilitan la adopción de una participación activa en la vida política de la sociedad y, en particular, en su sistema político.

La contextualización de Teoría de la Hegemonía cultural, al análisis de rasgos de construcción de hegemonía socialista en Cuba y la comprensión de La contribución de las instituciones educativas a dicho proceso, con la potenciación de de la dimensión axiológica de la socialización política que desde dichas instituciones se realiza.

La caracterización de la comunicación política en el proceso de socialización política universitaria, a partir de las premisas que establece la normativa nacional y la literatura científica que fundamenta las características de la dimensión

comunicacional del proceso la comunicación política en los marcos de la universidad; así como la identificación de los rasgos que debe tener una propuesta metodológica o de proyección estratégica para desarrollar dicha comunicación para los jóvenes universitarios.

BIBLIOGRAFÍA

ANPP (2024). Ley 162/2023 “De Comunicación Social” (GOC-2024-338-O48). La Habana.

Benedicto, J. y Morán, M. L. (eds) (1995). *Sociedad y política. Temas de Sociología Política*, Alianza Editorial, Madrid.

Cabello-Vivar, M.; Medrano-Freire; Soria-Ortiz, J., (2023). La Comunicación social y su relación con la educación superior. 593 Digital Publisher CEIT, 8(2-1), xx-xx <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.2-1.1721>

Castells, M.I. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial. ofrece un marco teórico sobre cómo la comunicación influye en el poder, relevante para contextos educativos.

Cernadas, M. J. (2018). Comunicación política y educación superior en América Latina: Nuevos retos. Revista Páginas, 10(2), 123-140.

Colectivo de autores CEPES (2018) La educación de valores en el contexto universitario. Editorial Universitaria FELIX VARELA.

Colectivo de autores (2024). Formación y gestión universitaria: una mirada desde el siglo XXI. La Habana. Editorial Universitaria.

Delgado, C.J (2016). La enseñanza del marxismo-leninismo en la universidad cubana actual: reflexiones y propuestas. En: Santana Pérez, Jorge Luis; Nieves Ayús, Concepción (Compiladores) (2016). *El ideal socialista en la sociedad cubana: ayer y hoy* (pp. 239-260). La Habana: Filosofi@.cu

Fernández, E. (2012). El discurso político en la universidad cubana: Análisis de casos. Revista Ciencias Sociales, 18(2), 45-58. analiza el discurso político en el contexto universitario cubano y su impacto en la formación de opinión.

Fernández, M.R. (2020). Hegemonía y comunicación en Cuba: el caso de la educación superior. Editorial: Universidad de La Habana, 2020. Analiza

cómo se articula la hegemonía socialista a través de la comunicación en el sistema educativo cubano.

Fernández, E. (2018). La comunicación organizacional en la educación superior: un enfoque estratégico. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 9(1), 23-30. Un estudio sobre cómo aplicar principios de comunicación organizacional en el ámbito educativo.

Figueroa, J.M. (2021) *Universidad y socialismo: una mirada crítica*. Editorial: Ciencias Sociales, 2021. Reflexiona sobre el papel de la universidad en la construcción del socialismo en Cuba y su relación con la comunicación política.

García-Espinosa, P.E. (2011). *Estrategia de Comunicación Política para la Juventud Cubana. La Comunicación Política y su enfoque estratégico*. Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Gestión e Innovación de Diseño.

González, A. (2015). Comunicación política en Cuba: entre el ideal y la realidad. *Revista Cubana de Ciencias Sociales*, 6(1), 45-60. análisis específico sobre la comunicación política en el contexto cubano.

González, F. (1998). Los valores y su significación en el desarrollo de la persona. *Revista Temas*. Vol.15, p. 4-10.

González, L. A. (2010). Comunicación institucional en la educación superior cubana. Editorial de Ciencias Sociales. aborda cómo las universidades cubanas gestionan su comunicación institucional y cómo esto influye en su relación con la sociedad.

González, L.A. (2018). *La comunicación política en Cuba: entre el discurso y la práctica*. Editorial Letras Cubanas, 2018. examina cómo se construye la comunicación política en Cuba, con un enfoque en el papel de las universidades.

Grimson, A. (2008). Diversidad y cultura. Reificación y situacionalidad. *Tabula Rasa*. Bogotá - Colombia, No.8: 45-67, enero-junio.

_____ (2013). *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. Micropolítica; Estudios culturales; Hegemonía; Mujeres; Políticas de la diferencial; Cultura;

América

Latina;

<http://biblioteca.clacso.org.ar/clacso/gt/20130712125933/introduccion.pdf>

Hernández, Rafael (2007). La comunicación en la política cubana. Editorial Letras Cubanas. Este libro analiza el papel de la comunicación en el contexto político cubano, incluyendo aspectos relacionados con la educación y las universidades.

Lomnitz, C. (2010). Cultura política y comunicación en América Latina. Editorial Siglo XXI. aborda la cultura política en América Latina y su relación con los procesos comunicativos en diferentes contextos, incluidas las universidades.

Lozano, J.C. (2011). Comunicación y conflicto: El papel de la universidad en el debate público. Revista Comunicación y Sociedad, 24(1), 67-84. Artículo que discute el papel de las universidades en la mediación del conflicto político a través de la comunicación.

Mendoza, D. A. (2024). Aproximación a la comunicación política. Escenarios, praxis y modelos híbridos para su enseñanza en la educación superior. LATAM Revista

Padrón, Y. (2015). Identidades en construcción: Comunicación política y universidades en Cuba. Tesis de maestría, Universidad de La Habana. investiga cómo se construyen las identidades políticas en el ámbito universitario cubano a través de la comunicación.

Pérez, L. (2020). Desafíos de la comunicación política en Cuba: una mirada desde la universidad. Cuba: Revista de Ciencias Sociales, 12(2), 115-130. examina los retos y oportunidades que enfrenta la comunicación política en las universidades cubanas.

Pérez, R. (2022). Construcción de identidad y hegemonía en la educación superior cubana. Universidad: Universidad Central de Las Villas. Análisis de cómo la identidad y la hegemonía se construyen a través de la comunicación en las universidades.

Pizarro, B. G. (2013). La comunicación política en las universidades: Estrategias y desafíos. Editorial Universitaria de Buenos Aires. examina las estrategias de comunicación política utilizadas por las universidades en América Latina.

- Rodríguez, A.C. (2021). La comunicación política en las universidades cubanas y su impacto en la hegemonía socialista. Universidad: Universidad de La Habana, 2021. Tesis que investiga el impacto de la comunicación política en la formación de la hegemonía socialista en el contexto universitario.
- Rodríguez, P. (2016). Nuevas tecnologías y comunicación política en las universidades latinoamericanas. Editorial Pontificia Universidad Católica de Chile. cómo las nuevas tecnologías están transformando la comunicación política dentro del ámbito universitario.
- Smith-Martins, M. (2000). Algunas aproximaciones teóricas. Educación, socialización política y cultura política. vol. XXII, núm. 87, pp. 76-9. <http://www.scielo.org.mx>
- . Vázquez, T. (2021). Procedimiento para la gestión de la comunicación política en Cuba. Ponencia presentada en Simposio Internacional “Desarrollo humano, equidad y justicia social”. Evento estudios humanísticos. IV Convención Científica Internacional UCLV 2023. <https://convencion.uclv.cu> ›

3

LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL EN LA UNIVERSIDAD CUBANA: DIMENSIÓN AXIOLÓGICA DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

THE TRAINING OF THE PROFESSIONAL IN THE CUBAN UNIVERSITY: AXIOLOGICAL DIMENSION OF POLITICAL SOCIALIZATION

LA FORMATION DU PROFESSIONNEL À L'UNIVERSITÉ CUBAINE: DIMENSION AXIOLOGIQUE DE LA SOCIALIZATION POLITIQUE

DYuseli Pestana Llerena

Universidad de Ciencias Médicas de Matanzas, Cuba

<https://orcid.org/0000-0002-9481-945x>

yuselipestanallerena@gmail.com

Judith Acosta González

Universidad de Matanzas, Cuba

<https://orcid.org/0000-0001-8842-8228>