

## Los símbolos de identidad en la formación de los valores universitarios

*Identity symbols in the formation of university attitudes*

*Dr. C. Maribel Brull-González, brull@uo.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0001-6253-9915>;  
Lic. Ailén Fonseca-Martínez, ailen.fonseca@uo.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0002-9079-1525>;  
Dr. C. Pura de la Caridad Rey-Rivas, pura@uo.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0002-2923-5124>;  
Ing. MSc. Luis Mario De La Paz-Vizqueira, luismario@uo.edu.cu,  
<https://orcid.org/0000-0002-3815-2419>*

*Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba*

### Resumen

La formación de valores adquiere en la actualidad mayor relevancia frente a la globalización cultural. En este escenario internacional las universidades desempeñan un papel protagónico en las transformaciones intelectuales, sociales y culturales en sus respectivas sociedades; lo que influye en la construcción de identidades, los procesos de continuidad generacional y ciudadanía. Este artículo tiene como objetivo diseñar un plan estratégico de comunicación educativa para perfeccionar la formación de valores desde el accionar de los símbolos de identidad. Desde un enfoque hermenéutico-dialéctico y con el uso de la metodología cualitativa y cuantitativa se profundiza cómo los símbolos llegan a conformar todo un código de conducta social en el entorno universitario, generando opiniones y actitudes. Como resultado se presentan las pautas para elaborar un plan estratégico interactivo de apropiación de los símbolos con los valores en la Universidad de Oriente.

**Palabras clave:** símbolos universitarios, formación de valores, Universidad de Oriente.

### Abstract

At present the formation of attitudes has won greater relevance taking into consideration cultural globalization. In this international context universities play an essential role in the intellectual, social and cultural transformations according to every society, with unlimited influence in the construction of identities, the processes of generational continuity, and citizenship. The purpose of this paper is the design of a strategic plan of educative communication to improve the formation of attitudes from the implementation of identity symbols. The hermeneutic-dialectic approach and the application of a qualitative and quantitative methodology permitted to deepen on how symbols form a code of social conduct in the university environment for the development of opinions and attitudes. As a result, patterns for the elaboration of an interactive strategic plan of appropriation of symbols at Universidad de Oriente are presented.

**Keywords:** university symbols, formation of attitudes, Universidad de Oriente.

## **Introducción**

El proceso de formación de los valores humanísticos posee una significación integral en el siglo XXI debido a que en el contexto de la globalización se agudizan tensiones desde lo político, lo económico y lo cultural. Ello ha generado transformaciones en la educación superior como uno de los espacios imprescindibles para contribuir a reorientar y cambiar actitudes del ser humano que ponen en peligro, en muchas ocasiones, el desarrollo social. Consecuentemente con este reto, las universidades, como instituciones formadoras de transferencia de conocimientos y de capacitación deben asumir con responsabilidad el desarrollo integral de sus estudiantes.

La educación superior, reconocida nacional e internacionalmente por la excelencia de sus procesos, aún “debe definir y establecer una política que permita y haga viable la preservación, conservación y desarrollo (...) de la historia universitaria como plataforma para reactivar la vida del centro, tanto en el ámbito científico, como social y cultural” (Sansó, 2003, p. 202).

De acuerdo con López (2011), Vilera (2012), Vidal (2014), Fresno (2017) y Figueroa (2018), la educación superior enfrenta una situación compleja cuando entran en contradicción el deber social que se les asigna a estas instituciones con la formación de las competencias profesionales y las condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo pleno en los territorios.

los valores humanísticos se encuentran en un entorno y contexto histórico que evoluciona constantemente a la par del desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). En tal sentido, la alternativa para romper con una retroalimentación carencial de los valores sociales, debe estar fundamentada en la educación de esos mismos valores. Como refiere Figueroa de Ktra (2018):

(...) Habría que destacar la importancia de afianzar la formación de docentes en este campo, a través de estrategias y procedimientos apropiados para vivenciar los valores; porque ¿cómo contribuir a practicar valores si no se los practica? Una orientación clara y definida de las políticas educativas sobre la formación en valores, favorecería la instrumentación de la misma (Figueroa de Ktra, 2018, p. 221).

Desde la perspectiva estratégica Delors (1996), señala que la nueva pedagogía educativa debe estar basada en los siguientes cuatro pilares:

1. Aprender a conocer: concertar entre una cultura general, suficientemente amplia, y los conocimientos particulares de las diferentes disciplinas, en torno a problemas e interrogantes concretos. Esto requiere aprender a aprender, con el fin de aprovechar las posibilidades que ofrece la educación a lo largo de la vida.
2. Aprender a hacer: adquirir no solo una certificación profesional, sino más bien competencias que capaciten al individuo para hacer frente a gran número de situaciones previstas e imprevistas y a trabajar en equipo.
3. Aprender a vivir juntos: realizar proyectos comunes y prepararse para asumir y resolver los conflictos, respetando los valores del pluralismo, el entendimiento mutuo y la paz, a través de la comprensión del otro y de las formas de interdependencia.
4. Aprender a ser: actuar con creciente capacidad de autonomía, de juicio y responsabilidad personal, para que florezca en mejor forma la propia personalidad.

En esta dirección, conocer y compartir los símbolos que representan a la educación y la cultura cubana se convierte en una potente estrategia para fortalecer el sistema de valores. El símbolo es interpretado por múltiples dimensiones del conocimiento como el signo que encierra un significado y sentido de pertenencia en virtud de una asociación de ideas y que puede ser clasificado por su naturaleza, función y alcance. Mientras se reconoce la identidad como el conjunto de rasgos que distinguen y diferencian el ser y la razón de la organización en su relación social. De este modo, los símbolos de identidad articulado con los valores constituyen un tema de reflexión y acción en busca de la coherencia del pensamiento con el comportamiento universitario.

En la actualidad, los procesos transculturales y la globalización han incido en las conductas de los jóvenes universitarios, tanto en Latinoamérica como en otras partes del mundo. Su finalidad radica en “suplantar lo que somos e infringir el legítimo derecho al desarrollo de las naciones y al impulso de los intereses más nobles de las organizaciones educacionales” (Fonseca y Brull, 2020, p. 381).

En este contexto académico, urge la necesidad de un conocimiento más profundo y de un uso más consciente de los atributos que fundamentan la cultura y caracterizan el quehacer institucional, lo cual fortalecería el sentido de pertenencia de los miembros de la universidad y la identidad. Esta situación se ha visto favorecida a partir del incremento de encuentros multiculturales, donde la comunicación simultánea de actividades

generadas por diferentes redes masivas propicia mensajes, productos y bienes simbólicos ajenos.

De ahí, que las universidades deben contar con una política comunicacional intencionada hacia la orientación educativa, que propicie la apropiación de los valores que les identifican; formación que se caracteriza como un proceso continuo y complejo determinado por los objetivos que se quieren alcanzar, la evaluación sistemática del comportamiento social del futuro egresado y las relaciones directas entre lo que se aprende o conoce con lo que se siente y se aspira.

A partir de la importancia que emerge este tema se plantea el siguiente problema científico: Insuficiente sistematización en la formación de valores desde el accionar de los símbolos de identidad en la Universidad de Oriente. La investigación asume como objetivo: diseñar un plan estratégico de comunicación educativa para perfeccionar la formación de valores desde el accionar de los símbolos de identidad en la Universidad de Oriente. Esta determinación originó la aplicación de un diagnóstico para conocer cómo influía en los jóvenes universitarios el conocimiento, reconocimiento y comunicación de los símbolos de identidad en la formación de valores. Sin embargo, aún no son pocas las interrogantes de índole investigativa que suscitan la gestión de la comunicación estratégica de los símbolos de identidad en función de la formación de valores.

## **Materiales y métodos**

El estudio parte de una perspectiva metodológica cualitativa y cuantitativa con un enfoque hermenéutico-dialéctico, que permitió revelar el carácter correlacional que tienen los símbolos de identidad con la formación de valores universitarios, asimismo los elementos que deben integrar este formativo sobre la base de nuevas normativas sistemáticas.

La investigación tiene como antecedentes dos tesis de Trabajo de Diploma de fin de curso de la carrera de Comunicación Social, dos tesis defendidas en el Diplomado *El Periodista Infocomunicativo*, tres proyectos de investigación de formación de postgrado concernientes a la Maestría en Estudios de Lengua y Discursos, y el programa de formación de doctores en Ciencias de la Comunicación. Todas las investigaciones responden a los resultados del Proyecto institucional *Infocomunicación*. Asimismo, el estudio realizado asumió los referentes conceptuales tratados por 15 personalidades de la cultura cubana, en particular el análisis de contenido del documental *Donde basta con una*.

Se realizaron 189 entrevistas estructuradas a estudiantes universitarios de 18 a 25 años, correspondientes a cinco facultades, tres de las áreas de las ciencias sociales y humanísticas y dos de las ciencias técnicas, durante el curso 2019 e inicio del 2020. Las mismas expresaron las opiniones en relación al conocimiento, reconocimiento, significado y comunicación de los símbolos y valores que inciden en su formación profesional. De igual forma, se elaboró una guía de observación para examinar las actitudes de algunos jóvenes en los dos campos universitarios concernientes a las residencias estudiantiles: Sede *Mella* y Sede *Antonio Maceo*, evidenciándose las actitudes e ideas principales para promover las acciones estratégicas del sistema de valores a través de los símbolos. Por otra parte, la investigación explora las características funcionales de las estructuras, sistema de comunicación y las capacidades tecnológicas de la Universidad de Oriente al servicio de la formación de valores.

## Resultados

### *Interacción de símbolos, saberes y valores universitarios*

Los símbolos están revestidos de un valor y una expresión de continuidad en un sistema de conocimiento gestionado y generado en distintos contextos históricos-sociales. La construcción simbólica en los espacios de los centros de educación superior tiene mucho que ver en la actualidad con la información, el tipo de discurso, la cultura, la generación del conocimiento y la transferencia de esa información mediante mensajes que propicien una percepción coherente con la realidad.

Lo simbólico se convierte en un factor esencial para la toma de decisiones y la aceptación de los programas de conocimientos que se generan en las instituciones educativas donde cada día se incorporan más los procesos del sistema global en la escala de lo local y pone a muchas comunidades en la disyuntiva entre la resiliencia y la resistencia a esos nuevos esquemas de producción del conocimiento científico.

(...) hemos reducido a esos símbolos universitarios a piezas de museo, pues no se ha enseñado a los universitarios a darles otro valor y a mirarlos desde otra perspectiva. De ahí que, algunos los han confinado al olvido y, aunque con frecuencia los tienen a la vista o los escuchan, no los perciben conscientemente: para nuestra desgracia, algunos los tienen en el sótano del inconsciente (Álvarez, 2005, p. 75).

Ello ha conducido a transformaciones y actualizaciones en las estrategias para su cuidado, a resueltas de una evidente consolidación conceptual que se aprecia en publicaciones y foros especializados. Es todo un proceso social que tiene que ver con conocer y compartir la historia, la visión, la misión, los objetivos, las metas y todo aquello que conforme la identidad. Sin embargo, el diagnóstico realizado en la Universidad de Oriente, develó como debilidades las siguientes:

- **Conocimiento.** El estudio del audiovisual *Donde basta con una*, hace énfasis en que el país precisa de una producción simbólica, coherente con los procesos y problemas culturales actuales, no obstante, su estudio no forma parte del trabajo educativo de la institución, lo que sugiere un repensar alternativo ante la transculturalidad. Las entrevistas realizadas afloraron que el 62 % de los estudiantes presentan insuficiente dominio de los símbolos y valores universitarios. El 65 % de los jóvenes no identifican el eslogan y el logotipo de la universidad. El 69 % no respondió bien los valores que lo identifican. El 92 % tiene dominio de los signos y significados de los símbolos de identidad de la nación.

Entre los valores más identificados se encuentran, la solidaridad, la sinceridad y el compromiso, y con menor reconocimiento están la responsabilidad y la laboriosidad. En este aspecto, el 76 % de los estudiantes reconocen que no son leales a todos los valores universitarios, pues en ocasiones son portadores de otras culturas. No conocen la historia y el significado de todos los símbolos de la universidad.

- **Reconocimiento.** Escasa conexión entre los discursos relacionados con los símbolos, la formación de valores y su visibilización en la comunidad universitaria. Amplia identificación de los universitarios con la identidad nacional.
- **Comunicación.** La Estrategia de Comunicación carece de acciones encaminadas a la divulgación y el uso de los símbolos, aunque cuentan con la presencia de varios *spots* y cuñas radiales alegóricas a la institución. Limitaciones en la socialización y la creación de espacios de integración cultural de los símbolos y los valores. El inventario de los medios de comunicación y su accionar no es representativo del universo universitario. No poseen circuito cerrado de televisión y por ende no existe TV.Educ, lo que podría potenciar el conocimiento de los símbolos, los valores y la información en función de la participación.
- **Actitudes y opiniones.** Incongruencia entre lo que se dice y lo que se hace. Los estudiantes presentan diferencias de criterios en cuanto a razones políticas, sociales y económicas, pero sin desligarse completamente del sentimiento de cubanía dentro de

ellos. A pesar de reconocer y adoptar símbolos de culturas foráneas se identifican principalmente con los símbolos de identidad de la nación.

Es por ello que, pensar en la aproximación entre las agendas de comunicación y el accionar de los símbolos de identidad en la formación de valores resulta una tarea investigativa necesaria para la inclusión de dinámicas integrales en la producción de mensajes y la creación de sentidos.

Según afirma Calviño (2012) “La comunicación es un diálogo” (Calviño, 2012, p. 24), del cual forman parte los símbolos, al estar en contacto permanente con el destinatario del mensaje a través de la comunicación oral, escrita, el uso de las técnicas de la propaganda, la publicidad, las relaciones públicas, el diseño entre otras disciplinas inherentes a la comunicación social.

Dialogar en las universidades es un ejercicio de naturaleza formativa y participativa, su práctica directa resulta efectiva por la alta capacidad que posee el intercambio no solo de saberes sino por la transmisión de sentidos, la diversidad de expresiones del lenguaje de los gestos que se une a los patrones culturales compartidos en estos escenarios, pero, en la actualidad no siempre se sistematiza esa dinámica en todos los entornos universitarios.

El desarrollo de Internet ha creado las comunidades virtuales para compartir espacios de diálogos en entornos digitales, eso nos indica transformar o adaptar los paradigmas de la comunicación para emitir mensajes simbólicos dotados de valores culturales que identifiquen a las organizaciones y a las personas con sus objetivos y preferencias, sin olvidar su identidad, marcando la diferencia en el contexto de la globalización cultural.

De ahí, que cualquier objetivo de comunicación educativa que nos ocupe puede asociarse con un símbolo que enmarca un valor y a su vez responde a una cultura. Este estudio demostró que cuando el profesor universitario emite sus enseñanzas en cualquiera de sus niveles educativos, promueve el conocimiento, transforma conducta e incentiva ideas sobre la base de la ciencia y la técnica, por ejemplo, el uso de plataformas virtuales, facilita que el mensaje llegue de forma rápida y forje valores. Pero otra cosa ocurre, cuando el estudiante en su colectivo emite un *meme* o video sin tener en cuenta la intencionalidad del mensaje, el uso de los símbolos, el significado que poseen para los destinatarios, observándose lo mismo una comunicación pasiva, una incomunicación o una mutación de sus valores.

La interacción entre símbolos, valores y destinatarios en determinados contextos es fundamental para la actualización del conocimiento, como también es necesaria la determinación de los principios y el carácter emprendedor para lograr construir comunidades virtuales congruentes con la misión de las universidades.

Establecer el diálogo a través de los símbolos seleccionados, los valores y los destinatarios del mensaje no es solo selección de palabras, ni inmediatez, ni modelo de efectos en las redes sociales, presupone una estrategia comunicacional de coherencia y ventaja de equipos multidisciplinarios para la construcción de mensajes y sentidos dotados de valores formativos. El axioma que la palabra es el único camino al diálogo ha quedado atrás, la presencia de cualquier símbolo en la mente, impulsa el comportamiento social. Llegar a conquistar la mente es la estrategia mayor de la comunicación en las universidades en estos tiempos.

#### *Plan estratégico de comunicación de los símbolos e interacción con los valores*

El plan tiene como objetivo potenciar la formación de valores de la Universidad de Oriente a partir de los símbolos de identidad. Para ello, se intenciona la comunicación integrada de símbolos y valores en los espacios, medios y redes sociales. Esta interrelación requiere de las fases de conceptualización de los valores, determinación de los símbolos que representan cada valor y los mensajes formativos.

Los valores son los reguladores de una sociedad civilizada, sus principios y normas indican los procederes, conductas públicas y privadas acordes a una filosofía asumida universalmente. Parte de esa sociedad son las universidades que tienen la misión de formar profesionales con valores afines con la identidad y cultura de su nación.

Forman el sistema de valores el conjunto de bienes espirituales y materiales que responden a los significados de la historia y la cultura en un contexto y que encierran pensamientos y proyecciones, entre ellos los modos de actuación: discursos, comportamientos, tradiciones, ritos y ceremonias. Este sistema posee una dimensión objetiva y otra subjetiva en correspondencia con el desarrollo de la conciencia social, siendo moderadores de actitudes y opiniones. Para efectuar una comunicación efectiva del accionar de los símbolos se conceptualiza el sistema de valores tal como se expresa en la figura 1.



LOS VALORES QUE NOS UNEN	
HUMANISMO	Es la filosofía humanitaria, sensata y dueña de la indulgencia.
PATRIOTISMO	Es un sentimiento, una actitud de amor y respecto a la Patria
DIGNIDAD	Es el tratamiento y empleo de la razón con honor.
RESPONSABILIDAD	Es el cumplimiento del deber .Una obligación social.
HONESTIDAD	Es sinceridad, sentido de la verdad y el vivir con decoro.
JUSTICIA	Es igualdad, el derecho de ser libre e independiente.
SOLIDARIDAD	Es unidad y diversidad, responsabilidad universal de todos.
HONRADEZ	Es la virtud y lealtad en todos los actos de la vida.
LABORIOSIDAD	Es el esfuerzo diario y consagración de las ideas.

M. Brull G. / 2021

**Figura1: Sistema de valores. Fuente: Elaboración propia, 2021.**

La comunicación de los valores mediante los símbolos debe ser orientadora sobre la base de las prácticas sociales y culturales de la universidad estableciéndose como requerimientos del mensaje los siguientes:

1. Código de contenidos. Conocer qué se va a comunicar y la intencionalidad del mensaje.
2. Código poblacional. Definir el quién o quiénes serán los destinatarios del mensaje.
3. Código creativo. Seleccionar el cómo, el medio, la red y las funciones de cada símbolo.
4. Código de espacio. Escoger el dónde se presentará por primera vez el mensaje simbólico.
5. Código de tiempo. Escoger el cuándo se hará, el momento de su presentación.

A partir de estos requerimientos, se presenta el mensaje *Valores*, en la figura 2, que tiene como base el conocimiento de los valores principales relacionados con la identidad nacional. El mismo expresa los conceptos y atributos dirigidos a la diversidad de públicos universitarios, utilizando formatos creativos. Esta composición gráfica convoca a pensar en la historia del país, a mantener vivo el legado de la Patria y a establecer en los entornos universitarios el aprendizaje mediante una comunicación dialógica e interactiva de saberes entre los valores y sus prácticas culturales en la vida cotidiana. No olvidar que los valores que nos identifican son bienes espiritualizados de carácter patrimonial.

La letra V es la letra inicial de los valores y se asocia a la vida, la victoria y la visibilidad de los nuevos bienes humanísticos legados por la historia y su continuidad. El mensaje hace énfasis en los colores de los símbolos nacionales, en específico de la bandera, para promover la identidad, la cultura cubana por encima de otras culturas. Su presentación en

las redes universitarias puede contribuir a la sistematización de la formación profesional de los valores. La estrella roja solitaria de cinco puntas simboliza la república libre y soberana, por eso se ubica en el centro, de forma independiente en sinergia con los atributos de la bandera cubana.



Figura 2. Mensaje, Valores. Fuente. Elaboración propia, 2021

### *El plan de acciones y medios*

El plan estratégico se fundamenta en el paradigma de la comunicación educativa: Acción participativa-Hacer común. Para diseñar el plan estratégico se pauta como esquema metodológico lo expresado en la figura 3.

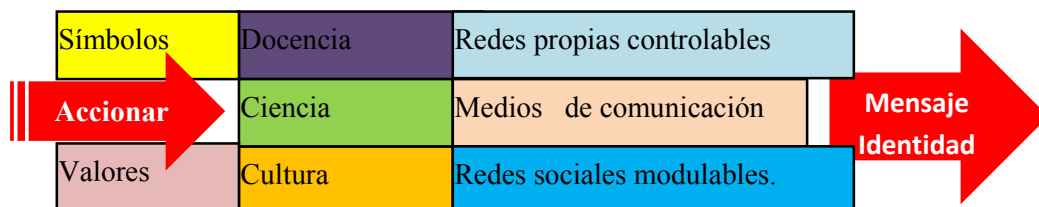


Figura 3. Esquema para el plan estratégico. Fuente: Elaboración propia, 2021

En tal sentido, las acciones docentes, científicas y culturales, además de los medios de comunicación que son propios de la universidad y el uso de las redes sociales deben inducir la participación de los profesores y estudiantes, así como del personal docente y no docente, en los procesos de gestión estratégica para la formación de valores. A modo de ejemplo, se resumen algunas tareas:

- **Docencia.** Conocer la funcionabilidad, efectividad e impacto social de los símbolos y sus valores. Resaltar la labor de la familia universitaria en la formación de los valores. Emplear como patrón para la formación de valores, el cumplimiento del deber, la profesionalidad e idoneidad demostrada en la tarea. Propiciar el tratamiento de los símbolos institucionales como parte del patrimonio cultural universitario desde

las diferentes disciplinas y asignaturas que conforman los planes de estudio en todas las modalidades. Diseñar el sistema de símbolos de la universidad con enfoque docente para las carreras de ciencias sociales, humanísticas, ingenierías y ciencias básicas.

- **Ciencia.** Promover la transferencia de valores de los jóvenes universitarios en los proyectos sociales, empresariales, de ciencia, técnica e innovación en correspondencia con el modelo económico que se implementa en Cuba. Incentivar investigaciones multidisciplinarias sobre el uso de los símbolos de identidad y los valores. Organizar disertaciones científicas entre los grupos científicos estudiantiles y proyectos de investigación sobre el documental *Donde basta con una*. Publicar en las facultades los profesores y estudiantes con méritos científicos.
- **Cultura.** Promoción de las ideas de estudio y trabajo, mediante campañas educativas relacionadas con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS). Sistematización de la participación universitaria en las obras de desarrollo local. Resaltar los valores positivos de los profesores y estudiantes universitarios. Desarrollar mensajes en función de erradicar el individualismo y promover el trabajo en equipo, las indisciplinas sociales, la falta de higiene, el delito, el cuidado de los bienes sociales del Estado. Incentivar mediante el ejemplo el compromiso con el presente y el futuro de la Patria. Realizar exposiciones fotográficas que reflejen la historia y tradición de los símbolos universitarios. Jornadas de visita por los símbolos arquitectónicos de la Universidad. Convocar concursos desde las diferentes manifestaciones artísticas que reflejen el papel de los símbolos universitarios en la formación de valores. Premiaciones de actitudes y conductas en el contexto universitario.
- **Medios de Comunicación**  
**Redes propias de la institución.** Promover espacios que favorezcan el intercambio y el diálogo sobre los símbolos que forman parte de la historia y tradición de la Universidad de Oriente. Creación, producción y realización de mensajes con identidad, que expresen en la gráfica los valores compartidos. Promover en coordinación con Tecnología Educativa mensajes de identidad y los valores a través de la música, los productos audiovisuales, videojuegos, producciones cinematográficas. Presencia de los valores en los medios de comunicación de la Universidad: portal <https://www.uo.edu.cu>, en el boletín de noticia, *La Tabilla*, el Panel informativo, la realización de conferencias de prensa, mensajes de identidad en

el correo electrónico, realización de afiches, carteles impresos y digitales, elaboración de mensaje para los celulares y *tables* que se puedan descargar de la *web*: *uo.edu.cu*.

- **Redes sociales.** Utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para contribuir al conocimiento y difusión de los símbolos universitarios. Activar las historias de vidas de los jóvenes en las plataformas virtuales de *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, con mensajes que induzcan valores humanísticos. Incentivar a los jóvenes *youtubers* universitarios e insertar en sus videos las prendas de vestir, la música y la diversidad de valores de la identidad cubana. Realizar una producción audiovisual con el fin de difundir los símbolos en los diferentes medios de comunicación de la universidad y las redes sociales.

## Discusión

En la actualidad las universidades deben ocupar más espacios de reflexión y acción destinados a la orientación educativa, la identificación, reconocimiento y comunicación de sus símbolos de identidad para la formación de valores. Y es que se han convertido en exponentes de bienes materiales e inmateriales que dan fe de los continuos procesos históricos, académicos, científicos, extensionistas y culturales que allí acontecen. Inmuebles excepcionales por su arquitectura, bienes muebles de diversa naturaleza: artísticos, científicos, documentales, monumentos, costumbres, ritos y tradiciones, componen, entre otros, la diversidad de símbolos atesorados.

(...) La universidad es tangible y es a un tiempo un estado de espíritu; es real y es imaginada, tiene un derrotero histórico propio, mas también señala los derroteros de su entorno; es símbolo de tradición y renovación a un tiempo; de tradiciones acentuadas y conflictos revolucionarios; de juventud inquisitiva y madurez meditabunda (Felipe, 2015, p. 74).

Diversas universidades en el mundo a partir de la concepción educativa en la formación de valores establecen normas oficiales para definir el diseño, características, usos, difusión, aplicación y preservación de los símbolos que la distinguen. Dentro de ellas se encuentran la Universidad Autónoma del Estado de México (UEAM) quien desde el 2006 aprobara el Reglamento de los Símbolos Universitarios, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) el 7 de julio de 2011 aprobó en Sesión Extraordinaria por el Honorífico Consejo Universitario el Reglamento sobre los símbolos representativos de la UJAT.

En Europa sobresale la Universidad Española Arturo de Michilena, que en uso de las atribuciones que le confiere la Ley de Universidades y el Estatuto Orgánico de la Universidad dictó en la sesión N° 67 del Consejo Universitario, el día 25 de julio de 2012 el Instructivo sobre el uso, difusión y preservación de la denominación, siglas, símbolos y emblemas como parte de su patrimonio cultural.

Como refiere Álvarez (2005) son aún muchas las universidades donde la promoción de sus símbolos para la formación de valores no acontece con la debida dinámica. En esta dimensión sociocultural es preciso señalar que la comunicación de los símbolos universitarios exige que estos tengan un significado común y estén en coherencia con los objetivos estratégicos de proteger toda la memoria histórica y fundamentar la nueva generación de conocimientos científicos sustentada en la experiencia y las vivencias del ayer y el presente con visión de futuro.

Integrar en las universidades métodos y estrategias adecuadas para la formación de valores a partir de sus símbolos supone atender no solo los aspectos vinculados a la actividad curricular, sino también considerar el conjunto de acciones extracurriculares, que con el mismo fin se desarrollan. Ello se tiene que articular con una plataforma orgánica, participativa y contextualizada con todos los procesos de la educación superior: “La planificación, desarrollo y evaluación (...) en función de un aprendizaje integrador facilitan la interacción (...) promueven una generalización y aplicación del enfoque histórico-cultural para la comprensión del conocimiento” (Brull, 2020, p. 424).

La Universidad de Oriente deberá sistematizar con sus investigaciones, políticas y estrategias de comunicación educativa la formación integral de los futuros profesionales a partir del dominio y uso de los símbolos de identidad, entre ellos los universitarios, lo cual permitirá una mayor identificación individual y colectiva en el contexto nacional e internacional, centrando su esfuerzo para que la comunidad universitaria aprenda a ser activa y creativa en la comunicación de sus símbolos como expresión de los valores que la distinguen.

## Conclusiones

- 1. El estudio evidencia la importancia que revisten los símbolos de identidad en el contexto universitario y su papel determinante en la formación de valores.*

2. ***Los símbolos de identidad nacional e institucional fundamentan la cultura y caracterizan el quehacer profesional y fortalecen los saberes de sus miembros.***
3. ***La comunicación de los símbolos de identidad en congruencia con la formación de valores activa la valoración cognoscitiva y social en el perfeccionamiento del proceso de enseñanza–aprendizaje en las instituciones de educación superior.***
4. ***El plan estratégico de comunicación interactiva de los símbolos y valores de la identidad universitaria favorece la efectividad de los programas y planes de estudio.***

## Referencias bibliográficas

1. Álvarez, B. (2005). Símbolos, valores, realidades y expectativas de nuestra identidad universitaria. Una mirada desde el arte y las humanidades. *La Colmena*, (45), 73-85. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=446344894011>
2. Brull, M. (2020). El evento académico una modalidad pedagógica para integrar aprendizajes en espacios multiculturales. *Revista Maestro y Sociedad*, 17(3), 411-425. Recuperado de <https://maestroysociedad.uo.edu.cu>
3. Calviño, M. (2012). *Actos de comunicación, desde el compromiso y la esperanza*. La Habana: Editorial Logos.
4. Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro. Informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI*. Madrid: Editorial Santillana.
5. Felipe, C. (2015). *Al abrigo del Alma Mater. Patrimonio cultural universitario: valores y experiencias de gestión desde la Universidad de La Habana*. (Tesis de doctorado). Recuperado de <https://www.hera.ugr.es>
6. Figueroa de Katra, L. (2018). Formación en valores. Algunas reflexiones. *Voces De La Educación*, 3(6), pp. 218-224. Recuperado de <http://www.hal.archives-ouvertes.fr>
7. Fresno, C. (2017). *La formación de valores. Retos del siglo XXI*. La Habana: Editorial Universitaria.
8. Fonseca, A., y Brull González, M. (2020). Patrimonio cultural e identidad en las universidades. *Revista Conrado*, 16(74), 379-386. Recuperado de: <https://universosur.ucf.edu.cu>
9. López, J.A. (2011). *La educación en valores a través de los mitos y las leyendas como recurso para la formación del profesorado: El Vellochino de Oro*. (Tesis de doctorado). Recuperado de <http://www.repositorio.uam.es>
10. Sansó, M. (2003). Historia de la Universidad de Oriente: pasado, presente y futuro. *Revista Santiago*, (100), 192-202. Recuperado de <https://santiago.uo.edu.cu>
11. Universidad Arturo Michilena. (2012). *Instructivo sobre el uso, difusión y preservación de la denominación, siglas, símbolos y emblema de la Universidad Arturo Michilena*. Recuperado de <http://www.uam.edu.uve>
12. Universidad Autónoma del Estado de México. (2006). *Reglamento de los símbolos de la Universidad Autónoma del Estado de México*. Recuperado de <http://www.web.uamex.mx>
13. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. (2011). *Reglamento sobre los símbolos representativos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*. Recuperado de <http://www.archivos.ujat.mx>
14. Vidal, M. (2014). Formación en Valores. Conceptos éticos y tecnológicos, métodos y estrategias. *Revista INFODIR*, (18), 81-94. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/281442269>
15. Vilera, A. (2012). Orientación al desempeño estudiantil universitario a partir del valor resiliencia. *Revista Educación en Valores*, 1(17), 10-27. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve>