

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POST GRADO
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR.**

**Estrategia Promocional de los Valores en la Educación Superior
para la formación Integral de los educandos como Compromiso
Personal y Profesional.**

**Por
Lic. Bertha J. Ayala Nickray**

**Trabajo de graduación para optar por el título de
Maestría en Docencia Superior.**

PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ.

2004.

TH

22 JUL 2004

Página de Aprobación

Aprobado por:

Dr. _____

Director (a) del Departamento de Postgrados y Maestrías.

Panamá, _____ de 2004.

11071

obsequio del autor

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico de todo corazón a mi esposo Eduardo Medrano quien a sido más que apoyo, para alcanzar nuevas metas y descubridor de esta vocación, así como a mis dos hijos Eduardo Esteban y Luis Eduardo, quienes son fuente de Apoyo, inspiración y aprendizaje de la vida real.

Agradecimiento

Agradezco profundamente por el apoyo y la confianza a mí asesora profesora Margarita Jaén, y a las profesoras: Zoraida Vergara y Gladys de Espinosa, quienes de manera firme y responsable me alentaron para lograr el desarrollo y presentación del presente trabajo de grado.

INDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA #
------------------	-----------------

- **INTRODUCCIÓN**
- **RESUMEN (Español e Inglés)..... 1**

CAPÍTULO 1.0 EL PROBLEMA

- 1.1- Antecedente de la Investigación..... 2
- 1.2- Formulación del Problema..... 3
- 1.3- Justificación..... 4
- 1.4- Objetivos de la Investigación..... 5
 - 1.4.1- Objetivo General..... 5
 - 1.4.2- Objetivos Específicos..... 5
- 1.5- Alcance de la Investigación..... 6
- 1.6- Restricciones o Limitaciones..... 6
- 1.7- Hipótesis..... 6

CAPÍTULO 2.0 MARCO TEÓRICO

- 2.1- Facultad de Comunicación Social..... 7
 - 2.1.1- Antecedentes..... 8
 - 2.1.2- Importancia..... 11
 - 2.1.3- Objetivos..... 12
 - 2.1.4- Escuela de Relaciones Públicas..... 14
 - 2.1.4.1- Importancia..... 14
 - 2.1.4.2- Objetivos..... 14
 - 2.1.4.3- Plan de Estudios..... 15

2.1.4.4- Perfil del Egresado.....	21
2.2- Axiología.....	22
2.2.1- Antecedentes.....	22
2.2.2- Concepto.....	26
2.2.3- Importancia.....	28
2.2.4- Principios.....	28
2.3- Los Valores.....	30
2.3.1- Concepto de Valor.....	31
2.3.2- Conflicto de Valores.....	39
2.3.3- Clasificación de los Valores según sus ámbitos y fines.....	46
2.3.4- Clasificación de los valores.....	54
2.4- Educación en Valores.....	56
2.4.1- Concepto.....	56
2.4.2- Importancia.....	59
2.4.3- Principios, Objetivos y Características de la Educación en Valores.....	60
2.5- Los Valores y El Proceso Educativo.....	61
2.5.1- Significado de Educar.....	62
2.5.2- Objetivos Educativos para el siglo XXI.....	65
2.5.3- Clarificación de los Valores.....	67
2.5.4- Aprendizaje para la acción.....	68
2.5.5- Promoción de los valores desde el aula.....	69
2.5.6- Perspectivas Orientadoras para la educación en valores.....	72
2.5.7- Perfil en el Área de valores para estudiantes de Primer Ingreso.....	75

2.6- Formación de valores en la Educación Superior.....	77
2.6.1- Necesidades Básicas de Aprendizaje para Vivir.....	77
2.6.2- Comunicación y Educación de los valores en los Estudiantes Universitarios.....	80
2.6.3- Eficiencia, Eficacia y Pertinencia en la Educación Superior.....	82
2.6.4- Formación Integral en la Educación Superior.....	87

CAPÍTULO 3.0
MARCO METODOLÓGICO

3.1- Tipo y Diseño de Investigación.....	89
3.2- Fuentes de Información.....	89
3.2.1- Fuentes Materiales.....	90
3.2.2- Sujetos.....	90
3.2.2.1- Población.....	90
3.2.2.2- Muestra.....	90
3.2.2.2.1- Tipo de Muestra.....	90
3.3- Sistema de Hipótesis.....	91
3.3.1- Variables.....	91
3.3.2- Definición de Variables.....	91
3.3.2.1- Definición Conceptual.....	91
3.3.2.3- Definición Operacional.....	93
3.3.2.2- Definición Instrumental.....	95
3.4- Descripción del Instrumento.....	96
3.5- Tratamiento de la Información.....	97

CAPÍTULO 4.0

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

4.1- Análisis de cuadros y gráficas de la encuesta aplicada a los estudiantes.....	98
4.2- Análisis de cuadros y gráficas de la encuesta aplicada a los docentes.....	116
4.3- Análisis de entrevista a Coordinadores de la Facultad de Comunicación Social.	128

CAPÍTULO 5.0

PROPUESTA DE ESTRATEGIA MODULAR PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR PARA LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, SEDE PANAMÁ OESTE, FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS.

5.1- Justificación.....	130
5.2- Descripción.....	132
5.3- Objetivos.....	135
5.3.1- Generales.....	136
5.3.2- Específicos.....	136
5.4- Evaluación.....	136
5.5- Módulos.....	139
5.6- Cronograma de Aplicación para la Propuesta que se Aplicará a los discentes de Primer Año de Relaciones Públicas.....	144
5.7- Procedimiento y Ejecución de la Propuesta.....	145
5.8- Costos.....	150
- CONCLUSIONES.....	151
- RECOMENDACIONES.....	153
- BIBLIOGRAFÍA.....	157
- ANEXO	

INDICE DE CUADROS

<u>CONTENIDO</u>	<u>Pág. #</u>
1- Distribución de los estudiantes según edad.....	98
2- Distribución de los estudiantes según sexo.....	100
3- Identificación con la Profesión.....	101
4- Distribución de los estudiantes según identificación con sus deseos.....	102
5- Cambios que requieren desarrollar para vivir mejor.....	103
6- Valoración de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, según estudiantes – 2003.....	105
7- Personas que ayudan a elevar la imagen de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, según estudiantes – 2003.....	106
8- Cambios en el Comportamiento según estudiantes.....	108
9- Importancia de los valores en la educación superior para el desarrollo humano y Profesional, según estudiantes - 2003.....	109
10- Conocimiento de los valores en la educación superior.....	110
11- Énfasis que hacen los docentes en valores, según estudiantes.....	112
12- Necesidad de motivar los valores de las diferentes disciplinas dentro del aula, según estudiantes.....	113
13- Sugerencias para contribuir al fortalecimiento de valores en la Sede de Panamá Oeste, según encuestados.....	115
14- Importancia de la formación integral de estudiantes según docentes.....	116
15- Proyección de los valores por parte de la Sede Panamá Oeste, según docentes.....	118
16- Importancia de la reinformación del Relacionista Público en lo que a valores respecta, según encuestados.....	119
17- Énfasis que se hace en valores, según los encuestados.....	120
18- Disposición para el cambio en valores, según docentes.....	121
19- Fomento de una transformación con un enfoque de valores, para el beneficio de la Sede Panamá Oeste, según docentes.....	122
20- Mención de los Valores y su importancia en el curso de Introducción a la Vida Universitaria.....	123
21- Justificación de la Educación en valores para formar Individuos comprometidos, según encuestados.....	125
22- Ejes Transversales en valores, como parte de las asignaturas.....	126
23- Sugerencias para que se incluyan ejes transversales Con el tema de valores, según encuestados.....	127

INDICE DE GRÁFICAS

CONTENIDO	Pág. #
1- Distribución de los estudiantes según edad.....	99
2- Distribución de los estudiantes según sexo.....	100
3- Identificación con la Profesión.....	101
4- Distribución de los estudiantes según identificación con sus deseos.....	103
5- Cambios que requieren desarrollar para vivir mejor.....	104
6- Valoración de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, según estudiantes – 2003.....	106
7- Personas que ayudan a elevar la imagen de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, según estudiantes – 2003.....	108
8- Cambios en el Comportamiento según estudiantes.....	109
9- Importancia de los valores en la educación superior para el desarrollo humano y profesional, según estudiantes - 2003.....	110
10-Conocimiento de los valores en la educación superior.....	112
11-Énfasis que hacen los docentes en valores, según estudiantes.....	113
12-Necesidad de motivar los valores de las diferentes Disciplinas dentro del aula, según estudiantes.....	114
13-Sugerencias para contribuir al fortalecimiento de valores en la Sede Panamá Oeste. (No tiene gráfica).	
14-Importancia de la formación integral de estudiantes según docentes.....	117
15-Proyección de los valores por parte de la Sede Panamá Oeste, según docentes.....	119
16-Importancia de la reinformación del Relacionista Público en lo que a valores respecta, según encuestados.....	120
17-Énfasis que se hace en valores, según los encuestados.....	121
18-Disposición para el cambio en valores, según docentes.....	122
19-Fomento de una transformación con un enfoque de valores, para el beneficio de la Sede Panamá Oeste, según Docentes.....	123
20-Mención de los valores y su importancia en el curso de introducción a la vida universitaria.....	124
21-Justificación de la educación en valores para formar individuos comprometidos, según encuestados.....	126
22-Ejes Transversales en Valores, como parte de las asignaturas.....	127
23-Sugerencias para que se incluyan ejes transversales Con el tema de valores, según encuestados. (No tiene gráfica)	

INTRODUCCIÓN

Ver, escuchar, observar, leer, estudiar, lleva a pensar en la educación como la base fundamental que un individuo necesita, para alcanzar los fines deseados por la Nación, la educación y por él (ella) mismo (a), en consecuencia; el relacionista público formado en ésta época en donde se hace hincapié en la calidad de la educación que se recibe; debe invertir no sólo en conocimientos sino en valores; pues se desea un(a) profesional integro(a), solidario(a), responsable(a), bien preparado(a), entre otras cosas; en la que como ser humano **se sienta comprometido(a)**, para dar lo mejor por el bien de la sociedad. La Promoción de los valores en la Educación Superior es una estrategia de singular relevancia, para lograr la Formación Integral de los estudiantes como un compromiso personal y profesional; que desea convencer, motivar, recordar, orientar, guiar, facilitar, entre otras cosas, justo eso; exactamente lo que su título plantea; porque la imagen de la Universidad de Panamá, a través de la Sede Panamá Oeste, es de vital importancia, para el engrandecimiento de la misma, de los estudiantes, profesores, administrativos, trabajadores en general, la comunidad, y el país. **Por lo que cuidarla, renovarla, mimarla, es fundamental.**

El objetivo de este trabajo de investigación es el de motivar a los estudiantes de Primer año de la Sede Universitaria de Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, turno vespertino para que puedan educarse con actitud positiva, en lo que respecta al fortalecimiento de los valores como parte fundamental de su formación porque; al ser generadores de imagen es básico que inicien con una adecuada disposición que repercuta en los niveles de calidad en la educación que se ofrece en la Sede Panamá Oeste.

Los valores en la educación superior son necesarios para el presente siglo y los venideros; ya que constituyen los pilares básicos del conocimiento en todos los campos y por consiguiente en la formación de un(a) profesional de alta calidad, creador (a), que pueda brindar un servicio eficiente a la sociedad.

La Promoción de los valores dentro de la Sede, se constituye en un trabajo de importancia medular en la carrera de Relaciones Públicas ya que; es la parte central que ayuda al engrandecimiento de la Educación a Nivel Superior; y a su vez se proyecta a través de los estudiantes, profesores y cada una de las personas que forman la Sede.

Se describe en este trabajo de investigación una **metodología fácil, motivadora y realista**, que agradará a los y las participantes del mismo, este consta de cinco capítulos, en el primero se describe el diseño de la investigación, el segundo presenta el marco referencial del tema tratado, el tercero contempla los aspectos metodológicos de la investigación, en el cuarto se presenta el análisis de los resultados, y en el quinto capítulo se plantea una propuesta para la promoción de los valores en la educación superior. Además como producto del esfuerzo investigativo se incluyen las conclusiones y recomendaciones.

RESUMEN TESIS

La Estrategia Promocional de los Valores en la Educación Superior para la Formación Integral de los Educandos como Compromiso Personal y Profesional, tiene su génesis en la observación año tras año por parte de la investigadora, los cuáles contribuyeron en la toma de decisión referente al proyecto, con el objetivo primordial de crear un programa modular. En esta investigación se presentan cinco capítulos, el primero hace referencia al planteamiento del problema, en el segundo se plantea el marco conceptual que orientó este trabajo; en el tercero, se desarrolla el marco metodológico empleado en este estudio de corte descriptivo, tiempo en que se desarrolla, sus fuentes de información, hipótesis, variables conceptuales, operacionales e instrumental, la descripción de los instrumentos utilizados y cómo se trató la información. En el cuarto capítulo, se relaciona la teoría con los hechos. Por último surge el quinto capítulo donde se presenta el proyecto promocional de la presente tesis de grado, donde, el interés de hacer algo productivo, dio luz a un seminario de Valores en la Educación Superior. Luego se facilitan relevantes conclusiones y recomendaciones, así como la bibliografía utilizada y el anexo de los instrumentos de recolección de la información.

COMPENDIUM OF THESIS

Promotional Strategy in Superior Education for the Integral Formation of College Students as Personal and Professional Compromise has its origin on the searcher's year by year observation which drives her to the decision to create a modulate program as prime objective of this project. The investigation consist of five chapters. First one refers to the presentation of the problem. The second one presents the conceptual frame, which oriented this work. Third one, unfolds the used methodological frame on this descriptive study, its time frame, its sources of information, hypothesis, variable conceptions, operational and instrumental description of used instruments and the way the information was handle. Chapter four relates theory with the facts. At last, Chapter Five emerge, presenting the promotional project of this graduation work where the interest on doing something productive gave as result a Superior Education Value Seminar, reveling recommendations and conclusions are offer as well as the used biography and an annex on the instruments used on the compilation of the information.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

Semestre tras semestre se observa detenidamente a los estudiantes del Centro, siendo cada vez más frecuente el hecho, que los estudiantes de primer ingreso, vienen con una mentalidad despreocupada referente a lo que son en ese mismo instante que ingresan a la Universidad; la forma en que se expresan por los pasillos, lo que escriben en las bancas, las paredes, los baños o los salones. Se visten de manera, que no se podría describir o indicar si están listos para asistir a un paseo, o a una discoteca; y el constante andar en los pasillos. La gran mayoría que asiste en los turnos diurnos, van a la Universidad porque sus familias costean sus gastos, también se puede observar el poco interés que parecen demostrar con quien los patrocina. Se nota claramente la desvinculación que hay entre ellos, la universidad, y su entorno; lo que en algún momento impide la formación de los mismos como ciudadanos adaptables a los cambios, al desarrollo de la solidaridad en la sociedad que los rodea y a la preservación y construcción de su ambiente.

1.1- **Antecedentes de la Investigación:** Para el presente trabajo de Grado se investigó y revisó todas las tesis de Maestría de la Biblioteca Simón Bolívar de la Universidad de Panamá, así como trabajos en la Sede Panamá Oeste, lugares estos, en que se hizo imposible encontrar

trabajos relacionados con el tema o estrechamente vinculados con el mismo.

En Trabajos de Grado revisados a través de la Internet; se estableció todo lo contrario; ya que este es un tema de suma importancia, para lograr la llamada transformación del individuo a nivel de la Educación Superior, aunque ellos lo presentan más bien como Postgrados y Maestría en Educación en Valores, avalado por la OEI (Organización de Estudios Iberoamericanos) en España.

Sólo por ser más específicos en cuanto al tema, se contacto a profesores de la Facultad de Comunicación Social, así como a algunos administrativos de La Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, para confirmar si existía algo levemente parecido o que estuviera relacionado con el tema tratado, percibiendo que en definitiva se tiene la idea, se desea plasmar de forma personal a los estudiantes, pero que haya algo escrito en blanco y negro que guíe ese camino y que a su vez sea innovador, realmente no existe.

Todo lo antes mencionado sirve de base para el desarrollo de la investigación que se presenta de forma responsable y, muy importante aún, para que sirva de herramienta imprescindible en la formación integral de nuestros profesionales.

1.2- Formulación del Problema: Esta investigación despejará o tratará de dar respuesta a la siguiente problemática:

¿Existe en los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas un

conocimiento claro, referente a los Valores en la Educación Superior, para la formación integral, como un compromiso personal y profesional?

1.3- Justificación: Tomando en cuenta lo analizado en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: **Unión y Acción**, aprobada el 9 de octubre de 1998, se está claro que no sólo Panamá tiene que cambiar estrategias para la enseñanza superior, sino el Mundo, tanto los países en desarrollo, como los industrializados, razón por la que se habla de un planeta global, del cual todos formamos parte.

La Promoción de los Valores en La Educación Superior se justifica desde una dimensión formativa o instructiva de la persona, aunque esta no sea su finalidad más valiosa; pues, la plasmación de los valores respetuosos con la humanidad y su entorno en la conducta diaria de cada persona, sería lo mejor. Ahora que la relación con los valores desde sus características de apertura y dinamismo; puede orientar también, el vivir cotidiano y ayudar a comprender lo importante de la Promoción de los Valores en la Educación Superior y en el ejercicio del Comunicador Social.

La propuesta que se presenta es de gran importancia; ya que será valiosísima para la formación integral del estudiante del Centro, específicamente de la Escuela de Relaciones Públicas; porque como forjadores de imagen, podrán iniciar su labor de forma real, personal y comprometida, brindando una figura elevada de La Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario

Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, del ser integral que se desea formar, por lo que el aporte es relevante, permitiendo dar los primeros pasos y servir de ejemplo para ponerlo en función en el resto de la Universidad y a su vez incentivando a la participación positiva de todos (docentes – discentes) unidos y solidarios.

1.4- Objetivos de la Investigación:

1.4.1- OBJETIVOS GENERALES:

- Apreciar las actitudes que presentan los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, turno vespertino.
- Diseñar una Estrategia Promocional que permita impulsar los Valores en la Educación Superior en los estudiantes de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, de primer ingreso de la Facultad de Comunicación Social.

1.4.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Revisar las actividades o eventos que se han realizado para impulsar los valores en los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social.
- Establecer un perfil en el área de valores para los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, facultad de Comunicación Social.
- Elaborar un programa modular que ayude en la Promoción de los Valores

en la Educación Superior en los estudiantes de primer ingreso de la Facultad de Comunicación Social, turno vespertino.

1.5- Alcance de la Investigación:

Esta labor promocional de la Importancia de los Valores en la Educación Superior se aplicará sólo a la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, ubicada en Barrio Colón, Barriada Mastranto, de forma interna a los estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, del turno vespertino en el Primer Semestre de 2003.

1.6- Restricciones o Limitaciones:

Por el momento se piensa que la limitación de esta investigación puede estar en la receptividad de los administrativos a la propuesta, la falta de disponibilidad y voluntad de los docentes para contestar los instrumentos, falta de información sistematizada relacionada con el tema en los archivos de la Universidad, por consiguiente de la Facultad.

1.7- Hipótesis:

La Estrategia Promocional de Los Valores en la Educación Superior para la formación integral de los estudiantes de Primer Año de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, contribuirá a fortalecer su compromiso personal y profesional.

CAPÍTULO 2.0

MARCO TEÓRICO

A continuación se presentará todo lo referente al nacimiento y desarrollo de la Facultad de Comunicación Social, lo que es básico y productivo para el desarrollo del presente trabajo. Esta información fue tomada y resumida de la Guía Académica de la Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, realizada por la Profesora Aida Mabel Romero de Hernández, 1996 (p.p. 14 – 22).

2.1- La Facultad de Comunicación Social: Surge Mediante la Resolución #7 del Consejo Académico del 13 de Junio de 1984, formada con las siguientes Autoridades Administrativas: Como Decano de la Facultad el Profesor Rafael B. Ayala, M.A.; Vice decano Profesor Manuel Barrios; Secretario Administrativo Licenciado Felipe Chester; el Departamento de Fundamentos de la Comunicación por el Profesor Ronaldo Gálvez – Jefe; Promoción, Medios y tecnología por el Profesor Javier Araúz – Jefe; Estructura de la Comunicación por el Profesor Harry Iglesias, Ph. D – Jefe; la Escuela de Periodismo por el Profesor Pablo Botello – Director; la Escuela de Relaciones Públicas por la Profesora Vielka Cervera, la Escuela de Publicidad por el Profesor Leopoldo

Bermúdez – Coordinador; y la Carrera Intermedia de Radiodifusión por el Profesor Francisco Castañedas.

2.1.1- Antecedentes: Los primeros cursos universitarios de Relaciones Públicas fueron dictados por el profesor Alberto Quirós Guardia, en la Facultad de Administración Pública, Servicio Diplomático y Consular y la Escuela de Administración de Negocios de la Universidad de Panamá, en el año 1961.

Al aprobarse los planes de estudio, en 1961, se determinó que en cada una de estas carreras se había incluido un curso de Relaciones Públicas de un semestre y tres créditos. La materia se incluía en quinto año de Administración Pública (Ad. 500a); en el quinto año de Servicio Diplomático y Consular (Ad.505a) y en el sexto año de Administración de Negocios (Ad. 630b). Todos los cursos serían dictados por el profesor Quirós Guardia hasta el año 1968.

Al fundarse la Escuela de Periodismo, en 1961, se contemplaba en los planes de estudios, un curso de Relaciones Públicas (PER 430ab) de dos semestres y seis créditos anuales, como materia del cuarto y el último año de la carrera de Periodismo.

Bajo la dirección del Profesor Luis González, el plan de estudios se amplía y se implementa la doble licenciatura: Periodismo y Relaciones Públicas. Este nuevo plan comenzó a regir con matrícula de 70 alumnos; no obstante la incipiente carrera murió, víctima de las perturbaciones políticas que llevaron al cierre de la Institución Educativa.

Una vez reabierta la Universidad en 1970, con un nuevo estatuto (Decreto No, 144), los estudiantes que se habían matriculado a la carrera de la llamada "Doble Licenciatura", pudieron continuar sus estudios hasta terminarlos, al extenderse la vigencia del plan de estudios exclusivamente para ellos. En 1974, egresa el primer profesional "Periodista—Relacionista" y en los siguientes años, otros profesionales más, entre Cinco (5) a Ocho (8) obtienen su Diploma.

A partir de 1970 se crea "El Departamento de Ciencias de la Comunicación Social", se reestructura el Plan de Estudios en vigencia, los mismos fueron aprobados en 1971, cuando la Facultad de Filosofía, Letras y Educación los implementó para la carrera de Relaciones Públicas, el cual tiene una duración de cuatro (4) años; éste comprendía un (1) año de Estudios Generales (Primer Año), un (1) año común a todas las carreras (Segundo Año) y dos (2) más de la Especialización (Tercero y Cuarto Año).

En 1984, el Departamento de Ciencias de la Comunicación Social pasa a ser la Facultad de Comunicación Social, los planes de estudios se reestructuran para lo cual se nombra comisiones de trabajo, dando como resultado la aprobación en Junta de Facultad de los nuevos planes de estudio de la carrera de Relaciones Públicas que rigen actualmente.

A partir de 1985 la Dirección de la Escuela de Relaciones Públicas estuvo dirigida por los siguiente Profesores: Manuel Barrios, Antonia Chavarría, Francia Hurtado, Manuel Almengor, Miguel Espino, Irma Hernández, Rafael B. Ayala y Vielka Cervera.

Específicamente, como inicio de la Facultad de Comunicación Social en la Sede Panamá Oeste, se puede escribir que no se encontró libro o folleto que lo identificase como tal, por lo que se tomo informaciones cortas que fueron explicadas, así como algunas copias de trabajos realizados por estudiantes de la misma, para poder plasmar dicha información en el presente trabajo.

En 1996, el Director del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Profesor Gaspar A. Ceballos, en reunión celebrada en su despacho, recibe una delegación de la Asociación de Periodistas y Afines de Panamá Oeste, encabezada por el Presidente César Herrera y el Vice Decano de la Facultad de Comunicación Social Profesor Manuel A. Barrios, quienes expusieron la necesidad de crear las carreras para Periodismo y Relaciones Públicas en dicho Centro, lo que fue apoyado inmediatamente por el Señor Director, ofreciendo su respaldo, se dieron numerosas reuniones, consiguiendo así el apoyo unánime del Consejo Municipal, Entidades Cívicas y Culturales.

El cinco (5) de abril de 1997 se entrega al Profesor Gaspar Ceballos un borrador del ante proyecto para la apertura de las carreras arriba mencionadas en la Facultad de Comunicación Social, éste fue entregado por el Periodista Marcelino Rodríguez y el Licenciado Ricardo Barrios Valverde, quienes fungían como Presidente y Vicepresidente de la Asociación de Periodistas y Afines a raíz del cambio en la Junta Directiva de dicha Asociación. Luego de ser estudiado el ante proyecto se procede a realizar la preinscripción para establecer con precisión una posible matrícula.

Gracias al aporte invaluable de Chorreranos preocupados por el Distrito, en la actualidad se cuenta en la Sede Panamá Oeste con la Facultad de Comunicación Social y con egresados en las dos áreas mencionados. Para éste año 2003 se contará con la primera promoción de graduandos en la Licenciatura de Relaciones Públicas, donde jóvenes con mucho sacrificio han logrado culminar dicha profesión, debidamente preparados para ejercer su función responsablemente.

2.1.2- Su Importancia: Las Relaciones Públicas son de suma importancia en la vida de un país; ya que, cada lugar necesita generar imagen, ante todo positiva y para realzar y dar continuación a la Cultura, pues en sus inicios las Relaciones Públicas eran aceptadas como hacer el bien e informarle a la gente, hoy en día hay una diversidad de definiciones: dice Scott Cutlip y Allen Center, citado por Simon Raymond (1994) que: “Las Relaciones Públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en la comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias”. (p.17) Emisor y Receptor.

Aquí está bien representada la importancia de la misma en toda sociedad; pues se deja claro que es un esfuerzo planeado, pero que, para ello el buen carácter debe formar parte de esta profesión, una adecuada preparación académica, así como el manejo de los valores es esencial, pues sólo se puede

influir en los demás si la imagen que se genera es reflejo de lo que se transmite, no sólo al hablar, sino al actuar, al presentarse.

En efecto las Relaciones Públicas parten del hecho de que, la estructura servirá de punto de soporte y abrirá caminos para el desarrollo de las funciones básicas que debe cumplir el profesional de las Relaciones Públicas en la Universidad y fuera de ella: docencia, investigación, extensión, difusión y servicio.

2.1.3- Objetivos de la facultad de Comunicación Social: Son parte fundamental de todo, y en cuanto a la profesión, lógicamente están presentes, los que a continuación se detallan son tomados de la Guía Académica de la Profesora Aida Mabel de Hernández, (1996) los cuales fundamentan la misma.

- Formar profesionales en las diferentes áreas de Comunicación Social que puedan desenvolverse con la **eficacia y la ética** requeridas para **coadyuvar a los cambios sociales** que requiera el desarrollo integral de la comunidad nacional.
- Promover la investigación sistemática en los docentes, estudiantes y profesionales del campo de la Comunicación Social a fin de enriquecer los niveles científicos de la profesión.
- Contribuir con las políticas de Comunicación Social, apoyando la **planificación, ejecución y evaluación de proyectos** que extiendan

los beneficios que aportan las ciencias y la tecnología moderna e impulsen el entendimiento entre hombre, pueblos y naciones.

- **Apoyar con sus recursos humanos y técnicos** las actividades académicas y culturales que desarrolle intra y extramuros la Universidad. (p.2)

Como se puede observar un Profesional de Relaciones Públicas debe estar pendiente de los cambios, en la comunidad, y de su contexto en general, ser una persona de mente abierta y clara, de tal forma que pueda generar cambios a través de la comunicación, misma que se da de persona a persona, también con la utilización de los diferentes recursos como lo son los medios de comunicación, y la tecnología a nuestro alcance, beneficiando la promoción de la investigación de los diversos temas, planificándolos responsablemente, ejecutando y evaluando, ayudando así en el desarrollo de la sociedad y muy importante, en la formación integral que se desea alcanzar en todos y cada uno de los individuos, esto se obtiene a través de mucho esfuerzo y sobre todo a través de una imagen bien aceptada. Para que sea así, tiene, debe y puede, manejar sus valores, éticos y morales de forma clara, convirtiéndose en un ser transparente, de manera tal que pueda lograr capturar la atención de todos a su alrededor con la certeza de poder influir en ellos y ellas.

2.1.4 Escuela de Relaciones Públicas: empezó ligada a otros cursos, con el transcurrir del tiempo se ha ido independizando, hasta nuestros días en que se da la Licenciatura en Relaciones Públicas. Lucha que poco a poco se ha ganado y que se continuará mejorando día a día.

2.1.4.1- La Importancia de la Escuela de Relaciones Pública radica en la calidad de la capacidad de sus profesionales, en su compromiso con el país para formar hombres y mujeres que pueden manifestarse en el **fortalecimiento de la imagen de la sociedad en general**. Cada empresa, cada Institución, tiene, debe y es responsable de la imagen nacional e internacional, razón de más y de sublime importancia por lo que la Escuela de Relaciones Públicas es vital para el crecimiento de Panamá.

2.1.4.2- Objetivos de la carrera de Relaciones Públicas: Aquí se procede a presentar los objetivos de la carrera de Relaciones Públicas tomados estos de la Guía Académica de la Facultad de Comunicación Social, Tesis realizada por la Profesora Aida Mabel Romero de Hernández., Octubre de 1996.

- Al concluir la carrera se desea que el y la **estudiante logre valorar** la importancia de la utilización de los procesos científicos de investigación y diagnóstico integral para el conocimiento del campo de las Relaciones

Públicas tanto a nivel gubernamental como privado: sus planes y alternativas.

- Diseñar planes, programas, campañas de Relaciones Públicas para su ejecución y evaluación en correspondencia con las necesidades y posibilidades de los públicos, empresas y el país en una **perspectiva transformadora**.
- Expresar en su desenvolvimiento profesional los **valores, principios y normas** éticas de convivencia social y ejercicio profesional.
- Demostrar una **actitud crítica, analítica y constructiva** frente a los problemas del país, la comunicación social la labor de las Relaciones Públicas y su **papel en el proceso de cambio social**. (p.15)

2.1.4.3- Plan de estudios: Para poder presentar el plan de estudios hay que señalar los requisitos para formar parte de esta gran cadena de Comunicadores – Relacionistas Públicos.

- Requisitos de Ingreso:

. Ser Bachiller en Ciencias, Letras, Comercio, Maestro de Primera Enseñanza.

- . Haber aprobado los exámenes de admisión que imparte la Universidad de Panamá: Prueba Psicológica, Prueba de Capacidades Académicas (P.C.A), Prueba de Conocimientos Generales (P.C.G)

- . Prueba escrita para medir la Sintaxis y la Ortografía.

- . Entrevista con dos (2) profesores en torno a la capacidad de análisis y creatividad.

- . Entrevista para detectar habilidades en la expresión oral. (p.15)

Este plan se encuentra en la Guía Académica de la Facultad de Comunicación Social, escrito por la Profesora Aida Mabel Romero de Hernández, octubre de 1996.

Plan de estudios para la Licenciatura en Relaciones Públicas.

PLAN DE ESTUDIOS DIURNO

PRIMER AÑO

ASIG.	#	DENOMINACIÓN	Horas			Semanales			Créditos Anuales
			1er Semestre			2do Semestre			
			T	P	L	T	P	L	
RP	100ab	Principio de Relaciones Públicas.	2	2	-	2	2	-	6
RP	110ab	Relaciones Públicas en Panamá y el Mundo	3	-	-	3	-	-	6
CS	100ab	Introducción a la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6
CS	110ab	Lenguaje de la Comunicación.	2	2	-	2	2	-	6
ING	110ab	Inglés Especial	2	2	-	2	2	-	6
FIL	110ab	Introducción a la Lógica y al Método Científico	3	-	-	3	-	-	6
SOC	120ab	Sociología de la Comunicación	3	-	-	3	-	-	6
TOTALES			18	6	-	18	6	-	42

SEGUNDO AÑO

HIST.	160ab	Historia de la Relaciones Públicas entre Panamá y los estados Unidos.	3	-	-	3	-	-	6
ECO	100	Principios de Economía	3	-	-	-	-	-	3
EST	100	Estadística	-	-	-	3	2	-	4
ADMÓN.	100	Administración de Empresas.	3	-	-	-	-	-	3
AP	100	Administración Pública	-	-	-	3	-	-	3
RP	200ab	Redacción para las Relaciones Públicas	2	2	-	2	2	-	6
RP	210ab	Publicidad Institucional	2	2	-	2	2	-	6
RP	220ab	Técnica Gráfica para Relaciones Públicas	1	2	2	1	2	2	6
RP	230	Fotografía para Relaciones Públicas.	-	-	-	1	2	2	3
HIST	270	Antropología Social	3	-	-	-	-	-	3
SE	MI	NA		RI		OS		(UNO)	
PSIC	200	Dinámica de Grupo	-	-	-	2	2	-	3
RP	120	Discurso y Oratoria (Obligatorio)	-	-	-	2	2	-	3
BIO	305	Ecología y Medio Ambiente.	-	3	-	-	-	-	3
RP	130	Protocolo (Obligatorio)	-	-	-	2	2	-	3
TOTALES			17	9	2	17	12	4	49

TERCER AÑO

ASIG	#	DENOMINACIÓN	Horas 1er Semestre			Semanales 2do Semestre			Créditos Anuales
			T	P	L	T	P	L	
RP	300ab	Técnica de Comunicación para Relaciones Públicas	2	2	-	2	2	-	6
RP	310ab	Técnica de Radio y Televisión para Relaciones Públicas	1 2		2	1 2		2	6
SIC	310ab	Relaciones Humanas en la Organización.	2	2	-	2	2	-	6
RP	320	Relaciones Públicas en la Empresa Estatal.	3	-	-	-	-	-	3
RP	330	Relaciones Públicas en la Empresa Privada.	-	-	-	3	-	-	3
RP	340ab	Técnica de Investigación para Relaciones Públicas.	2	2	-	2	2	-	6
CPOL	340ab	Relaciones Laborales	3	-	-	3	-	-	6
CS	350ab	Teoría de la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6
	SE	MI		NA		RIOS			(Obligatorios)
RP	470	Casos y Problemas de Relaciones Públicas.	-	-	-	1	4	-	3
CPOL	200	Problemas de la Realidad Nacional.	3	-	-	-	-	-	3
TOTAL			19	8	2	17	12	2	48

CUARTO AÑO

CS	425ab	Informática	1	2	2	1	2	2	6
CS	330ab	Opinión Pública	2	2	-	2	2	-	6
PUB	240ab	Mercadotecnia	3	-	-	3	-	-	6
RP	410ab	Planificación en las Relaciones Públicas	2	2	-	1	4	-	6
RP	420	Ética y Legislación de las Relaciones Públicas	3	-	-	-	-	-	3
RP	440ab	Organización de Eventos.	1	4	-	1	4	-	6
RP	450	Práctica Profesional	-	-	-	-	6	-	3
RP	460ab	Trabajo de Grado	-	6	-	-	6	-	6
TOTAL			12	16	2	8	24	2	42

Total de Horas: 233

Total de Créditos: 181

**PLAN DE ESTUDIO NOCTURNO
PRIMER AÑO**

ASIG.	#	DENOMINACIÓN	HORAS 1er Semestre			SEMANALES 2do Semestre			Créditos Anuales
			T	P	L	T	P	L	
RP	100ab	Principio de Relaciones Públicas.	2	2	-	2	2	-	6
RP	110ab	Relaciones Pública en Panamá y el Mundo.	3	-	-	3	-	-	6
CS	100ab	Introducción a la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6
CS	110ab	Lenguaje de la Comunicación.	2	2	-	2	2	-	6
SOC	120ab	Sociología de la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6

SEGUNDO AÑO

ING	110ab	Inglés Especial	2	2	-	2	2	-	6
FIL	110ab	Introducción a la Lógica y al Método Científico	3	-	-	3	-	-	6
RP	200ab	Redacción para Relaciones Públicas	2	2	-	2	2	-	6
RP	210ab	Publicidad Institucional	2	2	-	2	2	-	6
RP	220ab	Técnica Gráfica para relaciones Públicas	1	2	2	1	2	2	6

TERCER AÑO

HIST	160ab	Hist. De las relaciones entre Panamá y El Mundo.	3	-	-	3	-	-	6
ECO	100	Principios de Economía	3	-	-	-	-	-	3
EST	100	Estadística	-	-	-	3	2	-	4
ADMÓN.	100	Administración de Empresas	3	-	-	-	-	-	3
AP	100	Administración Pública	-	-	-	3	-	-	3
RP	230	Fotografía para Relaciones Públicas	-	-	-	1	2	2	3
HIST	270	Antropología Social	3	-	-	-	-	-	3
RP	300ab	Técnica de la Comunicación para Relaciones Públicas	2	2	-	2	2	-	6

CUARTO AÑO

ASIG.	#	DENOMINACIÓN	Horas 1er Semestre			Semanales 2do Semestre			Créditos Anuales
			T	P	L	T	P	L	
RP	310ab	Técnica de Radio y Televisión para Relaciones Públicas	1	2	2	1	2	2	6
SIC	310ab	Relaciones Humanas en la Organización.	2	2	-	2	2	-	6
RP	320	Relaciones Públicas en la Empresa Estatal.	3	-	-	-	-	-	3
RP	330	Relaciones Públicas en la Empresa Privada.	-	-	-	3	-	-	3
RP	340ab	Técnicas de Investigación para Relaciones Públicas	2	2	-	2	2	-	6
CS	350ab	Teoría de la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6

QUINTO AÑO

CS	425ab	Informática	1	2	2	1	2	2	6
CS	330ab	Opinión Pública	2	2	-	2	2	-	6
PUB	240ab	Mercadotecnia	3	-	-	3	-	-	6
RP	410ab	Planificación en Relaciones Públicas	2	2	-	1	4	-	6
RP	440ab	Organización de Eventos.	1	4	-	1	4	-	6

SEXTO AÑO

ASIG.	#	DENOMINACIÓN	HORAS 1er Semestre			SEMANALES 2do Semestre			Créditos Anuales
			T	P	L	T	P	L	
RP	420	Ética y Legislación de las Relaciones Públicas.	3	-	-	-	-	-	3
CPOL	340ab	Relaciones Laborales	3	-	-	3	-	-	6
RP	450	Práctica Profesional	-	-	-	-	6	-	3
RP	460ab	Trabajo de Grado	-	6	-	-	6	-	6
SEMI	NA	RIOS		(OBLI		GA		TORIOS)	
BIO	305	Ecología y Medio Ambiente	3	-	-	-	-	-	3
RP	470	Casos y Problemas de Relaciones Públicas	-	-	-	1	4	-	3
CPOL	200	Problemas de la Realidad Nacional	3	-	-	-	-	-	3
SEMI	NA	RIOS		OPTA		TIVOS		(UNO)	
PSIC	100	Dinámica de Grupo	-	-	-	2	2	-	3
RP	120	Discurso y Oratoria	-	-	-	2	2	-	3
RP	130	Protocolo	-	-	-	2	2	-	3
TOTAL			12	6	-	6	18	-	30

Total de Horas: 233

Total de Créditos: 181 (p.p.16-21)

2.1.4.4- Perfil del Egresado y Egresada de la Licenciatura en Relaciones Públicas: Con la ayuda de la Guía Académica de la Facultad de Comunicación Social, escrita por la Profesora Aida Mabel Romero de Hernández se puede ofrecer la siguiente información.

Al concluir la carrera de Licenciatura en Relaciones Públicas el futuro y la futura profesional debe poseer los siguientes conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes, y destrezas para:

- Valorar y enriquecer la cultura nacional como base de la identidad panameña.
- Comprender los fenómenos sociales, económicos, políticos y culturales y su incidencia en la vida del hombre.
- Demostrar una actitud crítica, reflexiva y creadora frente al desempeño de su trabajo profesional y al medio en el cual se desenvuelve.
- Actuar con sentido ético de acuerdo a las normas y valores que rijan la profesión y la convivencia social.
- Mantener y fomentar relaciones interpersonal positiva en los grupos sociales.
- Investigar, analizar e interpretar las opiniones, actitudes y comportamiento de los diversos públicos que están relacionados con la empresa.
- Planificar y evaluar planes, programas, campañas e investigaciones de su especialidad.

- Asesorar a la administración de la empresa gubernamental y privada en actividades de comunicación organizacional y pública.
 - Supervisar y / o evaluar las campañas publicitarias que realice la empresa y medios de Comunicación.
 - Supervisar y / o elaborar informaciones para las publicaciones de la empresa y medios de comunicación.
 - Aplicar los medios y técnicas de comunicación social adecuadas al desarrollo empresarial en el contexto de la realidad nacional.
 - Poseer una actitud de superación personal y profesional permanente.
- (p.22).

2.2- Axiología: La axiología no es precisamente filosófica, más bien está presente en el conjunto de la sociedad y sobre todo en los docentes, está en el pensamiento del ser humano, es una forma de aceptar opiniones de los demás y contrastarlas con las nuestras. La axiología es una manera fiel de transmitir los valores, es allí donde entran los y las docentes que tienen el poder de influir sobre la formación de ideas y actitudes en el resto de la sociedad, en especial en sus miembros jóvenes e influyentes.

2.2.1- Antecedentes: La Axiología es la parte de la Filosofía que estudia los valores, con el objeto de formular una teoría que ayude en la explicación de la

vigencia de todo un mundo de producción humana y su desarrollo histórico social.

Se dice que la palabra axiología la emplearon por primera vez, en el siglo XX, el francés Paul Lapie en su obra *Logique de la Volonté*, 1902, y el alemán Eduard Von Hartmann en su obra *Grundriss der Axiologie*, 1908; si bien la expresión "valor" fue empleada originariamente por los economistas para designar el valor de uso o de cambio que poseen las cosas.

La Axiología aparece aproximadamente a principios de siglo y alcanza gran desarrollo a través de dos grandes pensadores alemanes: Max Scheler y Nicolai Hartmann.

La teoría de los valores actuales se ha dirigido en diversas direcciones, especialmente, los que se han dirigido al carácter absoluto y relativo de los valores. Es decir, los que la han tomado como punto de partida para una Axiología del valor, como algo situado en una esfera metafísica independiente, calificándose de nominalistas éticos, pues consideran que el valor depende de los sentimientos de agrado y desagrado del hecho de ser o no ser deseados, de la subjetividad humana individual o colectiva, considerando que lo único que hace el hombre frente al valor es reconocerlo como tal y aún considerar las cosas valiosas como cosas que participan.

Haciendo una fusión de lo planteado y luego de leer diversos libros tales como: *Educación en Valores* de P. Humberto Arturo Agudelo, *Estrategias para*

Educar en Valores de María Ángeles Hernando y Educación en Valores de Juan Gerardo Garza Treviño y Susana Magdalena Patiño González, podría analizarse desde tres (3) perspectivas:

- La que podría llamarse la Teoría Platónica del Valor, donde se sostiene que el valor es algo absolutamente independiente de las cosas; mejor aún, que es algo en que las cosas valiosas están fundadas, de tal suerte que un bien sería sólo por el hecho de participar de un valor situado en una esfera metafísica (todo es valioso independientemente de mi elección).

Los valores serían en tal caso entidades ideales pero de una idealidad "existente", seres en sí, absolutas perfecciones. La confusión de la irrealidad del valor con la idealidad de los objetos ideales tiene su base en una actitud intelectualista para la cual son el espíritu, la razón, los que frente a la sensibilidad, descubren los valores y efectúan la identificación del ser con el valor, es decir, el conocimiento profundo en cuanto a la materia se refiere; ya que del mismo depende que se internalicen dichos valores para tomarlos como base del desarrollo de un ser integral.

Platón es un discípulo de Sócrates quien se opuso al Relativismo Moral (Estar más o menos de acuerdo la mayoría en unos valores, y si no convienen se pueden cambiar) puesto que defiende el mundo espiritual, defendiendo ante todo los Valores Absolutos (Bien, belleza, verdad, etc), expresando sus ideas a

través de diálogos ficticios, donde expone que el hombre es un **Alma Inmortal**, que si el hombre en algún momento cometiera falta, el alma de éste sería condenada a residir en un cuerpo hasta purificarse (Esfuerzo físico, conocimiento y cultivo de valores morales).

- El nominalismo de los valores, esta teoría del valor es relativo al hombre o a cualquier portador de valores, por estar fundado en la subjetividad, en el agrado o el desagrado, en el deseo o la repugnancia, en la atracción o la repulsión, que son actitudes vinculadas al valor pero que no pueden constituir la esencia del valor mismo. Los valores consisten en tal caso, en el hecho de que **la cosa considerada valiosa produzca agrado**, deseo, atracción, etcétera y, no en el hecho, más fundamental, de que el agrado, el deseo, la atracción, sobrevengan a causas del carácter valioso de la cosa.

El motivo fundamental de este nominalismo de los valores radica en la reducción de todos los valores de orden superior a los valores de orden inferior, en los cuales hay coincidencias del valor con el agrado.

- La teoría de la apreciación, en donde los valores no pueden, por sí mismos, cambiar la realidad. Necesitan de la intervención del humano, para convertirlos en algo real, transfiriendo las conductas de cada cual según su capacidad, interés y conocimiento del tema, para así darles

importancia y tratar que los demás hombres y mujeres tomen conciencia, para que luego se conviertan en una norma.

2.2.2- Concepto: La axiología viene del alemán wertheorie, que se describe como teoría del valor. Algunos se preguntarán Axio ¿qué?. Este es un tema que más que la valoración de los objetos o actitudes de la vida del ser humano, es tomar en cuenta sus condiciones psicológicas e incluso emotivas. Esta disciplina se configuró como aquella que se encarga de la estructura, clasificación y naturaleza de todos los predicados de valor. En un sentido estricto es una parte de la ética, aunque en su sentido más amplio, cuando se formula de esta manera se expresa que distingue varios ámbitos de valor, sus fines y valores específicos, por ejemplo: la ética cuyo fin es el bien y cuyos valores son los valores morales, la sociedad cuyo fin es la justicia y cuyos valores son los del derecho, entre otros. Puede considerarse a la Axiología como una teoría filosófica que abarca muchas otras materias, en general todas aquellas, que tienen contenido que excede lo meramente descriptivo.

Del griego áxios, valioso, estimable, digno de ser honrado, y lógos, ciencia. En sentido general es equivalente a **teoría general de los valores**. Intenta establecer la esencia y naturaleza del valor (V) y juicios de valor, mismos que son descriptivos, porque pueden o no corresponder a la realidad del objeto.

Es ser responsable por las decisiones que se tomen; es decir, pensar antes de actuar, porque las más de las veces que se actúa por impulsos se cometen

errores por la forma intuitiva y azarosa de nuestras elecciones, lo que afecta de forma negativa a los demás y a nosotros mismos, por lo que en esos momentos de decisiones se necesita de guía y apoyo para que caminar por un rumbo seguro... ¿Qué guía es esa?, Bueno... Sus Valores, sin ellos se estima que se está absolutamente perdido, desorientado.

Se desea tomar la dirección individual que es la del bien, no solo por usted, también por los que le rodean (individual y colectivamente) estableciendo axiológicamente una Jerarquía de Acciones e Ideas, que permita diferenciar lo bueno de lo malo.

Solo a partir de una referencia clara y precisa, es que se pueden establecer que valores resultan estimables para cada cual, pero los mismos con el tiempo no permanecen inmóviles, porque el ser humano progresa de manera ineludible en cada una de sus acciones, por lo que sus valores deben tener un carácter abierto, dinámico y flexible, capaz de adaptarse a las nuevas circunstancias y a los nuevos modos de vivir, pero no hay que confundir valores con moda, puesto que los valores tienen y deben mantener cierta perdurabilidad en el tiempo.

Axiología como Ciencia o teoría de los valores. Se emplea para designar valores de orden moral; no se utiliza para designar los valores materiales.

2.2.3- Importancia: Radica en el valor para vivir, en la ayuda que ofrece al desarrollo del ser humano integral; ya que, el método axiológico tiene más vinculación con el carácter ético y estético que con la pura racionalidad. Viendo la estética en la axiología como la ciencia que estudia los valores relacionados con los sentidos: Vista, olfato, gusto, tacto, oído. Se es influenciados por los sentidos. En tanto que la ética en la axiología se refiere a los valores aplicados al comportamiento humano, determinando lo bueno o malo, permitiendo así la transparencia real del ser humano. Por lo que su importancia radica en ese despertar interno de cada uno de los seres humanos que se puedan realmente encontrar.

2.2.4- Principios: Se presentan para ayudarse a vivir, pero **Vivir Bien**, haciendo lo que otros descuidan, naciendo la iniciativa y así obtener el placer de la acción constructiva, estimular el entusiasmo y fortalecer el corazón, para hacernos y lograr hacer una visión optimista del destino de la humanidad, pero para ello se debe tener el **valor**, para **Vivir con Valor** (Valga la redundancia), por los ideales propios y encontrándolos con los ideales de la educación, para tener la moral (costumbres, usos, normas) de un comportamiento que pone interés fundamental al servicio de su existencia e identidad como sujetos sociales, con una ética clara de lo bueno y lo malo, que permita ese confiar en sí mismo y en su inteligencia, aprendiendo a aceptar a los demás como seres únicos que son, se pretende vivir mejor, racionalmente.

Por lo importante del tema, a su vez que, para comprenderlo se tiene que leer mucho acerca del mismo, y en vista que el material es de gran envergadura, interesante, así como extenso, se tomó la iniciativa de fusionar ideas de diversos libros como: *Vivir con Valor* de Enríque Chajj, *Familia, Escuela y Valores* de Carlos Marín Gutiérrez, entre otros que han servido para llegar a algunos principios que estos presentan y que a su vez se ha tratado de comprender y explicar para beneficio de los futuros lectores, estos podrían considerarse de forma general; ya que se logra interpretar que se pueden dar más, por lo que a continuación se le detallan algunos:

- **Objetividad:** no son impresiones subjetivas, Son objetivos en el sentido de que pueden ser descubiertos así como verdades científicas. Objeto de estudio, Método de estudio, Ley. (Descubrir con bases reales).
- **Irrealidad:** no se demuestran, se descubren o se investigan. Lo máximo a que se puede llegar es a intuirlos, o no. (Si descubre – investigue)
- **Intemporalidad:** no están sujetos a pérdida o ganancia en función del tiempo. (Están en todos los tiempos).
- **Espacialidad:** no ocupan espacio. Solo están en el pensamiento y de paso en el diario vivir. (es usted)
- **Inmedibles:** no se pueden medir con un patrón de medida, ni su existencia ni su importancia. (No hay moderación, compostura).
- **Absolutismo:** no dependen del sujeto que los capta, ni del espacio, ni del tiempo, puesto que se dan en cada ser humano. (De cada uno)

- **Polaridad:** se presentan necesariamente como positivos o como negativos por ejemplo: bueno-malo, útil-inútil. (Lo que hoy en día se conoce como valor y antivalor - disvalor).
- **Jerarquía:** no todos valen igual; unos son más dignos que otros. (Depende de la clasificación que cada cual le otorgue).
- **Incompatibilidad:** no pueden darse de manera simultánea todos los valores; de ahí que haya que elegir unos con preferencia a otros. Puesto que no se aprenden juntos sino con el desarrollo físico y mental del ser humano a medida que los acepta e interioriza. (No puede existir con otros).

2.3- Los Valores: Con la Promoción de los Valores en la Educación Superior como un Compromiso Personal, se desea que a través de una comunicación directa e indirecta con sus públicos internos y externos, se pueda ayudar a generar y fortalecer la imagen de la Sede que acoge a todos en su seno, haciendo de sus propias vidas algo mejor, más serio, eficiente, efectivo, dando un vuelco y transformando de una u otra forma. Tomar en serio lo que la palabra compromiso quiere decir; cumplir con el pacto, mismo que no es sólo con la Universidad cuando usted firma un recibo de pago, es con usted, su familia, compañeros y compañeras, el hogar, la comunidad. Se está en una Universidad ascendente cuyo más fiel objetivo es la transformación.

2.3.1- Concepto de Valor: Valor, palabra que tiene como primer significado en las mentes, un uso técnico que es el de la economía política, pasando de allí a un lenguaje filosófico contemporáneo, sustituyendo un gran número de expresiones del bien.

Para desarrollarlo mejor según el *Vocabulaire Technique et Critique de la Philosophie*, valor es conceptualizado en tres formas:

- **Subjetivamente**, es el carácter de las cosas que consiste en lo que son estimadas o deseadas por un sujeto, o más en general, por un grupo de sujetos determinados (ejemplo, el agua como valor de uso, el diamante como valor de cambio).
- **Objetivamente**, y de un modo categórico, es el carácter de las cosas que consiste en lo que merecen ser estimadas. El valor de las cosas no es un hecho.
- **Objetivamente**, pero a título hipotético, es el carácter de las cosas que consiste en cuanto satisfacen para determinado fin, (ejemplo: el valor documental de una obra de arte).

Sólo para hacer una ampliación referente al concepto de valor y un acercamiento personal al mismo, luego de toda la información filosófica concerniente al nacimiento del **Concepto Valor**, se analiza y descubre que probablemente la palabra en sí, tiene un sentido moderno, pues al remontar la lectura al mundo antiguo (4500 – 1200 a.C.) se observa que esta comienza a

aparecer en la mente de los filósofos no como valor sino como un código moral que expresa lo bueno y lo malo y quien en algún momento no cumpla con ello sería castigado. De allí nacen los mitos basados en la religión y los códigos / normas morales están insertados en la tradición, basado en las leyes naturales e inmutables.

En Grecia (VII – II a. C.) se dan dos épocas interesantes para el desarrollo del concepto valor que sería la Arcaica (VII – VI a.C.) que es representada por Homero defendiendo la **Ética del Mundo Antiguo** (Normas Morales), creando héroes mitológicos (mitos) con valores como: Fuerza física, valentía, belleza, habilidad y linaje; mismos que deberían ser imitados. De allí se pasa a la época Clásica (V – IV a.C.) donde los sofista / presocráticos ponen en duda los Códigos Morales del Mundo Antiguo surgiendo así el relativismo moral (estar más o menos de acuerdo la mayoría, en unos valores, y si no son de nuestro agrado se pueden cambiar). Esta época surgen las **Polis** (Ciudades que se gobiernan por si mismas), de allí el concepto de ciudadano, las divisiones de clases.

En esta época tan interesante es donde aparece **Sócrates** con la Ciencia Ética que no es más que la Existencia de los Valores Absolutos e inmutables (bien, justicia, felicidad, leyes) que ayudarán a establecer leyes, valores estos que se alcanzaban mediante el uso de la **Razón** convirtiendo al hombre en sabio y virtuoso, pues el intelectualismo moral identifica **Saber** con **Virtud**, y **Vicio** con

Ignorancia, lo que lo llevaba a pensar y concluir que para conseguir una sociedad buena, justa y virtuosa es necesaria **La Educación**.

Seguido de Sócrates, está **Platón** quien era discípulo del anterior quien se oponía al Relativismo moral antes mencionado, defendiendo los valores absolutos y por consiguiente, decía que el hombre debía purificar su cuerpo a través del cultivo de las **Virtudes Morales** como: Fortaleza (dominar los sentimientos), Templanza (dominar las pasiones), Prudencia (la razón) y Justicia (es un equilibrio de las tres anteriores.), seguido de éste se encontró a **Aristóteles** (384 – 322 a. C.) quien era discípulo de Platón pero con una idea más racional y menos abstracta, para él la finalidad última es alcanzar la felicidad a través de la sabiduría (la razón), decía que en el hombre se encontraba una parte apetitiva que pertenece al cuerpo (deseos) y una parte racional que se trabaja para que pueda dominar la apetitiva y para esto el hombre debe ejercitar sus virtudes que sería el termino medio que se adquiere mediante el hábito, dichas virtudes sería las intelectuales y las éticas que son derivadas de la anterior (razón). Aristóteles opinaba que el hombre es un ser social, que es igual a un animal político; es decir que vive y se organiza en una sociedad, por lo tanto en el campo de la ética debe ser político.

Mencionando un poco a los tres filósofos principales de dicha épocas se observa un poco como el concepto valor va adquiriendo diversa formas, pues de allí se pasa a los Helenistas y sus escuelas representada por Epicúreo que es el fundador de la escuela El Jardín que dice que la finalidad en la vida es el placer

racional, de allí se pasa a los Estoicos quienes defienden el orden cósmico que organiza unas leyes inmutables, donde es virtuoso todo aquél que las respete.

En el mundo medieval entra la influencia del cristianismo con la figura de Santo Tomás de Aquino que era un seguidor de Aristóteles, quien une el intelectualismo griego y la doctrina cristiana, expresado aquí por primera vez según nuestro análisis no la versión del hombre sino la del SER, donde todo ser obra por un fin, y como las personas son seres con corazón y voluntad libre, por consiguiente son dueñas de sus actos.

Se entra en la Edad Moderna (S. XV – XVII) donde se separa la razón y la fé, apareciendo personajes como Kant que dice que el centro de la reflexión es el sujeto pensante (genera conocimiento) y que no es la adecuación de mi razón a la verdad, es generar conocimiento de las cosas. Como en el caso de esta promoción, se trata de hacer. Aquí se desarrolla la moral heterónoma que son las leyes impuestas por una autoridad ajena al sujeto (Kant las rechaza), y la moral autónoma que tiene en sí misma su propia ley que surge de la buena voluntad del sujeto, surgiendo así los **deberes**; también aparecen en escena los imperativos hipotéticos que son los que indican que debemos hacer y los imperativos categóricos que no dan opción de elección (imposición).

Por fin se llega al **Mundo Contemporáneo** donde el liberalismo dice que hay que tener plena y total libertad, en campos como la economía (liberalismo económico), la política (democracia liberal) y el arte (romanticismo). Aquí están

las representaciones de **J. Stuart Nell** quien afirma que hay **tres grandes desgracias** con **tres grandes soluciones**: La **ignorancia** que se soluciona con la educación, la **enfermedad** que se soluciona con el desarrollo de la ciencia y la **pobreza** que se soluciona con la justicia. Ahora muy importante aparece **Nitzche** quien **introduce el termino Valor**, pues según él éste obtiene grandes transmutaciones, porque se da una nueva visión del hombre como **Super Hombre** y para él la voluntad del hombre es el máximo valor. Nietzsche opina que los Valores Tradicionales del Bien, virtud, noción de ideal, noción de valor, que estaban dentro de una teoría metafísica con noción objetiva (todo es valioso independientemente de mí elección) se transformó en la modernidad de la siguiente manera:

- Concepto de Bien.....se Abandonapor Valor (Subjetivo, basado en el placer y evitando el dolor)
- Concepto de Virtud.....Desaparece.....por Valor (Valores estimados en una sociedad determinada)
- Concepto de Ideal.....Cae en Desuso.....por Valor (de Dinero)
- Concepto de Valor.....Se transforma.....Herederero de la Teoría Subjetivista (Provoca Placer y Aleja el Dolor).

A raíz de ello emerge la ciencia de la economía en el siglo XIX entrando la teoría subjetivista donde todo obtiene valor según, mí elección.

Otro representante del mundo contemporáneo es el existencialista **J. R. Sartre** (1905 – 1980), que dice que el **hombre está condenado a ser libre**, conforme tome sus decisiones, así construirá su código ético y a sí mismo, que la moral nada tiene que ver con Dios, que el hombre crea valores donde **el valor máximo es la libertad junto a la responsabilidad**, que el valor máximo es la libertad, no mi libertad, y que mis actos repercuten en mí y en los que me rodean.

La pregunta del origen de los valores se formuló por primera vez en Atenas clásica, y sin ser filósofo, solo leyendo detenida y analíticamente, esto es lo que se logra interpretar, pues los mismos filósofos a final de cuentas no han llegado a una conceptualización específica referente al concepto de valor.

Valor tiene un sentido originario con la valentía o el coraje, por lo que hay que tener el valor para tomar decisiones responsables, de allí la importancia del valor – valores.

El valor subjetivo u objetivo que tiene para usted la Universidad ¿Cuál es?.

Esta respuesta se deja a cada cual, aquí es de donde parte la importancia que debe tener para cada uno y una, la oportunidad que brinda la Sede Universitaria, lo que se desea conseguir a través de ella, si realmente se ha considerado lo que ella representa para los hombres y mujeres que en ella están. Ciertamente es que no contará con muchas cosas que la nueva era presenta, pero también es cierto que poco a poco lo está adquiriendo, a través de los

diversos grupos o administración, el hecho es que cada una de las personas que conforman la administración Universitaria, trabaja para sus estudiantes, para mejorar su estilo de vida, para que sus discentes mejoren a través de ella la sociedad de la que forman parte, pero con una visión diferente, con una visión de futuro personal y hacia la sociedad y la cultura. Este es el factor fundamental que la debe mover.

El significado o el sentido del "valor" es difícil de precisar con rigor, porque esta palabra generalmente representa un concepto móvil, es decir, hoy para usted es visto de una forma y mañana podría ser diferente, pues el conocimiento y la madurez pueden provocar cambios, es un paso del hecho al derecho, del deseo a lo deseable, con frecuencia el intermediario de lo deseado comúnmente.

Objetivamente es el criterio que se dará de la Universidad (VALOR) pues como concepto móvil es su paso a la valorización de los hechos, si ve lo malo, perfecto ayude a mejorarlo y transforme, si ve lo bueno, genial, ayude a conservarlo y a hacerlo duradero para usted y todos los demás. Entonces, se observa desde aquí que introducir el concepto valor en la educación superior, no es por moda, economía o religión, es para comprender, despertar, actualizar la base de datos y revivir los valores un tanto adormecidos, para ayudar a ser solidarios, comprometidos, a cumplir con las normas de la Universidad, o con las normas de la vida.

La norma, de modo concreto o abstracto, es el equivalente de un ideal, de una regla, de un fin, de un modelo, de cómo se desea ser en el futuro, lo que lleva a referirse a la naturaleza de las cosas, el conocimiento y por consiguiente el pensamiento, pues de allí, parte la idea fundamental de norma, mismas que se refieren a la idea de lo verdadero, del bien y de lo bello.

Para hacer una conexión entre valor, norma, derecho, deber, ley; podría decirse, que cuando un valor es visto subjetivamente se reconoce como aprendido, es interiorizado como una norma y a medida que esto se toma como obligatorio, se instituye un derecho, con deberes correlativos y es a partir de ese derecho que se plasma una ley o costumbre y la ley no define rigurosamente lo que es exigido por el valor.

Lo que quiere decir que:

- ❖ Subjetivamente – Lo aprendido
- ❖ La Norma – Lo interiorizado
- ❖ Deberes y Derechos – Lo Obligatorio.
- ❖ Ley o Costumbre – Lo que exige el valor.

Con esto se aclara, que efectivamente existen las leyes que mueven y disciplinan la Universidad; es decir a sus integrantes, mismas que deben tener un valor importantísimo en todos los hombres y mujeres que forman esta importante Institución; ya que, no es el hecho de ingresar a la Universidad como paso obligatorio de estudios; es el pensamiento crítico y efectivo necesario, la

importancia invaluable que tiene el ser un estudiante de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste; porque se está creciendo con ella, para ella, para la comunidad en general.

2.3.2- Conflicto de Valores: Cuando se inicia con un tema así hay que tomar muy en cuenta donde comienzan dichos conflictos, por una parte las nuevas generaciones, con nuevos pensamientos y apoyándose en nuevas tecnologías, luego los adultos con diferentes pensamientos y crianzas, donde con el pasar del tiempo, algunos se actualizan permanentemente (no sólo estudiando sino abriendo los ojos al contexto) y otros deciden mantenerse donde partieron; he aquí dicho conflicto de valores.

Los jóvenes son tierra virgen, que no sólo se educan en casa sino que viven en sociedad, misma donde la tecnología recibe un Valor Excitante, sobre todo para ellos, razón por la que los medios de comunicación le dedican tanto espacio... juventud y valores.

Como docente se es artífice para poder lograr cambios, porque se tiene el espacio donde no sólo se podrá facilitar clases, se puede ser promotor o promotora sin siquiera decirlo, pues el educador - educadora es el modelo donde llegan los niños - niñas, adolescentes y adultos, con quien en todo momento es más fácil acceder pero, para ello se debe tener mente abierta y saber cuáles son las nuevas exigencias de la sociedad, por lo que habría que Reflexionar, Analizar, Dibujar el Perfil del joven de estos tiempos, para orientar el trabajo en valores, mismo que no puede ser difícil; ya que, este no es un tema inventado,

existe, y cada cual tiene la preparación moral para llevarlo al aula, pero, no como si fueran los seres perfectos que nunca han errado, sino como seres humanos que pueden comprender, he allí lo de la flexibilidad educativa.

Referirse a conflicto de valores y por todo lo antes escrito se observa, en el libro *Estrategias para Educar en Valores*, de María Ángeles Hernando, (1999), que " las diferentes investigaciones sociológicas han constatado que el indicador más preciso es la **percepción en el cambio de valores** entre las generaciones jóvenes y las ya instaladas". (pág.9).

Lo arriba escrito, aclara más, que son las formas de vivir y como cada cual mira el mundo, las que tienen que ver con el adormecimiento de valores existentes, pues no es el hecho de solo inculcarlos, también profesarlos, aceptar errores y enmendarlos, ser responsables de lo que se hace y sobre todo abrir los ojos y la mente para poder promoverlos desde una óptica acorde con los tiempos, no dándose golpes en el pecho, pero si tratando de enseñar las materias y cultivando cultura y valores.

Este es un tema increíblemente relevante, interesante, atractivo, mundial, universal, pero sobre todo de **responsabilidad**.

Desde una óptica personal, los valores en la educación en general son para personas muy importantes.

Según opinión de la autora de la investigación se puede percibir así:

Personas------(Persona – Ser Humano)

Motivadas para ser mejor------(Muy)

Inculcando valores para su formación.------(Importante)

Conflictos en los valores, podrían desaparecer transmitidos desde una óptica motivadora; ya que se tendría claro el grado de importancia de los mismos. Habrá que reconocerlos y aceptarlos en algún momento del desarrollo humano, por lo que la ayuda que el educador de al respecto es de gran importancia cuando se presente éste supuesto conflicto, donde cada cual se sentirá con la capacidad de tomar las decisiones adecuadas al respecto y que a su vez estén acordes con la sociedad en que se desenvuelve.

Otra parte donde también surge el conflicto es cuando se trata de definir los valores, clasificarlos, pues estos pertenecen a un ámbito amplio y diverso, que constituye el objeto de la axiología, por lo que se reduce a pensar que todo aquello que le interese a un ser humano es un valor. Dentro de la antropología Cultural y Sociológica, un sistema de valores viene a ser un conjunto de ideas y creencias propias de una sociedad, donde se presentan variables dependientes e independientes.

Dependientes: Cultura, Sociedad y Personalidad.

Independiente: Actitudes y Conducta Social.

Se logra comprender en Hernando, María Ángeles, Estrategias para Educar en Valores (1999) que: "donde empieza a romperse la soga es, en éste tercer milenio, pues se encuentran sociedades en Crisis permanente, donde reina la cultura de lo efímero y transitorio, frente a lo estable y duradero de hace tan sólo unos años". (pág.19).

Se hace énfasis en la debilidad de creencias, ideologías, factores morales, entre otros, lo que no se podría manifestar como una carencia, sino como **una debilidad**, pues independientemente del lugar donde se nace, crece, convive, los valores están presentes, pues el ser humano es valorante por esencia; ya que, con el pasar de los tiempos siempre intenta justificar su conducta.

En este punto de conflicto de los valores hay que hacer énfasis que **no** es que exista una **crisis de valores**, sino que algunas **valoraciones** han entrado en crisis y las mismas han sido sustituidas por otras que las sociedades y las culturas imponen, por lo que entonces **se expresa mejor** como **cambio de valoraciones**, mismo que se da de forma acelerada y permanente en la sociedad, naciendo así la cultura de lo efímero, por las diferentes motivaciones que siente el ser humano **transformándose** de acuerdo con lo que **la gente espera** de la vida. (Rebaño)

En este cambio de valoraciones se desarrolla un proceso intergeneracional que afecta la cultura de un sistema de valores, su economía, la sociedad y la política, que es transmitido de generación en generación, ¿qué quiere decir intergeneracional?. Bueno, son culturas internas que intervienen para pasar sus conocimientos a las nuevas generaciones, afectando así los cambios en las perspectivas en la captación de valores. Los seres humanos son los que cambian en determinados espacios axiológicos (de valores) con descuido y desdén de otros. Ejemplo: la crianza, la educación, el folklore, entre otros.

En este punto la tecnología es un gran aliado de las nuevas tendencias, entonces los medios de comunicación desarrollan todos sus tentáculos para llegar a los diversos públicos, medios estos que capturan la atención de los individuos, desarrollando una cultura materialista, con sus puntos negativos y positivos y a su vez provocando la disminución de valores no materialistas. Se dice que esto hace que en las **sociedades Occidentales** prime el pensamiento de **“que se es lo que se tiene o lo que se hace”** llevando al empobrecimiento de aspectos fundamentales en la vida como: valores heredados, identidad étnica, creencias, religión, dignidad personal, entre otros.

Teóricos y especialistas en el tema parecen estar de acuerdo según Hernando, María Ángeles. (1999) Estrategias para Educar en Valores “en que los valores éticos (costumbres – la ética no crea la moral, se encuentra con ella y la estudia) tradicionales siguen siendo válidos en la actualidad, aunque parezcan disfrazados, debido a los cambios existentes en el marco de referencia”. (pág. 23).

Nuevamente se observa que los valores tradicionales están adormecidos en espera de mentes creativas para presentarse a esta nueva sociedad, así como muchas mentes creativas de actualidad han sido capaces de presentar nuevos valores, como lo son los valores ecológicos, el valor a la vida, la solidaridad entre otros. Esto lleva a pensar que no sólo se piensa en valor como un concepto, sino como una realidad de vida, y si es así; entonces hay que pensar en una calidad de vida (Ética – Vivir Bien) que en esto tiempos es como un matrimonio con los valores.

De allí que se dice que ante los cambios, **parecen** haberse perdido los valores que aseguraban la coherencia de la sociedad y la conformidad de los individuos por causas como:

- ✓ Pérdida de Fe en la Religión y en los Valores éticos que proclama.
- ✓ Pérdida de Confianza en el sistema Político y en sus Dirigentes
- ✓ La Influencia ejercida por el Estado de bienestar, que parece haber deteriorado el sentido de responsabilidad y confianza de los individuos.

Entonces se podrá resumir que el conflicto de valores viene de las raíces de la sociedad ayudado por el aporte intergeneracional, que a través de la óptica de cada generación ha dado cambios a los valores tradicionales, de forma tal que los a arrinconado, adormecidos más no perdidos, no se puede hablar de una crisis de valores sino en una crisis en las valoraciones de los individuos, y que si los valores van de acuerdo a la óptica de cada cual será difícil discernir el valor del antivalor, pero esto no quiere decir que no se puede hacer algo al respecto, porque entonces ¿Cuál es la razón de la existencia?; si se tiene que estar en este paraíso y no poder ayudar a que también, pueda ser el paraíso de otros (**Solidaridad**), a su vez crecer con la **responsabilidad**, no porque se viva en una sociedad consumista – materialista, quiere decir que no deba importar. Ahora que suena trillado, soñador y de repente cursi, pero piense con detenimiento, mire a su alrededor, trate de imaginar y pregúntese **¿Hasta dónde yo cumplo mis objetivos en la y con la vida?**. También se dirá que me importa eso, pero también tendría que preguntarse **¿Vivo solo en éste**

planeta?, ¿Necesito ser ayudado por alguien?. Señores, la cultura del Yo Yo, no es la que va en el camino del desarrollo, es la de **Nosotros - Nosotros.**

Conflicto de valores está en como, cada cual percibe lo que acontece en su entorno, de allí la diversidad en la valoración de dichos valores tradicionales en contraposición a los actuales, que podrían ser los mismos, pero presentados de forma individual, lo que quiere decir, que cada cual lo toma según su conveniencia, no pensando en los demás y las consecuencias que traerá, sino en su propio bienestar. Entonces como hablar o escribir de solidaridad, respeto, amor, lealtad, felicidad, armonía, ética, entre otros, si la personalidad de los seres humanos de hoy en día se está cultivando en esa medida, más bien se desarrolla materialmente; los cambios en la sociedad, la economía, la política, y muy importante los constantes avances tecnológicos, dan acceso a una visión diferente del mundo entero y no solo de la comunidad en la que se vive, permitiendo tener libertad de pensamiento y de hecho de expresión; ya que, en el mundo competitivo en que se está, se dice que se falla en la educación, primero por aquello de tener mal comprendida la competitividad, misma que debe ayudar a esforzarse más por aprender y hacer las cosas, y no en poner el pie para que otro caiga, y segundo porque se convierten en adultos y se olvidan que, con quienes tratan son personas jóvenes, retoños deseosos de saber todo, pero no sólo desde el punto de vistas de usted, también desde el suyo.

2.3.3- Clasificación de los Valores según sus ámbitos y fines: ¿Cuántos son los Valores?, ¿Realmente se podrían clasificar?, ¿Cómo se podría clasificar?, ¿Sería igual la clasificación para todos?.

Son preguntas que vienen a la mente cuando se dice clasificar. Al entender personal, los valores son tantos cuantos tengas interiorizados, se clasifican según sus normas de vida y de su verdad, lo que podría ser la cantidad, la clasificación, si es que se debe hacer, depende de cada cual. En el intento por hacer una clasificación, se podría hacer por categorías, dependiendo del ámbito a que corresponda y de los fines que impulsan al hombre a perseguirlos.

En busca de una clasificación se tomó en cuenta la de Garza, Treviño Juan Gerardo y Susana Magdalena Patiño González. Educación en Valores (1999):

CLASIFICACIÓN DE LOS VALORES SEGÚN SUS ÁMBITOS Y FINES

VALORES	ÁMBITOS	FIN
Materiales	Concreto	Utilización o Consumo, especulación.
Estéticos	Simbólicos	Expresión, contemplación.
Éticos	Abstractos	Acción Humana (Debe ser)

(p.12).

Los valores tradicionales, los de actualidad, los tradicionales con nuevas presentaciones, entre otros, todos podrían tener el mismo grado de importancia

según la persona, la presentación de éste tema no es para ponerse a dividir los valores, pues al hacerlos, se pondría uno por encima del otro, aparte que se entendería que es algo que se desarrolla por paso, cuando lo cierto es, que los valores al igual que la educación es un asunto integral, que los valores que se cultivan en las aulas de clases conjuntamente con la materia que se presente, son los que ayudarán a transformar o a lograr un ser integral, pues los mismos existen con el ser humano y solo desaparecen con él.

Clasificar valores según sus ámbitos invita a observar alrededor (Concreto, simbólico, abstracto), como se desarrollan los valores, depende también del ambiente en que naces, creces, te desarrollas, no sólo es producto de la existencia de los valores sino de cómo se interiorizan en cada uno, que ambiente se dio en el desarrollo de los mismos, pues los valores deben llegar a lo profundo del ser para convertirse en importante, para que pueda entonces ser una norma, ese ideal que se intenta perseguir con perseverancia, pero con la gran responsabilidad de reconocer los errores que se puedan corregir en el camino, para entonces, hacer algunos cambios y proseguir satisfactoriamente, convirtiéndose así en algo obligatorio y sería un derecho con sus respectivos deberes y, es entonces, a partir de ese instante que se convierte en una costumbre, en una ley.

Según lo antes expuesto podría pensarse que... ¿hay conflicto entre Valores, Derechos y Deberes? La respuesta es NO; ya que es un conflicto aparente, pero no real, pues esto es un asunto de pensar y actuar en conjunto, no de reacción

sin meditar (ser reactivo), es ser integral (pro activo), es comprender que son valores, ámbitos y fines.

Los valores definitivamente, se transmiten en la educación, de casa, de escuela, pero sobre todo se hace **educando** con responsabilidad, porque la familia, la escuela y el contexto se convierten en factores que pueden ocasionar conflictos en el entendimiento de los valores, se hace énfasis en que **se dice entendimiento y no convencimiento**, porque al final depende de cada ser humano la decisión que tome, de cada uno de los valores que puede haber interiorizado.

Ahora en éste punto se destaca también la clasificación de los valores según sus fines; ¿Fines dónde?, los de la escuela, de la vida. Aquí se podrían destacar muchos puntos, en particular el de la educación, normas que se deben respetar; ya que, la misma le ayuda en la formación de su personalidad, su futuro profesional y, para que éste futuro profesional sea promisorio, los padres y la familia hacen grandes sacrificios para que sean alcanzados.

En el cumplimiento de unas cuantas normas podría ser conveniente resumirlas en unos cuantos puntos: Enseñar que cada uno es diferente y, por tanto, hay que tratarles de un modo distinto; Enseñar a reconocer a cada uno por lo que es, sin clasificarles; Enseñar a tener consideración; Enseñar a no criticar a los demás; Enseñar a actuar positivamente a favor de los demás; Enseñar a buscar lo positivo en los demás; Enseñar a agradecer los esfuerzos

de los demás en su favor. Esto como una forma de educar en la solidaridad y el respeto, personal y hacia los demás.

El o la joven quiere ser respetado(a) por los demás y nota claramente cuándo existe este respeto. Sin embargo, no nota con tanta claridad cuándo está faltando en respeto hacia los demás.

Así también se pondrían las normas educativas que pueden apoyar el desarrollo de éste trabajo:

Para fundamentar el tema, se podría apoyar en la Ley 34 de Educación que dice que la educación es para todos por igual y que le corresponde al Estado garantizar que así sea. El tema de Valores aparece en el artículo tercero así: “La Educación Panameña se fundamenta en principios Universales, humanísticos, cívicos, éticos, morales, científicos, tecnológicos, en las idiosincrasias de nuestras comunidades”; (p.12) en tanto que en el artículo quinto dice que la educación es un proceso permanente en la vida del ser humano, deberá promover cambios de conductas hacia el logro de actitudes y capacidades, para que el individuo sea portador de los valores culturales, cívicos y morales y, pueda perfeccionar constantemente su preparación. (p.13)

En inicio, apoyándose en lo antes escrito, no se observa obstáculo al hablar o escribir referente a una promoción sobre dichos valores en la

educación superior, es sólo un despertar de los mismos, involucrados en las leyes educativas, mismas en que se basa la Universidad de Panamá en el sentido de cumplir con la preparación de un ser integral, solidario, competitivo para bienestar de la sociedad y el país. Se trata de presentar el tema dentro de una metodología creativa y motivadora, que pueda ayudar a profundizar entre los y las que forman parte de esta entidad universitaria, algo tan importante como son los valores en el ser humano que se ayuda a formar, se guía, se orienta, se facilita su formación como futuro y futura profesionista. Esto se piensa, no como una materia en especial, sino como parte de cada materia a dar, de forma creativa y permanente; ya que urge incorporarlos, porque son el punto de partida para iniciar el diálogo, para conservar normas y actitudes que aún no se comparten, sirve para que sea útil para el docente en su práctica, para que ayude en esa responsabilidad compartida que se tiene con los educandos, es un poco tener conciencia de nuestro rol educativo, saber la diferencia entre dar información y educación, respetando la autonomía personal y la solidaridad social.

Algunos fines o normas en los que se basa la educación panameña sirven para sustentar el presente tema:

- Fin 1- **Contribuir** al desarrollo integral del individuo con énfasis en la capacidad crítica, reflexiva y creadora para tomar decisiones con una

clara concepción filosófica y científica del mundo y de la sociedad, con elevado sentido de solidaridad humana. (p.4)

- Fin 5- **Fomentar** el desarrollo, conocimiento, habilidades, actitudes y hábitos para la investigación y la innovación científica y tecnológica como base para el progreso de la sociedad y el mejoramiento de la calidad de vida. (p.5)
- Fin 11- **Fortalecer** los valores de la familia panameña como base fundamental para el desarrollo de la sociedad.(p.5)
- Fin 12- **Garantizar** la formación del ser humano para el trabajo productivo digno, en beneficio individual y social. (p.5)
- Fin 15- **Garantizar** el desarrollo de una conciencia social a favor de la paz, tolerancia y la concertación como medios de entendimiento entre los seres humanos, pueblos y naciones. (p.6)
- Fin 16- **Reafirmar** los valores éticos, morales y religiosos en el marco del **respeto** y la **tolerancia** entre los seres humanos. (p.6)

Se tomaron sólo seis de los fines de la educación, que le incentivan a contribuir, fomentar, fortalecer, garantizar y sobretodo a reafirmar los valores en todos los sentidos, como parte del quehacer y responsabilidad docente.

Ahora unas preguntas: ¿Será relevante esto de promocionar los valores?, ¿Se podrá garantizar la formación que se da?, ¿Dicha educación es acorde con lo que se enseña y lo que se representa?. Aquí se presenta algo que es bien

conocido por la mayoría pero, que con los cambios que se están dando, pide una nueva presentación y motivación de dichos valores.

Sólo son preguntas que se tienen desde que la formación diversificada comenzó a influir en el aprendizaje como docentes responsables y convencidos de lo que se desea hacer.

El artículo trece da a comprender que se desarrollarán los principios de aprender a ser, aprender a aprender y aprender a hacer, **sobre proyectos reales que permitan preparar al ser humano y a la sociedad con una actitud positiva hacia el cambio**, elevando su dignidad, con base en el fortalecimiento del espíritu y el respeto a los derechos humanos.

Quien mejor que la **Universidad** para desarrollar tales principios, en cada uno de los que tienen el privilegio de formar parte de dicho recinto académico, en todos los sentidos, pues son los que darán ese cambio en la sociedad y, de cómo sea la **motivación** entonces, habrá automotivación, en fin la **Universidad es Líder** de los que en ella están y los docentes podrían ser los Líderes de sus educandos, siempre y cuando utilicen las herramientas necesarias para ganar dicho liderazgo. Dicho así, los valores, despertar los valores es parte fundamental de la responsabilidad docente, es difícil, pero es algo sabido y algo que viene adjunto con el título académico que se otorga, que subjetivamente se sabe y que objetivamente es un derecho y un deber poder brindarlo; pues es parte de una motivación trascendental, en los que terceras personas se deben beneficiar.

Lo siguiente tomado de la ley 34, de su artículo 14, en el artículo 6 de la Ley 47 de 1946, queda así: "En el Nivel Superior, la educación Universitaria se regirá por leyes especiales y, como parte del sistema educativo, coordinará estrechamente con el Ministerio de Educación, **considerando los principios y fines del sistema educativo**". (p. 13)

Aquí se fundamenta el por qué de ese **despertar de los Valores en la Educación Superior** y también en el artículo 278 de la Sección G de los **Deberes y Derechos de los Estudiantes**, en su punto D que dice: "Derecho a recibir de la Universidad la máxima ayuda material y espiritual posible para el apropiado cumplimiento de sus actitudes universitarias". (p. 175).

En una perspectiva personal del asunto, la ayuda material se da a través de las clases, comunicación, información, y educación de la materia impartida y la ayuda espiritual relacionando motivadora y en forma realista el contexto con lo enseñado, llevando al individuo a un entendimiento propio de por qué y para qué de su enseñanza. (Estatuto Universitario – 14)

Lo que se presenta sólo desea despertar conciencia y, a su vez los valores tradicionales y actuales, que insoslayablemente se necesitan, porque no es el aprender referente a los valores, es la experiencia social y de la personalidad de cada cual; porque se tendría en cuenta la sensibilidad, racionalidad y mediatizar los impulsos tomando en cuenta a los demás. Es ese pensar en los sentimientos, mismos que protegen, valoran, transmiten, aprueban o desaprueban; es una instalación básica a la realidad, a la acción.

De aquí, que la práctica docente podría ser: Docente, Práctica Reflexiva (No Repetitiva) y, Transformar. Bruner dice: "Que las ciencias y las humanidades han llegado a ser productos ingeniosos de las mentes de los hombres, como creaciones generadas por diferentes usos de la mente".

El **Liderazgo** y la **Motivación** cargado de creatividad y conocimientos podría generar diferentes formas de **despertar** Los Valores, donde cada uno podría convertir su vida en una creación, con un nuevo sentido personal y para todos los demás. (Cada uno es el arquitecto de su vida).

Se vive en un mundo cambiante cuyos paradigmas también son móviles, pero donde los valores universales, se encuentran presente en cada rotar de éste planeta, donde la alternativa creadora es relevante para ese despertar.

Despertar Los Valores en la Educación Superior es más que cuestión de tiempo, es desear hacerlo, de la mejor forma posible acorde con la realidad que se presenta.

2.3.4- Clasificación de los Valores: se aclaro que son muchos los valores y que todos están en igual nivel de importancia, y que quien los interioriza, es quién decide clasificarlos para él y sus usos.

Para ahondar un tanto en este punto, se escribe brevemente referente a algunas de las propiedades de los valores, analizado de diversas lecturas:

- El valor es una Cualidad del Ser: debe ser deseable por la persona y por los grupos.

- El valor nunca se agota: porque es un horizonte siempre abierto, fines por alcanzar, así como éste trabajo de grado que desea convertirse en un horizonte para todo aquél que le interese el tema, pueda iniciar y luego tome la decisión de profundizar.
- El mundo del valor lo constituye el hombre – la mujer: lo que se viene escribiendo, que sólo tendrá valor cuando el hombre – la mujer lo interiorice como tal, lo acepte.
- A todo valor le corresponde un antivalor: la bipolaridad de los valores, una parte positiva y otra negativa.
- Intuición, Sentimiento y Afectividad: la Intuición es la que permite la existencia del valor, la afectividad es la que te explica como pueden coexistir a la vez valores contradictorios, y los sentimientos son los que establecen el vínculo de Unión.
- Son relativos los valores: ya que depende de la época, el lugar, tipo de sociedad, mismos que están abocados al cambio según pase el tiempo.
- Los valores son los orientadores de los juicios: es decir, ejercemos algún tipo de juicio porque existe referencia para ello.
- Los valores se estructuran dentro de una jerarquía: es decir que se le da un orden y si se rompe se convierte en un antivalor. (individualmente).

Todo lo anterior es lo que caracteriza las transformaciones que se dan en la escala de valores.

Existe una diferencia entre la ordenación jerárquica de los valores y las clasificaciones. Cada persona ostenta un orden particular de valores, orientado por sus preferencias o circunstancias, las clasificaciones no tienen por qué tener un orden jerárquico implícito.

2.4- Educación en Valores: La frase educación en valores corresponde a una de las tantas expresiones que aparecen referente a éste tema en particular, pues se dice que hay que educar desde una ética de los valores, transmitir valores, sembrar valores, entre otros, pero el punto primordial es que todas dicen algo, pero que no satisfacen lo que se desea conseguir. ¿Por qué?

Porque para ello hay que saber cual es el objetivo que se desea alcanzar, en qué contexto se encuentran, si realmente lo que se expresa es lo que se transmite aún sin hablar, pues esto es un asunto de vivencia, de convicciones personales, por lo que textos solamente, no podrán ser el único mecanismo para llevar a las mentes dicho tema de valores y, que luego puedan ser tomados concientemente como importantes o relevantes por cada uno de los individuos que le escuchan. No es un asunto de crear un nuevo lenguaje, es la capacidad que se debe tener para proyectarlos y encarnarlos en cada uno de nuestros actos, para así **poder transmitirlos, sugerirlos o inspirarlos.**

2.4.1- Concepto Educación en Valores: Se refiere a educar y valores, este último ampliamente explicado en puntos anteriores y aclarando que no se termina de definir o conceptualizar, porque cada cual tiene el importante trabajo

de encontrarle una definición al mismo, y que bueno que sea así; porque esto lleva al grado de importancia en la participación que tiene cada uno o una de las y los individuos de éste planeta en cuanto al tema se refiere como seres únicos, y los valores están en cada uno de los actos de los seres humanos.

Para educar en valores hay que aceptar que se debe hacer con coherencia y de forma efectiva, por lo que es imprescindible aceptar determinados objetivos aunque sean mínimos, porque lo que se desea a largo plazo es lograr formar una personalidad humana y fuerte.

Carrera Llorens y otros, en su libro *Como Educar en Valores*, (1997), dicen que: "Es imposible educar sin principios educativos y sin valores. Es impensable la existencia de una escuela de educación si no tiene principios, si en esta escuela no se respetan los valores que den sentido a la idea del hombre, del mundo, de la vida y del sentido de la historia". (p.21).

Luego de tanta explicación y lectura, pareció importante resumir esta interesante información representada en el libro mencionado anteriormente referente a la Educación en Valores, donde se revaloriza la figura del profesorado, porque para los educandos el docente es un representante de valores vigentes en la sociedad y que a la vez tiene la capacidad para guiarlos:

- **La Educación en Valores se fundamenta en:** El respeto Mutuo, del rol del Profesorado, Alumnado y Familia; para la Revalorización de la figura

del profesor(a), con el desarrollo de un código de actuaciones, a través de Normas y Propuestas de acción previamente consensuadas.

- **La Educación en Valores Utiliza:** Un diálogo Interactivo (implicación de todos), es decir profesores, educandos, familia.
- **La Educación en Valores Promueve:** El Desarrollo e Interiorización de los Valores a través de Técnicas y Actividades Diversas.
- **Lo que Conduce a la:** Mejora del rendimiento escolar. Disminuye la Conflictividad, Socialización del Individuo, Asimilación e Integración de Valores- Actitudes- Normas. (p. 24)

Por todo lo antes expuesto la educación en valores, podría ser la educación para la paz (**Relaciones Humanas**), nuevamente suena trillado, pero con los cambios de valoraciones, decirlo así es de suma importancia; ya que el adormecimiento de dichos valores origina conflictos de toda índole. Las **relaciones humanas** son siempre conflictivas y la superación pacífica de estas situaciones es precisamente la forma de convivencia armónica de las distintas culturas, pueblos, religiones, sexos, razas y demás diferencias que puedan servir de excusa para la división, el antagonismo, el odio o la incomprensión.

Es importante aceptar la diferencia como un rasgo distintivo de la realidad humana, apreciar la diversidad como algo intrínseco a nuestra condición e incluso necesario para compartir un mundo más divertido, más heterogéneo y menos uniformado o aburrido.

La educación en valores es por tanto un proceso que debe estar presente en el desarrollo de la personalidad. Como proceso debe ser continuo y permanente, para enseñar a “aprender a vivir en la no violencia”, y que confía en la creación de ámbitos de justicia, de respeto, de tolerancia y felicidad gradualmente más amplios. Se diría que educativamente se pretende un proceso de enseñanza-aprendizaje de la cultura de la paz que implica una ética personal y social. (Vivir bien)

2.4.2- Importancia: Radica en la actitud de quienes tengan el interés de despertar dichos valores, pues la actitud de las personas es la diferencia y su importancia está en seguir algunas reglas que tienen relevancia para ellos, razón que lleva a transmitir, sugerir o explicar, todo lo referente a dicho tema.

Algunas reglas que vienen a la mente se podrían mencionar como relevantes serían: **La moral como Principio Básico, orden y limpieza, honradez, puntualidad, responsabilidad, deseos de superación, respeto a la ley y los reglamentos, respeto por el derecho de los demás, amor al trabajo, afán por el ahorro y la inversión.**

Estas podrían ser algunas reglas que ayudarían a cumplir con el funcionamiento efectivo de la sociedad y la capacidad que se debe tener para proyectar los valores y encarnarlos en cada uno de los actos de los seres humanos. ¿Se necesitará más?

2.4.3- Principios, Objetivos y Características de la Educación en Valores:

Los seres humanos a medida que van creciendo descubren los valores y sus diferencias. Este descubrimiento adquiere calidades más altas en la medida que se apoya en la relación persona – persona y en la relación – realidad.

Este es el ámbito insustituible de la revelación y desarrollo del valor. La madurez de la persona es la que ayudará en ese descubrimiento de valores, a darle su importancia principal y también dependiendo de sus guías ejemplares, que en este caso serían las y los educadores, que motivarían ese pensamiento y creatividad única en cada individuo.

Los principios que podrían servir de guía para ayudar a poner en marcha una propuesta de Educación en Valores, serían muchos, pues depende de quien desarrolle los mismos y en vista que hay una diversidad de libros que se refieren a estos se presenta en forma resumida y tomada parte de la información del libro de Hernando, María Ángeles. Estrategias para Educar en Valores, (1999), serían:

- Proponer objetivos comunes a todos los implicados para reforzar el espíritu comunitario y facilitar su consecución.
- Establecer valores comunes para una convivencia armónica.
- Que la evaluación de los alumnos al respecto no tenga nada que ver con la moral de los mismos, sino con el grado de incorporación de los valores o actitudes que se trata de fomentar. (p. 89)

Con el objetivo claro de lograr desarrollar un análisis crítico y creativo del tema, se observa que es de suma importancia facilitar el discernimiento de los educandos, para que estos a su vez logren esa interiorización de valores coherente y necesario, por lo que buscar métodos para presentarlos de forma motivadora y coherente ayudará en el desarrollo de la capacidad crítica ante los valores vigentes, reflexión racional y autónoma del educando en lo concerniente a los valores, la creación de formas más justas de convivencia, y el mantener conductas coherentes con los valores que se dice apoyar.

Claro que para lograr lo antes expuesto habría que determinar ciertas características como serían; la de tener un máximo respeto hacia el estudiante; ya que si esto no se tiene claro, ¿Cómo podría exigírseles respeto para el educador?; ello podría crear un clima transformador que propicie una actitud inicial, permitiendo que el educando pueda abrirse en pensamiento, a su vez brinda la oportunidad de conocerle más a fondo, con ello se estaría promocionando un cambio de conducta que podría repercutir no sólo en la vida educativa de los alumnos y alumnas sino que también sería beneficioso para los docentes de las diferentes materias, y que cada cual se vaya descubriendo y tomando la decisión de hacer tales o cuales cambios en su vida en general.

2.5- Los Valores y El Proceso Educativo: El mundo interno y externo de los seres humanos, está inmerso en un proceso educativo y de valores, en donde es de suma relevancia la orientación que se les brinde. De allí que hay que tener claro que el educador es el canal directo donde puede transmitirse toda

información, no sólo durante cinco o más horas de clases en un aula, sino porque éste vivencia y se involucra durante un periodo bastante largo con los niños, jóvenes y adultos, por lo que le sería eficaz influir en ellos y ellas. Con el transcurrir del tiempo estos encontrarán no sólo el aprendizaje de la materia sino a su vez descubrirán lo que es un verdadero valor. Como educadores hay que tener presente que, se debe estar dispuesto a aceptar que los educandos opinen referente a algo, para así poder contestar desde una sana pedagogía, pues no es imponer un criterio sino llegar a una o varias conclusiones, dando así valor al educando y a la vez y sin decirlo, el educando empezará a valorarlo mejor a usted como educador. Esto desde la óptica evidente de que los tiempos están cambiando, ya sea en lo social, ambiental, cultural, económico, ayudando esto o motivando a hacer cambios en la educación tradicional, de allí que se tocan puntos como flexibilidad, calidad, eficiencia, capacitación laboral, entre otros. Despertar los valores en la educación superior es hacer cambios, ante todo internos, en la forma de educar, elevando los valores tradicionales que siempre han existido y presentándolos desde la óptica de los tiempos actuales, aprender **a ser solidarios, a respetar, a ser responsables, a comprender y enseñar que la competitividad no es con otros sino consigo mismo.**

2.5.1- Significado de Educar. La respuesta no es estática cambia con el tiempo. Tiene diversas interpretaciones y no existe respuesta única y dogmática. Lo que nos lleva a los valores nuevamente, no tiene definición única, cambia con el tiempo, tiene diversas interpretaciones, depende de cómo se interioriza, aquí

está la conexión entre educar y valores. Educar tiene importancia, valor, dependiendo de la relevancia que se le tenga, de cómo está orientada, de nuestro grado de madurez, de la motivación, lo que lleva a darnos respuestas propias, únicas y con la aclaración y la libertad responsable de adaptarla a los tiempos.

Con el ánimo de presentar alguna definición de educar se enuncia la planteada por Garza Treviño y otros, en el libro Educación en Valores, (1999) que dice: "Educar, sobre todo en valores, es un replanteamiento cuya finalidad esencial es la de humanizar la educación. La educación sufre un proceso de transformación y desea recuperar la esencia que nunca debería haber perdido". (p. 25)

También se encontró en el libro de Buxarrais, María Rosa. La Formación del Profesorado en Educación en Valores, (2000), "consiste en crear las condiciones necesarias para que, cada persona, descubra y realice la elección libre y lúcida entre aquellos modelos y aspiraciones que le pueden conducir a la felicidad". (p. 79).

En el libro de Flores, Ochoa Rafael. Hacia una Pedagogía del Conocimiento, (1998), dice que "la educación garantiza la continuidad de las experiencias culturales en el desarrollo histórico". (p. 154)

También y por último, en el libro de Hernando, María Ángeles. Estrategias para Educar en Valores, (1999), dice que "educar es formar al hombre con

integridad, para que sea capaz de promover un mundo más civilizado, así como también más comprometido con el cambio en la mejora de las actitudes personales y sociales". (p. 82).

En estos tiempos contemporáneos se reconocen algunos cambios de forma significativa en la educación, en el libro de Garza Treviño, Juan Gerardo y Susana Magdalena Patiño González. Educación en Valores, (1999), presenta la forma flexible en que éstos se dan:

- De énfasis en **contenidos** a énfasis en **procesos**
- De **memorización** a **pensamiento**
- De **información** a **creatividad**
- De **pasividad** del alumno a **participación activa**
- De **enseñanza** a **aprendizaje**
- De **centrarse en el maestro** a **centrarse en el alumno**
- De **controlar** a **responsabilizar**
- De **formar individualmente** a **educar para lo social**
- De desarrollar solo la **inteligencia** a formar un **ser integral**. (p. 24).

A raíz de estas tendencias es que ha variado la definición de **educar** y donde radica la importancia de la **educación en valores**, razón por lo que se educa totalmente diferente a hace una o dos décadas atrás, se desea recuperar la esencia humana de la educación, **instruyendo, formando, educando**, de forma sucesiva y que cada ser humano los incorpore a su personalidad.

El Hombre y la Mujer aprenden día a día, por lo que educarse es de vital importancia, pues como ser humano inacabado debe perfeccionar los aspectos de su personalidad de forma constante y estar pendiente y responsable con ello. Esto es lo que origina y lleva a pensar en **reinventar la educación**, para que pueda responder a las necesidades de cada cual, porque en estos tiempos es más importante formar, por lo que se habla mucho de **aprendizaje**, es ese aprender a **ser**, aprender a **hacer**, aprender a **convivir**, aprender a **conocer**, ayudándonos a ser responsables, honestos y congruentes, lo que lleva entonces a vivir en el respeto, la tolerancia, solidaridad, permitiendo pensar antes de actuar.

2.5.2- Objetivos Educativos para el siglo XXI: en el tema anterior se tocaron puntos importantes en el aprendizaje de hoy, mismos que son considerados por la UNESCO como los pilares de la educación:

- Aprender a Conocer (A Aprender)
- Aprender a Hacer
- Aprender a Convivir
- Aprender a Ser
- Aprender a Emprender

Estos cinco pilares de la educación son los que llevan a un Aprendizaje Significativo, facilitando la integración de la **dimensión axiológica** en sus propósitos e intenciones educativas; ya que en el punto de convivir se refiere a

ese conocimiento de cultura general a ese aprender a aprender, el hacer tiene que ver con la **competitividad**, es decir la capacitación completa que te lleva a la creatividad, toma de decisiones, solución de problemas, a trabajar en equipo; en tanto que el **convivir** es obtener, ganar esa habilidad del manejo de conflictos, la tolerancia, la comunicación y el respeto, es ese vivir juntos, el **ser**, tiene que ver con su **yo**, autoconocimiento, el desarrollo de su personalidad, la responsabilidad y la capacidad de juicio, y por último el **emprender** se refiere a desarrollar la capacidad de liderar, dirigir.

Entonces se observa que los cinco pilares de la educación fomentan:

- Aprender a ConocerAprender a Aprender
- Aprender a Hacer.....Competitividad
- Aprender a Convivir.....Habilidad para aprender a vivir juntos.
- Aprender a Ser.....Personalidad – YO.
- Aprender a Emprender.....Liderar, dirigir, Administrar.

Los objetivos de la educación para el siglo XXI están plasmados en blanco y negro, por lo que no será difícil olvidar, pero lo interesante está en saber, hasta dónde se está comprometido en cumplirlos como una norma, es decir, hasta dónde están interiorizados para motivar lo mismo en los educandos. Promocionar los valores en la educación superior conlleva a arraigar estos cinco

pilares de la educación, no sólo como un escrito sino como una verdad, que cada cual podrá manejar e interiorizar según su grado de madurez y motivación.

2.5.3- Clarificación de los Valores: se refiere al **yo**, a la personalidad, a **ese aprender a ser**, porque es una forma de orientar a la reflexión de los valores, más que a inculcarlos o transmitirlos, se basa en el autoconocimiento, clarificación y **construcción del yo**, se basa en la idea de descubrirse, de esa capacidad que se tiene para **llevar lo aprendido a la práctica**, de las opiniones, principios y actitudes que logran que se identifique, por lo que construye esa personalidad integrada y coherente.

Es esa forma independiente de crecer, no sólo física, sino mentalmente y adecuar nuestras actitudes y conductas ya aceptadas para sí, para que las mismas sean reflejo de esa personalidad integrada y que será responsable de sus propios actos.

La Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, es la cuna formadora de estos principales pilares de la educación; ya que de ella florecen, surgen los profesionistas del hoy y del mañana, justo por ello la relevancia de promocionar los valores en la educación superior, no es la moda ni una novedad, es una realidad, que desea ser presentada y proyectada de forma diferente y motivadora.

Al clarificar los valores se dice que podrían presentarse de diferentes formas, con cantidades indistintas de puntos, más; lo que se desea es un camino práctico pero eficiente. Todo lo antes escrito en este estudio referente a los valores, indica, ese deseo, ese ideal de lograr un ser integral, y para explicarlo claramente podría identificarse por pasos, de la siguiente forma:

- **Selección:** donde el valor debe ser libremente escogido, seleccionado entre distintas alternativas posibles, después de haber considerado las consecuencias de cada alternativa.
- **Aprecio y Estima:** la persona se siente satisfecha y contenta con su elección, es capaz de afirmar y defender pública y abiertamente los valores que ha elegido para sí.
- **Actuación:** La persona muestra congruencia en su actuación, es decir actúa de acuerdo con su propia elección libremente elegida y públicamente defendida, Interioriza y lleva a la práctica el valor de forma constante y generalizada, aplicándolo en todas las situaciones semejantes.

2.5.4- Aprendizaje para la Acción: es aquel que lleva a promover actividades de aprendizaje vivencial, adquirir experiencias dentro y fuera del aula, porque a través de ellas el ser humano se compromete con dichos valores y logra trabajar en equipo, esto tiene que ver con otro de los cinco pilares de la educación el **aprender a hacer**, tiene que ver con la creatividad, toma de decisiones, trabajo en equipo, entre otros.

En este tipo de aprendizaje son aconsejables algunos pasos: Tomar conciencia del asunto, problema o situación, Comprender el estado de la cuestión y ser capaz de tomar una postura al respecto, Decidir en relación con el curso de actuación, Planificar y / o Diseñar estrategias y actividades para la intervención, Reflexionar sobre las acciones emprendidas y hacer una evaluación al respecto.

La reflexión es importantísima en éste punto pues se refiere a esa clarificación personal de sus valores que le ayudarán en éste aprendizaje para la acción.

El aprendizaje para la acción pretende sensibilizar a las y los estudiantes, a las y los docentes a poder trabajar en equipo de acuerdo a las actividades, poder evaluar, observar, comprometerse, analizar, entre otros.

2.5.5- Promoción de los Valores desde el Aula: como su nombre lo indica se busca **promo - ver**, los valores desde el aula, con la intención de sensibilizar a las y los educandos y de paso a las y los docentes de las diferentes áreas; ya que, a través de los y las estudiantes, de forma directa se pueden despertar los valores existentes en el contexto de cada uno de ellos y ellas.

En toda la investigación e información recopilada, se llega a la conclusión que, para promocionar dichos valores desde el aula se debe incluir lo siguiente:

- Los cinco pilares de la educación (Aprender a conocer, hacer, convivir, Ser, Emprender)
- La dimensión de los valores Humanos en el contexto educativo (Reproducción en el aula de la sociedad que se desea construir)
- Tocar los modelos difundidos para la educación en valores (Clarificación, formación de carácter, desarrollo del razonamiento moral, aprendizaje para la acción). Punto éste explicado en páginas anteriores.

La promoción de los valores en el aula empieza por la y el docente quien está frente al grupo de estudiantes, donde podrá transmitir dichos valores, motivar a que se reflexione al respecto, con la intención de formar un ser integral, pero para esto debe estar claro de sus propios valores y cómo se presentará o se reflejará ante los diferentes grupos.

La escuela es uno de los principales medios para la transmisión de valores como responsabilidad, respeto, tolerancia, honestidad, solidaridad, justicia, entre otros.

En el libro de Treviño, Educación en Valores, (1999), se presentan diversas formas para promocionar los valores desde el aula, mismas que para el presente trabajo se resumió de la siguiente manera:

- Educación Formal: Es la manera en que se organiza la actividad educativa en contenidos, programas, materias, metodologías, horarios, etc. Los valores en la educación formal están en la **eficiencia** o

inproductividad del sistema educativo, el **cumplimiento** o **incumplimiento**, **exigencias** o **laxitud**, con que se instrumentan las actividades formales en la educación.

- **Educación Informal:** Es casual y no deliberada, está entre líneas, es un estilo personal de enseñar, se da a través de la convivencia del docente o la docente y sus educandos, como asesor o asesora, de como resuelve las preguntas del grupo, y de como motiva o entusiasma con su relación espontánea y no planeada. (Aprender a Ser).
- **La Cultura de la Escuela:** Está formada por sus valores, prácticas y reglamentos, es lo que se hace y deja de hacer, así como las condiciones que influyen en el trabajo: tradiciones, rituales y creencias. Como es percibida la escuela para todos y todas (exigente, incumplidos o incumplidas, disciplinado o disciplinada, buen nivel académico, entre otros).
- **Actividades Extras:** Tareas sociales, deportivas, culturales, que desarrolla la Institución Educativa, estas forman parte de un programa intencional y deliberada . Es una educación formativa que incorpora: disciplina, orden, respeto, tolerancia, entre otras, de forma significativa.
- **Programa de Valores:** Cada centro aprende de lo que otros hacen y recrea para sí su particular versión, hacer algo más que ayude en la formación de las y los educandos, siendo creativos y que ayudará a lo más difícil: **Medir su eficacia.**

Estas diversas formas de promocionar los valores desde el aula, exigen tomar en cuenta todos los aspectos, no sólo él o la estudiante, las y los educadores, pide tomar en cuenta, la misión y visión de la Institución Educativa, lo que significa, que hay que empezar por comparar los valores Institucionales con los valores personales, convencernos, integrarlo y hacerlos coherentes, para entonces ser un ejemplo real en esa formación integral de grandes seres humanos.

Estas formas influyen en el ser humano, pero no individualmente, sino en conjunto, porque como integral debe ser la educación y los valores con ella, así se desarrollan cada una de estas formas, de manera integral y responsable, por cada una de las partes que en ella participa.

2.5.6- Perspectivas Orientadoras para la Educación en Valores: sentir, pensar y actuar, son aspectos que se desea manejar con eficacia, para ello el aprendizaje para la acción, la clarificación de valores y los pilares fundamentales para la educación en valores presentados por la UNESCO, ayudarán frente a situaciones controvertidas y aprender a solucionar constructivamente, conflictos que se dan en el diario vivir.

Las perspectivas orientadoras para la educación en valores pretenden presentarle a usted los diferentes modelos, que podrían ayudar en esa formación del ser humano del presente y el futuro, modelos estos que están estrechamente relacionados con la clarificación de valores, así como con los

pilares de la educación presentados por la UNESCO, es decir, con todo lo que pueda servir para reinventar la educación y que a su vez ayude en ese despertar de valores. Para su presentación se fusionó el siguiente material, encontrado en el libro de Garza Treviño, Juan Gerardo y Susana Magdalena Patiño González. Educación en Valores, (1999), luego de analizar detenidamente al respecto:

- **Transmisión de Valores Absolutos:** Se trata de valores indiscutibles e inmodificables, que se consideran absolutos y por tanto **vigentes en cualquier tiempo y circunstancia**, estos son valores externos a la persona y deben ser aceptados sin cuestionamiento, independientemente de la apreciación individual. **Justicia, honestidad, respeto o tolerancia**, existen y valen por si mismos, aunque las personas o la sociedad no lo reconozcan ni los practiquen. Se da un dilema entre el punto de vista del sujeto y la autoridad, dado que dichos valores no se discuten, simplemente se aceptan y deben practicarse. (Valores Éticos).
- **Socialización:** Aprendizaje y aculturación de la comunidad en que se vive, aquí la sociedad define y conforma las normas con que se ha de vivir, el sujeto debe aceptar e interiorizar los valores vigentes en la sociedad que vive. Estos son valores que se logran a través de acuerdos sociales que regirán el comportamiento personal del hombre y la mujer, con el que será aceptado – aceptada por la sociedad. Toda acción debe tener en cuenta el bien de la Comunidad y sacrificar si es necesario, beneficios personales. (Respetar las reglas).

- **Autoconocimiento:** Cada ser humano debe clarificar sus valores de forma consciente y responsable, tener su propia escala de valores que serán guía de conducta. Este modelo tiene tres (3) etapas: selección, estimación y actuación. (Punto de vista teórico metodológico). En la primera selecciona libremente sus valores, enseguida los aprecia y reconoce como importantes y finalmente actúa según los criterios de cada cual. (Interiorización).
- **Desarrollo del juicio moral:** Este punto es independiente a las ideologías o valores del entorno sociocultural. Jean Piaget lo ve desde dos (2) puntos:
 - **Moral Convencional:** Hacer lo acostumbrado o lo que se nos dice que hagamos.
 - **Código Moral Racional:** El hombre y la mujer creen fundado en razones, percibe que puede ser de otro modo y lo aplica con mayor reflexión.
- **Adquisición de Hábitos Morales:** Es formar con **compromiso**, un comportamiento habitual y duradero. Cada colectividad debe transmitir sus tradiciones y costumbres más apreciadas.
- **Construcción de la personalidad Moral:** Tarea que se debe diseñar para sí mismo. La persona es la responsable y creadora de su propia historia. (Autoevaluación)

Se fundamenta en dos (2) categorías:

- Macroética: Problemas que se discuten en la sociedad (Aborto, eutanasia, guerra, ecología, entre otros)
- Microética: se vive en primera persona y de manera inmediata (Igualdad entre las personas, experiencias personales o familiares, dilemas personales, entre otros). (p.p. 26 - 29).

Para el último punto se requiere de Inteligencia Moral y La Cultura Moral, lo que llevará al desarrollo de la Personalidad Moral. La primera exige autorregulación y toma de conciencia de las responsabilidades personales internas, la segunda (externa) requiere elementos como: valores, normas sociales, modelos personales, instituciones sociales y propuestas normativas.

2.5.7- Perfil en el Área de Valores para los Estudiantes de Primer Ingreso a la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas.

Se desea que el estudiante de Primer Ingreso, inicie con un Ideal de perfil en su profesión, más aquí se detalla una forma factual que puede ser una realidad:

- ✓ Actitud Positiva frente a la Carrera de su elección.
- ✓ Valore su posición privilegiada al formar parte de la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste (CRUPO).
- ✓ Se respete como Ser Humano Único.
- ✓ Convicción de lo que desea ser y hacer.

- ✓ Que tenga presente que su efectiva preparación académica es lo que mueve a la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste y sus Docentes.
- ✓ Sea capaz de afrontar los retos y cambios que le depara el destino elegido por él o ella.
- ✓ Que tenga presente que la fuerza de la juventud es vital, pero que debe ir unida con una buena preparación académica, para lograr los cambios que él o ella necesitan.
- ✓ La lectura y el análisis debe formar parte de su quehacer diario.
- ✓ Debe respetar la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, sus Docentes y Administrativos.
- ✓ Desear aprender, no como parte de una rutina, sino como parte de su propia formación profesional y personal.
- ✓ Mantener respeto, amor, solidaridad con él o ella, y su contexto.
- ✓ Estar claro que el trabajo en equipo es símbolo de madurez, fortaleza y eficacia.

Estas son algunas de las características que se desea encontrar en un integrante de la Universidad de Panamá, porque de ella, salen y seguirán saliendo los mejores profesionales de la Nación Panameña y, para que ello pueda seguir y hacerse presente ante toda la población, él o la estudiante debe poner todo su empeño y colaboración.

2.6- Formación de Valores en la Educación Superior Por la gran necesidad del desarrollo social en éste mundo globalizado, la formación de valores en la educación superior, tiene mucha actualidad, tanto es así que la UNESCO en su Conferencia Mundial para la Educación Superior en el Siglo XXI Visión y Acción, en una parte de su prologo dice “Se demanda una Educación Superior sin precedentes, acompañada de una gran diversificación de la misma, y una mayor toma de conciencia de la importancia fundamental que este tipo de educación reviste para el desarrollo sociocultural y económico y para la construcción del futuro, donde las nuevas generaciones deberán estar preparadas con nuevas competencias y nuevos conocimientos e ideales” (p 17)

Pensando y tomando en cuenta esta parte del preámbulo de la conferencia del 9 de octubre de 1998 es que se decide referente al tema de la Promoción de los Valores en la Educación Superior, pues como ya se dijo, es éste tipo de Educación Superior la que da un fuerte impulso en la formación de profesionistas realmente integrales

2.6.1- Necesidades Básicas de Aprendizaje para Vivir se describe que la educación en valores es una manera para aprender a vivir de forma equilibrada (Ética – Vivir Bien), sin perder las perspectivas y mucho menos la personalidad, pero si aprendiendo a ser más humanos, puede que se piense que es una tontería, pero los giros que dan los tiempos llevan cada vez más a clarificar la posición de si es necesario o no los valores como parte del aprendizaje

Treviño, y otros, en su libro *Educación en Valores*, (1999); describen algunas orientaciones que se consideran necesarias para la verdadera formación de seres humanos integrales:

- La Educación es un proceso de **crecimiento integral**.
- La Educación **no significa** desarrollo de habilidades y destrezas, sino **Aprender a vivir**.
- La educación no es controlar sino **responsabilizar**.
- La educación no es individualista, sino que forma **seres humanos que viven en sociedad**. La educación requiere **relacionar** escuela y vida.
- La educación no está **centrada** en el maestro sino en el **alumno**.
- La educación no significa **encerrarse** en su **especialidad**.
- La educación es un proceso **electivo personal**. (p. 35).

Ante las orientaciones descritas, se nota claramente lo importante de reestructurar la educación, no sólo en sus programas, sino en la necesidad de personal de cada educador o educadora de hacer algunos cambios que no serían muy grandes, pero de gran envergadura para el desarrollo social de los seres humanos del hoy y el mañana. Es adquirir realmente la responsabilidad para con ellos y los demás de hacer cambios, y aunque nunca los cambios han sido fáciles, poco a poco podrán adquirir la relevancia que merecen en la vida de cada uno.

Se menciona el cambio, y este es un trabajo de equipo, que en éste caso se toma para la empresa personal y el mismo tiene tres palabras claves que son: manejo, efectividad y cambio. Podría explicarse así:

- Manejo: es la utilización adecuada de medios con el fin de alcanzar propósitos. (Los valores)
- Cambio: Sería el Propósito (Promocionarlos)
- Efectividad: Sería como evaluar dichos cambios para que sean efectivos. (Charlas y encuestas)

Se hace un pequeño alto en esto del cambio pues está inmerso en el tema de los valores; ya que, se dice, se sabe y se comprende que dichos valores siempre han existido y que no es nada nuevo, pero lo que se desea aclarar es que los tiempos cambian y que dichos valores ya existentes se deben promover, con formas más actualizadas y acordes con las generaciones presentes, por eso aquello del cambio, y que si no se maneja adecuadamente los resultados podrían ser nefastos; ya que, si se es renuente al cambio y se tiende a continuar en las zonas cómodas e inmóviles en aquello que se conoce.

Para empezar a romper la inmovilidad es recomendable exponer las consecuencias y comprender por qué el cambio permite justificar, asumir riesgos e incertidumbres, trayendo riesgos pero, abriendo nuevas oportunidades de éxito, justo lo que se desea lograr con nuestra promoción, abrir puertas, ventanas, cortinas, todo lo que permita una nueva percepción del mundo de

cada cual, buscando metas de producción, nuevas estrategias, que desean que se satisfagan los criterios personales y ayuden a tomar conciencia de nuestra importante participación, no sólo en nuestra empresa personal, también en las otras empresas que se ayudan a orientar, conectando a la persona a su trabajo, pues ayuda a proveer una actitud de importancia al cambio

La filosofía básica es que el verdadero proceso de cambio **no debe imponerse**, sino **simplemente proponerse** Educar es desarrollar en los seres humanos la preocupación de **promover su propio crecimiento** y sobre todo la conciencia de asumir el reto de su propia vida

2.6.2- Comunicación y Educación de los Valores en los Estudiantes

Universitarios El problema de la formación o la educación de valores o en los valores, preocupa y ocupa a todas las universidades en el mundo ya que, el nuevo milenio exige de una mayor eficiencia, eficacia, y pertinencia de los procesos formativos en la enseñanza superior, tanto en un nivel técnico como también de cualidades morales

La vía más rigurosa y científica de profundizar en el mundo de la educación de los valores dentro del proceso docente-educativo, es partir de posiciones epistemológicas (establecer una verdad) que reafirman su carácter multifacético, complejo y contradictorio **Multifacético** porque posee muchas aristas, las que deben tomarse en cuenta para su interpretación, investigación y en la práctica

profesional pedagógica. Complejo porque no lo podemos reducir a los elementos que lo integran o intervienen en su formación, a riesgo de perder su propia esencia. Y contradictorio porque con mucha frecuencia se obtienen resultados empíricos y teóricos que se niegan entre sí, lo que dificulta la obtención de regularidades fácilmente aplicables a la práctica.

Los jóvenes que se educan en éste nivel, han seleccionado una carrera y su futura labor profesional, que constituye el centro alrededor del cual se deben diseñar los planes instructivos y educativos, por lo que se deben conocer algunas características generales y constatar si cada alumno y alumna nuestro es portador de ella o no. También habría que tener claro que el joven o la joven que ingresa a éste recinto universitario trae niveles educativos que le han dado parte del desarrollo de su personalidad y junto a ello determinados valores.

Como parte del diagnóstico inicial a cada estudiante debe conocerse el motivo o los motivos que lo impulsaron a seleccionar esa carrera y no otra.

No se puede educar una personalidad que se desconoce, por lo que resulta imprescindible realizar un diagnóstico inicial y recurrente para ir constatando los resultados, pero por lo complejo de los valores esto no puede ser como por arte de magia, se debe ir paso a paso de manera tal que se logre involucrar a los y las estudiantes en este proceso de autoconciencia y esto se logra a raíz de ganar la confianza de los mismos. La observación y la entrevista son herramientas para que el docente y la docente utilicen en su labor diagnóstica,

así como de otras técnicas que se puedan aplicar y que pueden ser generadas por la creatividad de cada cual.

2.6.3- Eficiencia, Eficacia y Pertinencia: La calidad en la educación superior tiene el enlace perfecto cuando se mencionan estos tres (3) puntos pero se desea que internalice esta Calidad, que está inmersa en cada uno de nosotros por lo que se toma como un valor; pues del convencimiento que tenga el profesionalista, se logrará dar un verdadero significado personal a esta palabra, que a su vez debe ir acompañada de **motivación y conocimiento**, para luego en el matrimonio realizado con la exaltación de los valores en la educación superior se pueda hablar de **transformaciones**.

Ahora bien, para que se pueda desarrollar aquello de los Valores en la Educación Superior hay que tener claro, que en ellas está inmerso la **funcionalidad, eficiencia y eficacia**, tres palabras que van de la mano, que no se deben separar y a la vez deben también, formar parte de sus vidas.

En cierta forma, se está dando con este trabajo promocional e investigativo, una especie de evaluación diagnóstica a lo que cada uno, en lo personal siente por esta casa del saber en la que se está inmerso, evaluación esta que sirve de justificación para desarrollar el presente estudio, con un tipo de investigación exploratoria, para efecto de ayudar a concienciar a todos y cada uno de los que **desean internalizar el valor real de la Sede**; pues, se ayudará de forma sutil, a los que todavía no han llegado a ese punto a que lo hagan, pero no obligados

sino porque subjetivamente lo vayan interiorizando y lo estén convirtiendo en norma, lo que dice que empezaría a darle un mejor valor a la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste.

Hay tres formas de hacer las cosas mal, una porque no se desea hacer, la otra porque no se sabe hacer y la última porque no lo puede hacer. Realmente se desea confiar en que no se desea caer en esta forma de hacer las cosas, más bien que se cambien, así: Hay muchas formas de hacer las cosas mejor, mejor y mejor; primero porque se tiene el deseo de hacer, segundo porque si no se sabe se investiga y tercero porque si se hizo lo anterior es porque se puede y quiere hacer, entonces se realiza.

Los Valores en la Educación Superior se refieren a aceptar que se debe y tiene que ser excelente, ¿por qué se dice esto?; bueno porque la excelencia no permite límites, hace pensar en aquella frase que dice "el cielo es el límite", porque se dejará de pensar en sólo cumplir con los objetivos prefijados sino que siempre se estará mejorando, para acercarse cada vez más a la excelencia, y como esta nunca se alcanza porque es un horizonte lejano, entonces serán mejores día a día, se estará actualizado, en beneficio propio, de los demás, de la Institución, del país es decir, se podrá ser realmente competitivos.

Los valores en la educación superior le exige a usted elaborar mejores estrategias de trabajo, encaminarse a la investigación; porque, claro está que como educador y educadora se espera ser modelo para los futuros profesionistas que ven en ellos el máximo pilar del conocimiento y del aprender a

aprender, razón porque la preparación diaria es necesaria, para el logro de esa satisfacción personal, esa realización plena como ser humano.

Para llegar a realizar todo lo antes expuesto, se piensa y se está convencido que se **debe saber lo que se quiere**, pero hay que ser perseverantes en ese esfuerzo diario, la clave aquí es la constancia, que se refiere a la **actitud** frente a las cosas, la forma de **enfrentar las realidades**, mezclar la serenidad y certeza; creando hábitos; es decir, una continua repetición de buenos actos hacia lo mejor, insistencia, valor, empeño, es un proceso educativo donde la conducta se arraiga con fuerza, se debe tener espíritu joven y lleno de energías, para que ayude a hacer ejercicios de vencimiento a las derrotas y empezar de nuevo, retomar las ilusiones e iniciar con fuerza, dando como resultado la presentación final y verdadera de su **personalidad**.

Se quiere el triunfo de usted sobre usted, esto realmente aprendido con el tiempo, aprendido en todas partes, levantarse y ponerse de pie frente a la vida, ese aprendizaje que inconscientemente se ha realizado, mismo que permite tener fortaleza, elevarse con grandes perspectivas y hacerle capaz de curar sus heridas, lo que le enseña a ser audaz; intrépido (a), vencer el miedo y las dificultades, convirtiéndose en una decisión inteligente y afectiva; pues, sin fortalezas y sin audacias se vuelve viejo antes de tiempo.

La madurez entonces, consiste en no dejarse llevar por los falsos reclamos, sino por la ruta que se ha trazado y ¿por qué no?, en una ruta hacia la excelencia en todos los sentidos de la vida.

Esta exposición se hace para motivar en la realización de los cambios necesarios para enfrentar, la necesidad de superación por la gran demanda existente de profesionales, cada día más y mejor preparados, ante la creciente ola tecnológica de nuestra época y la confrontación diaria impuesta por la competitividad arrolladora, con miras a ocupar las escasas posiciones estimulantes y que permitan expandir los horizontes.

La educación así como los valores en la educación superior **no es más** algo opcional, resulta ser una necesidad vital, algo básico para sobrevivir, en una sociedad cada día más exigente y ávida de conocimientos, en fin, un planeta en el que **saber es ser**.

En la conferencia mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: Visión y Acción, dice en su artículo seis (6) que expresamente tiene que ver con la Orientación a largo Plazo fundada en la pertinencia: (Aquí solo se esboza los inicios de cada uno de los puntos):

- "La pertinencia de la educación superior debe evaluarse en función de la **adecuación** entre lo que la sociedad espera de las Instituciones y lo que estas hacen.
- La educación superior debe **reforzar** sus funciones de servicio a la sociedad.
- La educación superior debe **augmentar** su contribución al desarrollo del conjunto del sistema educativo.

- La educación superior debe apuntar a crear una **nueva sociedad, no violenta**, integrada por personas movidas por el amor hacia la humanidad y guiadas por la sabiduría.

Referirse a la **Promoción de los Valores en la Educación Superior** es una forma de motivar hacia la excelencia, de desarrollar el alto sentido de la responsabilidad, teniendo eficacia, eficiencia y pertinencia, de asumir el compromiso ineludible de ejercer su carrera con sentido de ética, mismo que sólo puede derivarse de una auténtica vocación por lo que se hace y el ideal de cumplir.

Es indudable, por lo antes expuesto, que la motivación y la preparación se inicia en las aulas de clases, donde se es responsable de **estimular** los deseos de superación y brindar un ambiente propicio para el desarrollo del mismo a través de un intercambio de conceptos y de comunicación en la que se debe mantener criterio amplio y mente abierta, dando lo mejor de nosotros sin frenar los conceptos nuevos propios de la necesidad de los tiempos.

La **promoción de los valores en la educación superior** desea trabajar con empatía y sensibilidad humana para encontrar alternativas de soluciones justas y de carácter participativo. La educación en valores es un tema de reflexión que podría ayudar a vivir en el respeto, de forma intencionada fomentaría la escala de valores sociales y actitudes coherentes, basándose en una formación autónoma de la personalidad, para lograr una ciudadanía más consciente y activa socialmente, más adaptable y competitiva en su entorno social cambiante, pero a la vez más solidaria y justa.

La promoción de los valores en la educación superior no es moda ni mucho menos algo que se acaba de inventar, estos siempre han existido, es sólo querer fortalecer los mismos en miras de una mejor humanidad, de desear profesionales llenos de conocimiento, pero también de valores coherentes con su desarrollo personal y su contexto.

2.6.4- Formación Integral en la Educación Superior: requiere de muchos esfuerzos de todos los que realmente participarán en ese proceso de cambio, porque se está tratando de cumplir con esa formación, con ese ideal de ser integral, que no sólo se pide a nivel universal, sino que en ese universo participa nuestro Panamá, razón más que válida, para presentar un trabajo como éste.

Esta formación integral requiere de enfoques amplios, claros y eficaces, donde haya una preocupación por los valores más allá del aula, con la creación de una cultura moral positiva de la Institución, en donde esta y la comunidad son socios; es decir, que haya un conocimiento moral, sentimiento moral y una acción moral, basados en el respeto y la responsabilidad.

Es tener formado a un ser integral con la capacidad de tener pensamiento crítico y creativo, pero para ello se debe formar con un modelo de enseñanza basado en los estudiantes, donde se les respete y que estos puedan hacer lo mismo.

El conocimiento moral se refiere a la toma de decisiones, de tus propios valores morales, conciencia moral, tomar diferentes perspectivas, razonamiento moral, del autoconocimiento, en tanto que el sentimiento moral se refiere a la

conciencia, autoestima, empatía, amor al bien, autocontrol y la humildad, por último la **acción moral** se expresa en tres cortas y sencillas frases: **Competencia, voluntad y hábito**. Todas relacionadas las unas con la otra y en aras de un ser integral, ofreciendo una formación integral.

¿Qué es Formación Integral? No es más que la suma de todos los puntos anteriormente tratados con el fin de concienciar y despertar de esa inamovilidad que se tiene, del letargo en el que se puede estar, es entrar en el nuevo siglo con actitud diferente, pero que no se piense que es sólo el docente o la docente el que debe y tiene que cambiar sus hábitos, es una función de todos, que como seres activos se nos presenta la oportunidad de hacer algo diferente, pero que conoce.

Formación integral es considerar los factores de **valor humano, importancia humana y respeto del ser humano** como básico para poder **vivir bien**, tener el interés racional de **averiguar** como se puede **vivir mejor**, es aceptar lo mucho que se ignora para poder **aprender significativamente**, manejando nuestros miedos, costumbres y acciones adecuadamente, es aprender a **confiar en nuestra inteligencia, en nuestro instinto**.

Los seres humanos necesitan más que bienes materiales **aprender a vivir bien** para darnos una **buena vida** con aprecio sincero, compañía, inteligencia y amor, donde la autoestima cumple su papel principal aceptando la Unicidad (Somos únicos), el ser amados (pensamiento), y la pertenencia (saber cual es mi lugar).

CAPITULO 3.0

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se especificará lo que serán las fuentes de información, sistema de hipótesis, variables y todo lo referente al desarrollo del mismo.

3.1- Tipo y Diseño de Investigación: La investigación presentada es de tipo descriptivo; ya que, se intenta describir las características de un fenómeno en detalle, se desarrollará en el primer semestre de 2003, con los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, del turno vespertino.

3.2- Fuentes de Información: Se utilizan fuentes primarias tales como los estudiantes, docentes, Coordinadores de Facultad y Escuela de Relaciones Públicas; y secundarias, como hechos o documentos a los que se acude, y que permiten tener información, tales como libros, revistas, videos, periódicos, internet, encuestas, cuestionarios, sondeos, entre otros.

3.2.1- Fuentes Materiales: Diversos libros de valores, ética, filosofía y lógica; así como informaciones diversas de internet, también la información recolectada a través de las encuestas y entrevistas.

3.2.2- Sujetos: Serán objeto de estudio los estudiantes de primer ingreso, profesores que dictan las clases a dichos estudiantes, el Coordinador de la Facultad de Comunicación Social y el Director de la Escuela de Relaciones Públicas, de la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social.

3.2.2.1- Población: se tomará la población de la Universidad de Panamá, centro Regional Universitario Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, de primer año, del turno vespertino, que cuenta con 42 estudiantes, con una población total de cinco (5) profesores, el coordinador de la Facultad y el coordinador de la Escuela.

3.2.2.2- Muestra: Se tomarán los cuarenta y dos (42) estudiantes de primer ingreso, del Centro Regional Universitario Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, seleccionados en su totalidad por ser un solo grupo, constituyendo el total de la población de primer año, los cinco profesores que imparten clases a dicho salón que conforman el 100% de la población docente, el coordinador de la Facultad y el Coordinador de la Escuela, quienes representan el cien (100) por ciento.

3.2.2.2.1- Tipo de Muestra: Es intencional; ya que se seleccionó toda la población.

3.3- Hipótesis:

La Estrategia Promocional de los Valores en La Educación Superior para la formación integral de los estudiantes de primer año de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, contribuirá a fortalecer su compromiso personal y profesional.

3.3.1- **Variables:** Para Hernández Sampieri y Otros, (1999) “es la propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse, que se aplica a un grupo de personas u objetos, los cuales pueden adquirir diversos valores respecto a la variable”. (p.75)

3.3.1.1- **Variable Independiente:** Estrategia Promocional de los Valores en la Educación Superior

3.3.1.2- **Variable Dependiente:** para la formación Integral de los estudiantes como compromiso personal y profesional.

3.3.2- **Definición de Variables:** Aquí se definen los términos o variables Conceptuales, Operacional e Instrumental.

3.3.2.1- Variable Conceptual Según Hernández Sampieri , (Kerlinger 1979) :

“se define el término o variable con otros términos, es decir, que son definiciones de diccionarios o libros especializados”. (p.99)

La variable independiente del presente trabajo es: Estrategia Promocional y Valores en la Educación Superior. De ella se presentan los conceptos que a continuación se definen.

- **Estrategia:** Según la UNESCO (1994), “es aquella que define el problema, lo identifica, analiza el público, investiga los aspectos de comunicación, formula los objetivos, elabora los mensajes, selecciona los medios e implementa y evalúa”. (p. 33)
- **Promoción:** La UNESCO (Hancock 1994), lo presenta como la “capacidad que tiene el sujeto individual o colectivo para ejercer control real sobre su ambiente total. Intencionalidad – Transformación”. (p. 62).
- **Valores:** Según Vocabulaire Technique et Critique de la Philosophie, lo conceptualiza de tres formas:
- **Valores – Subjetivamente:** es el carácter de las cosas que consiste en lo que son estimadas o deseadas por un sujeto, o más en general, por un grupo de sujetos determinados.
- **Valores – Objetivamente:** es el carácter de las cosas que consiste en lo que merecen ser estimadas. El valor de las cosas no es un hecho.
- **Valores – Objetiva, pero a título hipotético:** es el carácter de las cosas que consiste en cuanto satisfacen para determinado fin. (p.p.54-55).
- **Educación Superior:** El Estatuto de la Universidad de Panamá – Ley 11 (2000), dice que “es aquella que tiene a su cargo la Universidad,

impartiendo enseñanzas en las más altas disciplinas del pensamiento, organizando el estudio de determinadas profesiones, al beneficio de la creación científica, tecnológica y humanística y de la formación de hombres cultos, promoviendo la investigación pura y aplicada, que servirá de centro de difusión de la cultura. Ajusta sus planes, programas y actividades a los fines y necesidades de la Nación Panameña, en búsqueda de un desarrollo adecuado en lo cultural, económico y social. (p. 65).

La variable dependiente dice así: Formación Integral de los estudiantes como compromiso personal y profesional, donde se conceptualizan dos palabras importantes.

- Formación: En el diccionario básico ilustrado (1985) se dan tres cortas definiciones; "Acción de formar. Manera de hacer las cosas apropiadamente. Educación". (p. 133)
- Compromiso: En el Diccionario Básico Ilustrado (1985) se define así, "Convenio donde hay un árbitro que resuelve una diferencia". (p.69)

3.3.2.2- Variable Operacional según Hernández, Sampieri y otros. (1999) (F. N. Kerlinger – 1979) Se describe el conjunto de procedimientos; es decir, especificar las actividades u operaciones que se realizan para medir la variable. (p. 99)

En efecto, para este trabajo de grado tan especial, se realiza una profunda investigación del tema, para poder desarrollarlo acertadamente; ya que el mismo es del aparente conocimiento de las mayorías, el punto está, en ver desde que perspectiva se logra transmitir, puesto que se vive en un mundo cambiante, razón además del interés en dicho título investigativo, que permite medir las variables del trabajo, así como explicar analíticamente los cuadros y las gráficas.

Con esta variable operativa se beneficia toda la comunidad educativa de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste; ya que esta interacción inspirada en valores, permite que egresen profesionistas integrales, con un compromiso personal y profesional. Todo esto apoyado por los docentes.

La estrategia promocional de los valores en la educación superior, resulta ser la variable principal, que sirve de orientación a los discentes de primer ingreso, quienes en algún momento podrían tener una percepción confusa de la Universidad y su participación en ella. Esta promoción ayuda a que se puedan hacer cambios al respecto desde su inicio y en la profesión elegida, donde docentes, discentes y administración serán favorecidos porque así, se ayudará en el logro de cambios de conducta y la formación integral que tanto se desea.

La formación integral de los educandos como compromiso personal y profesional es el resultado factual que se puede lograr con el presente estudio, que sirve como punto de apoyo a diversas personas; ya que el tema es de trascendencia y este trabajo de investigación es realizado con el interés de promover actitudes varias, más que todo positivas y para beneficio del bien común.

3.3.2.3- Variable Instrumental: Se aplicaron dos encuestas, una para los estudiantes de primer año de Relaciones Públicas y otra para los docentes de los mismos, así como la entrevista realizada al coordinador de la Facultad de Comunicación Social y al coordinador de la Escuela de Relaciones Públicas.

Las variables de la presente investigación, requiere de una estrategia promocional de los valores en la educación superior, para la formación integral de los educandos como compromiso personal y profesional, por lo que se pensó en la aplicación de dos encuestas, como se describe en el párrafo anterior.

En la encuesta realizada a los alumnos y alumnas, se descubrieron puntos que ya se tocaban en el trabajo y se venían observando, referente a la vinculación de los valores dentro de las asignaturas, de forma tal que sirva para la preparación de un profesionistas integral, sirviendo la misma de instrumento efectivo para dichos estudiantes, a la vez de buen mecanismo recolector de información real.

En la encuesta aplicada a sus docentes estos afirman su conocimiento de los valores y apoyo a una estrategia como la presentada y muy importante, coinciden con sus estudiantes en la importancia de los valores en la educación superior.

En las entrevistas realizadas a los coordinadores se confirma su apoyo a una estrategia comunicacional en valores en la educación superior, así como su profundo interés por los estudiantes.

3.4- Descripción de los Instrumentos: Se describirán cada uno de los instrumentos utilizados para la ayuda y realización del presente trabajo de grado.

Primero que todo se diseñaron dos encuestas en la primera, que era lpara los estudiantes contaba con tres partes, primero dos preguntas de aspectos generales, segundo nueve preguntas cerradas y finalmente una pregunta abierta.

La segunda encuesta contaba con sólo diez preguntas a los docentes, nueve eran preguntas cerradas y una pregunta abierta.

Las entrevistas realizadas al Coordinador de la Facultad y al Coordinador de la escuela, fueron las mismas y contaron con cinco preguntas abiertas relacionadas con el presente tema, sus estudiantes y escuela.

3.5- Tratamiento de la Información: En este aspecto se enuncia el procedimiento a seguir en la realización y presentación de datos.

- Se tabularán las encuestas
- Se procederá a estructurar cuadros y gráficas con los resultados obtenidos.
- Se realizará el análisis e interpretación de resultados.
- En la entrevista se realizará un análisis global de las opiniones emitidas por cada uno de los Coordinadores, en la entrevista realizada.

4.0- CAPÍTULO

ANÁLISIS DE CUADROS Y GRÁFICAS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS Y LAS ESTUDIANTES.

En esta sección tan importante del presente trabajo de grado, se explican los cuadros con sus respectivas gráficas, estos se obtienen gracias a la información recolectada a través de las encuestas aplicadas a los y las estudiantes de primer año de Relaciones Públicas y los profesores que les imparten clases, así como un cuestionario que se le realizó al Coordinador de la Facultad de Comunicación Social y uno al Coordinador de la Escuela de Relaciones Públicas.

CUADRO I

DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SEGÚN EDAD.

EDADES	FA	FR
17	6	14%
18	16	38%
19	6	14%
20	6	15%
21	4	10%
22	1	2%
23	1	2%
24	1	2%
No Edad	1	2%

Fuente: Encuesta aplicada a los Estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas – 2003.

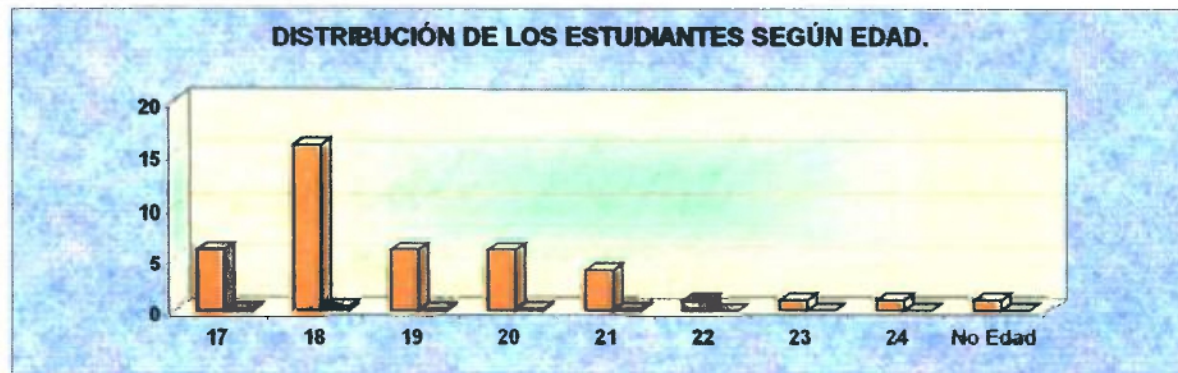
El cuadro y la gráfica #1, refleja las edades de los y las estudiantes que participaron en la presente encuesta, en donde se obtuvo que un 14% tiene 17 años, un 38% cuenta con 18 años, un 14% está en los 19 años, un 15% tiene

20, un 10% cuenta con 21 años, un 2% está en los 22, un 2% en los 23. otro 2% en los 24 y el último 2% fue aquél que no puso la edad.

Se observa que la gran mayoría de los y las estudiantes se encuentran entre los 18 años, el resto oscila entre 17, 19, 20, 21, 22, 23 y 24 años, siendo esto fabuloso, porque permite opiniones desde todas las edades enunciadas y, que están dispuestos a escuchar y aceptar sugerencias.

Aquí claramente se logra saber que hay un grupo bastante variado y equilibrado en cuanto a edad, permitiendo así, que las opiniones de los mismos sean de sumo interés y relevancia; ya que se podrá comparar, según las diferentes edades sus diversas opiniones en un tema tan relevante como el de la presente propuesta, Promoción de los Valores en la Educación Superior.

GRÁFICA # 1



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas –

2003.

**CUADRO II
DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SEGÚN SEXO**

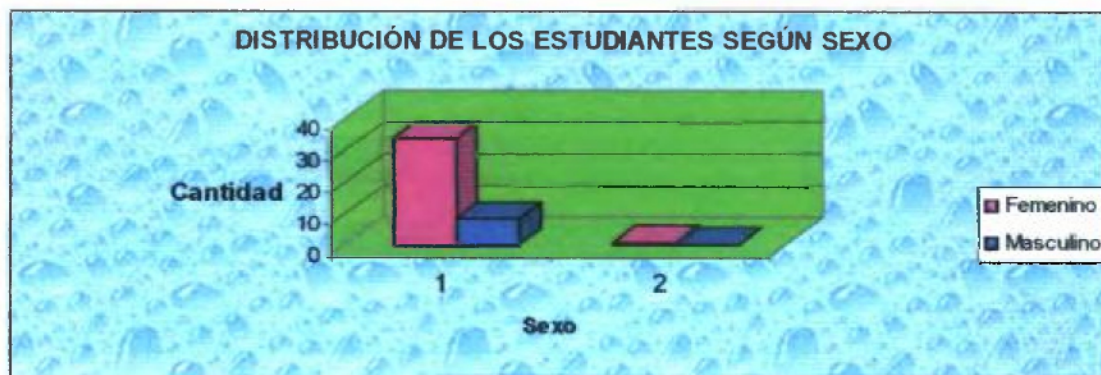
SEXO	FA	FR
Femenino	34	81%
Masculino	8	19%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas.

En el cuadro y la gráfica # 2, representa la el sexo de los estudiantes del primer año de la Escuela de Relaciones Públicas, donde se obtuvo que el 81% es del sexo femenino y el 19% del masculino.

Se observa claramente que hay un porcentaje alto en el género femenino, lo que refleja que las damas parecen tener más interés en su preparación académica, lo que le da un valor agregado a la profesión, pues en éste momento donde se opinan en igualdad en los sexos, y el del masculino está en menos representación.

GRÁFICA # 2



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO III
IDENTIFICACIÓN CON LA PROFESIÓN**

Criterios	FA	FR
Total	42	100
Si	41	98
No	1	2

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

En el cuadro y gráfica # 3 se presenta la identificación o no de los estudiantes con la profesión, observándose que el 98% de los mismos se sienten bien con su elección, en tanto que un 2% no, lo que permite establecer que se trabaja con jóvenes que en un alto porcentaje están seguros de lo que estudian, a su vez facilita en gran medida la Promoción de los Valores en la Educación Superior; porque tal grado de seguridad o entusiasmo por la carrera debe y puede ser motivado a través de dicha promoción, iniciando así una relación más estrecha y segura con lo deseado por éste futuro o futura profesionista.

A continuación se presenta la gráfica representativa de los porcentajes adquiridos a través de las respuestas de los y las discentes.

GRÁFICA # 3



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003

**CUADRO IV
DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTUDIANTES, SEGÚN IDENTIFICACIÓN CON SUS
DESEOS.**

CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
Aprender	9	22%
Trabajar	4	9%
Superarse	27	64%
Otros	2	5%

Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año Relaciones Públicas – 2003.

En el cuadro y la gráfica # 4 de los estudiantes, referente a los deseos de los mismos con respecto a sus estudios el 22% de los estudiantes contestaron que tienen deseos de aprender, el 9% tiene ganas de trabajar luego de adquirir su diploma; el 64% tiene un profundo deseo de superación, y un 5% contestó en la sección de otros, aclarando que sus deseos están enfocados en aprender, trabajar y superarse, siendo indispensable dentro de sus materias hacer énfasis en valores, para el mejor desarrollo de su profesión.

Esta pregunta referente al deseo de los estudiantes en su formación universitaria, está enfocada un tanto para saber si hacen una diferencia entre la educación secundaria y la formación universitaria. Haciendo énfasis que la Universidad es la que en el futuro los prepara y presenta como profesionista, con un diploma que dirá Universidad de Panamá, el cual que debe ser reforzado con el verdadero aprendizaje que éste profesionista haya adquirido en su vida universitaria, y que realmente lo hayan preparado como un ser integral, dispuesto a desarrollarse en este mundo competitivo.

GRÁFICA # 4



Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO V
CAMBIOS QUE SE REQUIEREN DESARROLLAR PARA VIVIR MEJOR,
SEGÚN ESTUDIANTES.**

CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
Conocimientos y Destrezas	22	53%
Habilidades y Sentimientos	6	14%
Imaginación y Creatividad	14	33%

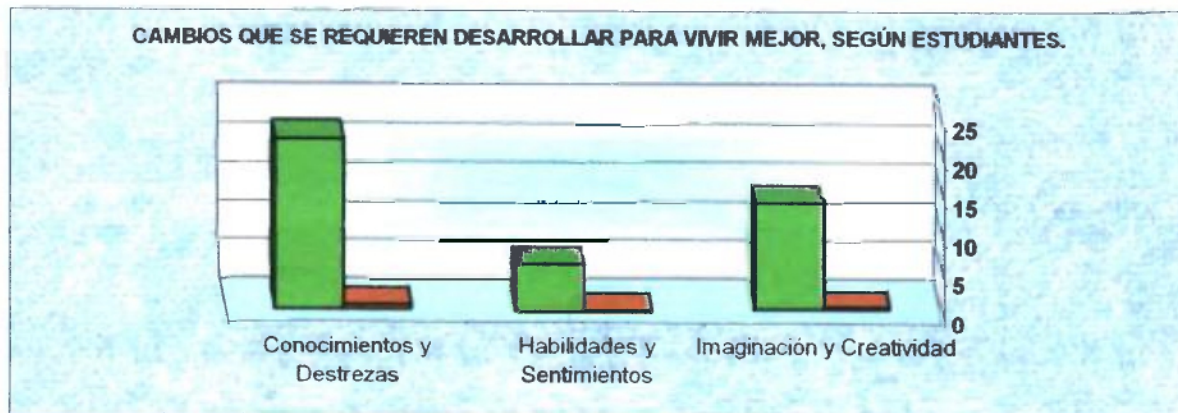
Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 5 se refiere a la importancia del desarrollo del cambio en los estudiantes, aquí se refleja que en los conocimientos y destrezas contestaron un 53% de los estudiantes, en la siguiente respondió un 14% en las habilidades y destrezas, en la que tiene que ver con la imaginación y creatividad se obtuvo un 33%, y en la última que era la de otros no se obtuvo ninguna

información, por lo que ésta no se encuentra representada ni en el cuadro ni en la gráfica.

Es importante resaltar que ninguno de los discentes está del todo claro de lo que debe desarrollar ahora en su versión de estudios universitarios, puesto que cada cual escogió alguna de las opciones, pero no analizó que si lo que se desea es un individuo integral, entonces habría que desarrollarlas todas. Esta es una clara evidencia de la necesidad de desarrollar valores junto con los conocimientos en la educación Superior, pues no es un asunto de sólo una nota y un título, es de transformación para el beneficio de todos.

GRÁFICA # 5



Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año relaciones Públicas – 2003.

CUADRO VI
VALORACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, CENTRO REGIONAL
UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE, SEGÚN ESTUDIANTES – 2003.

CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
Mucho	21	50%
Algunos Aspectos	19	45.00%
Poco	2	5.00%

Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año Relaciones Públicas – 2003.

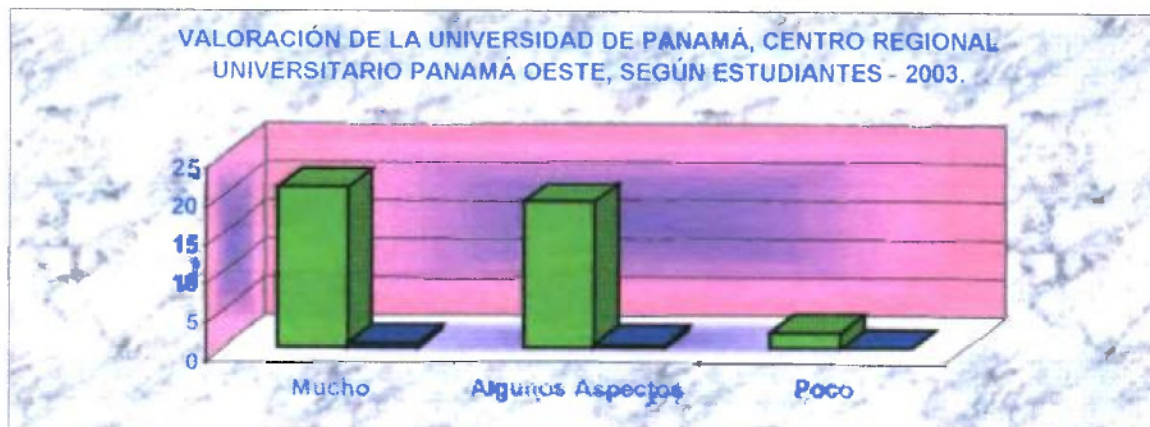
El cuadro y la gráfica # 6 representan la importancia que tiene la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, para los estudiantes de nuevo Ingreso, así se refleja que el 50% estudiantes contestaron que mucho, el 45% que en algunos aspectos la consideran importante, y un 5% que le interesa poco.

Se refleja claramente que la mitad de dichos estudiantes tienen mucho interés por la Universidad; ya que opinan que a través de ella desean transformarse en los nuevos profesionistas que necesita el país, los que contestaron en algunos aspectos son aquellos que por el momento, la Universidad sólo representa un título que es necesario obtener, y esa pequeña población que respondió poco son aquellos que todavía no han concretado donde están y que es lo que realmente significa ser universitario.

Todo comentario anterior es sustentado por las encuestas realizadas e información verbal facilitada por los propios discentes, apoyando aún más, la necesidad de promover valores en la educación superior; ya que se requiere de

estudiantes con el valor de alcanzar sus sueños, metas y objetivos a éste nivel Universitario.

GRÁFICA # 6



Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año Relaciones Públicas – 2003.

CUADRO VII

PERSONAS QUE AYUDAN A ELEVAR LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE, SEGÚN ESTUDIANTES – 2003.

CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
Participación de los estudiantes	16	38%
Participación de los profesores	5	12%
Participación de la administración	18	43%
Otros	3	7%

Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año Relaciones Públicas – 2003.

En el cuadro y la gráfica # 7 se reflejan aspectos que deben ayudar a elevar la imagen del Centro Regional Universitario Panamá Oeste, obteniéndose que un 38% opina que es de suma relevancia la participación de los estudiantes, un 12% dice que es necesaria la participación de los docentes, un 43% opina que

la participación de la administración, y un 7% opina que otros, especificando en este punto que sería bueno que participaran todos.

Es bueno destacar que en definitiva corresponde a todos mejorar, depurar la imagen de la sede universitaria que los acoge en su seno, más es obvio en esta encuesta, que todos opinan que es responsabilidad de alguien, y que esos alguien opinan que es responsabilidad de todos, en definitiva concientemente se sabe, es más, se está convencido de lo que hay que hacer, pero todavía esos tantos seres humanos no se ponen de acuerdo de quien debe hacerlo.

Todo lo expuesto anteriormente expresa claramente, el porqué amerita hacer énfasis en valores en la educación superior, porque es la oportunidad de empezar a ampliar horizontes, a convencer que esta es su segunda e importante casa de educación, que llevará el peso de su formación profesional, para el beneficio personal, familiar, de la comunidad y del país, por lo que ser miembro de esta gran familia universitaria no debe ser tomado a la ligera sino como todo un privilegio, por lo que se cree que los que opinaron **otros** y especificaron que todos debían participar, en efecto serían los que están más ubicados en la realidad, porque la Universidad le pertenece a todos y por consiguiente es responsabilidad de todos.

GRÁFICA # 7



Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer Año Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO VIII
CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO, SEGÚN ESTUDIANTES.**

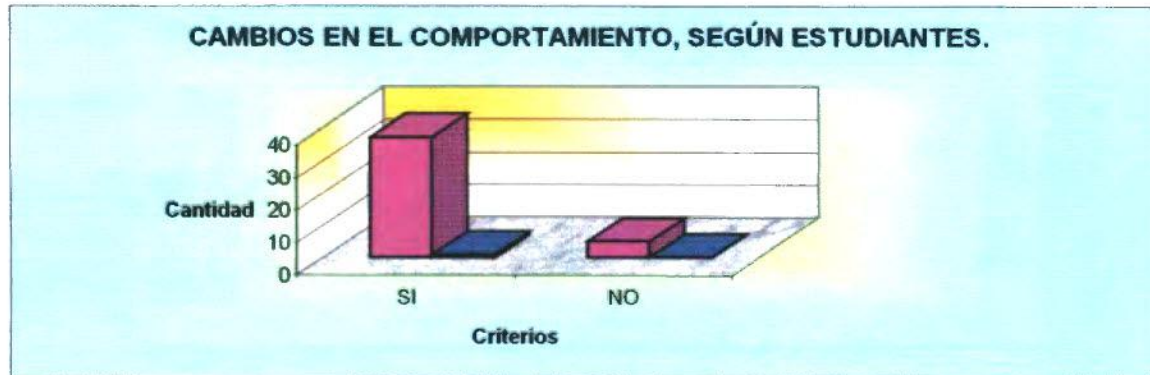
CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
SI	37	89%
NO	5	11%

Fuente: Encuesta aplicada a los Estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

En el cuadro y gráfica # 8 se evidencian los resultados relativos a los cambios que considera podría hacer el estudiante y futuro profesionalista en cuanto a su comportamiento en los predios universitarios y fuera de ellos, dando como resultado que un 89% está dispuesto a hacerlo y un 11% no lo está.

Los que están dispuestos a hacer cambios en su comportamiento son la gran mayoría, que desea de alguna forma, ser motivados para ello, y los que contestaron que no, reflejan su inmadurez frente al hecho de ser estudiante universitario, y a la vez el de ser jóvenes adultos, lo que una buena orientación en Valores en la Educación Superior podría facilitar, y llevarlos a analizar lo importante que son, para la Universidad, así como para ellos y ellas mismas.

GRÁFICA # 8



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO IX
IMPORTANCIA DE LOS VALORES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR PARA
EL DESARROLLO HUMANO Y PROFESIONAL, SEGÚN ESTUDIANTES –
2003.**

CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
Mucho	36	86%
Algunas Veces	6	14%

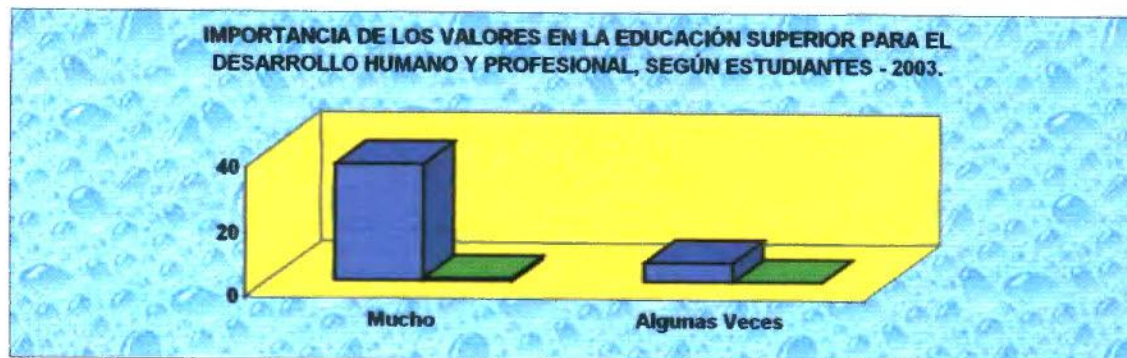
Fuente: Encuesta Aplicada a Estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

En el cuadro y gráfica # 9 se refleja la importancia que le dan los estudiantes a los Valores para el Desarrollo Humano y Profesional, donde el 86% contestó que mucho y el 14% opinó que algunas veces.

Esto indica que, para los estudiantes que se inician en la profesión de Relaciones Públicas es importante hacer más énfasis en los valores como parte fundamental de la carrera, pues de esa manera se puede hablar de una formación integral, donde un individuo hace uso de su conocimiento y razón en la toma de decisiones; así también los estudiantes que contestaron algunas

veces, se analiza que sí tienen interés, sólo necesitan un poco más de motivación; ya que, los docentes son sus principales motivadores y ejemplos a seguir, como orgullo y satisfacción de la Universidad de Panamá, en beneficio de la comunidad, su crecimiento personal y para el desarrollo del país.

GRÁFICA # 9



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas. – 2003.

CUADRO X
CONOCIMIENTOS DE LOS VALORES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

CRITERIOS	FA	FR
Total	42	100%
SI	25	60%
NO	15	36%
OTROS	2	4%

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

En el cuadro y gráfica # 10, se refiere al conocimiento de los valores en la educación superior, según los estudiantes de Primer Año de la escuela de Relaciones Públicas, percibiendo que el 60% opinó tener conocimiento, otro

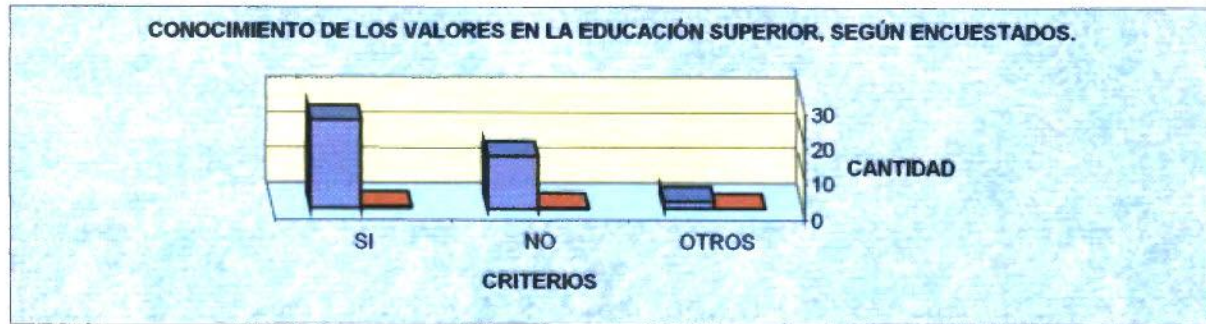
36% contestó no saberlo, y el 4% restante respondió en otros, especificando que tienen una idea, más no la tienen clara

Es interesante esta pregunta, porque permite tener un diagnóstico inicial de lo que en algún momento comprenden los discentes referente al tema, proporcionando oportunidad, para establecer estrategias efectivas que ayuden a capturar su atención al abordar un tema como los Valores en la Educación Superior

Los presentes estudiantes al igual que otros, necesitan que se les aclare cuál es su verdadera función en éste engranaje universitario, que no es sólo el recinto donde se viene a ganar notas y a pasear, que es el lugar donde ellos y ellas saldrán formados como profesionista necesarios para la comunidad, el país, su familia y por sobre todo para ellos y ellas mismas

En una carrera tan crucial como lo son las Relaciones Públicas, la existencia de un reforzamiento en valores a nivel universitario es de suma importancia, ya que, permite una claridad en cada una de las materias que se imparten, el por qué de cada una, mejorando de una u otra forma la percepción de ellos y ellas, su profesión y su contexto.

GRÁFICA # 10



Fuente: Encuesta aplicada a los Estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO XI
ÉNFASIS QUE HACEN LOS DOCENTES EN VALORES, SEGÚN
ESTUDIANTES.**

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	42	100%
Mucho	11	26%
Algunas Veces	24	57%
Poco	6	14%
Nada	1	3%

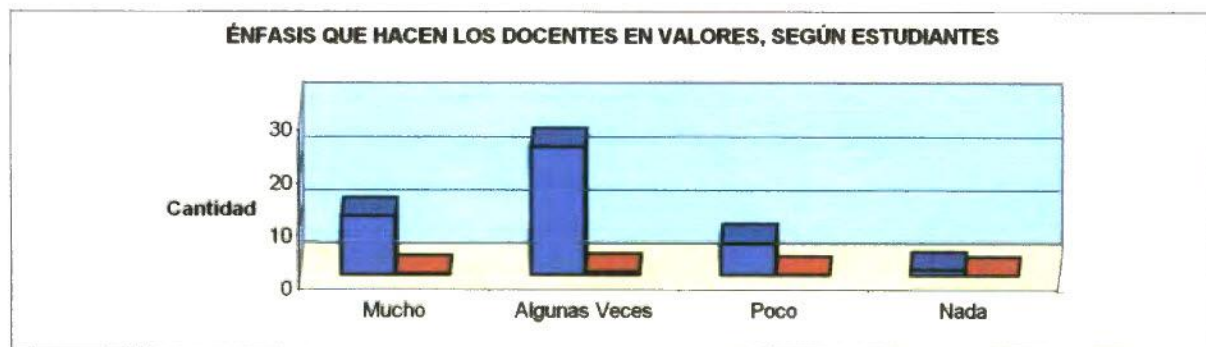
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de primer año de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 11 refleja el énfasis que hacen los docentes en valores, según los estudiantes, dando como resultado que un 26% respondió que mucho, un 57% enfatiza que algunas veces, el 14% opina que poco, y el 3% que nada.

Esta pregunta da luz, a la opinión de los discentes referente a sus docentes y lo que estos hacen desde el marco de los valores y las diferentes materias, manifestando un gran porcentaje que sólo algunas veces hacen alusión a los mismos.

Opiniones importantes como estas, apoyan cada vez más la Promoción de los Valores en la Educación Superior; ya que está escrito, que se debe preparar un ser integral, que adquiera conocimientos y valores, que los encamine a adoptar cierta actitud efectiva y confiable en las situaciones que maneje en su vida profesional y personal.

GRÁFICA # 11



Fuente: Encuesta Aplicada a los Estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas – 2003

CUADRO XII
NECESIDAD DE MOTIVAR LOS VALORES EN LAS DIFERENTES
DISCIPLINAS DENTRO DEL AULA, SEGÚN ESTUDIANTES.

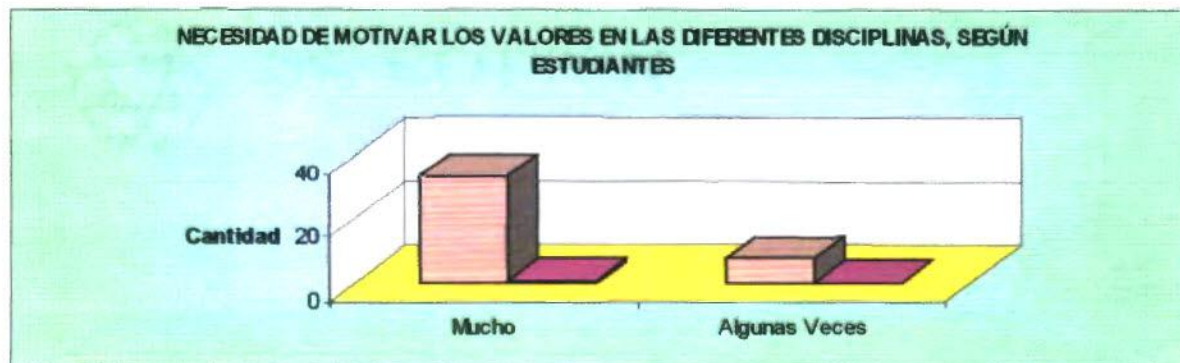
CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	42	100%
Mucho	34	81%
Algunas Veces	8	19%

Fuente: Encuesta Aplicada a los estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y gráfica # 12, refleja la necesidad de motivar valores en las diferentes disciplinas, según los estudiantes, donde el 81% manifiesta que mucho y un 19% opina que algunas veces.

La gran mayoría de los discentes están ávidos de conocimiento en esta línea de valores, pues, como **jóvenes activos y futuros relacionistas públicas**, estos deben ser parte de su preparación, por lo que la motivación e innovación los ayude a ser determinantes en su **visión y misión**, logrando alcanzar sus objetivos, así como la obtención de éste tan valioso título universitario, pero que el mismo no sea tratado como un documento más, sino con el valor importantísimo que tiene para cada uno y una de esos jóvenes, el que no es sólo académico, sino el de formar realmente un ser integral, que se comprende prepara la Universidad de Panamá.

GRÁFICA # 12



Fuente: Encuesta aplicada a los discentes de Primer año de Relaciones Públicas – 2003.

CUADRO XIII
SUGERENCIAS PARA CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE VALORES
EN LA SEDE DE PANAMÁ OESTE, SEGÚN ENCUESTADOS.

SUGERENCIAS	FA	FR
1- La participación de Profesores y Estudiantes.	7	17%
2- Respetar las opiniones de los estudiantes.	3	7%
3- Ser audaz para promover dichos valores.	8	19%
4- Que la administración busque los mecanismos efectivos para implementarlos.	6	14%
5- Que los profesores enseñen valores a través de su conducta.	5	12%
6- Tener profesores más capacitados	6	14%
7- Que haya más compromiso por parte de los profesores hacia sus estudiantes.	5	12%
8- No contestaron	2	5%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de Primer Año de Relaciones Públicas – 2003.

Lo arriba expuesto es la opinión de todos y cada uno de los estudiantes del Primer año de Relaciones Públicas, las mismas fueron leídas y analizadas, obteniéndose los siguientes resultados: un 17% manifestó que debe darse más participación de los docentes, un 7% opina que hay que respetar las opiniones de los estudiantes, un 19% contesta que quien maneje el tema de los valores debe ser muy audaz para promoverlos, el 14% responde que la administración debe buscar mecanismos para implementarlos, el 12% aducen que la conducta de los docentes es determinante, otro 12% conceptúa que debe darse más compromiso por parte de los docentes, un 14% responde que los docentes deben estar más capacitados y un 5% simplemente no contestó.

Aquí se refleja el sentir de los y las estudiantes, quienes piden mayor atención e interés por parte de la administración y sus docentes, puesto que ellos y ellas tienen toda la disposición para recibir esa formación integral, que permita la transformación en cada uno y una en mejores profesionistas para la comunidad, el país y para beneficio personal.

Para los discentes la promoción de los valores en la educación superior, es una estrategia positiva y efectiva, donde la participación de todas las partes es el ideal: Estudiantes, docentes, administración; porque sería alentador para todos y todas, y a su vez ayudaría en ese elevar la imagen de la Sede Panamá Oeste.

II- Parte de Cuadros y Gráficas, donde se analiza la encuesta desarrollada por los docentes de la Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, conformado por cinco profesores (todos del sexo masculino...).

**CUADRO XIV
IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN INTEGRAL DE LOS ESTUDIANTES,
SEGÚN DOCENTES.**

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	42	100%
Mucho	5	100%
Algunas Veces	0	0
Poco	0	0

Fuente: Encuesta Aplicada a los Docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 14 representan los resultados obtenidos en lo concerniente a la importancia de la formación integral de los estudiantes, según docentes, donde el 100% opinó que es de mucha relevancia.

La presente opinión de los docentes es sumamente importante, porque permite trabajar efectivamente con la promoción de los Valores en la educación Superior; ya que, a través de ella se puede mantener el interés, tanto en el conocimiento como en el valor (en todos los sentidos) que tiene una buena formación integral.

Se destaca a través de esta información que los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas, se manifiestan como personas con un alto grado de responsabilidad e interés por sus estudiantes, algo que es de mucho interés para la formación integral del discente.

GRÁFICA # 14



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas.

CUADRO XV
PROYECCIÓN DE LOS VALORES POR PARTE DEL CENTRO REGIONAL
UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE, SEGÚN DOCENTES.

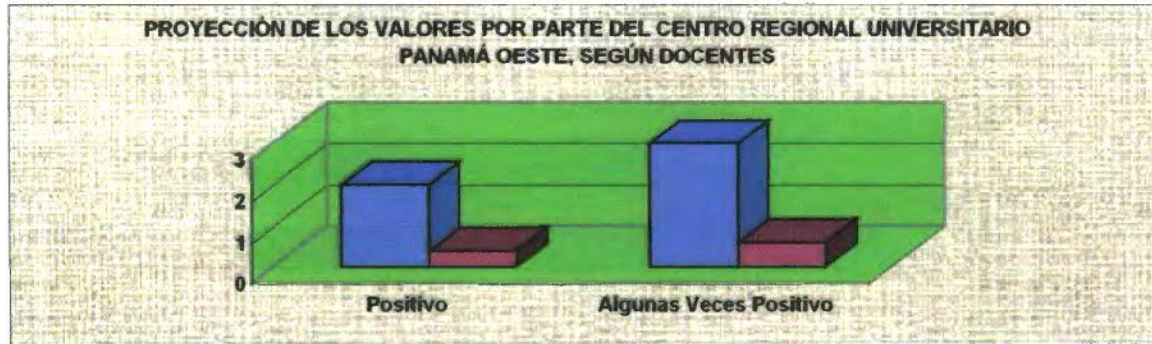
CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
Positivo	2	40%
Algunas Veces Positivo	3	60%

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 15, reflejan la proyección de los valores por parte de la Centro Regional Universitario Panamá Oeste, según los docentes, donde un 40% opina que es positiva y un 60% respondió que algunas veces es positiva.

La información arriba detallada da relevancia a la Promoción de los **valores en la Educación Superior**, puesto que un alto porcentaje de los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas opina que sólo algunas veces es positiva, razón que lleva a pensar inmediatamente en rescatar lo que aún existe, haciendo algunos ajustes y cambios en la preparación de sus discentes, para que puedan iniciar una nueva forma de sentir frente a la importancia de su sede universitaria; ya que a través de ellos se proyecta la imagen de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste.

GRÁFICA # 15



FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes de Primer año de Relaciones Públicas.

**CUADRO XVI
IMPORTANCIA DE LA REINFORMACIÓN DEL RELACIONISTA PÚBLICO EN
LO QUE A VALORES RESPECTA, SEGÚN ENCUESTADOS.**

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	42	100%
Mucho	5	100
Algunas Veces	0	0
Poco	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 16, se representa la importancia del Relacionista Público en lo que a valores respecta, según docentes, opinando estos en un 100% que es mucha.

Para una o un Relacionista Público la importancia de los valores es casi piedra angular, puesto que el trabajo que se maneja es con diferentes tipos de seres humanos, empresas e instituciones, a quienes se les va a generar una imagen, donde manejar valores es de suma relevancia.

Los docentes confirman lo escrito anteriormente, puesto que una o un Relacionista Público debe y puede manejarse efectivamente en todas partes, por lo que debe estar claro de sus conocimientos, del desarrollo de su personalidad y de sus valores, para poder **comprender la visión, misión y objetivos de la Universidad y de su lugar de trabajo.**

GRÁFICA # 16



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO XVII
ÉNFASIS QUE SE HACE EN LOS VALORES, SEGÚN ENCUESTADOS.**

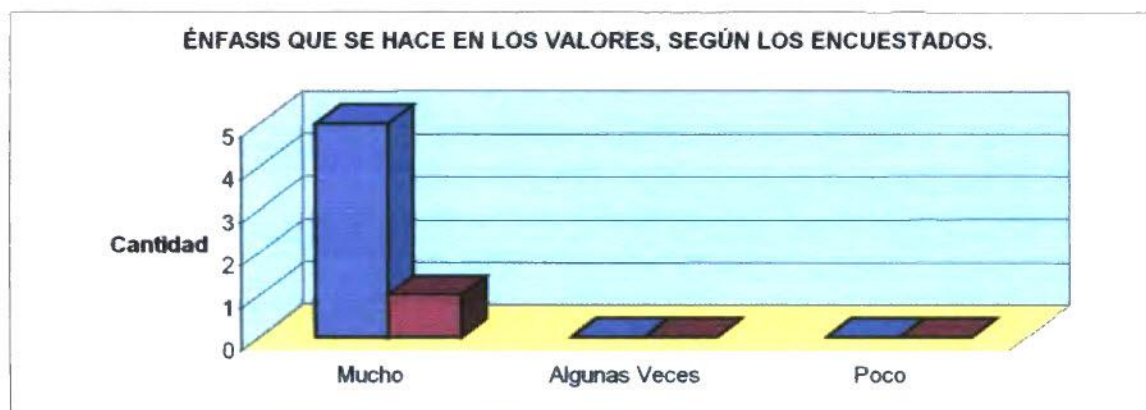
CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
Mucho	5	100%
Algunas Veces	0	0
Poco	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los Docentes de la Escuela De Relaciones Públicas.

En el cuadro y la gráfica # 17 se refleja el énfasis que se hace en valores, según los docentes, obteniéndose que el 100% opina que hace mucho énfasis en los mismos.

Es agradable confirmar una y otra vez, que se puede contar, con los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas, para la Promoción de los Valores en la Educación Superior, puesto que todos manifiestan hacer énfasis en valores y con ello confirman la importancia de los mismos en la carrera.

GRÁFICA # 17



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

CUADRO XVIII
DISPOSICIÓN PARA REALIZAR CIERTOS CAMBIOS EN EL DESARROLLO
DE SUS CLASES, SEGÚN DOCENTES.

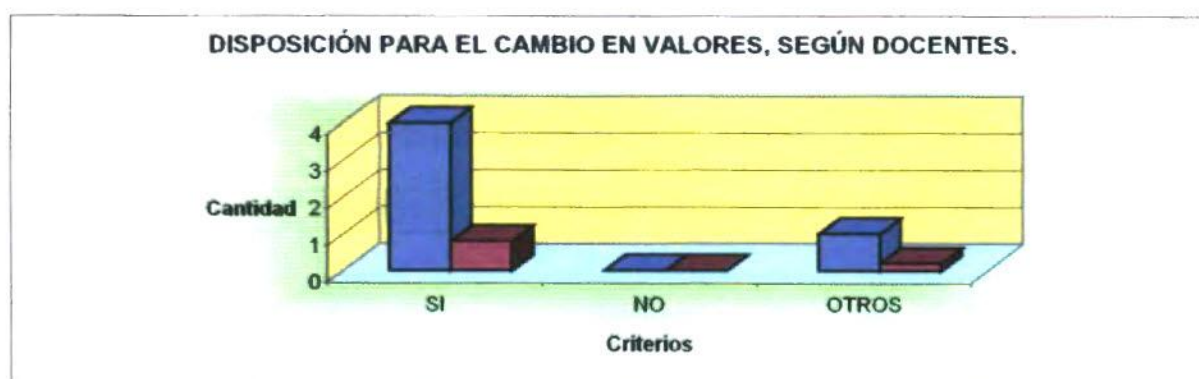
CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
SI	4	80%
NO	0	0
OTROS	1	20%

FUENTE: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas.

En el cuadro y la gráfica # 18, se plantea la disposición que se tiene para realizar ciertos cambios en el desarrollo de las clases, según los docentes, obteniéndose que el 80% opinó que si lo pueden hacer y un 20% opinó que otros, sin especificar porque.

Es importante destacar que se sigue obteniendo el apoyo de un alto porcentaje de los docentes de la escuela de Relaciones Públicas; ya que, revelan una mente amplia y clara, dispuesta al cambio. La disposición presentada por los miembros docentes es positiva sobre todo para sus estudiantes y a la vez para la Sede de Panamá Oeste.

GRÁFICA # 18



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO XIX
FOMENTO DE UNA TRANSFORMACIÓN CON UN ENFOQUE DE VALORES
PARA EL BENEFICIO DEL CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ
OESTE, SEGÚN DOCENTES.**

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
SI	5	100%
NO	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 19 representa el fomento de una transformación con un enfoque de valores, para beneficio de la sede, según docentes, opinando estos en un 100% que sí están dispuestos a fomentar dichos cambios.

Lo arriba expuesto es formidable; ya que se está en una sociedad cambiante, y contar con docentes dispuestos al cambio, es preciso para ayudar en la transformación de sus estudiantes como seres integrales.

Fomentar una Transformación con enfoque de valores, es favorable para lo que desea la Universidad en la formación de sus nuevos profesionistas, quienes desean y merecen una educación integral, donde los conocimientos estén secundados por valores, motivando así el cambio y mejoras efectivas.

GRÁFICA # 19



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

CUADRO XX
MENCIÓN DE LOS VALORES Y SU IMPORTANCIA EN EL CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA VIDA UNIVERSITARIA.

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
Mucho	0	0
Algunas Veces	4	80%
Poco	1	20%

Fuente: Encuesta Aplicada a los Docentes de la Escuela De Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y la gráfica # 20, evidencian la mención que se hace de los valores y su importancia para el curso de introducción a la vida universitaria, obteniéndose que un 80% opinó que algunas veces se hace y un 20% que muy poco.

La presente información afirma y aclara, la poca importancia que se le da al tema de los valores, ayudando esto, a que los estudiantes no le den el lugar de importancia que esta se merece la Universidad de Panamá, de paso la Sede Panamá Oeste.

Hay que destacar, que depende de cada una de estas nuevas generaciones el futuro del país, y que estos seres deben ser informados y educados al respecto, tener el conocimiento claro de la importancia que tienen para el desarrollo del país, que no es la sola obtención de un diploma, sino la responsabilidad que recae con éste, para hacer las cosas adecuadamente.

GRÁFICA # 20



Fuente: Encuesta Aplicada a los Docentes de la Escuela Relaciones Públicas – 2003.

CUADRO XX1
JUSTIFICACIÓN DE LA EDUCACIÓN EN VALORES PARA FORMAR
INDIVIDUOS COMPROMETIDOS, SEGÚN ENCUESTADOS.

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
Mucho	3	60%
Algunas Veces	1	20%
Poco	1	20%

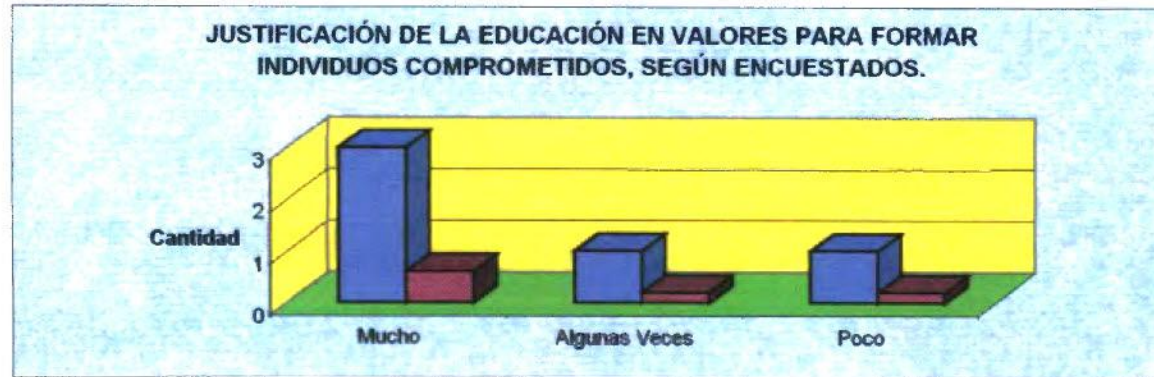
Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y gráfica # 21 reflejan como se justifica la educación en valores, para formar individuos comprometidos, según los docentes, donde un 60% manifiesta que se justifica mucho, un 20% que algunas veces y otro 20% que poco.

La información obtenida mantiene un elevado porcentaje en la justificación de la educación en valores, lo que permite reflexionar en que es importante para los docentes y la preparación integral de sus discentes, en tanto que se da un ligero cambio en los otros porcentajes, creando una duda razonable de, si estarán bien claros de lo que se desea hacer y en beneficio de quien.

Lo importante aquí, es que la mayoría mantiene su posición en beneficio de desarrollar o preparar un ser integral.

GRÁFICA # 21



Fuente: Encuesta aplicada a los Docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

**CUADRO XXII
EJES TRANSVERSALES EN VALORES, COMO PARTE DE LAS ASIGNATURAS.**

CRITERIOS	FA	FR
TOTAL	5	100%
Siempre	1	20%
Algunas Veces	3	60%
Poco	1	20%

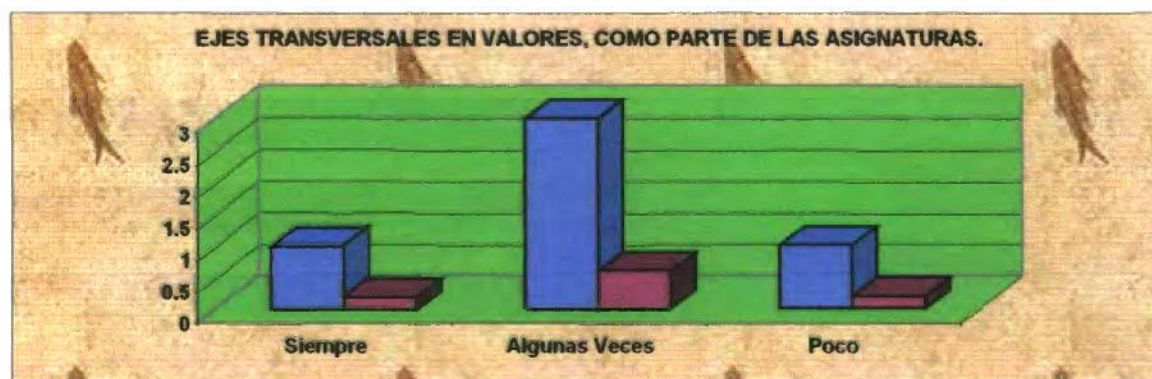
Fuente: Encuesta Aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

El cuadro y gráfica # 22 reflejan si se incluyen los ejes transversales en valores, como parte de las asignaturas, obteniendo que un 20% opinó que siempre, en tanto que un 60% contestó que algunas veces y otro 20% que poco.

Aquí se aclara en un alto porcentaje, que sólo algunas veces se incluyen ejes transversales en valores como parte de las asignaturas, lo que puede indicar que se incluyen a elección del docente, de vez en cuando. Situación un poco preocupante, pero a la vez sirve de apoyo a la Promoción de los valores en La Educación Superior; ya que, será un primer paso en el desarrollo del cambio.

Esto indica la importancia de los ejes transversales en valores como parte de la vida cotidiana universitaria.

GRÁFICA # 22



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas – 2003.

CUADRO # XXIII
SUGERENCIAS PARA QUE SE INCLUYAN EJES TRANSVERSALES CON EL
TEMA DE VALORES, SEGÚN ENCUESTADOS.

SUGERENCIAS	FA	FR
1-Hacer un diagnóstico de la relación de la asignatura, con los estudiantes, hacia el comportamiento en sociedad.	1	20%
2- Estructurar el currículo	1	20%
3- Generar discusión al respecto, analizando la importancia del tema. Tratar las respuestas en el diseño curricular por asignaturas.	1	20%
4- Que reúnan las asignaturas afines y establezcan ejes transversales entre ellas y, luego por Facultad que todas las asignaturas estén bien coordinadas con los ejes transversales.	1	20%
5- Capacitación en los temas éticos.	1	20%
La Gran Mayoría apunta hacia el currículo.	5	100%

En el cuadro # 23, un 20% de los docentes opina que se debe hacer un diagnóstico, otro 20% que hay que estructurar el currículum, opina otro 20% que

hay que generar una discusión al respecto analizando la importancia del tema, otro 20% manifiesta que se deben reunir asignaturas afines y establecer ejes transversales entre ellas, y un 20% respondió que hay que capacitar en temas éticos.

Como se lee y analiza, todos están de acuerdo en promover ejes transversales en valores, con la participación de cada uno de los implicados, para poder llegar a un consenso que en definitiva sea de beneficio para todos los participantes.

Se estima luego de las respuestas arriba expuestas, que los docentes están muy claros en que se debería estudiar un poco el currículo, para ver la forma en que los ejes transversales se incorporan en cada una de las materias, más no hubo uno que opinara que a través de su comportamiento con los estudiantes, pueden ayudar a la inclusión de los valores como parte de cada una de sus cátedras.

El Coordinador de la Facultad de Comunicación Social así como el Coordinador de la Escuela de Relaciones Públicas, manifestaron sus opiniones, referente a los Valores en la Educación Superior en entrevista realizada a cada uno, con el fin de obtener información real y veraz, puesto que la responsabilidad de la Facultad así como de la Escuela está en manos de ellos, obteniéndose la siguiente información:

✓ **Coordinador de La Facultad de Comunicación Social opinó que:**

Considera muy importante trabajar en los valores en la Educación

Superior, a su vez que como profesor responsable los fomenta en sus materias, considerándolos de suma relevancia y los docentes lo deben manifestar con sus acciones, por lo que procura ser amigo de sus estudiantes sin tener algún tipo de preferencia, ya que considera que el respeto es necesario a la hora del aprendizaje.

✓ **Coordinador de la Escuela de Relaciones Públicas respondió que:**

Un profesional sin valores se tendría una sociedad sin sentido, por lo que es fundamental establecer valores éticos en todos los niveles de enseñanza, porque se es líder y se forman líderes, por lo que establecer las reglas del juego desde el inicio es preciso; ya que se es un ente transformador.

Las palabras brindadas por el Coordinador de la Facultad de Comunicación Social y el Coordinador de la Escuela de Relaciones Públicas, se consideran razonables, claras y prudentes.

CAPÍTULO 5.0

ESTRATEGIA MODULAR PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, PARA LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE, FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

5.1- Justificación: Como se escribiera en la justificación del presente trabajo de grado, se hace relevante promocionar un punto tan importante como los valores en la educación superior; ya que en un nivel universitario se procura preparar un ser integral, y para ello, el solo conocimiento no es suficiente, lo que lleva a implementar nuevas estrategias para la enseñanza superior, **que logre plasmar los valores con la humanidad y su entorno**, buscando así, cambios de conducta en el día a día de cada individuo.

Para apoyar lo anterior se consideró un grupo de estudiantes de primer año de la Escuela de Relaciones Públicas, quienes solidariamente desarrollaron las encuestas que se les asignó, así también sus profesores, y las entrevistas realizadas al coordinador de la Facultad de Comunicación Social y al coordinador de la Escuela de Relaciones Públicas, obteniendo información relevante, de gran ayuda y apoyo, para éste interesante y novedoso trabajo de grado.

La presente propuesta se torna viable en todos los puntos que se observe, pues es la oportunidad de tomar a las nuevas generaciones de profesionales entrantes y hacerles énfasis en la importancia de su educación universitaria, del grado de responsabilidad que se debe tener, y aún más importante, que se den cuenta que la etapa de la adolescencia entra en un proceso de cambio, **llevándolos a convertirse poco a poco en adultos y adultas pero, preparados (as) y calificados (as)**, donde él o ella tomen decisiones que los lleve a obtener cambios drásticos en su diario vivir, para que estos le permitan exigirse y exigir a sus docentes todo lo que ellos y ellas necesiten como valores máximos para la transformación personal, profesional, de la comunidad y del país, de forma satisfactoria.

La Estrategia Promocional de los Valores en la Educación Superior es novedosa y a la vez un tema conocido. Novedosa porque se brinda una información de manera motivadora que captura la atención de las nuevas generaciones con el objetivo de quedar en su consciente y subconsciente, lo que ayuda en su vida diaria universitaria, donde éste ser humano en su preparación inicial, podrá iniciar en el establecimiento de prioridades a nivel universitario, y así podrían empezar con un compromiso claro en su carrera profesional. Se dice que es conocida, porque ellos y ellas viven con sus propios valores, adquiridos estos desde el momento de su nacimiento, formación, escuela, contexto, pero la Universidad les permitirá de forma novedosa poder recapitular sobre los mismos, permitiendo también, ajustarlos al adulto que empieza a sobresalir.

Con esta promoción de los valores en la educación superior, se desea que tengan un docente que le informe, comunique y eduque, de tal manera que la actitud del mismo evoque en los y las discentes tal motivación positiva que los lleve a obtener un aprendizaje significativo, donde los y las jóvenes puedan tomar decisiones en el proceso, claro, que para ello también se debe contar con la colaboración permanente de todos y cada uno y una de sus docentes que forman parte del recinto universitario y de la vida de cada estudiante.

Estrategia Promocional de los Valores en la Educación Superior es un tema de actualidad, donde lo importante es el ser humano, su preparación responsable, y sobre todo lograr transformación, permitiendo un o una profesionalista integral.

5.2- Descripción: La presente propuesta de Promoción de los Valores en la Educación Superior contará de cinco módulos, que se presentan así:

- ✓ En el primero se hará una introducción al tema haciendo énfasis en la importancia de los valores, concepto y los valores en general, también se relacionará la importancia de dichos valores en la educación superior, haciendo énfasis en la Ley 11 y el Estatuto Universitario donde están los deberes y derechos de los discentes, en los Fines de la Educación y el compromiso que adquieren al inscribirse en la Universidad plasmando su firma en el recibo de matrícula.

Este módulo tendrá una duración de cuatro horas, pues al tratarse de valores y jóvenes universitarios, el tiempo para exponer él o la facilitadora debe permitir que sus discentes puedan participar de forma amplia; ya que lo que se desea es que ellos o ellas sean conscientes de su compromiso, pero por descubrimiento personal.

Se manejarán estrategias de aprendizajes como lluvia de ideas relativa a los valores, también se formarán grupos de estudiantes para analizar un documento facilitado por la profesora, así como una plenaria relativa a las conclusiones realizadas en el análisis. Se utilizarán métodos colectivizados como trabajo en grupo, inductivo, deductivo, lluvia de ideas, entre otros.

- ✓ En el segundo se desarrollará el tema de los valores éticos y morales, haciendo énfasis en la relación de la Ética, Relaciones Humanas y los Valores, con la carrera de Relaciones Públicas, así también se tocará el tema de la jerarquización de los valores como guía y ayuda de la conducta humana.

Este módulo tiene una duración de cuatro horas. Se comentará el objetivo y el contenido a tratar, se participará en un conversatorio concerniente a la profesión y los temas que se desarrollan, recibirán orientación por parte de la facilitadora, se contestarán preguntas relacionadas con el tema y se establecerá la relación. Se utilizarán métodos colectivizados, técnicas de conversatorio e interrogación, entre otros.

- ✓ En el tercero se desarrollará un tema medular que permitirá la afloración de los valores en cada uno de los y las discentes presentes, desde su propia perspectiva, se tratará la Clarificación de los valores, se realizará un reforzamiento del tema anterior, que permita su participación así como la aplicación de un taller que conlleve a entrar de forma clara (como lo dice el tema a tratar) en materia, luego de ello se explicará lo que se desea transmitir con esto de la clarificación de valores, los diversos conceptos que se dan, y ciertas pautas que promueven una guía para reconocerlos.

Este módulo tiene una duración de cuatro horas, donde los y las estudiantes podrán participar activamente ofreciendo sus propias opiniones referente al tema, realizarán un taller en grupo y uno individual. Los métodos que se utilizarán serán colectivizados, inductivos y analíticos; se desplegarán diversas técnicas, que permitirán un libre y ordenado desarrollo del tema.

- ✓ En éste cuarto módulo cuya duración será de cuatro horas, se analizará referente a las virtudes humanas, se realizará una descripción operativa de las virtudes humanas, para lo que la participación activa de los y las discentes es de suma relevancia. Para ello, se trabajará en grupo, para poder analizar y exponer por grupos desde sus propias ideas y conocimiento adjunto, permitiendo esto el intercambio de opiniones y el despliegue de su propio yo. Se utilizarán métodos colectivizados, inductivos y analíticos, permitiendo un amplio despliegue del tema.

- ✓ En el quinto y último módulo, tratará referente a la ética profesional y la actitud, en el contenido se explicará, qué se entiende por ética profesional, así como la actitud frente a los cambios, donde la lectura es de suma relevancia, por los mensajes que en ella se transmiten de forma positiva para su diario vivir, esto, solo como recomendaciones; porque a final de cuentas es su decisión adulta, pero debe ser responsable, razón del presente seminario.

Al igual que en los otros módulos tiene una duración de cuatro horas, se trabajará con método grupal, individual y de análisis, con la utilización del Data Show y copias de lecturas, dando pie a la participación abierta y franca, pero respetuosa, para todas las partes.

Como se observa el presente seminario será de veinte horas, se desarrollará en una semana de cinco días, en un horario de 8:00 a.m. a 12:00 a.m., en el mes de febrero de 2005, como seminario de verano para los estudiantes de primer ingreso de la Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, para que puedan tener otra visión y misión de su vida universitaria.

5.3- Objetivos: Aquí se detallará el objetivo general y los específicos de la Promoción de Valores en la Educación Superior, como herramienta necesaria y relevante para impulsar y fortalecer la educación en valores en la Universidad de Panamá, Centro regional Universitario Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas.

5.3.1- Objetivo General:

Estimular en los y las estudiantes de primer año de Relaciones Públicas, la importancia de los Valores en la Educación Superior y sobre todo en el impulso de su profesión.

5.3.2- Objetivos Específicos:

- Propiciar la identificación de los estudiantes de primer ingreso con su profesión de forma responsable.
- Establecer una conexión real con la Universidad, como centro relevante para su formación profesional y transformadora.
- Fortalecer la identificación como seres humanos importantes a través de los valores.
- Despertar los valores latentes en cada cual de forma positiva y a conciencia.

Se manejará una metodología activa, motivadora y accesible, con el fin que todos y todas puedan iniciar la toma de conciencia de forma eficiente, efectiva y eficaz.

5.4- Evaluación: En este trabajo de investigación de notable relevancia, se manejan dos de los tipos de evaluación, las cuales aportan al docente y discente gran información que permite un aprendizaje significativo.

- La Evaluación diagnóstica o inicial es aquella que, según Díaz, Frida Barriga Arceo y Gerardo Hernández Rojas, en el libro *Estrategias Docentes para un aprendizaje Significativo. Una Interpretación Constructivista*. (1998) "permite el desarrollo del proceso educativo, cualquiera que éste sea" (p. 202). Dentro de esta definición se establecen dos tipos de evaluación diagnóstica, que se le denominan la diagnóstica Inicial que es la que se utiliza antes de cualquier tipo de ciclo educativo, y la segunda interpretación que es con la idea clásica de Ausubel, que tiene que ver con los conocimientos previos de las y los alumnos para el logro de aprendizajes significativos. La Evaluación Diagnóstica Puntual referida también en el libro de Díaz, Frida Barriga Arceo y Gerardo Hernández Rojas, (1998), dice que esta es la que "se realiza en distintos momentos antes de iniciar una secuencia o segmento de enseñanza dentro de un determinado ciclo o curso". (p. 204).

Esta primera Evaluación es de suma importancia en la presente Promoción de los Valores en la Educación Superior; ya que permite motivar la participación del estudiantado, valorando sus opiniones y aprovechando las mismas para lograr un aprendizaje significativo.

- Luego se utiliza la Evaluación Formativa que desde la perspectiva Constructivista se ve de dos formas según Díaz, Frida Barriga Arceo y Gerardo Hernández Rojas (1998): "Según su condición que es toda evaluación formativa que requiere un mínimo de análisis realizado sobre los procesos de interactividad entre profesor, alumnos y

contenido, que ocurren en la situación de enseñanza. Y según la razón que se refiere al valor funcional que tiene la información conseguida como producto de dicho análisis, y de acuerdo con una concepción constructivista de la enseñanza, resulta de importancia fundamental para ajustar la ayuda". (p.p. 205 – 206).

Esta segunda forma de evaluación, permite en el presente trabajo de investigación la libertad de manejar técnicas de información, comunicación, y educación creativas y flexibles, para lograr los objetivos de la misma en la interacción con los discentes, recurriendo a un análisis micro que permite la interacción del docente con el discente permitiéndole un empoderamiento de los saberes, y llevándolos a la situación de enseñanza que influye directamente en las representaciones construidas conjuntamente (las del docente y discente) que sería entonces, el análisis macro.

Estas dos formas de evaluación (Diagnóstica y Formativa) permiten valorar el manejo del proceso educativo en cuanto a la promoción en valores se refiere, así como la utilización de recursos efectivos para comprender y reflexionar sobre el proceso de enseñanza en marcha.

5.5- Módulo: Aquí se desarrollarán cinco módulos que se utilizarán para la capacitación de la Promoción de los Valores en la Educación.

MÓDULO # 1

Título: Valores en la Educación Superior

Duración: Cuatro Horas.

Objetivo General: Analizar la importancia de los valores en la Educación Superior.

OBJETIVO	CONTENIDO	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE.	RECURSOS METODOLÓGICOS	EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Interpretar el concepto de valor. - Explicar qué son los valores y su importancia a nivel general. - Establecer la importancia de los valores en la educación Superior, la profesión y su contexto. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concepto de Valores. ✓ Importancia de los valores en general. ✓ Importancia de los valores en la educación superior. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comentarán el objetivo y el contenido del módulo. ✓ Participarán en una lluvia de ideas relativa a los valores. ✓ Conformarán grupos de cuatro estudiantes para analizar el documento de los valores en la educación superior. ✓ Participarán de una plenaria relativa a los valores y la importancia de los mismos en la educación superior. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ MÉTODOS: <ul style="list-style-type: none"> - Colectivizado - Trabajo en Grupo - Inductivo - Deductivo ✓ TÉCNICAS: <ul style="list-style-type: none"> - Lluvia de Ideas - Plenaria ✓ TECNOLOGÍA: <ul style="list-style-type: none"> - Retropoyector - Data Show ✓ BIBLIOGRÁFICAS: <ul style="list-style-type: none"> - Familia, Escuela y valores. Carlos Marín Gutiérrez. - Ética. Luis José González Álvarez. - Su Palabra de Honor y otros Relatos. Por Sendas Extraviadas. Carlos L. Taylor. - Vivir con valores Enrique Chajj. - VIVIR. Ética y Valores para la Juventud. Juan Torres M. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diagnóstica <ul style="list-style-type: none"> - Lluvia de ideas relativa a lo que son valores y su importancia. ✓ Formativa <ul style="list-style-type: none"> - Analizar el documento sobre los valores y la educación superior.

MÓDULO # 2

Titulo: Los Valores Éticos y Morales.

Duración: Cuatro horas.

Objetivo General: Apreciar la importancia de la ética, las relaciones humanas, los valores humanos y los valores y su jerarquización como orientadores de la conducta humana en su contexto.

OBJETIVO	CONTENIDO	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	RECURSOS METODOLÓGICOS	EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer la relación de los términos de ética, relaciones humanas y valores con la carrera de Relaciones Públicas. - Establecer la jerarquización de los valores humanos. - Identificar los valores humanos como orientadores de la conducta, para la búsqueda del bien común. 	<p>La Carrera de Relaciones Públicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ética - Valores - Relaciones Humanas. <ul style="list-style-type: none"> - Los valores ético morales: ✓ Valores al servicio de la vida. ✓ Jerarquía de valor. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comentarán el objetivo y contenido a tratar. ✓ Participarán de un conversatorio concerniente a la profesión de Relaciones Públicas, la ética, valores y las relaciones Humanas. ✓ Realizarán una lista de sus valores prioritarios, luego los relacionarán con el tema tratado. (Individual) ✓ Escucharán orientaciones relativas a la profesión de Relaciones Públicas. La ética, los valores, y las relaciones humanas ✓ Contestarán preguntas relacionadas con el tema. ✓ Establecerán la relación de los términos ética, relaciones humanas y valores en la carrera de Relaciones Públicas (Grupo) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Métodos: - Colectivizados - Deductivos - Inductivos - Analítico ✓ Técnicas: - Conversatorio - Interrogatorio ✓ Tecnológico: - Retroproyector - Data Show - Tablero - Pilotos ✓ Bibliografía: - Familia, Escuela y valores. Carlos Marín Gutiérrez. - Ética. Luis José González Álvarez. - Su Palabra de Honor y otros Relatos. - Por Sendas Extraviadas. Carlos L. Taylor. - Vivir con valores. Enrique Chajj. VIVIR. Ética y Valores para la Juventud Juan Torres M. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diagnóstica: - Conversatorio concerniente a la profesión de Relaciones Públicas, la ética, los valores y las relaciones humanas. ✓ Formativa: - Establezca la relación de los términos de ética, relaciones humanas y valores con la carrera de Relaciones Públicas.

Módulo #3

Título: La Clarificación de los Valores

Duración: Cuatro horas.

Objetivo General: Analizar la importancia de los valores personales con respecto a su formación universitaria y el contexto.

OBJETIVO	CONTENIDO	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE.	RECURSOS METODOLÓGICOS	EVALUACIÓN.
<ul style="list-style-type: none"> - Compartir la interpretación del término valor para su persona y el contexto. - Identificar la existencia de los valores en cada uno de nosotros. - Esquematizar los valores según su conocimiento, experiencia y prioridades personales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de valores personales. - Clarificación de Valores - Esquema de Valorización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participarán activamente con sus comentarios. - Redactarán individualmente todo lo capturado de dicho tema. - Intercambiarán opiniones referente al tema (Debate). - Realizarán una lista de valores que consideren ser los más importantes para ellos. (Phillips 66). - Analizar sus propios valores y como los manejan según su carrera y contexto. (Individual) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Método: - Colectivizados - Inductivos - Analíticos ✓ Técnicas: - Conversatorios - Interrogantes ✓ Tecnológicos: - Data Show - Tablero - Pilotos ✓ Bibliografía: - Familia, Escuela y valores. Carlos Marín Gutiérrez. - Ética. Luis José González Alvarez. - Su Palabra de Honor y otros Relatos. - Por Sendas Extraviadas. Carlos L. Taylor - Vivir con valores. Enrique Chajj. VIVIR. Ética y Valores para la Juventud. Juan Torres M. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstica: Participación activa de los y las discentes de todo lo capturado, del tema tratado hasta la fecha. - Formativa: Realización de una lista de valores, los que deben relacionar con el tema tratado, la carrera y el contexto.

Módulo # 4

Título: Las Virtudes Humanas

Duración: Cuatro horas

Objetivo General: Identificar la importancia de la aplicación de las virtudes humanas en la profesión y su contexto.

OBJETIVO	CONTENIDO	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	RECURSOS METODOLÓGICOS	EVALUACIÓN
Analizar las virtudes humanas, como actúan en el contexto y su repercusión en la profesión de Las Relaciones Públicas.	- Descripción operativa de las virtudes humanas: . Humildad . Flexibilidad . Responsabilidad . Perseverancia . Sociabilidad, entre otras.	- Leerán la historia de Todos, Alguien, algunos y Nadie. - Escucharán las orientaciones de la facilitadora. - Comentarán activamente de cada una de las explicaciones. - Conformarán grupos e intercambiarán opiniones de cierta cantidad de virtudes humanas. - Sustentarán sus opiniones. - Establecerán relación del tema con su profesión y contexto.	✓ Método: - Colectivizados - Inductivos - Analíticos ✓ Técnicas: - Conversatorios - Interrogantes ✓ Tecnológicos: - Data Show - Tablero - Pilotos ✓ Bibliografía: - Educación en Valores. P. Humberto Arturo Agudela C. - Vivir con Valores. Enríque Chajj.	- Diagnóstica: Preguntas concernientes a las virtudes. - Formativo: Establecer la relación del tema con su profesión, universidad y contexto.
Describir las diversas virtudes humanas y la relación con su profesión y contexto.	Relación entre las virtudes humanas, el profesional y su contexto.			
Reconocer las virtudes humanas en relación con los valores en cada una de las personas.	Relación entre valores personales y valores humanos.			

Módulo # 5

Título: Ética Profesional y Actitud

Duración: Cuatro horas.

Objetivo General: Resaltar la importancia de la Ética Profesional y la Actitud a nivel de las Relaciones Públicas, la Universidad, el Contexto y su persona.

OBJETIVO	CONTENIDO	EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE	RECURSOS METODOLÓGICOS	EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Interpretar el concepto de ética profesional. - Establecer la importancia de la Ética Profesional y la Actitud en la profesión de las Relaciones Públicas. - Interpretar el concepto de Actitud. - Importancia de la actitud en la profesión de Relaciones Públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ética Profesional - Actitud frente a los cambios: <ul style="list-style-type: none"> - Los Silencios - Conocimiento - Voluntad y Osadía - Ley de Murphy - Normas que podrían ayudarle en su diario vivir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escucharán orientaciones del facilitador. - Participarán con sus opiniones. - Intercambiarán opiniones. - Conformarán grupos para analizar algunas lecturas interesantes relacionadas con el tema. - Establecerán sus propias conclusiones referente al tema. - Expondrán en una plenaria lo analizado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Método: Grupal e individual. - Técnica: Conversatorio. - Tecnología: Data Show. - Bibliografía: <ul style="list-style-type: none"> - Ética. Luis José González Alvarez - Su Palabra de Honor y otros Relatos. Carlos L. Taylor. - VIVIR. Ética y Valores para la Juventud Juan Torres M. - El Caballero de la Armadura Oxidada. Robert Fisher - Las Formulas de Peter. Dr. Laurence J Peter - 100 Formulas para llegar al éxito. P. Eliécer Salesman. 	<ul style="list-style-type: none"> - FORMATIVA: Realización de una dinámica para construir un collage de interpretación de la temática del módulo.

5.6- Cronograma de la aplicación de la propuesta que se aplicará a los y las discentes de Primer año de la Escuela de Relaciones Públicas.

CRONOGRAMA PARA FEBRERO DE 2005

TIEMPO / ACTIVIDADES	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
. Presentación de la propuesta. . Primer Módulo. . Valores en la Educación Superior.					
Segundo módulo. Valores Éticos y Morales.					
Tercer Módulo. Clarificación de los valores.					
Cuarto Módulo Las Virtudes Humanas.					
Quinto Módulo Ética Profesional y Actitud.					

5.7- Procedimiento de Ejecución de la Propuesta.

Semana de Seminario de los Valores y su Importancia en la Universidad, Contexto y las Relaciones Públicas.

DÍA	PERÍODO	Objetivo Específico	CONTENIDO	RECURSOS
Lunes/ 1er Módulo Valores en la Educación Superior	8:00a.m. – 8:30a.m.	Introducir el tema de los valores en la educación superior.	Introducción del seminario y lo que en él se desarrollará.	<ul style="list-style-type: none"> - Data Show - Copias - Tablero y pilotos
	8:30a.m. – 10:15a.m.	Identificar la importancia de los valores en la educación superior.	<ul style="list-style-type: none"> - Los Valores: Conceptos e importancia. - Importancia en la educación superior. 	<ul style="list-style-type: none"> - Data Show - Copias - Tablero y pilotos - Transparencias - Retroproyector
	10:15 a.m. – 10:30 a.m.	RE	CE	SO
	10:35 a.m. – 11:30 a.m.	Realizar taller en grupos.	Ley 11; Fines de La Educación – Ley 34; Recibo de Matrícula Universitaria.	<ul style="list-style-type: none"> - Retroproyector - Copias - Tablero y pilotos
	11:30 a.m. – 12:00 m.d.	Estimular la intervención de los discentes.	Intercambio de opiniones.	Sus opiniones.

Módulo 2

DÍA	PERÍODO	Objetivo Específico	CONTENIDO	RECURSOS
Martes/ 2do Módulo. Valores Éticos y Morales.	8:00 a.m. – 9:00 a.m.	Establecer relación de los términos: ética, Valores y relaciones humanas.	Valores éticos y humanos.	- Data Show - Copias - Tablero y pilotos.
	9:00 a.m. 10:15 a.m.	Conocer la existencia y jerarquización de los valores humanos como orientados de la conducta humana, para la búsqueda del bien común.	Los Valores ético morales: - Valores al servicio de la vida. - Jerarquía de valor.	- Data Show - Copias - Tablero y pilotos.
	10:15 a.m – 10:30 a.m.	RE	CE	SO
	10:35 a.m. – 11:30 a.m.	Realizar taller grupal.	Mapa Conceptual.	- Copias
	11:30 a.m. – 12:00 m.d	Presentar los diferentes mapas conceptuales.	Mapas conceptuales de los grupos.	- Tablero y pilotos

Tercer Módulo

DÍA	PERIÓDO	Objetivo Específico	CONTENIDO	RECURSOS
Miércoles / 3er Módulo. Clarificación de los valores.	8:00 a.m. – 10:15 a.m.	Descubrir alternativas acordes con el hábito de la reflexión de los discentes, adaptándolas a su carrera y contexto.	<ul style="list-style-type: none"> - Clarificación de Valores. - Concepto - Esquema de valorización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Data Show - Tablero y pilotos - Participación de los estudiantes.
	10:15 a.m. – 10:30a.m.	R E	C E	S O
	10:35 a.m. – 12:00m.d.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un taller grupal. - Presentar el taller realizado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phillips 66 	<ul style="list-style-type: none"> - Tablero y pilotos - Participación de los estudiantes.

Cuarto Módulo

DÍA	PERÍODO	Objetivo Específico	CONTENIDO	RECURSOS
Jueves / 4to Módulo. Las Virtudes Humanas	8:00 a.m. – 9:00 a.m.	Realizar intercambio de opiniones de los temas tratados.	Los temas anteriores	Participación.
	9:00 a.m. – 10:15 a.m.	Reconocer las virtudes humanas, como actúan en el contexto y su repercusión en la profesión de las relaciones públicas.	Descripción operativa de las virtudes humanas. - ¿Qué son las virtudes humanas? - Su diferencia - ¿Son las únicas?	- Data Show - Copias - Tablero y pilotos.
	10:15 a.m. – 10:30 a.m.	RE	CE	SO
	10:35 a.m. – 12:00 m.d.	Realizar taller grupal y un trabajo individual.	- Lecturas varias para analizar.	- Copias

QUINTO MÓDULO.

DÍA	PERIÓDO	Objetivo Específico	CONTENIDO	RECURSO
Viernes Ética Profesional y Actitud.	8:00 a.m. – 9:00 a.m.	Establecer el criterio de ética profesional.	Ética Profesional.	- Data Show - Copias - Tablero y pilotos
	9:00 a.m. – 10:15 a.m.	Analizar contenidos interesantes.	- Silencio, - Conocimiento, voluntad y osadía.	- Retroproyector - Transparencias - Copias.
	10:15a.m. – 10:30 a.m.	R E	C E	S O
	10:35a.m. – 11:45 a.m.	Importancia del Manejo de Actitud.	ACTITUD: - Ley de Murphy - Normas que podrían ayudarle en su vida.	- Data Show - Copias - Tablero y pilotos.
	11:45a.m. – 12:00 m.d.	Relacionar las cortas lecturas con los temas tratados.	- Opiniones individuales.	Los y las estudiantes.

5.8- Costos: Se detalla en qué gastos se incurrirá, para el desarrollo de una actividad tan productiva como lo es la Promoción de los Valores en la Educación Superior.

RECURSO	TIEMPO - Material	DINERO
1- DOCENTE	20- HORAS (1 semana)	B/ 250.00
2- TRANSPARENCIAS	20- HORAS	B/ 31.25
PROYECTOR		B/ 25.00
3- Copias del resumen del material.	30 páginas cada juego, por 60 estudiantes.	B/ 25.00
4- Copias de la evaluación	60 copias	B/ 3.00
5- Un paquete de Papel Bond 250 páginas	1 paquete	B/ 3.00
6- Luz , Aire acondicionado, salón principal en la universidad	4- horas diarias	B/100.00
7- REFRIGERIO	Para 60 personas	B/ 30.00
TOTAL	20-HORAS	B/ 467.25

CONCLUSIÓN

Se presentan algunas conclusiones que se extraen del presente trabajo en valores, con la finalidad que puedan ser consideradas por todos los involucrados.

- ✓ Los discentes de Primer Ingreso de la Carrera de Relaciones Públicas tienen el deseo inminente de hacer mejoras en su Personalidad, en el Centro Regional Universitario y en la Comunidad.
- ✓ Los discentes de la Carrera de Relaciones Públicas desean mayor compromiso en la educación en valores por parte de sus docentes y de la propia administración universitaria.
- ✓ Los docentes están claros en que tienen un compromiso con los y las estudiantes en cuanto a su formación integral.
- ✓ Tanto docentes como discentes están de acuerdo en que inculcar valores a través de las clases y el contexto educativo es más que una simple forma de dar una materia.
- ✓ En cada uno de los fines de la educación panameña y en los diversos artículos del estatuto universitario de la Universidad de Panamá, plantea la necesidad de fortalecer los valores, a nivel de la docencia superior, para lograr ese ser integral de forma efectiva y con calidad de vida.
- ✓ Abordar el punto de Valores en la Educación Superior para los y las estudiantes resulta ser motivador.

- ✓ El 100% de los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas evidencian tener un compromiso serio con la formación integral de sus discentes
- ✓ El 37% de los discentes de la Escuela de Relaciones Públicas opinaron que están dispuestos a realizar cambios en su conducta dentro y fuera de los predios universitarios, favoreciendo la imagen de la Sede Panamá Oeste y la de ellos y ellas en lo personal
- ✓ El 43% de los estudiantes de la Escuela de Relaciones Públicas opina que quienes más deben ayudar a elevar la imagen de la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste es la Administración, aunque un 7% especificó que sería bueno la participación de todos estudiantes, docentes y Administración
- ✓ Los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas opinan en un 60%, que sólo algunas veces es positiva la proyección de la imagen de l Centro Regional Universitario Panamá Oeste.
- ✓ Los docentes de la Escuela de Relaciones Públicas en un 100% están de acuerdo en la importancia de la reinformación del Relacionista Público en lo que a valores respecta.
- ✓ Se percibe por parte de los discentes y docentes, gran aceptación y apoyo para la propuesta de Promoción de los Valores en la Educación Superior

RECOMENDACIONES

Se presentan algunas recomendaciones que pueden servir para el bienestar de cada uno de los miembros que tienen el privilegio de encontrarse dentro de la Casa de Méndez Pereira.

- Realizar diagnósticos en cuanto a valores se refiere, en la carrera de Relaciones Públicas, con los estudiantes de primer ingreso.
- Reunir a docentes y administrativos quienes se sabe tienen la firme convicción de formar profesionistas integrales y de calidad para que juntos intensifiquen esfuerzo, y se le dé mayor importancia a los valores; ya que los discentes así lo exigen.
- Reforzar en los docentes el compromiso con sus estudiantes en cuanto a su formación integral, puesto que los profesores saben referente al tema, y serían de gran ayuda para su verdadera formación.
- Se sugiere hacer una revisión al instrumento de evaluación del docente, tanto en la metodología como en aspectos administrativos.

- Se le recomienda a la universidad de Panamá que debe tener presente que cada estudiante es un cliente importante y como tal tiene derecho a exigir una preparación efectiva y de calidad que contribuya a su formación integral.
- Se debe crear un buzón de quejas y sugerencias donde el estudiante pueda exponer su sentir de forma libre, de tal manera, que evite ser coaccionado por terceros.
- Enaltecer la importancia del Centro Regional Universitario Panamá Oeste como valuarte de suma importancia para todos y todas las personas que tienen el privilegio de pertenecer al mismo.
- Hacer énfasis en que el Centro Regional Universitario Panamá Oeste, tiene la responsabilidad de formar profesionales efectivos y de calidad, con altos niveles académicos y éticos, cumpliendo así con la formación de un ser integral.
- Trabajar multidisciplinariamente, puesto que se tiene personal capacitado y sobresaliente, que puede lograr un verdadero trabajo en equipo, para el bien común y en la formación de verdaderos seres integrales.

- Promover valores, como parte de la educación preventiva e integral que requiere la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, rompiendo paradigmas e incentivando al cambio.

- La promoción de los Valores en la Educación Superior debe ser puesta en acción; ya que será de gran beneficio para el Centro Regional Universitario Panamá Oeste, docentes, personal administrativo y sobre todo para sus clientes presentes y potenciales; así como para reforzar su liderazgo y confianza, siendo los primeros en atreverse a hacerlo.

- Se recomienda que la presente propuesta en valores sea incluida como obligatoria dentro del plan de estudios de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

- Se recomienda a la Vicerectoría Académica de la Universidad de Panamá que considere la posibilidad de incluir la presente propuesta en valores como seminario obligatorio en el plan de estudios de todas las carreras.

- Se recomienda que la presente propuesta de promoción en valores se tome en consideración para su aplicación; ya que sería fructífero para la imagen de la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- 1- AGUDELO, C. Humberto Arturo. Educación en los Valores. Talleres Pedagógicos. 4ta. Ed. España. 1996. 159 páginas.
- 2- Asociación Publicadora Interamericana. Su Palabra de Honor. OP Editorial Ltda.. Santafé de Bogota – Colombia. 1997. pág. 198.
- 3- BARRANTES, Echavarría Rodrigo. Investigación un Camino al Conocimiento. Un Enfoque Cuantitativo y Cualitativo. 1ra. Ed. Editorial Universitaria Estatal a Distancia. San José C. R. 1999.
- 4- BERLO, David K. El Proceso de la Comunicación. 14ava ed. El ATENEO, Editorial, Buenos Aires. 1994. páginas 173.
- 5- BUXARRAIS, Rosa Ma.. La Formación del Profesorado en Educación en Valores. Propuesta y Materiales. 2da ed. Editorial DESCLEÉ DE BROUWER, S.A. España. 2000. páginas 189.
- 6- CARRERAS, Llorens; Pilar Eijo; Assumpcio Estany. Cómo Educar en Valores. Materiales, Textos, Recursos y Técnicas. 4ta ed. NARCEA, S.A. 1997. páginas 305.

- 7- CERRUD, Euclides. Filosofía. 5to. Año. ①.
- 8- CHAIJ, Enrique. Vivir con Valor. Fuente de Prosperidad y Bienestar.
Editorial Santa Fé. Bogota – Colombia. 1992. pág.239. 2
- 9- DIAZ, Barriga Frida y Gerardo Hernando Rojas. Estrategias Docentes
para un Aprendizaje Significativo. Una Interpretación Constructivista. M ①
- 10-Dr. LAURENCE, Peter y Raymond Hull. El Principio de Peter. 3ra ed.
PLAZA & JANES EDITORES, S.A. España. 1987. páginas 233. 2
- 11-Dr. LAURENCE, Peter. Las Formulas de Peter. 2da ed. PLAZA & JANES
EDITORES, S.A. España. 1989. páginas 160. 1
- 12-EGAN, Gerard. El Orientador Experto. Un Modelo para la Ayuda
Sistemática y la Relación Interpersonal. 1ra ed. 1989. Grupo Editorial 1
Iberoamericana. México. Páginas 165.
- 13-FLORES, Luis Emilia; Ana teresa Pacheco. La investigación una Forma
de Aprender. 1ra ed. Editorial de la Universidad Nacional CAMPUS 1
Omar Dengo. Heredia C. R. 1996. páginas 203.

- 14-FLORES, Ochoa Rafael. **Hacia una Pedagogía del Conocimiento.** }
McGRAW – HILL. Colombia. 1994. páginas 311.
- 15-GANDÁSEGUI, Marcos A. hijo. **El Mito de La Comunicación.** 14ava ed. El }
ATENEO, Editorial. Panamá. 1987. páginas 77.
- 16-GARZA, Treviño, Juan Gerardo. **Educación en Valores.** Editorial }
TRILLAS. México. 1999. páginas 87.
- 17-GOLCHER, Ileana. **Escriba y Sustente su Tesis. Metodología para la** }
Investigación Social. Servicios Gráficos. Panamá. 1995. páginas }
166.
- 18-HERNANDO, Ángeles Ma. **Estrategias para Educar en Valores. Propuesta** }
De Actuación con Adolescentes. 2da ed. Editorial CCS, Alcalá. }
Madrid. 1997. páginas 191.
- 19-HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto; Carlos Fernando Collado; Pilar Baptista }
Lucio. 2da ed. Mc GRAW-Hill. Mexico. 1998. páginas 501. }
- 20-La Guía de las Virtudes. **Manual para que los padres enseñen Virtudes.** }
II Parte. Páginas 220. }

21-La Guía de las Virtudes. Manual para que los padres enseñen Virtudes.

III Parte. Páginas 220.

22-MARÍN, Gutiérrez Carlos. Familia, Escuela y Valores. Anotaciones para

Una Propuesta Pedagógica. Indo American Press Service Limitada. J

Colombia. 1999. páginas 191.

22-MÉNDEZ, A. Carlos E. Metodología. Guía para Elaborar Diseños de

Investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas.

2da ed. McGRAW-Hill. Santa Fe, Colombia. 1995. páginas 170. J

23-OLIVEIRA, Paulo. Técnicas de Liderazgo Hoy. 2da ed. Editora Santuario. J

San Pablo, Colombia. 1995. páginas 116.

24- Organización SRI SHATY A SAI BABA. Programa de Educación en J








Valores Humanos. Argentina. 1987. páginas 71.

25- Programa SHATY A SAI de Educación en valores Humanos. 4ta ed. J

Argentina. 1994. páginas 96.

26- REIG, Enrique. Modelos de Motivación. Estrategias de Desarrollo al J

Alcance de Todos. 1ra ed. Mc GRAW-Hill. Mexico. 1996. páginas 125.

- 27- RODRÍGUEZ D. Martha G.; Manuel Almengor. Metodología de la Investigación Social para Publicidad y Relaciones Públicas. 1ra ed. 
Imprenta Universitaria. Panamá. 1994. páginas 116.
- 28- SALESMAN, P. Eliécer. 100 Formulas para llegar al Éxito. 21 ed. JMC 
Editores. Colombia. 1998. páginas192.
- 29- SALESMAN, P. Eliécer. Secretos para Triunfar en la Vida. 25 ed. JMC 
Editores. Colombia. 1998. páginas 174.
- 30- SIMON, Raymond. Relaciones Públicas. Teoría y Práctica. EDITORIAL 
LIMUSA. S.A. México. 1995. páginas 510.
- 31- Secretariado Permanente del Episcopado Colombiano. Compromiso 
Moral del Cristiano. Colombia 1991. páginas 70.
- 32- TAYLOR, Carlos L. Por Sendas Extraviadas. OP Editorial Ltda. Santa Fé 
de Bogota. 1997. pág.128.
- 33- TIERNO, Bernabé. Guía para Educar en Valores Humanos. 1ra ed. Taller 
de Editores, S.A. 1996. páginas 263.

34- VENEGAS, Jiménez Pedro. Algunos Elementos de Investigación. 1ra ed.
Universidad estatal a Distancia. San José C. R. 1998. páginas 132.

J.

ANEEXO

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS**

Respetados estudiantes: Con el propósito de conocer su grado de solidaridad con la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, en tanto a su imagen y los valores en la educación superior, se le agradece contestar las siguientes preguntas.

Tenga la confianza que la información suministrada será manejada de forma confidencial.

I- Aspectos Generales:

A- Sexo: F _____ , M _____

B- Edad: _____

II- Colocar una cruz (+) a la respuesta seleccionada.

1- ¿Se identifica con la profesión que seleccionó?

a- SI _____

b- NO _____

c- Otros _____ Especifique _____

2- Es usted una persona con deseos de:

a- Aprender _____

b- Trabajar _____

c- Superarse _____

d- Otros _____ Especifique _____

3- En los cambios que usted considere requiera para vivir mejor, sería importante desarrollar:

- a- Conocimientos y destrezas _____
- b- Habilidades y sentimientos _____
- c- Imaginación y Creatividad _____
- d- Otros _____ Especifique _____

4- ¿Valora usted la importancia que tiene la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, para su formación profesional?

- a- Mucho _____
- b- En algunos aspectos _____
- c- Poco _____
- d- Otros _____

5- Para ayudar a elevar la imagen de la Sede Panamá Oeste, se debe contar con:

- a- Su participación _____
- b- La de los profesores _____
- c- La administración _____
- d- Otros _____ Especifique _____

6- ¿Considera usted que como estudiantes y futuros profesionistas deben hacer cambios, en cuanto a su comportamiento en los predios Universitarios y fuera de ellos?

- a- Si _____
- b- No _____
- c- Otros _____

7- Los valores en la carrera de Relaciones Públicas son de suma importancia para el desarrollo humano y profesional.

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Muy Poco _____

8- ¿Sabe usted a que se refieren los Valores en la Educación Superior?

- a- Si _____
- b- No _____
- c- Otros _____

9- ¿Considera usted que sus docentes hacen énfasis en valores, como parte de sus materias, dando así pasos importantes en su formación integral?

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Poco _____
- d- Nada _____

10-¿Cree usted necesario motivar los valores de forma innovadora dentro de las diferentes disciplinas que usted estudia?

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Poco _____
- d- Nada _____

11-Qué sugiere usted para contribuir a fortalecer los valores en la Sede Panamá Oeste:

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS**

Respetados Profesores: Con el objeto de recabar información referente a la formación de valores de los estudiantes que ingresan por primera vez a la Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, se le presenta esta importante encuesta que desea con su ayuda conocer el grado de solidaridad con la Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario Panamá Oeste, en tanto a su imagen y como los valores en la educación superior podrían ayudar a mejorarla.

- I- Se le agradece contestar la siguiente encuesta, asegurándole que la información será manejada de manera confidencial.

Coloque una cruz (+) en la respuesta de su agrado.

- 1- ¿Cree usted que la formación integral de los estudiantes, como compromiso personal y profesional es importante para su carrera?
- a- Mucho _____
 - b- Algunas veces _____
 - c- Poco _____
- 2- Ante la comunidad, cree usted que la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, dada la proyección de los valores que la ocupa, es vista de forma:
- a- Positiva _____
 - b- Algunas veces positiva _____
 - c- Otros _____ Especifique _____

3- Es importante que usted como Relaciones Públicas pueda reinformarse con actitud positiva en lo que respecta al fortalecimiento de los valores como parte fundamental de su formación.

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Poco _____
- d- Otros _____ Especifique _____

4- Independientemente de sus clases, ¿Hace énfasis de la importancia de los valores para un mejor aprendizaje?

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Poco _____

5- ¿Estaría dispuesto a realizar ciertos cambios, en el desarrollo de sus clases en el aula, con el fin que los valores formen parte de su presentación?

- a- Si _____
- b- No _____
- c- Otros _____ Especifique _____

6- ¿Ayudaría usted a fomentar la transformación dándole un enfoque de valores en beneficio de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, el suyo, el de la comunidad y el país?

- a- Si _____
- b- No _____
- c- Otros _____ Especifique _____

7- Al dictar los cursos de introducción a la vida Universitaria entre los temas que se tratan, se mencionan los valores y su importancia.

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Poco _____

8- ¿Considera usted que se justifique la educación en valores en la educación superior, formando así individuos comprometidos con determinados principios éticos que sirvan para evaluar sus propias acciones y las de los demás?

- a- Mucho _____
- b- Algunas veces _____
- c- Poco _____
- d- Otros _____ Especifique _____

9- Al iniciar la carrera, se introducen ejes transversales de valores en la distintas asignaturas:

- a. Siempre _____
- b. Algunas veces _____
- c. Poco _____

10-¿Qué sugiere usted para que se incluyan ejes transversales de valores en todas las asignaturas?

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE RELACIONES PÚBLICAS**

Respetados Profesores: Con el objeto de recabar información referente a la formación de valores de los estudiantes que ingresan por primera vez a la Facultad de Comunicación Social, Escuela de Relaciones Públicas, se le presenta esta importante, leve y rica encuesta, que desea con su ayuda, conocer el grado de solidaridad con la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, en tanto a su imagen y como los valores en la educación superior podrían ayudar a mejorarla.

- I- Conteste por favor, las siguientes preguntas y de antemano se agradece su colaboración y apoyo.

1- ¿Cree usted que sea importante trabajar con los valores en la Educación Superior? Explique.

2- ¿Ayudaría usted a fomentar la transformación positiva en beneficio de la Universidad de Panamá, Sede Panamá Oeste, el suyo, el de la comunidad y el país?

3- ¿Por qué se consideraría de suma relevancia la participación de la educación superior en el desarrollo de los valores en la misma?

4- El respeto máximo hacia el estudiantado es de suma importancia, para la formación de futuras generaciones y para impartir valores en la educación superior. ¿Está de acuerdo y práctica lo antes dicho? Explique.

5- Con el deseo de contribuir en la formación del Ser Integral, ¿Qué considera usted será necesario, en lo personal, a través de la Universidad, sus educadores y sus educandos, para lograrlo?
