

**VALORES ÉTICOS:  
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN  
PARA SU POSICIONAMIENTO  
EN LA EDUCACIÓN**

**COAUTORES:  
DR. FERNANDO GUTIÉRREZ COTO  
MED. ALEXANDRA GUTIÉRREZ COTO  
LIC. ALLAN VIALES RODRÍGUEZ**

Valores éticos:  
Estrategia de promoción  
para su posicionamiento  
en la Educación

Coautores:

Dr. Fernando Gutiérrez Coto  
MEd. Alexandra Gutiérrez Coto  
Lic. Allan Viales Rodríguez

Liberia, Costa Rica, 2019

170  
G170v

Gutiérrez Coto, Fernando

Valores éticos: estrategia de promoción para su posicionamiento en la educación [e-book] / Fernando Gutiérrez Coto ; Alexandra Gutiérrez Coto y Allan Viales Rodríguez. -- 1a ed. -- San José, Costa Rica: Lara Segura & Asociados, 2019  
247 Kb ; 1 PDF

ISBN 978-9930-574-06-5

Libro electrónico

1. EDUCACIÓN EN VALORES - COSTA RICA - ENSEÑANZA. 2. ÉTICA.  
I. Gutiérrez Coto, Alexandra, coa. II. Viales Rodríguez, Allan, coa.  
III. Título.

Dr. Fernando Gutiérrez Coto

Magister en Mercadeo.

Universidad de Costa Rica

Doctor en Educación

Universidad De La Salle

MEd. Alexandra Gutiérrez Coto

Magister en Administración Educativa.

Universidad de Costa Rica

Egresada Doctorado en Educación con especialidad en Mediación

Pedagógica

Universidad De La Salle

Lic. Allan Viales Rodríguez

Bachiller en Administración Aduanera y Comercio Exterior.

Universidad de Costa Rica

Licenciado en Ciencias de la Educación con énfasis en Docencia

Universidad de San José

# Índice

El abordaje estratégico de la ética en los contextos educativos. <i>Lic. Miguel Fajardo Korea</i> .....	5
Introducción .....	11
CAPÍTULO I	
Hablando sobre educación.....	15
CAPÍTULO II	
Conceptualizando la Educación .....	27
CAPÍTULO III	
Estrategia de promoción para los valores éticos en la Educación .....	49
Bibliografía .....	75



# El abordaje estratégico de la ética en los contextos educativos

Lic. Miguel Fajardo Korea  
Premio Nacional de Educación Mauro Fernández  
minalusa-dra56@hotmail.com

**(Guanacaste/Moravia).** Cada quien, con su albedrío, debe establecer principios éticos, que guíen su ejercicio vital y profesional, donde exista una propuesta de conciencia, fundamentada en la honestidad, el servicio y el prestigio, tanto moral como individual y social.

La ética es el conjunto de normas morales de las personas, las cuales rigen su manera de vivir y actuar. La ética es un insustituible valor para la convivencia interior, tanto personal como profesional y comunitaria. Según Julio de Zan, la moral es cómo actuamos y, la ética, por qué actuamos de esa manera.

Los académicos costarricenses, Dr. Fernando Gutiérrez Coto, M.Sc. Alexandra Gutiérrez Coto y Lic. Allan Viales Rodríguez, plantean en su libro **“Valores éticos: Estrategia de promoción para su posicionamiento en la Educación”**, un análisis reflexivo sobre cuatro valores éticos primordiales: la justicia, la

libertad, la verdad y la responsabilidad, pues los valores éticos enriquecen el aprendizaje y las relaciones humanizadas.

Asimismo, examinan otros valores, tales como tolerancia, respeto, objetividad, honestidad, sinceridad, solidaridad, lealtad, puntualidad, decencia, así como sus estrategias didácticas para su puesta en práctica en los ámbitos áulicos.

Para los autores, una educación basada en valores éticos, influye sobre los sentimientos y desarrolla capacidades de escucha y observación para generar conocimiento. Recomiendan incluir valores éticos en los foros y debates, tanto en el aula física como virtual. Asimismo, en las dinámicas de aprendizaje durante clases, ensayos y trabajos extraclase.

La educación signa una de las más hermosas aperturas de los procesos democratizadores, para generar personas de bien, comprometidas con una sociedad global más justa, equitativa e igualitaria., con el norte académico y humano del compromiso con la realidad, como un código moral que se vivencie con estatura incorruptible, a prueba de siempre.

De las actitudes y de los valores aprendidos, tanto en el hogar, las aulas, como en la vida, dependerá nuestra capacidad ética: esa ciencia de la conducta, ese conjunto de deberes y derechos de carácter moral, inmersos en contextos socioeducativos. Con nuestro grado de concienciación, sabremos disseminar un código moral que privilegie la dignidad holística del factor humano.

En esa línea, no solo deben enseñarse los valores éticos, sino vivenciarlos, para reaprender cada día de la tierra. Se debe construir pedagogía en espacios de aprendencia, pues la vida es un proceso de aprendizaje indeleble.

Valores éticos: Estrategia de promoción para su posicionamiento en la Educación

Por ello, los educadores estamos llamados a construir patria, desde la vocación del alma, con el espíritu de compromiso cotidiano, realidad tangible e intrínseca, a fin de mejorar, cada día de la tierra, los índices de calidad de la condición humana.

En síntesis, **“Valores éticos: Estrategia de promoción para su posicionamiento en la Educación”**, de los académicos Fernando Gutiérrez Coto, Alexandra Gutiérrez Coto y Allan Viales Rodríguez, es un insumo didáctico e investigativo, de gran importancia, para la implementación curricular de los valores éticos, sobre todo, en un mundo de alta velocidad, donde esos valores deben resistir a nuevas prácticas, producto de una vida ajetreada, en todos los órdenes del comportamiento global.

**Lic. Miguel Fajardo Korea**  
Centro Literario de Guanacaste





# Introducción

Este libro, está orientado al tema de los valores éticos, reconociendo los cuatro valores éticos fundamentales los cuales son: la justicia, la libertad, la verdad y la responsabilidad. Asimismo, se plantea, derivado de los valores éticos fundamentales, una subdivisión de valores, que sirve para una mejor comprensión, estos son: tolerancia, respeto, objetividad. Verdad: honestidad, sinceridad. Libertad: solidaridad, lealtad. Responsabilidad: puntualidad, decencia.

Como indica Víctor Mercader, "la integración de los valores éticos en la educación ha sido, por siglos, un ensayo constante aplicado de muy diferentes maneras y con una gran multiplicidad de interpretaciones, a veces contradictorias" (2007, p. 36). De igual forma, el mismo autor enfatiza que "la ética, término estrechamente relacionado con la virtud, la moral y el carácter, surge como uno de los recursos o elementos, si no el más importante, que las personas tienen para desarrollarse y lograr la excelencia y la armonía del ser" (ídem).

Lo anterior es concluyente para repensar de forma armónica sobre los valores éticos que deben poseer los estudiantes y profesores.

En este caso, es importante conocer sobre valores éticos, puesto que este tema es relevante y fundamental para la con-

vivencia, tanto en la vida académica, profesional, como también personal.

Es relevante entender la relación que existe entre los actos, los hábitos y el desarrollo del carácter, por la relevancia que tiene en el desarrollo de la personalidad, por lo que la inteligencia emocional y valorar su importancia en el desarrollo moral del ser humano, se torna cada día más complejo.

Asimismo, hay que comprender y apreciar la capacidad del ser humano, para influir de manera consciente y voluntaria en la construcción de su propia identidad, conforme a los valores éticos y así mejorar su autoestima y su percepción con respecto a este tema.

El conocimiento de los fundamentos de la naturaleza social del ser humano y su relación puede ayudar a describir y valorar la importancia de la influencia del entorno social y cultural en el que se desarrolla para relacionar y valorar la importancia de las habilidades de la inteligencia emocional y establecer su vínculo con aquellos valores éticos que enriquecen las relaciones humanas.

Al emplear diálogos entre los involucrados en el tema, puede generar empatía, la escucha activa, la interrogación asertiva, entre otros, con el fin de que aprenda a utilizar los valores de forma natural en su relación con los demás.

Destacar el significado e importancia de la naturaleza de los valores éticos es fundamental, para ir diseñando, justificando y apreciando el papel de los valores en la vida personal y social, resaltando sus características, clasificación y jerarquía, con el fin de comprender su naturaleza y su importancia.

Los valores éticos son una mezcla de aprendizaje, por un lado, los valores se aprenden en el hogar y cuando los llevamos a la práctica en nuestro entorno, los anexamos a la ética, la cual es aprendida en nuestro periplo de vida; dando como resultado, una simbiosis que nos permitirá sobrevivir en el mundo agitado de hoy día.

A la vez, es de suma importancia, resaltar las especificaciones y su influencia, donde destaca la necesidad de ser reconocidos, respetados y comunicados por todos. De ahí la importancia, que a pesar de que los valores se aprenden en la casa, resulta encomiable, mercadearlos a fin de contribuir con su posicionamiento en la mente de las personas y que su práctica no sea mecanizada, sino, humanizada.

Cabe destacar que alguna bibliografía expuesta y relacionada con este libro, no es tan reciente, pero son totalmente válidas sus citas puesto que los valores no pasan de moda.



# CAPÍTULO I

## Hablando sobre educación

### **Reflexionando sobre la educación**

En la educación, como actividad compleja, por aglutinar en su ejecución otras áreas del saber, y por su dinamismo y evolución constantes, es imprescindible que las universidades conozcan y se abran a diferentes teorías y corrientes de pensamiento, pero deben tener claro que su aplicación no puede ser modelo para todas, ya que cada una de ellas constituye una razón de ser, de acuerdo con su orientación y su contexto, sean públicas o privadas.

Al respecto, Gutiérrez (2011) indica:

La situación actual en educación, supone el fin de un sistema educativo de carácter newtoniano y cartesiano y configura una nueva concepción de nuestro sistema de enseñanza que aún no somos capaces de valorar en su justa medida, porque todos nosotros, hemos sido educados en el anterior sistema educativo, y, al carecer de otras referencias, tendemos inevitablemente a comparar los problemas actuales con situaciones anteriores (p.89).

Por lo tanto, enseñar, hoy, es cualitativamente distinto de lo que era hace veinte años o más. Fundamentalmente, por el crecimiento desmedido de la población, el incremento de la pobreza y las oportunidades reales que tienen hoy todas las personas de optar por una buena educación.

Aunado con lo anterior, Ochoa (2014), explica:

La sociedad y la educación se enfrentan a un gran desafío como es asegurar el bienestar de las personas y la integración social en un mundo que vive profundas transformaciones. Los incesantes cambios que se producen en nuestra sociedad quedan reflejados en los comportamientos de los ciudadanos y en el modelo de enseñanza-aprendizaje adoptado por los centros e instituciones educativas. Actualmente, estamos sumidos en una crisis de valores generada por las nuevas exigencias que la sociedad demanda, de ahí que los valores considerados tradicionales, han ido desapareciendo (p. 9).

Es así, que la apertura hacia una transformación de la vida, brinda una perspectiva diferente, y reta a pensar, acerca de los valores éticos, para elegir un mejor camino. Es un llamado de alerta para buscar desafíos comunes, en medio de la pluralidad social, y adoptar una nueva visión ética, que es compartida por una cantidad creciente de personas, en muchas naciones y culturas, alrededor del mundo.

Por consiguiente, surge la imperiosa necesidad de practicar permanentemente los valores éticos en la Educación, para comprender el periplo diverso de comportamientos y actitudes con respecto a la forma en cómo se aborda la diversidad humana, y el tratamiento institucional que se le otorga al manejo de dichos valores. Sabiendo de antemano que los valores

como tal, se aprenden en el hogar, puesto que es la herencia fundamental que nos deja nuestra familia, para sobrevivir en nuestro camino de vida.

Con respecto a lo anterior, Navas y Cabero (2005), señalan:

Aunque son muchos los factores que pueden contribuir a crear valores, se puede afirmar que hay cuatro que tienen mayor influencia: la familia, el sistema educativo, los medios de comunicación y el grupo de pares. Del análisis de estos cuatro factores podemos afirmar que la transmisión de valores en la familia se ha ido perdiendo a través de los años, lo cual hace que los medios de comunicación y los pares se conviertan en los principales transmisores de valores. De esta manera, el producto del sistema educativo resulta ser un individuo formado en el ámbito intelectual y físico, pero deformado en el sentido de buscar siempre el conocimiento fuera de sí mismo, preparándose así para competir fundamentalmente por la obtención de éxito material (pp.3-4).

En este caso específico, la difusión de los valores éticos, será importante para fortalecer la creación de redes de convivencia, y ello permitirá recobrar el sentido consciente de la conexión entre los seres humanos.

A tal fin, Sánchez et al. (2004) precisan:

Como han puesto de manifiesto diferentes investigaciones, los medios de comunicación han adquirido en los últimos años un papel relevante en los procesos de socialización de los jóvenes, en la transmisión de valores y actitudes sociales. Para confirmarlo, basta constatar un hecho esclarecedor, como es el que los propios jóvenes atribuyen a estos medios



una importancia en su socialización superior, incluso, a la de instituciones que, como los centros educativos, han tenido tradicionalmente un papel central en los procesos socializadores (Elzo, citado en Sánchez et al., 1999, p. 7).

Es anhelar mejores condiciones para los estudiantes, profesores, y su relación institucional, cualesquiera que sean y, de esta forma, todos los seres humanos, sin exclusión, quienes habitan este mundo, se garanticen una transformación en igualdad de condiciones, para lidiar con la cotidianidad, en un mundo que está acelerado, y la desaceleración es parte clave y fundamental de la existencia para una vida con calidad y una calidad de vida.

Esto permite clarificar la finalidad de la presente obra, dado que, de esta forma, se puede tener una visión global de los nuevos problemas y oportunidades, y así, diseñar nuevos paradigmas de una educación basada en valores éticos, existiendo de antemano, la suficiente comunicación y correspondencia entre la práctica y la teoría. De esta manera, se puede lograr la vinculación estrecha entre lo que se piensa, cómo se actúa y promueve, así se puede fortalecer el acto educativo en los salones de clase.

### **Contextualizando el aprendizaje**

Casi todos los aspectos de la vida de una persona están regidos por la planificación; mediante esta actividad, se logra articular y coordinar los recursos y el tiempo para alcanzar un objetivo. En el ámbito educativo, el proceso de planificación se vuelve imprescindible, ya que es en esa etapa donde se definirán las políticas y el enfoque que se le quiera dar al modelo educativo; aterrizando dichas políticas, con acciones concre-

tas, tales como la asignación de recursos, la elaboración de los programas de estudios, entre otras.

La planificación educativa se divide en tres niveles, los cuales son: macro, meso y micro. En cada uno de esos niveles se desarrolla diferentes actividades, cada una, en razón de su especificidad. Con respecto a esto, Campos en García Lizano y otros, citando a Hainut, explica las diferencias de cada nivel de la siguiente manera:

En el nivel macro se establece la política educativa, se retoman los fines de la educación, se definen los beneficiarios y se seleccionan los medios financieros para las acciones educativas de cobertura nacional de un país. En el nivel intermedio, las políticas educativas se traducen en políticas curriculares, orientadoras de perfiles del docente y del educando, en donde se explicitan los conocimientos teórico-prácticos, los valores, las actitudes y destrezas motoras que orienten el aprendizaje de los educandos. En el nivel micro se lleva a cabo la ejecución de los planes y los programas de estudio en el área administrativa de la institución y en la pedagógica del aula (2002, p. 85).

El programa de estudio es un elemento que resulta de la planificación educativa, y que participa en sus tres niveles; en el primero se piensa; en el segundo se adecua al contexto en que va a ser desarrollado; en el tercero se ejecuta por parte de los docentes. Con esto, se puede decir que el programa de estudios es el que permite concretar el proceso educativo.

La definición de programa de estudio que propone Pansza es que este, se trata de:

...una formulación hipotética de los aprendizajes, que se pretende lograr en una unidad didáctica de las que componen

el plan de estudios, documento este que marcan las líneas generales que orientan la formulación de los programas de las unidades que lo componen (2005, p.15).

Además, para este mismo autor, es muy importante tomar en consideración otros factores en el momento de elaborar y ejecutar programas de estudio, algunos de esos factores son el tiempo que tendrá el docente para desarrollar el programa, el contexto socioeconómico en que este se llevará a cabo, la cantidad de estudiantes y el tipo de unidad didáctica en que se aplicará en el programa.

La contextualización de los programas de estudio y su constante evaluación, se convierte, entonces, en una necesidad para obtener el mayor aprovechamiento del proceso educativo, y para generar las mejores oportunidades de enriquecer a la educación.

### **Educación y valores éticos**

La generación del conocimiento sobre valores éticos, requiere de reflexión y profundización, lo que podría convertirse en una gran experiencia, sabiendo que esto implica la reconstrucción de episodios significativos de la vida de uno o más individuos. Este panorama se presenta como punto crucial para entender los problemas actuales que se enfrenta.

Para Orlando Mella, esto “mantiene la capacidad de observar nuestras actividades (desde afuera), como objetos en el mundo, capacidad que nos permite coordinar nuestras acciones” (1998, p. 5).

Al ser partícipes en la creación de un propósito para formar una sociedad justa, solidaria, sustentable y pacífica, que busca

inspirar un nuevo sentido de interdependencia y responsabilidad compartida, para el bien común, provee de un nuevo marco de trabajo, para pensar y referirse sobre los valores éticos en la sociedad.

Lo anterior, reta a practicar los valores éticos, ya que esto es una nueva visión ética, la cual es compartida por una cantidad creciente de personas, en muchas naciones y culturas alrededor del planeta.

Esta nueva visión, tiene que pasar, entonces, en primer lugar, por el corazón y la conciencia. Es ahí, donde el flujo de emociones y reacciones eclosionan como un torbellino positivo, en pos de la estructura social en la cual se desarrolla la sociedad.

Esto lo explica Emoto, en el libro: "Los mensajes ocultos, el agua":

Ya ha pasado la época en que solo se creía en lo que podía verse, y ahora comenzamos a abrir nuestros ojos a la importancia del alma. Este es un movimiento en la dirección correcta, y creo que se convertirá en la manera de pensar de la mayoría de la gente en este siglo. En esencia, el cuerpo humano es agua y la conciencia es alma. Los métodos que ayudan a que el agua fluya son mejores que todos los demás a nuestro alcance. Todo es cuestión de mantener el alma en estado incontaminado (2005, p. 106).

Para dar seguimiento al tema de los valores éticos, se basará en el diálogo recíproco, y así se podrá compartir el aprendizaje, crecimiento y renovar las relaciones entre estudiantes y profesores.

Como expresa Bohm “debemos comunicarnos y mantener un diálogo, de escuchar a todo el mundo. Escuchar y compartir estas visiones, así quizás podamos llegar a trascenderlas” (2002, p. 166).

Al respecto, Greene, en el libro “Liberar la imaginación”, expresa:

Es por medio de nosotros que se llega a los y las aprendices, mediante una docencia reflexiva y apasionada podemos hacer mucho más en cuanto a alentar y estimular a muchos jóvenes para que busquen más allá de sí mismos, para que creen significados, para que miren a través de perspectivas más amplias y más informadas (2005, p. 260).

Con el diálogo recíproco, se fortalece el proceso pedagógico, es como una oferta alternativa, basada en la reflexión, la producción y el intercambio por medio de valores éticos, garantizando, en todo momento, un aderezo o complemento esperanzador con gozo, amor, conocimiento y ternura que despierte la imaginación.

Bien lo señala el exministro de Educación Pública de Costa Rica, Leonardo Garnier Rímolo (2006-2010), en la revista “Actualidad Económica”, del jueves 28 de diciembre del 2006, al indicar que “se debe garantizar una educación que permita construir personas plenas – saber vivir, saber convivir y saber producir –”.

Al comentario anterior, se yuxtapone lo expresado por Maturana, al señalar que “educar es crear, realizar, y validar en la convivencia, un modo particular de convivir. Esto siempre se realiza en una red de conversaciones que coordina el hacer y

el emocionar de los participantes. Estudiar es convivir. Educar es convivir” (s.f.: pp.147, 151 y 152).

Para desarrollar y fortalecer actitudes críticas y adecuadas con respecto a la práctica de valores éticos, el proceso debe hacerse desde adentro hacia fuera, en donde la motivación, transformación y producción de resultados serán la base fundamental para aprender.

Lo anterior se puede relacionar con lo que indica Greene que “para aprender como para enseñar se ha de tener conciencia de dejar algo atrás y al mismo tiempo, de perseguir algo nuevo y esa clase de conciencia debe ir ligada a la imaginación” (Greene, 2005, p.39).

Los valores en la educación, se presentan, según precisa Assmann, como “una visión pedagógica unificada” (2000, p. 126), por lo que se requiere de una expansión, no solo de las percepciones, de la mente y modos de pensar, sino también, del concepto de valores que cada quien tenga, esto abre, entonces, la puerta a transformaciones más profundas, y brinda una visión más amplia sobre el tema objeto de estudio, haciendo posible, como señala Greene, una vez más, que “más personas se despierten de ese modo, den sentido a lo que ven y oyen” (2005, p. 229).

En este caso, el aprendizaje, creará un vínculo estrecho entre la educación y los valores, dando como resultado que las personas vivan interacciones conscientes en todas las dimensiones, dado que se debe, como indica nuevamente Greene “aprender a vencer la pasividad y la insensibilización, y aprender a apreciar lo que hay que apreciar, ya que esto puede conducir a una revelación tras otra” (2005, p. 229).

Ante esta situación, los valores éticos en la Educación, es coherente con la necesidad que se tiene en los salones de clase, de una educación solidaria. Es entender que esto, a su vez, surge de procesos auto-organizativos de la vida real, ya que vivir y aprender se identifican en un solo proceso.

De esta forma, en la mente de cada persona, se irán desarrollando nuevos paradigmas, tendientes a la valoración, entendimiento y diálogo social, sensibilizándose y generando conocimiento de manera creativa y respetuosa.

Al utilizar los valores éticos en la educación, los estudiantes y profesores, tendrán más posibilidades de tomar correctamente buenas decisiones, ya que se presentará oportunidades de conocer mejor, tanto el medio en que se vive, como a las demás personas.

No obstante, existen distractores que pueden interferir en una práctica adecuada de valores éticos, a saber:

-Cada quien tiene una concepción diferente sobre lo que significan los valores, y esto da cabida a percepciones individuales y no consensuadas.

-En ocasiones, se olvida que el ser humano, es humano y se le da más importancia a un mundo más mecanizado. Es decir, la tecnología está desplazando el interés de interactuar más humanamente.

-Identificar puntos de diálogo e intercambio de pensamientos críticos, se hace cada vez más difícil por el mundo tan acelerado en el que se vive.

Esta situación trae a un primer plano la conciencia, sabiendo de antemano que este proceso es de orden humano; además de brindar atención a la totalidad real del proceso y del pensamiento, y no solo, del contenido de los diferentes puntos de vista y opiniones, y del modo de dar coherencia a todo eso.

Es así como una educación basada en valores éticos, influye sobre los sentimientos, desarrollando la capacidad de escuchar, observar y generar conocimiento.

Por último, Francisco Gutiérrez, expresa lo siguiente sobre la educación basada en valores:

Este sistema motiva el interés del alumno y le permite mayor comunicación mediante nuevas formas de expresión. Del buen uso de la libertad que es una de sus características- nace una actitud crítica y responsable. El educando, en un ambiente así, está mucho más predispuesto al aprendizaje, a la expresión creadora y al desarrollo de la propia personalidad. Al constituir un grupo vivencial se intensifican las relaciones alumnos-profesor-alumno-alumno, promoviendo la participación de los estudiantes en el logro de los objetivos de la institución. Al efectuarse la evaluación de todo el proceso, hay una participación conjunta con profesores y alumnos por lo que estos consideran que las evaluaciones son más justas y eficaces (1995, p. 17).



# CAPÍTULO II

## Conceptualizando la Educación

### **Educación**

El concepto de educación podría considerarse como uno de los más complicados de elaborar, ya que es sumamente amplio, y deben tomarse en consideración, varios elementos, tales como su naturaleza, origen, objetivos y metas, metodología y recursos.

Para Frabboni, la complejidad de definir la educación, se da porque esta:

...tiene como meta final la calidad total de la persona; para ello debe afrontar la realidad y la incertidumbre y variabilidad de la misma, es decir que la complejidad radica en que no hay personas, cosas y situaciones idénticas, solo existen diferencias, diversidad y pluralidad (2002, p. 12).

Sin embargo, a pesar de esas complicaciones, a nadie le es indiferente la noción elemental de lo que educación significa, porque cada persona se encuentra inmersa, desde su nacimiento, en situaciones que se pueden considerar como educativas, ya que en ellas aprendieron o les sumó alguna experiencia; unos ejemplos de dichas situaciones pueden ser:

la crianza de los padres, la interrelación con los amigos, la participación en un club o equipo, entre muchas otras.

León hace ver que la educación:

...se propone como la acción responsable de la moralidad, de los valores, su preservación y transmisión a las generaciones más jóvenes que crecen con el derecho de poseer y heredar la cultura de sus antecesores, los valores y todo lo creado (2007, p. 597).

La educación trata de crear personas objetivas y críticas, que no teman expresar sus ideas, aunque sean diferentes de las de los demás; esto en un entorno de tolerancia y respeto. Con respecto a esto, León afirma que "la educación no admite las pretensiones del pensamiento hegemónico que se propone imponerlo todo coercitivamente, ni tampoco a las ideologías únicas, las religiones únicas. Un modo único de ser. Porque ello facilita el dominio y el control del comportamiento humano" (2007, p. 598).

Entonces, se puede afirmar que la educación es la fuerza catalizadora de la sociedad, la que genera desarrollo y cultura, la que le permite a cada persona desarrollarse como individuo, para que este le retribuya a la sociedad; ahí es donde la radica la importancia de la educación: en la relación simbiótica entre el individuo y la sociedad, forjada mediante ella.

Al estar revestida de tanta importancia, la educación se convierte en una gran responsabilidad que atañe a toda la sociedad, sin embargo, se puede reconocer que la mayor parte de esa responsabilidad recae en dos actores sociales: en los padres de familia y en los docentes; en el caso de los padres,

son los responsables de los primeros pasos del proceso educativo.

Bolívar señala el papel determinante que juegan los padres de familia en la educación de la siguiente manera:

El ámbito afectivo de la familia es el nivel privilegiado para la primera socialización (criterios, actitudes y valores, claridad y constancia en las normas, autocontrol, sentido de responsabilidad, motivación por el estudio, trabajo y esfuerzo personal, equilibrio emocional, desarrollo social, creciente autonomía, etc.). En los primeros años, la familia es un vehículo mediador en la relación del niño con el entorno, jugando un papel clave que incidirá en el desarrollo personal y social (2006, p. 121).

Los padres son, entonces, los encargados de asentar los fundamentos y valores que se desarrollará, posteriormente, durante el proceso educativo formal; esto no quiere decir que su participación acabe en esas primeras etapas, todo lo contrario, deben seguir siendo parte activa del proceso educativo, en conjunto con quienes practican la docencia.

## **Docencia**

En el apartado anterior, se mencionó la importancia de la participación de la familia en el proceso educativo; los otros actores directos de dicho proceso son los docentes. Ellos llevan a cabo la difícil labor de formar y desarrollar el conocimiento y las inteligencias de los educandos, eso es lo que se conoce como docencia. En síntesis, la docencia es la práctica y ejercicio del docente.

La docencia es una actividad profesionalizada, ya que quien

decida ser docente, debe manejar conocimiento y técnicas exclusivas para desempeñar el oficio.

Inclán Espinosa y Díaz Barriga señalan que:

...el docente es un profesional que se encuentra al nivel de otros profesionistas, esto es que se trata de un trabajo con énfasis intelectual, con reglas claras de funcionamiento, donde existen mecanismos claros de ingreso a la profesión y tiene un cuerpo de conocimientos propios (2000, p. 3).

Como toda profesión, incluso toda actividad humana, la docencia no es ajena a la actualización o renovación. Actualmente, la docencia se encuentra ante una coyuntura de cambio; refiriéndose a eso, Gutiérrez en Vargas, señala que:

“Enseñar hoy, es algo cualitativamente distinto de lo que era hace veinte años o más. Fundamentalmente, por el crecimiento desmedido de la población, el incremento de la pobreza y las oportunidades realistas que tenemos hoy todas las personas de optar por una buena educación” (2012, p. 47).

Ante esa diferencia en el contexto socioeconómico en que se desarrolla el proceso educativo, Gutiérrez sugiere en Vargas, que debe darse una reinvencción de la docencia. Los métodos pedagógicos que tradicionalmente se emplearon deben dar paso a nuevas técnicas o estrategias, que sean compatibles con esos cambios socioeconómicos que se suscitaron en las últimas dos décadas.

Y no es solo la docencia la que debe reinventarse, sino que el docente también debe hacerlo, porque debe estar, en concordancia con los nuevos requerimientos del contexto en que se da el proceso de enseñanza.

Ante esto, Vargas y Orias, describen los criterios que el docente deseablemente debe poseer:

- Labora mediante una metodología actualizada.
- Desarrolla la creatividad y el talento y la diversidad de sus alumnos. Y en él.
- Identifica los estilos de aprendizajes. Respeta las diferencias individuales.
- Es dinámico e innovador.
- Tiene visión futurista.
- Manejo de las Tics.
- Es investigador.
- Propicia soluciones concretas en la solución de problemas.
- Estimula el aprendizaje mediante la acción "aprender haciendo".
- Desarrolla las inteligencias múltiples.
- Organiza el espacio físico en diferentes escenarios de aprendizaje.
- Asume retos y es emprendedor (2012, p. 169).

Según las características que Vargas y Orias plantean como las ideales para el docente actual, se manifiesta que la labor docente debe enfocarse en ser guía, motivador y facilitador en la búsqueda y generación del conocimiento. Además, deben ser formadores de personalidad y de valores.

## **Valores éticos**

Los valores constituyen uno de los pilares de la sociedad, ya que permiten un accionar “civilizado” dentro de ella. Siendo la formación de verdaderos ciudadanos (y todo lo que ello implica), la meta de la educación, entonces, es normal que el proceso educativo esté intrínsecamente ligado al desarrollo de los valores en los estudiantes.

Los valores son un conjunto de acciones que socialmente son aceptadas como correctas o adecuadas. Puig, citado por Pérez, define los valores como “propiedades de la realidad que no son ni enteramente subjetivas ni enteramente objetivas, sino que surgen gracias a la relación socio-históricamente situada que se da entre los hombres y la realidad que los rodea”. (2008, p. 106).

La definición que Puig plantea, deja en claro la variabilidad de los valores, dependiendo del contexto en que se apliquen, de quién los aplique y del momento cuando se apliquen.

Para Pérez, los valores presentan características muy bien definidas:

- Son apetecibles o deseados por su bondad.
- Posee fuerza para orientar la vida humana.
- Se presentan de forma polar.
- Categorización.
- Jerarquización.
- Infinitud.
- Carácter relacional (2008, p. 108).

Los valores que una persona practique determinan lo bueno y lo malo de esa persona, es decir, su comportamiento moral. Ese conjunto de normas morales o valores que la persona posea y que rigen su forma de vivir, se conoce como ética.

Por su parte, Pestaña considera la ética de la siguiente manera:

...ética y moral como equivalentes semánticos y, en cierta manera lo son, puesto que ambas ofrecen un contenido normativo que se desarrolla en el hombre y en la sociedad. Así, cuando juzgamos un hecho, una conducta, desde el punto de vista de la ética o la moral, decimos que es bueno o que es malo (2004, p. 68).

Pestaña ofrece una perspectiva conciliadora sobre los significados de ética y moral, es decir, que para ella lo único que importa es que al final, ambas determinan lo bueno y lo malo. Sin embargo, para la mayoría de los autores, existe una diferencia entre ambos conceptos. Uno de ellos es Julio de Zan, para quien la moral es la forma en cómo actuamos, mientras que la ética es el análisis del porqué actuamos de esa manera.

Zan lo explica así:

En un primer sentido se comprende a la moral como una dimensión que pertenece al mundo vital, (...) y que está compuesta de valoraciones, actitudes, normas y costumbres que orientan o regulan el obrar humano. Se entiende a la ética, en cambio, como la ciencia o disciplina filosófica que lleva a cabo el análisis del lenguaje moral y que ha elaborado diferentes teorías y maneras de justificar o de fundamentar y de revisar críticamente las pretensiones de validez de los enunciados morales (2004, p. 19).

Se puede decir, entonces, que valores, ética y moral, apuntan hacia una misma dirección, la de establecer un modelo de vida íntegra, tanto en el quehacer cotidiano como profesional de las personas.

Existen varias clasificaciones de los valores, según distintos criterios: hay valores religiosos, espirituales, éticos, estéticos, vitales, entre otros. Una de esas clasificaciones la proporciona Walter Beller, en Hernández Baqueiro, al afirmar lo siguiente con respecto a los valores:

Los valores están presentes y se realizan en la cultura. Hay valores en el arte (valores estéticos), valores en la sociedad (valores sociales), valores en la política, valores en la ciencia y la tecnología, así como valores en la moral (valores éticos) (2010, p. 20).

En el caso de los valores éticos, son definidos por Schiayoni, citado por Sáenz (2006), como “aquellos valores irrenunciables y fundamentales que deben guiar todas nuestras acciones y comportamientos” (pág. 19). Universalmente, se reconocen cuatro valores éticos fundamentales que, según Francisco Rosa (2009) son: la justicia, la libertad, la verdad y la responsabilidad.

La justicia, para Rosa (2009), es a lo que se le llama “cuando el individuo fracasa en volverse ético por sí mismo y el grupo toma medidas contra él”. Es decir, que se puede entender la justicia como un sistema de reglas, que guía el accionar en la interacción entre las personas.

Por su parte, la libertad la define Martínez Echeverri, en Rosa (2009), como “el estado donde la persona no es esclava”.



va y por tanto tiene la facultad de realizar algo por sí misma, por iniciativa propia”. Dicha facultad de autodeterminación se presenta con limitaciones de tipo ético, ya que el actuar, por más libre que sea, siempre se delimita por lo que establezcan la moral y las leyes.

Rosa (2009) considera sobre el valor de la verdad, que esta se construye en la actividad humana, y que representa el modo de ser del hombre, a través de la praxis, el conocimiento, los valores y la comunicación. La verdad es, entonces, la herramienta que nos permite diferenciar lo real de lo falso, genera un sentido de respeto ante las demás personas, y abarca todos los ámbitos de la vida.

El cuarto valor ético fundamental es la responsabilidad. Rosa (2009) la define “como una obligación, ya sea moral o incluso legal de cumplir con lo que se ha comprometido”. Es decir, que la responsabilidad trata sobre asumir las consecuencias de nuestras acciones y decisiones.

Los cuatro valores citados, representan según diversos autores, los fundamentos axiológicos de la ética, ya que, con ellos, las personas sienten un fuerte compromiso «de conciencia», y los emplean para juzgar lo adecuado de las conductas propias y ajenas.

Solamente cuatro valores para resumir toda la ética parecen no ser lo adecuado, por ello, se ha planteado una subdivisión de valores que incluye, dentro de cada uno de los valores fundamentales, otros específicos que complementan al fundamental. Tales son:

- Justicia: tolerancia, respeto, objetividad.

- Verdad: honestidad, sinceridad.
- Libertad: solidaridad, lealtad.
- Responsabilidad: puntualidad, decencia.

La subdivisión anterior se plantea, de tal manera que los valores específicos sean complemento y, a la vez, se puedan considerar derivaciones de cada valor fundamental.

### **Perfil de valores éticos**

Todo docente debe cumplir con una serie de valores éticos que conduzcan su labor, eso es su perfil de valores éticos; dicho perfil debe basarse en dos elementos: en su ética personal y en su ética profesional. En el caso de la profesional, está condicionada por lo que la sociedad y el gremio respectivo consideren como correcto.

Con respecto a la ética profesional, Rojas Artavia explica lo siguiente:

Toda persona que inicia una carrera toma una decisión –es de esperarse que libremente – y en conjunto con esa decisión la responsabilidad futura que esta conlleva al incorporarse al campo laboral. Aquí, el profesional establece un compromiso consigo mismo y con el grupo social. Un compromiso que implica la búsqueda constante de superación y excelencia en la labor por realizar; una constante actualización de los conocimientos y una dignificación permanente de su práctica. En el buen ejercicio de su labor profesional hallará la autorrealización, pero también se beneficiará de todos aquellos y aquellas que acudan a la prestación de sus servicios (2011, p. 3).

Según lo que explica Rojas Artavia, la búsqueda de un mejoramiento constante es una función inherente al profesional, la cual refleja su nivel de compromiso con la labor por realizar y a su capacidad de adaptarse éticamente a las necesidades que surjan durante el desempeño de su labor.

Cuando se habla de perfil de valores éticos, se hace referencia a las características éticas requeridas en las personas que practican la docencia. Chavarría y Zeledón, hacen su propuesta de perfil que, según su consideración, es la que el docente debe ostentar. Dicho perfil es el siguiente:

- Madurez biológica, mental y social.
- Estabilidad emocional.
- Suavidad en sus reacciones y relaciones con los estudiantes.
- Capacidad para mantener buenas relaciones con los alumnos.
- Responsabilidad sobre sus propios actos y facilidad para promover la responsabilidad en sus alumnos.
- Congruencia en su forma de pensar, hablar y actuar.
- Capacidad para respetar y valorar a sus alumnos.
- Apertura ante los cambios que se suscitan en la realidad.
- Iniciativa para la investigación y el enriquecimiento de su tarea docente.

Capacidad para clarificar y vivenciar sus propios valores (2000, p. 77-78).

Todo perfil de valores éticos no es más que una proposición teórica de las características ideales de un docente, lo verdaderamente importante es la aplicación y vivencia de dichas características.

Es en este punto en el cual se evidencia la dificultad de cumplir con ese perfil, ya que no existe una realidad única, por lo que obrar de manera "éticamente correcta", termina dependiendo de la percepción de cada persona.

### **Percepción**

Esta variable tiene la particularidad que será desarrollada teóricamente desde dos perspectivas diferentes, la primera es sobre cómo las personas perciben lo que consideran bueno o malo, o sea, su percepción ética; la segunda sobre cómo las personas perciben los estímulos externos:

Hablar de percepción refiere automáticamente a la forma particular de pensar o sentir de un sujeto. Dicha subjetividad de percepción se da porque la persona, al captar la realidad, nunca puede ser absolutamente objetiva, porque no puede desprenderse de sus intereses, enfoques, experiencias, etc., por lo que siempre la percepción del ser humano es subjetiva en mayor o menor grado (López de Llergo. 2005, p. 40).

Ante este escenario que plantea López de Llergo, resulta muy complicado el poder conciliar una visión única y uniforme de lo que se debe considerar éticamente correcto, porque algunas personas, según su propia percepción, le asignarían mayor importancia a uno u otro valor, sin embargo, admiten la importancia de todos (una perspectiva objetiva).

Esta dualidad que se presenta en el momento de apreciar los valores, es de hecho, una de las dimensiones de estudio de la axiología. La dimensión objetiva/subjetiva de la axiología explica que el valor será «objetivo», si existe independientemente de un sujeto o de una conciencia valorativa; y será «subjetivo», si debe su existencia, su sentido y su validez a reacciones fisiológicas o psicológicas del sujeto que valora (Pérez Pérez, 2008, p. 100).

Entonces, lo que se considere éticamente correcto, dependerá siempre y exclusivamente de la percepción de un sujeto, la cual está condicionada por su entorno y sus experiencias de vida, sin embargo, se puede mantener una perspectiva objetiva.

El otro enfoque del concepto de percepción que se desarrollará en este apartado, es el de cómo perciben las personas los estímulos externos. Con respecto a la definición de percepción, vista desde los estímulos que recibe un sujeto, Belch y Belch la plantean del siguiente modo:

La percepción es un proceso individual que depende de factores internos, como creencias, experiencias, necesidades, estado de ánimo y expectativas personales. El proceso de percepción también recibe influencia de las características del estímulo (tamaño, colores e intensidad) y del contexto en cual se recibe (2008, p. 125).

Aparte del carácter subjetivo de la percepción, los hermanos Belch incluyen el efecto de las características tangibles del estímulo recibido, es decir, de sus características físicas, así como el entorno en que se da el estímulo.

De manera similar a los hermanos Belch, concibe el concepto de percepción el experto en marketing, Michael Solomon, para quien la percepción "es el proceso mediante el cual las sensaciones físicas, como las imágenes, los sonidos y los olores se seleccionan, organizan e interpretan. La interpretación final de un estímulo permite asignarle un significado" (2003, p. 76).

En el caso de este tipo de percepción, es fundamental puntualizar que viene condicionada también por la intención de un emisor, es decir, de quien emite el estímulo; la interpretación final de dicho estímulo es lo realmente importante.

Los hermanos Belch expresan la importancia que tiene conocer o intentar anticipar la reacción que se generará, a partir de la percepción de quien recibe el estímulo, para determinar si se logró transmitir el mensaje que se quería comunicar.

Es importante para las empresas saber cómo los consumidores adquieren y usan la información de fuentes externas, pues de eso dependerán las estrategias de comunicación. Las compañías se interesan sobre todo en la manera en que: 1) los consumidores perciben la información externa, 2) eligen y prestan atención a las diversas fuentes de información, y 3) interpretan esa información (Belch y Belch, 2008, pág. 125).

Entonces, se puede afirmar que la percepción produce reacciones variadas, ya que estas se generarán siempre en función de quien recibe el estímulo (de sus deseos, vivencias, experiencias, entorno, entre otros), pero que según la intencionalidad de quien emite el estímulo, se esperará cierto nivel de percepción deseada.

## **Signos externos**

Todo proceso de comunicación tiene como objetivo facilitar un mensaje. La manera de hacerlo es mediante elementos que se usan para representar el mensaje por transmitir, dichos elementos son lo que se conocen como signos externos.

Michael Solomon explica el signo externo de la siguiente manera: "el objeto es el producto en el que se enfoca el mensaje. El signo es la imagen sensorial que representa los significados del objeto que se desea transmitir. El interpretante es el significado derivado del signo" (2013, p. 73).

Los signos externos son, entonces, los que estimulan los sentidos del receptor y le generan una reacción, la cual pretende ser la misma o muy similar para todos los que reciben el mensaje, sin embargo, dicha presunción es muy difícil de satisfacer, ya que la interpretación que se le haga al signo estará siempre ligada a subjetividad de la percepción.

Existen dos criterios que permiten la clasificación de los signos en grupos. El primero de esos criterios es la naturaleza del signo. Luis Gallardo Vera señala, con respecto a la naturaleza del signo, lo siguiente:

Atendiendo a su propia naturaleza (esto es, a la base del signo) los signos pueden ser cualisignos, sinsignos o legisignos. Los cualisignos son cualidades, como el color y la forma de un objeto. Los sinsignos son objetos individuales o eventos, como una casa o una pelea concretas. Los legisignos son signos que son convenciones y suponen universales, como las unidades del lenguaje escrito, una norma y un concepto científico. (2013, p.3).

El otro criterio de clasificación que presentan los signos, es el que se da según la forma en que estos se relacionan con los objetos que representan. Con respecto a ello, Solomon explica que “los signos se relacionan con los objetos de tres formas: pueden tener semejanza con los objetos, estar conectados con ellos o vincularse de forma convencional a ellos” (2013, p. 73).

De igual manera que Solomon, Gallardo Vera coincide con las formas en que se relacionan los signos con los objetos que representan. En su explicación va un poco más allá al ejemplificar:

Atendiendo a la relación que los signos establecen con los entes que representan (es decir, al modo en que los signos representan a los objetos que representan) pueden ser: íconos, índices y símbolos. Los signos son íconos, cuando tienen propiedades similares con los entes que representan, como una fotografía. Los signos son índices, cuando tienen una relación real-existencial con el ente que representan; por ejemplo, el humo es un índice del fuego. Los signos son símbolos, si la relación con el ente que representan es el resultado de una convención, como una bandera, un semáforo y los signos lingüísticos (2013, p. 4).

Conocer las clasificaciones de los signos se vuelve esencial dentro del marketing, porque son el medio para la trasmisión de los mensajes. Las estrategias de promoción que se desarrolla, se ejecuta tomando en consideración el efecto que los signos tengan en la percepción de las personas a quienes se quiere transmitir el mensaje.



## **Estrategia de promoción**

Dentro de la disciplina del marketing, existe una teoría propuesta por Jerome McCarthy en 1960, en la cual el autor plantea que los cuatro elementos fundamentales por tomar en consideración en marketing son: producto, precio, plaza y promoción; a esta teoría se le conoce como las 4Ps del Marketing Mix.

Según Belch y Londoño (2008), las 4P's propuestas por McCarthy (...) son, "en esencia, esquemas de clasificación de las variables de mercadeo, es decir, de la mezcla de mercadeo" (2008, p. 150).

La variable por estudiar en este apartado es "estrategia de promoción", por lo tanto, era de suma importancia explicar, como se hizo en el párrafo anterior, que la promoción proviene de una de las 4Ps. Dentro de esa teoría, la promoción busca la manera de llamar la atención del público meta para comunicarle, informarle o persuadirlo sobre lo que desea comunicar.

Existen muchas definiciones del concepto de promoción. Los hermanos Belch han definido a la promoción como "la coordinación de todas las actividades que inicia el vendedor para establecer canales de información y convencimiento encaminados a la venta de bienes y servicios o a impulsar una idea" (2008, p. 16).

Como explican los hermanos Belch, la promoción, como se pudiera pensar, no es solo usada para vender, también se utiliza para promover ideas o valores hacia una población meta; la promoción presenta, además, objetivos específicos y concretos. Entonces, una estrategia de promoción puede conside-

rarse como un plan, en el cual se emplea diferentes recursos, habilidades y destrezas para dar a conocer, informar o recordar nuestro producto o mensaje.

Existen diferentes estrategias de promoción que pueden utilizarse, sin embargo, la elección de una de ellas (o algunas) debe decidirse, con base en el producto o mensaje que se quiera promocionar. Para el producto del presente trabajo (valores éticos), se han seleccionado algunas estrategias como las adecuadas para el planteamiento del diseño de la propuesta de valores éticos.

La primera estrategia que pertenece a la P de promoción, son las relaciones públicas. Esta actividad es de tipo más personal, con ella, las organizaciones proyectan y distribuyen información de manera metódica, para mostrar y manejar su propia imagen, están incluidos dentro de esta área, los estudios de percepción a los cuales se dirige el estudio.

Para los hermanos Belch:

...las relaciones públicas se definen como la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y procedimientos del individuo u organización con el interés público, y ejecuta un programa de acciones para conseguir la comprensión y aceptación del público (2013. p. 25).

Según la definición de los Belch, las relaciones públicas son ideales cuando se conoce perfectamente al público meta, y cuando este representa un número limitado y de fácil manejo, ya que esto es lo que permite hacer la transmisión del mensaje de forma más personal, sin tener que recurrir a la masificación de la transmisión.

Kotler y Armstrong caracterizan las relaciones públicas de la siguiente forma:

Las relaciones públicas se utilizan para promover productos, personas, lugares, ideas, actividades, organizaciones e incluso países. Las compañías utilizan las relaciones públicas para entablar buenas relaciones con los clientes, los inversionistas, los medios de comunicación y con sus comunidades (2008, p. 454).

Una de las características que Kotler y Armstrong resaltan de las relaciones públicas es su versatilidad y fácil amoldamiento a variados escenarios, desde simples ventas de pequeños productos, hasta la promoción de algo más complejo, por ejemplo: ideologías políticas.

Otra característica ventajosa que dichos autores detectan en este tipo de estrategia de promoción es la siguiente:

Las relaciones públicas pueden tener un fuerte impacto en la conciencia pública a un costo mucho menor que la publicidad. La compañía no paga por el espacio o el tiempo en los medios de comunicación, sino que le paga a un personal para desarrollar y distribuir información y para organizar eventos (2008, p. 455).

Entonces, según las ideas de Kotler y Armstrong, es más beneficioso, económicamente, el uso de las relaciones públicas, debido al bajo impacto presupuestario que tienen, en comparación con otro tipo de estrategias de promoción, que requerirían de una mayor inversión, debido a que esas funcionan bajo la premisa de la masificación en la difusión del mensaje.

El marketing directo es otro tipo de estrategia de promoción por abordar. “Esta estrategia es la más empleada, ya que permite que las organizaciones se comuniquen directamente con los consumidores objetivo para generar una respuesta, transacción o ambas” (Belch y Belch, 2008, p. 20).

El marketing directo trata de comunicarse de manera personal con los potenciales consumidores. A lo largo del tiempo, las técnicas que se utilizó para dicho fin han ido evolucionando, en la actualidad, el marketing directo ha sufrido una transformación impresionante impulsada por los rápidos avances en las tecnologías de bases de datos y los nuevos medios de marketing, en especial Internet (Kotler y Armstrong, 2008, p. 496).

De igual manera que Kotler y Armstrong, los hermanos Belch coinciden en que el desarrollo de nuevas tecnologías ha propiciado la ampliación de tipos de marketing directo. Dichos tipos enfocados hacia la comunicación digital, pero conservando, de igual manera, los métodos antiguos, para ellos:

...el marketing directo consiste en mucho más que envíos de correo directo y catálogos de pedido por correo. Implica diversas actividades, como la administración de bases de datos, venta directa, telemarketing y anuncios de respuesta directa mediante piezas de correo directo, Internet y diversos medios de difusión e impresos (2013, p. 20).

Tanto ha sido el empuje de las tecnologías de la información y la comunicación (Tics), que han producido profundos cambios en los tipos de estrategias de promoción, incluso, han generado un tipo de estrategia propio: los medios digitales.

La proliferación de medios digitales debe su causa a la creciente oferta y demanda de Internet que hay en el mundo. Ante la necesidad globalizada de las personas de tener acceso a información de forma inmediata, las compañías reaccionaron y detectaron que Internet era el nuevo nicho para la promoción de sus productos, generando así cambios en las formas de plantear las estrategias promocionales.

Para los hermanos Belch (2013):

...estos cambios se ven impulsados por los adelantos tecnológicos y los acontecimientos que permitieron el crecimiento impresionante de la comunicación por medios interactivos, en particular Internet. Los medios interactivos permiten el flujo bidireccional de información, en el que los usuarios participan y modifican la forma y contenido de la información que reciben en tiempo real (2013, p. 22).

El planteamiento de los Belch manifiesta una de las ventajas de los medios digitales, cual es la facilidad e inmediatez del flujo de la información, lo que fomenta que, cada vez sean más quienes opten por estos medios digitales como estrategia de promoción. Incluso, se han generado herramientas exclusivas de los medios digitales, tal como lo exponen Kotler y Armstrong con la siguiente explicación:

Con la estampida hacia Internet, un número cada vez mayor de catálogos son electrónicos. Ha surgido una variedad de nuevos catálogos que solo existe en la web y la mayor parte de los diseñadores de catálogos impresos han añadido catálogos por Internet a su mezcla de marketing (2008, p.502).

Sin embargo, a pesar del inevitable (y arrollador) avance de los medios digitales, todavía existe un gran porcentaje de personas que se resisten y prefieren que las estrategias de promoción se hagan de la forma clásica. Kotler y Armstrong plantean que “los catálogos impresos crean vínculos emocionales con los clientes que los espacios de ventas en línea no pueden lograr” (2008, p. 502).

Por tanto, es importante que quienes decidan utilizar estrategias para promocionar su producto, mantengan un equilibrio en el uso y planeamiento de dichas estrategias para que puedan alcanzar a la mayor cantidad de público meta posible, es decir, alcanzar tanto a los que prefieren medios digitales, como a los que optan por la promoción impresa.

De ahí, que el presente estudio se basa en la promoción como herramienta fundamental para la difusión entre la población meta, utilizando estrategias que contengan información sobre valores éticos, y que estos sean recordados mediante el “*top of mind*”, llamado alto grado de recordación.

# CAPÍTULO III

## Estrategia de promoción para los valores éticos en la Educación

### **Introducción**

El conocimiento, entendimiento y sensibilización de los valores éticos no es propiedad de una sola persona, ni de una sola disciplina. Al contrario, es una práctica altamente vivencial y co-participativa, por ello, su manejo tiene que ser perspectivista, integrador, crítico, favoreciendo los espacios de libertad y, de esta forma, crear y recrear los sentidos, propiciando en todo momento, el contacto con la vida.

De igual forma, “solamente se podrá conseguir un enfoque orientado al desarrollo holístico e integrado cuando dichos valores sean explícitos y se conviertan en operativos” (ECO-SOC, 2013, p. 2).

Se hace necesario cultivar la operativización de los valores éticos, para aportar estrategias comunes de vida, que generen nuevas propuestas en la vida educativa de los estudiantes,

independientemente de la disciplina o área académica que seleccionen para su vida profesional.

Desde el punto de vista educativo y con la preocupación por la falta de práctica de los valores, surge la imperiosa necesidad de plantear una propuesta que contemple la difusión armónica de estos valores. En este caso, la vía elegida, es por medio del diseño de una estrategia de promoción que conlleve la forma más idónea y práctica para su comprensión.

Este documento, se inserta como insumo académico que desempeña un papel protagónico en el desarrollo del acto educativo, cumpliendo con la responsabilidad de ayudar a mantener, proteger y concienciar los valores éticos, como símbolo importante en la educación, ya que se nota que, a pesar de que los entrevistados conocen sobre valores, hace falta de estimulación en este tema en el proceso pedagógico.

Bajo este esquema, se propicia los valores en la actividad académica, como entes dinámicos e integradores, contribuyendo a la gestión y producción del conocimiento social y humanístico, al contemplar e integrar a los estudiantes y profesores.

Por ello, con este libro se propicia una concienciación sobre aspectos variados, aspiraciones comunes y reacciones constructivas, ante los problemas que aquejan al colectivo estudiantil. En particular esto, como instrumento pedagógico, es parte de la idea de mantener, favorecer y difundir de forma efectiva y práctica los valores.

La relación del dinamismo educativo, entremezclada con el dinamismo de una sociedad de estudiantes, pujante y en crecimiento, brinda la oportunidad de realizar esta propues-



ta, para que los estudiantes y profesores se involucren en esta práctica, proporcionándole mayor eficacia e innovación al acto educativo, e incrementándoles el nivel de aplicación teórica, en relación con los fines prácticos de los valores. Esto genera puntos de comunicación, aprendizaje y relacionalidad, en el cual se establezca un nuevo calendario de vida.

Se considera que para implementar una visión de valores éticos en la vida académica y se enriquezca el proceso pedagógico, se requiere innovar mediante una propuesta de difusión, y así, comunicar lo que se desea difundir.

Por lo tanto, profesores como estudiantes apostarán a una difusión de valores orientada más a medios tradicionales y tecnológicos, para que el mensaje pueda llegar al público deseado.

### **Propuesta**

En una sociedad en donde abundan los modelos agresivos y competitivos, el aprendizaje debe tener su espacio y tiempo y, concretamente, relacionado con los valores éticos.

Por tal razón, los valores en la Educación, han sido un tema de constante interés en el ámbito educativo y social por décadas, y exige que las personas que participan de este proceso educativo, se conviertan en “aprendices de por vida”.

Lo anterior es fundamental para formar personas dispuestas a crear nuevos esquemas de pensamiento y realidades alternativas, basados en una percepción diferente de la vida, y con valores éticos que ayuden a fortalecer el paradigma emergente, desde un ámbito holista.

De esta forma, se robustece el proceso pedagógico como una oferta académica novedosa, para la reflexión, la producción y el intercambio por medio de valores éticos, garantizando, en todo momento, un complemento esperanzador con gozo, amor, conocimiento y ternura, que despierte la imaginación entre los participantes de este proceso.

Por tal razón, esta propuesta plantea el diseño de una estrategia de promoción enfocada a dos segmentos, el tradicional y el tecnológico, como un modelo educativo basado en valores éticos, que tienda a un desarrollo integral de la persona, de ahí que la integración, interrelación e interconexión como sociedad son fundamentales para el accionar educativo, y que haya producción con resultados concretos y armónicos.

Al ser el diseño de una estrategia de promoción que posibilite la difusión sostenida de los valores éticos en el desarrollo integral de los estudiantes y profesores, su estructura está definida de la siguiente forma:

### **Metodología para la elaboración de la propuesta**

A continuación, se expone la metodología para la elaboración de la propuesta, la cual está dividida en los siguientes pasos:

1) La etapa diagnóstica basada en la experiencia docente, permitió la revisión del tema sobre los valores éticos y facilitó la información de aquellos que podrían formar parte de esta estrategia.

2) Se organizó los signos externos identificados para el desarrollo de la estrategia de promoción sobre valores éticos, orientados a estudiantes y profesores.

3) Con la información generada, se diseñó la presente estrategia de promoción, que facilite el abordaje de los valores éticos en la educación.

4) Es importante aclarar que la estructura en el área estratégica de la propuesta, se ha tomado en cuenta parte del enfoque que establece el Código de Educación de Costa Rica N° 181; El Proyecto de Ética, Estética y Ciudadanía del Ministerio de Educación Pública de Costa Rica y la Ley Fundamental de Educación N° 2160.

5) La propuesta está dividida en tres áreas, como se puede apreciar en la figura 1, para garantizar una difusión armónica de los valores éticos, un poco más acorde y que se cumpla, según sus áreas estratégicas.

### Figura 1

Diseño gráfico de la propuesta



**Fuente:** Elaboración propia.

## **Estrategia para la difusión**

La estrategia de difusión es relevante para este documento, dado que se basará en los signos externos visibles a los estudiantes, profesores y personal administrativo. Se recalca, en todo momento, la importancia de practicar los valores éticos, tanto en la vida profesional como a nivel personal. En este caso, se opta por la selección, tanto de medios tradicionales, como de medios tecnológicos para su difusión.

Esta área está compuesta por las siguientes estrategias:

Partiendo de los valores éticos globales, se seleccionó 12 valores éticos para una mejor comprensión y que el mensaje sea captado por el público meta. Razón por la cual, estos valores éticos son los escogidos para llevar a cabo el diseño de la propuesta y, por ende, los protagonistas para los signos externos.

Cada valor ético estipulado, se definió para que las personas armonicen y unifiquen el concepto. En pocas palabras, para hablar el mismo idioma. Estos valores son: Honestidad, Lealtad, Respeto, Solidaridad, Justicia, Pertenencia, Tolerancia, Puntualidad, Decencia, Sinceridad, Responsabilidad y Objetividad. Y serán desarrollados en el área del perfil ideal de los valores que contempla esta propuesta.

2) Diseño de afiches ilustrativos, lo que los estudiantes denominan "carteles en las paredes". Estos se pueden colocar en las paredes de los pasillos de la universidad. Los afiches pueden contemplar fotografías de los estudiantes e información sobre los valores éticos seleccionados, con el fin de que se sientan identificados con el tema de valores, al ver el compromiso de sus propios compañeros. Con esto, los estudiantes,

cada vez que caminen por los corredores de la Universidad, podrán leer y apreciar la información sobre valores éticos, y será un punto de recordación de lo que el ser humano debe profesar para una sana convivencia.

3) Elaboración de un folleto informativo sobre valores éticos, el cual será entregado cada vez que inicia un ciclo lectivo, para que sirva como herramienta de recordación que los valores éticos son fundamentales para el diario vivir. Este folleto, será del tipo tríptico, con información general sobre los valores, sin saturarlo, para que el mensaje llegue al público meta.

4) Seleccionar un valor por mes y publicarlo como imagen *jpeg* en el Facebook de la Universidad. Todos los primeros lunes de ese mes, se puede recordar con una publicación que es el valor ético del mes. Se puede usar los valores éticos que fueron utilizados en los afiches informativos, para guardar la uniformidad en los signos externos.

5) Realizar un *gif*, que es una imagen en movimiento, de pocos segundos, sobre el tema de valores éticos, o bien un *sticker*, en la página de Facebook. Esto puede resultar atractivo a los estudiantes de primer ingreso, al ser novedoso y estar de moda.

6) Diseño de un banner sobre la importancia de los valores éticos en general, el cual podrá ser colocado en la entrada de la Universidad.

7) Diseño de un catálogo sobre los 12 valores éticos seleccionados y su significado, el cual será insertado en la página del Facebook de la Universidad. Este catálogo se desprende de la estrategia de mercadeo directo que pertenece a la promoción del mercadeo.

8) En el correo oficial de la Universidad, se recomienda incluir en la parte de debajo de la firma del correo de quien envía, algún postulado sobre valores éticos, de forma tal que, cuando otras personas reciban el correo, podrán percibir que la Universidad profesa valores éticos en su Educación Universitaria.

9) Actualizar, mediante talleres de capacitación, al personal administrativo y a los profesores sobre el tema de valores éticos. Esto garantiza la renovación periódica del conocimiento, y facilita la aplicación en las actividades académicas.

10) Diseñar separadores de libros alusivos a los valores éticos, los cuales serán obsequiados a los estudiantes cada ciclo que matriculen. Esta es una herramienta útil, puesto que cada vez que estén con alguna lectura, podrán usar su separador de valores y los tendrán presentes en sus actividades académicas.

### **Estrategia para los programas de estudio de cada curso**

Esta estrategia se divide en dos áreas. Por un lado, está la incorporación de información sobre valores éticos en los programas y, a la vez, el diseño del perfil idóneo sobre valores éticos que podría tener el público meta de este documento.

Las estrategias que se consideran importante de tomar en cuenta son las siguientes:

1) Incluir rubros de valores éticos en los programas, puesto que los estudiantes y profesores consultan este documento durante el tiempo lectivo. En este caso, las mejores opciones de evaluación para incluir valores éticos que se recomiendan son los foros o debates, tanto en el aula en forma presencial,

como en el aula virtual, así como en las dinámicas de aprendizaje ejecutadas durante las clases, ensayos y trabajos extra clase relacionados con este tema, entre otros. Para ello, se recomiendan las siguientes acciones:

a) Descriptores y programa del curso

Incluir lo que a continuación se describe:

Actualización: Los descriptores, la guía fundamental para el diseño del programa de cada curso, se deben actualizar, dado que en algunos casos, tienen años de haberse diseñado y, por ende, muchas condiciones han cambiado, por ejemplo: la bibliografía data desde ese año hacia atrás; los contenidos y el contexto social también han evolucionado.

Es importante reunir a los profesores, mediante un taller, para que proporcionen una visión dinámica y actualizada de lo que debería cambiar en cada uno de los cursos, de esta forma, se garantiza una participación activa entre profesores y la Universidad, aportando conocimiento e identificando actividades para rejuvenecer los descriptores. De igual forma en el descriptor, es relevante que su metodología sea abierta y flexible, de forma tal que el profesor pueda incluir actividades evaluativas y formativas, acorde con el curso.

Valores éticos transversales: Con este punto, se garantiza la presencia de los valores éticos en el programa. Se puede incluir después del nombre del curso y la elección de los valores éticos transversales, se desprende de los 12 valores éticos seleccionados para esta propuesta y dependerá del curso y del profesor la escogencia y cantidad de valores.

Descripción del curso: Al finalizar la descripción del curso que viene en los documentos oficiales dados por la Universidad, el profesor puede incluir un último párrafo, haciendo referencia a la importancia que reviste para el curso los valores éticos. Por ejemplo: "Este curso desarrolla, además, actitudes y habilidades para potenciar la autoestima del estudiante, mediante el conocimiento sobre los valores éticos, valorando en todo momento, la función que desempeñan los valores como orientadores del comportamiento humano, en la vida personal y social". (Gutiérrez y Viales, 2017, p104).

Objetivos: Este es un punto medular para el grado de comprobación de los valores éticos, por lo que el profesor puede incluir un objetivo adicional, haciendo mención específica sobre dicho tema. Por ejemplo: Estudiar los valores éticos, mediante actividades que se realiza en el marco de la carrera.

Actividades para el aprendizaje: Se insta a los profesores a incluir dentro de las actividades que desarrollan en sus cursos, foros, debates, dinámicas de aprendizaje ejecutadas durante las clases, así como ensayos y trabajos extra clase.

Apropiación del lema dada cada año por la Universidad: Este lema es dado por el rector de la Universidad y regirá para todas las carreras; el cual será cambiado cada año. De esta forma, los profesores tendrán una guía para el planeamiento de actividades en sus cursos y podrán transversalizar con otros cursos o niveles las actividades. Por ejemplo: La Administración por el diálogo de los valores éticos.

Seguidamente, se presenta lo expuesto, mediante un cuadro resumen.



### Cuadro 3

#### Ejemplo resumen de actualización

Rubro	Actualización
Descriptor	Revisión si los descriptores que actualmente están en vigencia, se pueden actualizar y seleccionar los parámetros para este fin.
Valores éticos transversales	Se puede incluir después del nombre del curso y la elección de los valores éticos transversales, se desprende de los 12 valores éticos seleccionados para esta propuesta, y dependerá del curso y del profesor la escogencia y cantidad de valores
Descripción del curso	Al final de la descripción, se puede indicar lo siguiente para todos los cursos: Este curso desarrolla además, actitudes y habilidades para potenciar la autoestima del estudiante, mediante el conocimiento sobre los valores éticos, valorando en todo momento, la función que desempeñan los valores como orientadores del comportamiento humano, en la vida personal y social.
Objetivos	Se puede incluir un objetivo general en el descriptor, el cual puede indicar lo siguiente para todos los cursos:  Estudiar los valores éticos mediante actividades que se realizan en el marco de la carrera al que pertenece el profesor.
Metodología: Actividades para el aprendizaje	Actividades por desarrollar orientadas en los valores éticos para los diferentes cursos: foros, debates, dinámicas de aprendizaje ejecutadas durante las clases, así como, ensayos y trabajos extra clase.
Tema que rige para el año	Los profesores tendrán una guía para la planeación de actividades en sus cursos y podrán transversalizar con otros cursos o niveles las actividades. Por ejemplo: La Educación por el diálogo de los valores éticos.
Bibliografía	Identificación de bibliografía superior al año 2015.

**Fuente:** Elaboración propia.

## Cuadro 4

### Algunos ejemplos de actividades lúdicas en la metodología del curso

Actividad	Ejecución
Foro	<p>Objetivo: Discutir la importancia de los valores éticos para la vida profesional y personal.</p> <p>Tema: La importancia de los valores éticos en la vida profesional y personal. Se invita a tres participantes, profesionales de las distintas ramas, para que realicen una exposición sobre el tema. Cada uno tiene una duración de 15 minutos para exponer su tema. Luego se abre el debate en donde los estudiantes podrán externar sus pensamientos o criterios respecto a lo que escucharon y entendieron. Esta actividad puede ser colectiva entre todos los cursos que se imparte en un mismo nivel de carrera, y puede ser una actividad conjunta y transversal en la evaluación de todos los cursos en ese ciclo.</p>
<p>Debate en el aula de forma presencial, o bien, el aula virtual entre estudiantes:</p> <p>"Aclarando valores, según la carrera".</p>	<p>Objetivo: Demostrar que los valores varían, según la percepción de los individuos. Concienciar a los miembros participantes sobre la vida sin valores.</p> <p>Tamaño del grupo: Estudiantes participantes en el curso.</p> <p>Tiempo requerido: 30 minutos.</p> <p>Material en el aula de forma presencial: Papel en blanco, lápiz o bolígrafo. Hoja con tres frases sobre valores.</p> <p>Lugar: Un aula con sillas, para acomodar a todos los integrantes.</p> <p>Desarrollo: El profesor explica al comienzo el ejercicio, y a continuación distribuye una hoja con frases a cada miembro, para que pueda escoger la más importante entre las tres. Las tres frases pueden ser, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Ser generoso con las personas.</li> <li>* Ser responsable de los actos.</li> <li>* Ser comprensivo en las situaciones.</li> </ul> <p>Procedimiento: realizada la elección, se forma subgrupos, juntándose los miembros, de acuerdo con la elección hecha. Aquellos que escogieron, por ejemplo, la primera frase como más importante, discutirán las razones que tuvieron para hacerlo, Así se forma subgrupos semejantes, para cada frase. Después de unos diez minutos de discusión, se forma el plenario, para exponer las razones de la elección de tal o cual frase, a todos los participantes.</p> <p>Al final, habrá tiempo para opiniones sobre la experiencia vivida en el ejercicio.</p> <p>En el aula virtual:</p> <p>Desarrollo: El profesor abre el foro, explicando previamente en el programa de curso el día y hora para tal fin. Una vez conectados en el foro virtual, el profesor explica la forma del foro de discusión, escribiendo: ¿Cuál es la importancia de los valores éticos en el curso?</p> <p>Procedimiento: una vez expuesto el tema de discusión, los estudiantes realizan el debate mezclando la importancia de los valores éticos con su vida académica y su futuro profesional. Después de unos 20 minutos de discusión, el profesor reúne los comentarios más relevantes y el foro virtual internaliza la información para su formación académica y profesional.</p> <p>Al final, habrá tiempo para opiniones sobre la experiencia vivida en el ejercicio.</p>

Dinámica sobre valores: ¿Cuál valor es?	<p>Objetivo: Fomentar la capacidad de análisis individual y grupal, y la toma de decisiones correctas aplicando los valores éticos.</p> <p>Material: Listado de valores éticos en una caja.</p> <p>Procedimiento: Se escoge un participante y este selecciona un papel que está dentro de la caja. El papel está escrito un valor y el estudiante debe actuar sin decir cuál valor es, para que la clase lo adivine al ver sus acciones.</p>
Tarea sobre valores: Los valores en los medios de comunicación.	<p>Objetivo: Promover la honestidad, la libertad de expresión, la responsabilidad, la verdad.</p> <p>Material: Televisión, radio, revista, periódico, papel, lápiz.</p> <p>Procedimiento: Cada estudiante tendrá como tarea escoger uno de los distintos medios de comunicación y analizar los valores que está tratando de comunicar los medios a sus usuarios.</p> <p>Luego se fomenta un diálogo en clase, en el que se exponga dichos trabajos y se busque los valores éticos fundamentales de la sociedad.</p>
Ensayo	<p>Objetivo: Incentivar el pensamiento crítico sobre valores éticos entre los estudiantes.</p> <p>Tema: La necesidad de los valores éticos en la familia, sociedad y trabajo en la actualidad.</p> <p>Resultado: Conciencia de la importancia de los valores éticos, y la relación que guardan con la sociedad en la que viven.</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

## **b) Perfil ideal de los valores éticos:**

Es relevante incluir en el área de los objetivos de cada uno de los programas de curso, el tema de valores éticos, así como en la explicación general del programa. Esto es fundamental, puesto que estamos formando personas de bien y para una vida profesional saludable y gratificante.

La formación ética y para una vida plena desde un punto de vista personal y social y la capacidad para afrontar, con soluciones razonadas, situaciones personales y sociales complejas, requieren de una práctica educativa adecuada, planificada y sistemática, además de otros elementos de carácter formativo.

Morales y otros, indican que:

En la actualidad, el análisis de valores éticos está gozando de mayor auge con mucha repercusión en la investigación en el ámbito educativo. De hecho, como han planteado algunos autores, el tema de los valores éticos tiene aplicación en la práctica docente al permitir, por ejemplo, identificar elementos que pueden ser potencialmente negativos para la función formadora de las instituciones educativas, tales como individualismo, insolidaridad, competitividad, razonamiento superficial y la falta de vínculos con el mundo exterior (2013, pp. 63-64).

Razón por la cual, la existencia de perfiles de valores éticos en estudiantes universitarios que, además de ser útil como evaluación, precisa de valores por considerar para la práctica educativa.

De igual forma, según el planteamiento teórico expuesto en capítulos anteriores, y de acuerdo con el estudio de percepción realizado, cuando se habla de perfil de valores éticos, se hace referencia a las características éticas requeridas en las personas que practican la docencia. Es así que, para afinar el perfil ideal de los valores éticos, se presenta los siguientes puntos.

Características personales del perfil ideal sobre valores éticos: Se considera persona ética, a la que asume como la tarea esencial de la propia vida el desarrollarse plenamente como persona humana, lo que significa que el proceso educativo debe:

- a) Motivar a cada persona a descubrir y asumir el propio sentido de la vida.

- b) Ayudar a desarrollar al máximo posible todas sus potencialidades de crecimiento en forma armónica y ponderada.
- c) Demostrar actitudes y hábitos consecuentes, que le permitan actuar en el ejercicio profesional, y cultivar permanentemente su formación ética y su rol docente.
- d) Aplicar valores éticos en las actividades profesionales y sociales.

2) Perfil ideal sobre valores éticos: A continuación, se presenta el perfil ideal de los valores éticos. Este perfil es sugerido, puesto que cada curso o carrera puede definirlos, según sus propios criterios de aproximación. Lo importante es tenerlos claros para la vida académica y profesional:

**Honestidad:** Procura siempre anteponer la verdad en tus pensamientos, expresiones y acciones.

**Lealtad:** Cumple con tu compromiso, aun frente a circunstancias cambiantes o adversas.

**Respeto:** No discrimines ni ofendas a una persona por su forma de vida. Valora sus intereses y necesidades.

**Solidaridad:** Fomenta el sentimiento de unidad basado en los intereses comunes. Ayuda sin recibir nada a cambio.

**Justicia:** Haz las actuaciones de acuerdo con lo razonable y equitativo. Sé objetivo en tus decisiones.

**Pertenencia:** Siente la satisfacción de integrar un grupo que comparte tus mismos valores.

Valores éticos: Estrategia de promoción para su posicionamiento en la Educación

**Tolerancia:** Respeta lo que es diferente de lo propio. Sé indulgente ante lo que no se pueda cambiar, soportar o aguantar.

**Puntualidad:** Llega antes de que el reloj dé el inicio de la clase.

**Decencia:** Acata las normas sociales de convivencia y las buenas costumbres, de la cual nace toda la dignidad humana y el honor.

**Sinceridad:** Exprésate con verdad y sencillez, sin fingir.

**Responsabilidad:** Cumple con las obligaciones, y ten cuidado al tomar decisiones o realizar actividades.

**Objetividad:** Tu punto de vista estará desligado a los sentimientos, y debe limitarse a indicar las características observables.

## **Estrategia para la Universidad**

La Universidad es la institución de referencia más importante que tienen los estudiantes. Es de este Centro de Estudios que los estudiantes se proyectan y perfilan en su vida profesional, de ahí la importancia que reviste el que la Universidad adopte ciertas estrategias y las implemente para la vida académica de los discentes.

Con esto, la Universidad se garantiza que los profesores de planta, o bien, los nuevos contratados, puedan comprender el tema de valores éticos y los puedan profesar en sus clases.

Seguidamente, se presenta algunos puntos estratégicos para su internalización:

a) La Visión sugerida de los valores éticos para la Universidad, indica que se desea lograr en un futuro próximo y se explica cómo lograrlo. Para tal fin, se tiene el siguiente ejemplo:

Ser la referencia para actuar siempre de forma correcta y tomar decisiones desde una ética profesional, para lograr el objetivo que los estudiantes y académicos sean personas de bien, y comprometidos con una sociedad más justa, equitativa e igualitaria, en todas las actividades que desempeñen, tanto dentro de la Institución como fuera de ella.

b) La Misión sugerida de los valores éticos para la Universidad, describe la importancia de los valores éticos para el quehacer académico y su finalidad. Se expresa de la siguiente forma:

Promovemos la práctica de los valores éticos en el proceso de aprendizaje para enfrentar los dilemas éticos que presenten, tanto los universitarios como académicos, en sus investigaciones y/o acciones universitarias, en los diferentes escenarios donde realizan actividades de docencia, dando opiniones responsables, plurales y empáticas, acordes con los valores institucionales.

c) El Objetivo de la comunicación sugerido de los valores éticos para la Universidad, orienta el rumbo por seguir para la práctica de los valores éticos en el quehacer académico. Se tiene el siguiente objetivo:

Favorecer el desarrollo del estudiante, con el fin de que viva su aprendizaje fundamentado en valores éticos, contribuyendo a la construcción de un mundo basado en la justicia, la igualdad, la libertad, la seguridad y la paz.

## Aspectos ligados al mercadeo

Seguidamente, se presenta algunos puntos que se circunscriben directamente con el mercadeo.

### a) Audiencia meta

La audiencia meta son los estudiantes, profesores y personal administrativo de la Universidad.

### b) Key Benefits

Identificación de los beneficios físicos y emocionales que poseen los valores éticos, los cuales se expresan en el siguiente cuadro.

## Cuadro 5

Key Benefits de los valores éticos

Beneficios Físicos	Beneficios Emocionales
Formación de estudiantes para el bien común.	Calidad en el aprendizaje.
Un aprendizaje más dinámico orientado en la práctica de valores éticos.	Compromiso compartido entre estudiantes, profesores y administrativos.
Un currículum que incorpora los valores éticos.	Un ambiente sano y de respeto en el aula.

**Fuente:** Elaboración propia.

### c) Mundo de la marca

Descripción de los valores éticos. Lo que los valores son y lo que los valores no son, se cita en el cuadro siguiente:



## Cuadro 6

### Mundo de la marca

Los valores son	Los valores no son
Un estilo de vida.	Opresión.
Una sana convivencia.	Irrespeto.
Un aprendizaje dinámico.	Tomar las actividades a nuestra propia conveniencia.
Herramientas para una mejor vida personal.	Una moda.
Una virtud.	Subjetivos

**Fuente:** Elaboración propia.

### d) Selling Idea

Identificación de un eslogan para la práctica de valores éticos, que sea claro, corto y sencillo, para que pueda llegar a la población meta. Por tal razón, se propone el siguiente:

**Cultivando valores éticos es la mejor forma de actuar.**

### e) ¿Qué efecto tienen los valores éticos en el quehacer educativo?

El efecto es la claridad y apropiación por parte de la población que estará aplicando los valores éticos en la práctica educativa de la siguiente forma:

Responsabilidad: en las asignaciones que se dan a los estudiantes para que desarrollen en la casa o en el aula, en cumplir con las fechas estipuladas para la entrega de trabajos, en asistir a lecciones.

**Justicia:** cuando el profesor utiliza la misma escala de calificación para sus estudiantes y ejecuta el Reglamento igual para todos.

**Libertad:** cuando en el grupo el profesor incentiva diferentes opiniones y hay discusión de temas. Cuando el estudiante expone sus puntos de vista y es capaz de dialogar.

**Verdad:** El valor de la verdad, es un valor vinculado con la honestidad, que implica la actitud de mantener en todo momento, la veracidad en las palabras y acciones. Ser sincero y honesto es decir siempre la verdad. Este valor está más ligado a la relación entre los pares y entre profesor-alumno. Se considera que el profesor debe incentivarlo dentro del espacio áulico, mediante el valor de la confianza.

De esta forma, los valores éticos no pueden partir de un supuesto por la interpretación de cada persona, por lo que se recomienda, una vez más, que dichos valores estén en forma explícita en todos los documentos, para ahorrarse interpretaciones erróneas al respecto.

### **Caracterizando los valores éticos**

Se considera que la Educación requiere de valores éticos para su sana convivencia. De igual forma, para lograr una transformación de la vida y tener una perspectiva de los valores éticos, se necesitan cambios con respecto a cómo se piensa y se vive. Esto reta a que se acoja una nueva visión ética que es compartida por una cantidad creciente de personas en muchas naciones y culturas alrededor del mundo.

Por tal razón, se recomienda lo siguiente.

## **Clasificación de valores**

- 1) Es fundamental la actualización de los descriptores, o bien, de los programas de estudio base de los diferentes cursos, puesto que esto es la guía principal para que los profesores diseñen sus cursos.
- 2) Si el profesor no cuenta con un documento actualizado en objetivos, contenido, metodología, evaluación y bibliografía, se puede partir del supuesto que podría incluir a la libre, aspectos que no se relacionen con los valores éticos. Se recomienda la actualización de los descriptores.
- 3) Lo anterior sirve de plataforma para la actualización de los profesores, no tanto en su discurso académico, sino en la esencia misma del curso como tal, ya que perfectamente, los profesores como estudiantes, pueden abogar por esta actualización y por la inclusión de aspectos relacionados con los valores éticos en su curso.
- 4) Se recomienda, además, que las coordinaciones de carrera, o bien desde la Dirección académica o de Docencia, dicten normas mediante un procedimiento establecido al inicio de cada ciclo, cuando se están asignando los cursos, para que el profesor conozca o cuestione la guía de su propio curso. Esto permitirá fortalecer el acto educativo y la socialización profesional de los contenidos del mismo curso.

En este punto, se hace conciencia con respecto a que los descriptores o algunos programas como tal, no contienen valores éticos visibles que se puedan clasificar, se puede partir del supuesto que están en forma implícita, pero no es menester de este trabajo, adivinar, interpretar o suponer cuáles son esos valores, dado que se podría correr el riesgo

de adoptar una postura subjetiva, desplazando la objetividad, que es uno de los valores éticos más fuertes, a lugares impredecibles.

- 5) Se debe hacer hincapié que el aprendizaje sobre los valores éticos, traspasa todas las carreras, los límites, paredes, pupitres, biblioteca, aula, centro educativo. Va más allá de cualquier esquema. Es cuando con entusiasmo se decide navegar en experiencias que transformarán la vida profesional y social de los estudiantes.
- 6) Es importante clarificar que la transformación que se genera mediante una experiencia vivencial, proporciona en cada estudiante un producir, con resultados, los cuales van acompañados con experiencias vivenciales, y es acá cuando se inicia con la apertura de una forma de hacer pedagogía en espacios de aprendencia, ya que los seres aprendientes necesitan de la Educación, para experimentar que la vida es un proceso de aprendizaje permanente.

### **Caracterización de la percepción**

- 1) Se necesita de nuevas conductas basadas en la aceptación y cooperación. Lo que se expresa con el lenguaje verbal o escrito, debe ser respaldado por la conducta manifestada, ya que, lo que se valida con la conducta cotidiana, será el modo de ser humano que tendrá la sociedad.
- 2) No se debe enseñar valores éticos, sino vivirlos, ya que la única manera de aprender es viviendo.
- 3) La educación, cultura y sociedad, son pilares para la formación y construcción de las regiones, independientemente en donde se viva, ya que determinan la cotidianidad y la

apertura de nuevos paradigmas. De esta forma, se gestionará el potencial humano con las actividades sustantivas de los valores.

- 4) La intencionalidad con que se realicen las acciones en la cotidianidad y se abra espacios novedosos en la Educación, dignifica a las personas y propicia un cambio de paradigma y así, se formará personas, ricas en originalidad, practicantes de los valores éticos, con visión de mundo, iniciativa, confianza, amantes de los riesgos e incertidumbre, y listos para afrontar los obstáculos y problemas que se vayan presentando en la vida.
- 5) La percepción es un elemento clave en la interpretación de los valores, razón por la cual, se recomienda que los valores éticos estén claros y se puedan clasificar para un mejor y mayor aprendizaje sobre el tema.

### **Definición del perfil ideal de los valores éticos**

- 1) La definición del perfil ideal de los valores éticos que profesen estudiantes y profesores, permitirá una mejor comprensión del tema, puesto que todas las personas involucradas en el proceso hablarán un mismo idioma. Esto es fundamental para la construcción de paradigmas educativos que fortalezcan el acto educativo.
- 2) Al estar claro el perfil ideal, se podrá trabajar mejor y las reglas del juego estarán claras para la población que abarca este estudio, de lo contrario, se perderá de vista la razón de ser de la Educación.
- 3) Se recomienda, de igual forma, que este perfil se incluya como parte de los componentes fundamentales de todos

los cursos que se impartan sin importar la carrera, para que cuando un estudiante opte por cualquier carrera, conozca cuál será su propio compromiso adquirido durante ella.

- 4) Se debe aclarar, que cuando un estudiante decide cursar cualquier carrera, está firmando un contrato implícito de sana convivencia y aprendizaje, para garantizar día con día, que este será un elemento diferenciador que tendrá el centro educativo ante la sociedad, y que logra ser reconocida como una entidad que sopesa los valores en sus actividades.

### **Recomendaciones**

- 1) La estrategia propuesta se enfoca en los métodos tradicionales y tecnológicos de difusión. Esto es relevante para el aprendizaje, dado que se basará en los signos externos visibles a los estudiantes, profesores y personal administrativo del centro educativo. Así, se facilitará la comunicación permanente y será recordatorio que la vida se basa en valores.
- 2) Se recomienda que, para incentivar la formación de estudiantes amantes de su profesión, sean conscientes de que la recordación y aplicación de los valores éticos son elementos claves para su aprendizaje y desenvolvimiento en la vida social y profesional. De ahí que está clara la invitación para que estudiantes y profesores promuevan los valores éticos en su quehacer, que permite lo siguiente:

Contribuyen al desarrollo pleno de la persona de forma integral.

Forman estudiantes para una sociedad justa, equitativa e igualitaria, en donde se concilien los intereses del estudiante con los de la sociedad.

Estimulan el desarrollo de pensamientos basados en valores éticos.

Comparten el conocimiento y aprendizaje de forma solidaria, generando un producir con resultados, y fomentan la aplicación de los valores éticos.

# Bibliografía

Barrantes-Echavarría, R. (2002). *Investigación un camino al conocimiento: Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. San José: EUNED.

Belch, George E. y Belch, Michael A. (2005). *Publicidad y promoción: Perspectiva de la Comunicación de Marketing Integral*. México: Editorial McGraw-Hill.

Brenes-Chacón, A. (1997). *Los trabajos finales de graduación: su elaboración y presentación en ciencias sociales*. San José: EUNED.

Clow, K. E. y Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral de marketing*. México: Editorial Pearson.

Creswell, J. W., & Plano-Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Garza, T. J. y Patiño, G. S. (2000). *Educación en Valores*. México: Editorial Trillas.

Gutiérrez, F. (2011). *Bioalfabetización: Eclósión hacia el cambio*. San José: Oroprint.

Gutiérrez Coto, F., Viales Rodríguez, A. (2017). *La educación en valores*



éticos en la Licenciatura en Docencia de la Universidad de San José. Tesis de graduación. Liberia: Universidad de San José.

Hernández-Sampieri, H., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Mercader, V. (2007). *Relación e influencia de los valores éticos en la educación*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar, Nueva Granada.

Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.

Morales, F. M., Trianes, M. V., Infante, L. (2013). *Perfiles de valores éticos en estudiantes universitarios*. España: Universidad de Málaga.

McDaniel, C. y Gates, R. (2005). *Investigación de Mercados*. México, D.F.: Editorial Thomson.

Zamora, E. y Báez, L. (2003). *Difusión y promoción del proyecto*.

San José, Costa Rica: Unidad Regional de Asistencia Técnica. Programa de Apoyo a la Implementación de Proyectos Serie Organización para la Ejecución de Proyectos.

Schiffman, L. y Lazar, L. (1997). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice-Hall.

## **Webgrafía**

Brenes-Chacón, A. (1997). *Los trabajos finales de graduación: su elaboración y presentación en ciencias sociales*. San José: EUNED.

[https://books.google.co.cr/books?id=jf5O1JQgv80C&pg=PA4&lpg=PA4&dq=Brenes+Chac%C3%B3n,+Albam+\(1997\).+Los+trabajos+finales+de+graduaci%C3%B3n:+su+elaboraci%C3%B3n+y+presentaci%C3%B3n](https://books.google.co.cr/books?id=jf5O1JQgv80C&pg=PA4&lpg=PA4&dq=Brenes+Chac%C3%B3n,+Albam+(1997).+Los+trabajos+finales+de+graduaci%C3%B3n:+su+elaboraci%C3%B3n+y+presentaci%C3%B3n)

Valores éticos: Estrategia de promoción para su osicionamiento en la Educación

3n+en+ciencias+sociales.+San+Jos%C3%A9:+EUNED.&-  
source=bl&ots=Y5EHVG3oZr&sig=p\_u5QA6KirUYz39\_  
1D1x90clUr4&hl=en&sa=X&redir\_esc=y#v=onepage&q=-  
Brenes%20Chac%C3%B3n%20Albam%20(1997).%20  
Los%20trabajos%20finales%20de%20graduaci%C3%B-  
3n%3A%20su%20elaboraci%C3%B3n%20y%20presenta-  
ci%C3%B3n%20en%20ciencias%20sociales.%20San%20  
Jos%C3%A9%3A%20EUNED.&f=false

Navas, E. y Cabero, J. (2005). *Diseño y Evaluación de un material mul-  
timedia educativo de Educación en Valores para la Universi-  
dad Metropolitana*. Caracas: Universidad Metropolitana de  
Caracas. Publicación de CIVE 2005 Congreso Internacional  
Virtual de Educación 1. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/  
handle/10915/24810/Documento\\_completo.pdf?sequen-  
ce=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/24810/Documento_completo.pdf?sequence=1)

Ochoa-León, A. (2014). *Educar en valores en primaria*.

Tesis de grado. España: Universidad de La Rioja Recuperado de:  
[http://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE000755.pdf](http://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000755.pdf)

Rosa, F. (2009). *Seminario de ética: Los valores éticos fundamentales*.

Instituto Tecnológico de Minatitlán, México. Recuperado de [http://  
www.academia.edu/16278564/LECTURA\\_3.LOS\\_VALO-  
RES\\_%C3%89TICOS\\_FUNDAMENTALES](http://www.academia.edu/16278564/LECTURA_3.LOS_VALORES_%C3%89TICOS_FUNDAMENTALES)

Sáenz-Iturralde, B. (2006). *Actitudes y prácticas éticas de la secre-  
taría ejecutiva dentro de su ejercicio laboral*. Ecuador. Te-  
sis previa a la obtención del título de Licenciatura en  
Secretariado Ejecutivo Bilingüe. Universidad Técnica Parti-  
cular de Loja. Recuperado: [http://dspace.utpl.edu.ec/bit-  
stream/123456789/2279/3/170X385.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2279/3/170X385.pdf)

Dr. Fernando Gutiérrez Coto / MEd. Alexandra Gutiérrez Coto / Lic. Allan Viales Rodríguez

Sánchez-Pardo, L., Mejías-Quirós, I. y Rodríguez-San Julián, E. (2004). *Jóvenes y publicidad*. Madrid: Ancares Gestión Gráfica, S.L. e INJUVE. Recuperado: <http://www.fad.es/sites/default/files/jovenesypublicidad.pdf>

Vargas-Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción.

México: *Alteridades*, vol. 4, núm. 8, 1994, pp. 47-53 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México. ISSN: 0188-7017.

Recuperado: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>