



EDUCACIÓN INTEGRAL Y APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO  
CASO: FORTALECIMIENTO DEL ÁREA TÉCNICA Y HUMANÍSTICA EN LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIO DE LA CARRERA PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA.

Georgina Sotelo Ríos  
[ginasotelo@hotmail.com](mailto:ginasotelo@hotmail.com)

Martha Patricia Domínguez Chenge  
[patychenge@hotmail.com](mailto:patychenge@hotmail.com)

Eric Abad Espíndola  
[spindolaeric@hotmail.com](mailto:spindolaeric@hotmail.com)

**Resumen:**

La Universidad Veracruzana y las instituciones que de ella emanan son responsables de establecer programas que de manera permanente busquen su fortalecimiento académico con lo cual se impulse la innovación educativa, el desarrollo integral, la eficiencia terminal y la inserción en diferentes escenarios de sus egresados. En el caso de la carrera de Publicidad y Relaciones Púnicas (PyRRPP) se realizó un diagnóstico de su programa de estudios – Plan 1999 – y de acuerdo a los resultados expresados por egresados, empleadores y planta académica principalmente es que se reformularon los programas fortaleciéndose diferentes áreas entre ellas la tecnológica y humanística. Para la elaboración de tales reformas se recuperó información desarrollada por los docentes en el proceso de acompañamiento de los estudiantes, así mismo se identificó la pertinencia y suficiencia del diseño y operación de los planes y programas de estudio.

**Palabras clave:** reformas al plan de estudio, tecnología, desarrollo integral, aprendizaje significativo

**Planteamiento del problema:**

Las tres carreras que integran la FCAS de la UV tuvieron actualización de los planes y programas. El diseño de los mismos fueron orientados a la formación de profesionales con criterios de equidad,



sustentabilidad y empleabilidad. A partir del año 2013 iniciaron los esfuerzos para implementar de manera eficiente los trabajos de reforma a la segunda generación del Modelo Educativo Integral y Flexible; el cual desde su origen se realizó tomando en cuenta la perspectiva de estudiantes, egresados y empleadores; con una visión de trabajo conjunto entre la comunidad docente a través de las academias, las jefaturas de departamento, la Secretaría Académica y la Dirección de la Facultad; bajo la coordinación de la Dirección del área académica económico – administrativa y con apego a la normatividad institucional de la Universidad Veracruzana, de acuerdo con el Reglamento de Planes y Programas de Estudio y el Reglamento de Academias por Área de Conocimiento y por Programa Académico.

A través de reuniones de academia, al interior de la facultad, se culminó la construcción de los programas de estudio de las distintas experiencias, atendiendo las indicaciones emitidas por la Secretaría Académica y la Dirección General del Área Económico – Administrativa. A la fecha ya son tres generaciones de estudiantes – en agosto inicia una cuarta – quienes se encuentran cursando los nuevos programas de estudio, pertinentes socialmente y congruentes con las demandas del mercado ocupacional.

#### **Justificación:**

Dentro del cúmulo de avances de la ciencia y de las innovaciones en las últimas décadas, el desarrollo científico y tecnológico en el campo de la información y de las comunicaciones ha sido considerado como el más significativo, promisorio e importante; ello en función de su enorme potencial, no sólo para la innovación y transformación de las diversas tareas y actividades humanas, sino por su gran capacidad para apoyar y revolucionar las formas de circulación, apropiación, aplicación, producción y generación de nuevos conocimientos.

La gran transformación en la comunicación denominada digital, ha sido especialmente vertiginosa en las últimas tres décadas. Las tecnologías de la información y comunicación se han incorporado de manera decisiva a los patrones culturales de la sociedad mundial, a la vida política, a la dinámica económica, a la recreación y desde luego, a la actividad educativa.

En un lapso de 30 años el salto cultural de la humanidad ha sido trascendental en materia de comunicación y soluciones tecnológicas. En ese breve periodo no sólo se han transformado la formas de comunicación y de procesamiento de grandes volúmenes de información; sino que, gracias a ello, también se han revelado múltiples conocimientos sobre la vida, la naturaleza, la



complejidad humana, acompañados de descubrimientos relacionados con la evolución y las estructuras micro y macromoleculares antes impensables.

La informática, la inteligencia artificial, los bancos de datos, la comunicación por satélites combinada con la tecnología, los video-discos interactivos, la multiconferencia a distancia, el diseño industrial informatizado, todas estas y otras muchas tecnologías están contribuyendo a cambios masivos y rápidos en las sociedades y la cultura humana, si bien cabe preguntarse en qué dirección. Cada una de estas y otras tecnologías exige nuevas calificaciones y destrezas y, al mismo tiempo, inciden en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Estamos aprendiendo a vivir en un mundo virtual, donde podemos charlar, intercambiar ideas, asumir personajes de nuestra propia creación, construir nuevas comunidades, participar en juegos interactivos, e interactuar en tiempo real con alguna persona al otro lado del mundo. No hay fronteras, no hay obstáculos, tan sólo millones de conexiones virtuales entre seres humanos. Si el mundo que vivimos es otro, también la educación deberá ser otra.

Este mundo virtual creado por los nuevos medios informáticos nos obliga a repensar los procesos educativos, no sólo desde su dimensión de instrumentos (interactividad instrumental), sino desde sus potencialidades para activar e impulsar los procesos de autoorganización del conocimiento.

En este orden de ideas cabe enfatizar que el uso educativo de las tecnologías de información y comunicación no sólo tiene que responder a la necesidad de poner a disposición –de manera más rápida y eficiente– una mayor cantidad de información a un número creciente de usuarios o estudiantes. Es menester, sobre todo, generar nuevas dimensiones educativas que, al incorporar el uso de las tecnologías promuevan relaciones y espacios cognitivos que verdaderamente generen procesos de autoorganización del conocimiento en los sujetos participantes, sin perder de vista el sentido esencial que debe guardar la educación: el desarrollo de las cualidades de lo humano dentro de un *ethos* sustentado en los valores de la cooperación, la solidaridad y el respeto al otro como legítimo otro.

Pero no todo es tecnología sino formación integral en el estudiantado, es por ello que nos parece necesario apostar a la revaloración de los diferentes ambientes de aprendizaje que van más allá de la escuela donde se vea resaltada además la tarea del educador, que pase de ser un transmisor de la información a volverse un mediador de los procesos de aprendizaje.



Consideramos que la educación es una fortaleza y derecho de cada ser humano al articular su propio proceso de aprendizaje. Aprendemos en todo momento y en todo espacio. Al respecto es Carlos Calvo (2008) señala que no olvidemos que nuestra vida se ha ido construyendo de manera casual, incierta y relacional, jamás totalmente definida. Se aprende para la vida.

Creemos que es bueno pensar que nuestro pasado común estará presente en la construcción de nuestro futuro, de ahí que asumimos la honrosa labor de ser un puente entre el conocimiento y los jóvenes estudiantes. Nuestra labor requiere de numerosas destrezas y habilidades, no solo tecnológicas sino de comunicación integral.

Hoy más que nunca debemos de evitar que la educación se vuelva un proceso estandarizado, programático y planeado. La educación para mejorar la calidad de vida debe ser abordada desde un punto de vista más humano, flexible e integral. Apreciamos que uno de los grandes retos a los que se enfrenta la educación tiene que ver con poner al ser humano –en este caso a los estudiantes de la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Veracruzana - en el centro del proceso. Más que profesionistas la urgencia es formar recursos humanos.

Carlos Calvo (2008) considera que el proceso educativo es paradójico al ser simple y complejo, se transforma en superficial y complicado lo que confunde y altera a profesores y alumnos. Quizá es por ello que ante la incertidumbre, la falta de certezas, nos volvamos desconfiados y no gocemos de la aventura de enseñar y aprender.

Con este antecedente es que luego de más de 15 años con un modelo de estudio es que en el 2013 la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana pudo realizar el cambio de plan de estudios en sus tres programas educativos: Publicidad y Relaciones Públicas, Negocios Internacionales y Relaciones Industriales.

Se trató de un cambio de forma y fondo que – hay que decirlo – en un inicio tuvo mucha resistencia, especialmente por los profesores quienes tenían miedo al cambio pero que después de mucho esfuerzo colectivo por parte de autoridades universitarias y la gran mayoría del profesorado que integra la FCAS es que se pudo ver cristalizado el sueño.

Hoy ya tenemos un nuevo plan de estudio que entre las áreas que más vio fortalecidas están la de tecnología y el área humanística. Es aventurado dar resultados sobre cómo impactará este cambio en la formación profesional de los estudiantes pues los la primera generación del Plan 2013 aún no ha egresado por lo que no contamos con una evaluación cuantitativa que nos proporcione



datos confiables sobre este cambio, sin embargo, quienes participamos en estas reformas estamos conscientes de que aunque el plan ya está en marcha es aún perfectible y seguramente será motivo de ajustes y modificaciones. Pero estamos en el camino.

### **Metodología**

Para elaborar el trabajo que aquí se presenta se buscó un sustento teórico centrado en investigación tanto cualitativa como cuantitativa. Según fuera el caso se usó un tipo u otro para abordar a diferentes perspectivas, no fue intención del presente estudio establecer una triangulación metodológica para al abordaje de las variables.

### **Diseño y tipo de Investigación**

El tipo de estudio se eligió en función del tipo específico del problema a tratar; los objetivos que se desean alcanzar y los recursos con que se dispuso para desarrollar la investigación.

### **Resultados:**

Se realizó un análisis de las necesidades sociales tomando como base el plan de estudios de 1999 en el que ya se reconocía que existe una relación cada vez más estrecha entre desarrollo social y económico y la producción de conocimientos científicos y humanísticos.

Esta base incluyó la relación de desarrollo social con la producción de conocimiento lo que implicó identificar las necesidades más importantes a nivel regional, nacional e internacional para que de acuerdo a cada contexto se pudiera aspirar a la formación de profesionistas capaces de atenderlas y ofrecer soluciones. Las principales necesidades sociales detectadas fueron:

Internacionales: Gran parte de las necesidades regionales y nacionales coinciden con los desafíos del contexto internacional, en ese sentido se plantean a sabiendas de que complementarán las que han sido formuladas en los otros órdenes:

1. Cooperación y entendimiento: la mayoría de los problemas globales y los conflictos nacionales tienen su origen en la carencia de cooperación propiciada por los procesos de diálogo, negociación y entendimiento multicultural.
2. Competitividad no sustentable: la globalización ha generado una fragmentación de mercados y consumidores que compiten en una dinámica compleja que afecta las posibilidades de supervivencia de las organizaciones especialmente las Mipymes de origen regional o nacional. Por



otra parte, dicha competitividad que en muchos sentidos se practica de forma voraz y con ausencia de conciencia, códigos de ética y regulaciones, ha causado severos daños a los recursos del planeta poniendo en riesgo el equilibrio climático, económico y social.

3. Desequilibrio económico-financiero: la carencia de nuevos modelos económicos que sustituyan a los vigentes que ya no son viables están llevando a condiciones críticas de empleo y desarrollo a gran parte de los países del mundo, agravando la pobreza, la marginación y las brechas sociales.

4. Auge de biotecnologías e innovación en las tecnologías paradójicamente, en paralelo con los problemas detectados, nuevas fronteras de la ciencia se ensanchan generando áreas de oportunidad y desarrollo profesional en diversos ámbitos propiciados por la naturaleza multidisciplinaria y transdisciplinaria de estos campos de las ciencias aplicadas.

Para una mejor formación del egresado de Publicidad y Relaciones Públicas en relación con las necesidades internacionales se requiere:

1. Competencias en materia de sustentabilidad, negociación y cabildeo e investigación, sumadas a la capacidad de manejar fuentes, técnicas e instrumentos de información a nivel global utilizando la Internet y las tecnologías.

2. El incremento en habilidades de análisis económico, financiero en los contextos internacionales y el cómo afectan a las organizaciones en los contextos locales.

3. La capacidad de desarrollar proyectos y estrategias que puedan tropicalizarse o bien implementarse en escenarios multinacionales.

Nacionales: A nivel nacional se detectaron las siguientes necesidades, muchas de ellas estrechamente vinculadas, debido a los efectos de la globalización y sus efectos a los contextos internacionales y regionales.

1. Desarrollo tecnológico con énfasis en las tecnologías: la nueva dinámica de desarrollo requiere de estímulo para la investigación, la creatividad y la innovación que propicie un mayor desarrollo tecnológico y un mejor aprovechamiento de las TIC como factores de desarrollo regional, sectorial y organizacional



2. Cambio Social: México requiere con urgencia de un cambio y/o transformación que propicie una reintegración del tejido social, que en los últimos años ha sufrido diversos niveles de desintegración a causa de los problemas económicos, políticos y de inseguridad que ha sufrido la nación. Dicho cambio debe ser impulsado en todos los órdenes, y especialmente desde las organizaciones privadas y públicas que incluye empresas y universidades.

3. Adecuación de políticas y estrategias nacionales en función del contexto globalizado: La inserción de México en el escenario global a la fecha es insuficiente por la falta de reformas, políticas y estrategias coyunturales que propicien el desarrollo de sectores y regiones, a la par que se desarrollan ventajas competitivas en organizaciones y empresas que permitan una mayor participación d

Congruencia de la formación del Publlirrelacionista con las necesidades nacionales  
Para una mejor formación del egresado de Publicidad y Relaciones Públicas en relación con las necesidades nacionales se requiere:

1. Mayor comprensión y utilización de las tecnologías en la elaboración de proyectos y estrategias de acuerdo con las necesidades de desarrollo de las organizaciones y el uso de sus recursos económicos y financieros para incidir en el aumento de su rentabilidad (Fuente: entrevista con especialistas).

2. Formar actitudes y conocimientos negociadores y de cabildeo capaces de conciliar posiciones e intereses enfrentados o fragmentados para encontrar nuevas alternativas de diálogo y/o propuestas de entendimiento y solución y de esa manera contribuir a la integración de la sociedad en todos los niveles.

3. Fortalecer la formación integral basada en una visión humanista que haga énfasis en los valores del entendimiento, la cooperación, la tolerancia y la empatía.

4. Desarrollar capacidades y habilidades de investigación y análisis que permita una mejor comprensión e interpretación de las necesidades de las organizaciones en un contexto globalizado para el aprovechamiento de oportunidades contribuyendo así al incremento de su competitividad.

Regionales: Finalmente en el ámbito regional se hace la integración de las necesidades en todos los órdenes, ya que finalmente es en este nivel donde el profesionista de la Publicidad y las Relaciones Públicas tendrá un mayor contacto y por ende requerirá de una mayor conciencia de la necesidad de



atenderlas para así contribuir a la mejora de la sociedad a la par que cumple la misión institucional de la Universidad Veracruzana y de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.

### **Reflexiones finales:**

El diagnóstico efectuado ha permitido identificar fortalezas y áreas de oportunidad y que deberán priorizarse y abordarse de manera interna como líneas de acción. Uno de los objetivos del plan fue que tuviera congruencia de la formación del Publrrelacionista con un enfoque humanista; un mayor espíritu, habilidades, actitudes y capacidades emprendedoras que le faculten para la gestación de empresas y proyectos generadores de empleo e integración de cadenas productivas, especialmente las relacionadas con el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Como parte de los fundamentos de la disciplina hubo una evolución hacia disciplinas centrales relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación a consecuencia de que se han propiciado cambios en los planteamientos teóricos de la comunicación y de muchos enfoques sobre los procesos de distribución del conocimiento y la democratización de la información y la comunicación, así como las formas de promoción, relación e interacción de las organizaciones con sus clientes y públicos que deben ser considerados e incluidos en los planes de estudio de la disciplina. El desarrollo humanístico del estudiante se consideró al buscar una mayor integración y complejidad de sus conceptos y modelos que ha requerido de enfoques inter y multidisciplinarios para posibilitar su aplicación estratégica a la solución de problemas en diferentes contextos y organizaciones. Dicha multidisciplinariedad incluye la convergencia de ciencias tales como las neurociencias, la robótica, la psicología, con sus nuevos postulados, el marketing, la estética e incluso las ciencias físicas. Hoy podemos decir que la perspectiva de la formación del Publrrelacionista es integral, lo que implica que en su formación deben considerarse saberes que enriquezcan sus conocimientos, actitudes y habilidades de forma que se incremente bajo un criterio humanista su acervo cultural, su sensibilidad y su visión del mundo, a la par que perfecciona su dominio técnico para el ejercicio de su profesión. De acuerdo con esos fundamentos se enuncian algunas disciplinas que pueden enriquecer su formación y que se considera tienen mayor proximidad con las disciplinas centrales: Formación artística, en cualquier terreno de las bellas artes: cine, teatro, artes plásticas, música, entre otras. Multiculturalismo, que puede incluir desde formas de relación y diálogo intercultural, historia con sus diversos campos, idiomas y lenguas, entre otros contenidos. Tecnología aplicada, que considera el aprendizaje de herramientas de software y hardware para asistir el diseño, la





planeación de campañas publicitarias, planes de medios, programas de Relaciones Públicas entre otros aspectos.

Creemos que es en todos nosotros, los protagonistas de la vida universitaria que existe la convicción de que el cambio es una condición para mejorar. Como equipo, hemos planteado cambios radicales en la concepción de la enseñanza universitaria, en la organización de lo que debemos enseñar, en el quehacer docente y la carga académica, en el papel de los estudiantes y lo que deben de aprender; desde un nuevo plan que esperamos que impacte de manera positiva en primera instancia a nuestros estudiantes pero fundamentalmente a la sociedad en general. La dinámica universitaria y replantea nuestros vínculos con la sociedad, de allí que el proceso de implantación representa una intervención de gran complejidad, en la que necesariamente se verá involucrada toda la comunidad universitaria, ya que requiere del concurso de diversas instancias de la estructura académica y administrativa, tanto a corto como a mediano plazo. Hemos pensado ya en el establecimiento de mecanismos y momentos de la evaluación que garanticen el establecimiento de juicios objetivos y con fundamentos acerca de su pertinencia, idoneidad, debilidades y bondades, para con base en ello, ajustar y modificar hasta lograr una propuesta enriquecida con la experiencia y el saber de los académicos de nuestra Facultad. Y en este camino estamos.

#### Referencias bibliográficas:

Tobón, Rial, Carretero y García (2006). *Competencias, calidad y educación superior*. 1ª. ed. Bogotá, Colombia: Alma Mater Magisterio.

Sánchez Adolfo. (2007). *De la Estética de la Recepción a una Estética de la Participación*. México D.F.: Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM.

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Universidad Veracruzana (2013). *Plan de estudios del Programa Educativo de Publicidad y Relaciones Públicas*. Xalapa, Veracruz: autor.

Galindo, Jesús.(2009). *Sociología y comunicología: Historias y posibilidades*. Argentina: EUCASA.

Barquero, José D. y Pérez Román.(2010). *Dirección estratégica de relaciones públicas*. Barcelona: PROFIT.

Palencia, Manuel.(2008). *90 Técnicas de relaciones públicas*. Barcelona: Bresca PROFIT



Galindo, Jesús.(Ed.).(2008). *Comunicación, ciencia e historia: fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Madrid: Mc Graw Hill.

Portillo, Maricela y Cornejo Inés.(Eds.).(2012). *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. México: Universidad Iberoamericana.