

870125

1
2ej

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Escuela de Psicología

**EFFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES PERSUASIVOS
DE TIPO RACIONAL Y AFECTIVO EN EL CAMBIO DE ACTITUD
USANDO COMO TEMA HABITOS DE ESTUDIO**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

T E S I S

que para obtener el título de

Licenciado en Psicología

presentan

LUCIA BECERRA NAVARRO

MARIA CRISELDA FLORES MARTELL

MARIA GUADALUPE PARTIDA DIPP





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CAPÍTULO # 1

INTRODUCCION GENERAL :

- A) .- ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS.
- B) .- DEFINICION DE TERMINOS CLAVES.
- C) .- INFORMACION PREVIA GENERAL.
- D) .- LIMITACIONES DEL ESTUDIO.

C A P I T U L O # 1

INTRODUCCION GENERAL :

A).- ESTABLECIMIENTO DE HIPOTESIS :

En la presente investigación se pretende conocer a que tipos de mensajes persuasivos racional o afectivo, se inclina más el adolescente , - utilizando como tema de éstos mensajes " hábitos de estudio " .

Se propuso como estrategia el cambiar la actitud hacia el estudio para lograr así un cambio positivo en los hábitos de estudio de los sujetos de investigación. Se seleccionaron dos grupos de señoritas adolescentes con grados de 2º y 3º de Bachillerato por encontrarse éstas en una etapa en la que tienen que elegir una área o carrera a que se dedicarán en un futuro.

Se eligió el tema de hábitos de estudio por considerarlo de gran utilidad para el estudiante, pues en la mayoría de los casos se llega al bachillerato sin contar con una buena actitud y métodos para estudiar, perdiendo concentración, tiempo y esfuerzo en las horas de estudio.

A ésta investigación se le dió una orientación hacia el campo educativo y formativo, para descubrir que tipo de mensaje de persuasión dá -- mejores resultados en el estudiante a nivel bachillerato y así posteriormente pueda ser utilizado éste como un método de estrategia en el área de cambio de actitudes.

En base a ésto, el principal objetivo que se propone alcanzar en éste estudio es :

ENCONTRAR SI HAY UN CAMBIO DE ACTITUD SIGNIFICATIVO ENTRE ANTES Y DESPUES DEL TRATAMIENTO EXPERIMENTAL (PERSUASION DE MENSAJES RACIONAL O AFECTIVO) EN CADA GRUPO Y ENTRE LOS GRUPOS.

B).- DEFINICION DE TERMINOS CLAVES :

A continuación se presenta en significado de los términos claves que son de interés en el estudio, para su mejor comprensión.

1).- ADOLESCENCIA : Periodo de la vida que se halla situado entre la infancia y la edad adulta. La pubertad señala su comienzo, pero la aparición de éste periodo biológico no es más que el principio de un proceso continuo y más general en el doble aspecto somático y psíquico hasta conseguida al cabo de los años la formación completa del adulto.

En la presente investigación las edades de los sujetos fluctúan entre los 15 y 19 años, es la edad de las condiciones vehementes y los grandes entusiasmos, se caracterizan por la autoafirmación y presentan inestabilidad en sus decisiones.

2).- CAMBIO DE ACTITUDES : Entidades cambiables (definidas por BROWALD 1970), como una reacción afectiva positiva o negativa hacia un objeto, proposición abstracta o concreta designable. Son predisposiciones a responder en una forma más o menos emocional a ciertos objetos o ideas.

3).- HABITOS DE ESTUDIO : En la investigación es el objeto psicológico y se puede definir como; una costumbre adquirida. Facilidad que se adquiere con la practica del estudio constante. Son los métodos usados y la motivación que se tiene con respecto al estudio.

4).- MUESTREO POR CUOTAS NO PROBABILISTICO : Las muestras no probabilísticas no emplean la extracción aleatoria y es por cuotas porque se utilizan conocimientos de los estratos de la población como son sexo, raza edad, etc. (KERLINGER pag. 91).

5).- ACTITUD HACIA EL ESTUDIO : Es la tendencia o predisposición que determina la reacción del adolescente hacia el estudio.

6).- MENSAJE AFECTIVO : Son mensajes formulados de tal forma que se dirijan esencialmente a la afectividad, destinada a provocar emociones y sentimientos. Los afectos constituyen las formas más elementales de afectividad, son unos estados psíquicos inmediatos que no pueden ser analizados y que condicionan el sentido de una reacción. Pueden ser reducidas a tres : (PIERON)

--el de interés, con reacción atenta y de exploración.

--el de agrado, (placer) con reacción expansiva y de indagación.

--el de desagrado, (dolor) con reacción de retraimiento y de huida.

7).- MENSAJE RACIONAL : Son mensajes formulados de tal forma que se dirijan esencialmente a la inteligencia, destinado a provocar una reacción de orden consciente y racional.

8).- PERSUASION : Método o estrategia para el cambio de actitudes. Es el arte fundamental de actuar en el medio social con el propósito de hacer algo. (ARISTOTELES). Podemos demostrar la persuasión como un momento intermedio entre la demostración racional y la sugestión. Cuando un estímulo está destinado a provocar reacciones intelectuales y afectivas.

9).- PERSUASIBILIDAD : Suceptibilidad a la influencia social o de comunicaciones persuasivas. Es el realizar un acto, no por coacción, sino mediante una adhesión libre a la voluntad de otro después de haberla aceptado.

C).- INFORMACION PREVIA GENERAL :

La persuasión es un elemento que siempre está presente en la comunicación. Esta es un manejo de símbolos diseñados con el fin de producir acción en otras personas. Se apela al sentimiento y al intelecto para obtener algún tipo de consentimiento psicológico de la persona de la cual se persuade.

Hay que diferenciar la persuasión de la sugestión, pues ésta última es cuando un persuasor se aprovecha injustamente de otra persona o grupo debido a que sus motivos no son para bien de aquella persona o de ese grupo.

Se pretende investigar qué influencia tienen los mensajes persuasivos, buscando alcanzar un objetivo positivo que fuere de provecho para los sujetos de estudio, manejando dos tipos de mensajes, el racional y el afectivo, tratando de lograr un cambio de actitud hacia el estudio.

Para el trabajo se tomó dos grupos de muchachas adolescentes, como un medio de conocer qué resultados arrojan estos mensajes en las jóvenes Mexicanas, conociendo de antemano por estudios realizados que el sexo femenino y a esta edad crítica es más influenciable; cosa que se pretende comprobar.

D). LIMITACIONES DEL ESTUDIO :

Se llevó a cabo un estudio comparativo entre la susceptibilidad a la persuasión de mensajes racionales y mensajes afectivos, realizando nuestra investigación con dos grupos de estudiantes de una preparatoria particular para señoritas en la ciudad de Guadalajara, Jal.

Contamos con una población con 66 sujetos, seleccionado en muestreo por cuota (no probabilístico), contando en particular con 39 sujetos en el tercer grado de bachillerato (grupo X1) con el mensaje afectivo (en forma de audiovisual). y con 27 sujetos en el segundo de bachillerato (grupo X2), con el mensaje racional, (en forma de audio-

visuales, cuyas edades fluctúan entre los 15 y 19 años, pertenecientes a una clase socioeconómica media alta.

El tema que usamos en nuestro mensaje fué : " hábitos de estudio ", -- actitud que medimos mediante la encuesta de Hábitos y Actitudes hacia el estudio, en las que intervienen las escalas de aprobación del maestro y aceptación de la educación.

C A P I T U L O # 2

REVISION DE LA LITERATURA EXISTENTE :

- A).- ADOLESCENCIA :
- B).- FACTORES BIOLOGICOS DE LA ADOLESCENCIA :
- C).- CONCLUSIONES DE LA ADOLESCENCIA :
- D).- DIFERENTES PUNTOS DE VISTA DE LA PERSUASION :
- E).- EVALUACION CRITICA DE ESTOS PUNTOS DE VISTA :
- F).- CONCLUSIONES DE LO ESCRITO DE LA PERSUASION :

C A P I T U L O # 2

REVISION DE LA LITERATURA EXISTENTE :

A).- DIFERENTES PUNTOS DE VISTA DE LA ADOLESCENCIA :

" Se denomina adolescencia (del verbo latino adolesce = crecer) al periodo de la vida humana que se extiende aproximadamente entre los doce y los trece años y los veinte. El periodo se cierra en realidad al entrar el individuo a la edad adulta. En el transcurso de ésta época alcanzan madurez las funciones reproductoras. Otros diversos cambios físicos, mentales y morales se producen simultáneamente.

Como es sabido, en la adolescencia, al ser un paso del desarrollo del individuo, implica ciertos cambios, que algunas veces pueden ser extremos, en todos los aspectos de la vida del joven .

Debemos de tomar en cuenta no solo las motivaciones y aspectos psicológicos del joven para su comportamiento; sino también el papel biológico y su contexto sociocultural en el que se desenvuelve.

La idea popular que se tiene acerca del adolescente es la de conflicto, problemas, vicios, etc. La chamarra de cuero, la melena alborotada, sus dudas, sus repentinos cambios, hacen que el adulto sea suspicaz hacia el joven; aquella joven que se encuentra en profunda reflexión, para el adulto puede significar el inicio de una perturbación peligrosa.

El padre, el maestro, en no pocas ocasiones, pretenden que los adolescentes sean una extensión suya para el futuro, tal vez envidiando que la vida se abre nueva y llena de perspectivas para el joven.

Mientras que el joven ensaya medios de vida, busca y prueba papeles -- para lograr su identidad final, el adulto se desespera, reprime, y ve al joven como un rival que lo desplaza inexorablemente de la vida, -- aquí es donde se gesta la llamada " barrera generacional ", que no es más que el resultado de una idea deformada entre las diferencias de -- jóvenes y adultos.

En el proceso de la adolescencia se observan todos los antagonismos -- posibles; el joven ayer gregario y comunicativo, hoy es solitario y -- huraño, hace unos días preocupado de sí y egoísta, se muestra altruista y generoso con los demás, de ser el primero en el aula, su rendimiento escolar se viene a pique de una semana a otra; los padres se extrañan, se culpan, lo culpan a él, y la tensión crece. ¿ pero realmente ellos pueden comprender lo que el mismo joven no es capaz de explicarse ?-- ¿ el saber y probar que ya no es un niño, es asimilable para ambas -- partes ?, ¿ como maneja el padre, la angustia que le causa el tener -- que llegarse a enfrentarse con su hijo?, ¿ que expectativas tiene el-- joven con su familia, su escuela, y sus amigos ?.

Las anteriores cuestiones encierran la preocupación principal tanto -- del adolescente como del adulto, al llegar a una armonía, el compartir sin formar bandos, el mundo, el no convertirse uno, en verdugo y en -- juez, y el otro en un incipiente criminal o vicioso..

Desde tiempos remotos, el hombre ha dado énfasis a la preparación inte-- gral del joven, los antiguos griegos, egipcios, aztecas, se preocupaban -- en que los jóvenes conservaran y acrecentaran los legados de sus civi-- lizaciones.

Actualmente éste principio se debe de aplicar en nuestras sociedades, -- pues juventud es sinónimo de renovación de vigor y de progreso, sin -- perder el punto de vista de lo trascendental.

La verdadera formación de la personalidad del adolescente se realiza - mediante la influencia que el medio social ejerce sobre él, sus reacciones, sus experiencias, y sus inevitables fracasos.

Solo en contacto con los demás desarrolla el hombre sus capacidades y realiza su adaptación al medio. Se inicia esa adaptación en la infancia, pero esa adaptación adquiere un valor decisivo, definitivo, en la adolescencia, caracterizada por los intereses sociales y éticos.

Cada adolescente representa un problema, una forma peculiar de vida. Las condiciones económicas de su vida condicionan todas las determinaciones del adolescente. La habitación, los alimentos y el género de trabajo que el hombre realiza influyen decisivamente en su carácter, sus preferencias, su conducta, su personalidad; según el tipo de cultura, especialmente el régimen político y social en que se desarrolla la infancia y adolescencia..

La adolescencia es la edad en que se desarrollan y fijan las aptitudes y se deciden la vocación, las inclinaciones y las preferencias.

Toda la educación de los adolescentes y, sobre todo los sistemas de enseñanza a ellos destinados, deben formularse de acuerdo a estas condiciones anteriormente mencionadas para su formación

Es necesario que el adolescente desarrolle una capacidad de observación distinta a la que venía utilizando para sus conocimientos infantiles.

He aquí la razón profunda de la crisis de la cultura que el adolescente sufre.

Por ello todo lo que lo rodea sufre una transmutación, un cambio, y las creencias, las opiniones, lo que antes estimaba bueno y valioso, ahora le parece confuso y sujeto a revisión.

B).- FACTORES BIOLÓGICOS DE LA ADOLESCENCIA :

El papel biológico en la adolescencia, marca el inicio en ésta etapa. El florecimiento del joven ocurre con la madurez de las glándulas --- sexuales (gónadas), la aparición del vello púbico, el cambio de la voz, la aparición de los senos, y la menstruación proclaman el inicio del cambio.

El crecimiento físico, la madurez sexual, está controlada por las hormonas secretadas por las glándulas endócrinas.

Entre las hormonas se encuentra la tiroxina (de la glándula tiroides) el cortisol (de la glándula suprarrenal) y las hormonas sexuales, que incluyen a los andrógenos (hormonas masculinizantes, como la testosterona) , estrógenos (hormonas feminizantes) y progestinas o gestágenos (hormonas del embarazo). A través de complejos mecanismos de retroalimentación, estas y otras hormonas estimulan el desarrollo físico y fisiológico que se lleva a cabo durante la pubertad y la adolescencia.

En los pocos años de la adolescencia, el individuo debe de encarar una verdadera revolución biológica que ocurre en si mismo: el rápido aumento de peso y de estatura, las dimensiones corporales variables, los -- cambios hormonales que producen un fuerte apetito sexual, en fin, el desarrollo en su máxima expresión.

Todo esto genera ansiedad en el joven y se manifiesta en la preocupación a veces obsesiva de su cuerpo.

Algunas características normales de la maduración sexual causan angustia. Durante el proceso de cambio de su voz la falta de control en las tonalidades de ésta, hacen que el joven sufra y se aisle.

En todos los muchachos adolescentes se presenta cierto crecimiento en el busto que desaparece alrededor de un año, este crecimiento llega a atemorizar al joven, ya que este puede llegar a dudar de su masculinidad.

En las adolescentes se albergan una serie de inquietudes relacionadas con su cuerpo durante éste período de cambio. El desarrollo de los senos el inicio de la menstruación, generan una preocupación hacia el esquema corporal.

El hecho de que el joven tome su desarrollo biológico como motivo de orgullo o de angustia, estriba en que los padres, maestros, la sociedad en general, en un momento dado ayuden o frenen la adaptación del joven a estos cambios.

C).- CONCLUSIONES DE LA ADOLESCENCIA :

La adolescencia se caracteriza por dramáticos cambios tanto biológicos como psicológicos, por lo tanto consideramos importante que se deba reforzar la autoestima en el adolescente y sobre todo, informar acerca de estos bruscos cambios, con la finalidad de que el adolescente haga frente al drástico desarrollo y llegue a adaptarse a su nuevo cuerpo.

Por otra parte tenemos cuando el organismo humano se estabiliza, con la pubertad, en un equilibrio relativo del sistema de las glándulas de secreción interna en virtud del desarrollo funcional de las glándulas sexuales y de su acción sobre la sangre y sobre el sistema nervioso central, ya se ha formado un carácter.

Los rápidos cambios físicos del adolescente afectan el concepto que tienen de sí mismos y su forma de ser. La maduración tardía tiene un efecto especialmente importante.

El medio ambiente desempeña una función de gran importancia para el logro de esta etapa, mucho más que para el de cualquiera otra etapa del desarrollo cognitivo.

El final de la adolescencia no es tan fácil de determinar; se compone de una combinación de factores físicos, intelectuales, sociológicos, legales, y psicológicos.

C A P I T U L O # 2

REVISION DE LA LITERATURA EXISTENTE :

A).- DIFERENTES PUNTOS DE VISTA EN LA PERSUASION :

Al hablar de persuasión hablamos de comunicación, y uno de los mayores poderes de la comunicación es su capacidad para efectuar cambios. Como definió Aristóteles " la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir el intento que hace el orador de llevar a los demás a un mismo punto de vista " (1).

Todo uso del lenguaje tiene una dimensión persuasiva y la comunicación se hace imposible si ésta, en una forma u otra carece del intento de persuasión y de producir intencionalmente una respuesta. Algunos comunicadores profesionales (de prensa y educación) afirman que no tratan de persuadir a la gente sino que sólo están dando una información, pero al considerar un contenido es difícil determinar si su propósito es informar o persuadir, así como definir cuál será su efecto en el receptor y cuál la intención de la fuente al producirlo.

Los investigadores del comportamiento tratan de encontrar el por qué los humanos se comportan de la forma que lo hacen y cómo puede la comunicación hacer posible que vivan más felices y productivamente, así como también la de encontrar formas sutiles de inducir a la acción.

En su forma más simple el proceso de comunicación consiste en un transmisor, un mensaje y un receptor; y la comunicación es una señal que puede contener un significado para el transmisor y puede contener para el receptor cualquier significado que él pueda leer en la señal, puesto que

uno de los principios básicos de la teoría de la comunicación es que -- los signos puedan tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos, pues podemos descifrar un mensaje -- sólo en función de los signos que conocemos y los significados que hemos aprendido. A ésta colección de experiencias y significados le llamamos -- marco de referencia, y una persona puede comunicarse sólo en función de su propio marco de referencia. Esta es la forma en que un individuo --- almacena las experiencias de su vida, desde que adquiere consciencia de su individualidad, almacena las cosas que cree y a las que les asigna -- un valor, éstos adquieren cada vez mayor importancia para él y tratará -- de defender sus creencias como pueda. Así la aceptación y rechazo de un mensaje depende de la forma en que se ajuste el mensaje a los valores y creencias del transmisor y de lo eficaz que sea en procurarse un lugar -- entre los receptores.

Si tomamos en cuenta lo diferente de las experiencias en las diferentes clases de gentes y los diferentes marcos de referencia de los países y culturas podemos fácilmente comprender por qué es difícil la comunica-- ción entre transmisores y receptores y por qué ocurren con frecuencia-- la incomprensión.

En esto entran en juego los dos diferentes significados de los signos : el significado denotativo, es el significado común o de diccionario y el otro es el connotativo, es el significado emocional y evaluativo, -- éstos varían entre los individuos, también intervienen los tonos de voz y ademanes. El efecto de un mensaje cualquiera depende de más de un solo canal de comunicación, requiere de muchos canales y claves que escuchamos y vemos simultáneamente por lo que se requiere al conocimiento de-- quien lo dijo.

La comunicación es realmente lo que interpreta el oyente, así la gente -- responde a comunicaciones persuasivas que se ajustan a sus predisposicio-- nes y pueden cambiar o resistirse al cambio de acuerdo a ello.

: Y todos tenemos cierta tendencia a evaluar la fuente de comunicación pero solemos fallar en la evaluación de un lenguaje de manera apropiada cuando está cargada emocionalmente " (9) .

Uno de los mayores poderes de la comunicación, es su capacidad para -- efectuar cambios en la vida diaria de las personas y este poder es la persuasión, en la comunicación que se efectúa para producir cambios en actitudes de conductas interviene el empleo de símbolos verbales y no verbales de parte de la fuente, con la intención de producir un cambio en el receptor; casi siempre que comunicamos algo, estamos persuadiendo. La persuasión puede producirse por las características particulares de una persona que tiene habilidad de producir cambios en los demás. Pero la persuasión también se puede producir debido al mensaje, ya que ciertos elementos de él, están destinados a cambiar la conducta, con esto vemos que el comunicador no es realmente el persuasor, sino que sólo se limita a proporcionar el estímulo que animará a el receptor a efectuar el cambio por sí mismo, por lo tanto el auténtico persuasor es el receptor; ejemplo: el que vota por un candidato " x " por creer que es más honrado que los demás, basándose en la información recibida .

Básicamente existen tres tipos de persuasión :

- LOGOS .- usando un razonamiento sólido y unas pruebas seguras.
- PATHOS .- relacionado al cambio deseado , a las actitudes y emociones del oyente.
- ETHOS .- demostrando la buena voluntad, juicio y carácter del comunicador (sugestión de prestigio) (4)

Ninguna comunicación persuasiva debe de contener sólo uno de los elementos dichos, un equilibrio entre los tres es lo ideal en casi todas las situaciones de comunicación. Cuando se intenta persuadir a otra -- persona es importante recordar que la táctica usada no debe ser tan -- evidente como para atraer la atención por sí mismo.

Algunas veces será necesario que se emplee la lógica, un propósito claro pruebas seguras, o un razonamiento convincente, a diferencia de otros - en que se llaman los sentimientos de los receptores.

Para elegir los mejores medios, se requiere hacer un análisis de la --- audiencia, su edad media, sexo, lo que sienten hacia determinadas ideas y lo que ellos saben del comunicador.

" Algunas veces los errores que se cometen al analizar la audiencia son los causantes de que el mensaje produzca un efecto contrario al que se desea " (4).

SUGESTION : La sugestión tiene lugar en una variedad de formas distintas al igual que ocurre con los otros componentes de la comunicación, cada técnica de sugestión puede ser adaptada a una situación específica. La sugestión se puede definir como " el proceso mediante el cual una persona responde sin crítica alguna al estímulo persuasivo " (4). El grado hasta el cual el persuasor es consciente de la sugestión y de su control determina su eficacia.

Una técnica puede ser la de sugestión por asociación, o sugestión de -- prestigio, por influencia de figuras famosas o conocidas; otro puede -- ser un grupo de personas, cuando las personas están sentadas muy juntas las respuestas de cada uno se van incrementando por la mera presencia - de otros, los chistes serán más graciosos o los mensajes tristes serán más dolorosos. La sugestión también tiene lugar cuando se crea una --- atmósfera apropiada, puesto que el lugar puede afectar la sugestibilidad " La persuasión por medio de la sigestión, es una de las formas más sutiles de ejercer el control por medio de la comunicación " (4).

CAMBIO DE ACTITUDES : Las actitudes no son entidades inmutables y fijas pueden cambiar en una persona, al igual que su conducta o creencia son aprendidas, puesto que la actitud es el resultado de las experiencias, la influencia de individuos y grupos y de sus valores personales.

Cuando una persona se encuentra sujeta a estímulos que le invitan a -- cambiar - como un mensaje persuasivo - es posible que se resista al -- cambio, pues ésto representa una alteración de su conducta, o que involucre ciertos sentimientos de riesgo por ello, los cambios se producen lentamente y durante largos periodos de tiempo. " En una esfera -- nueva defendida débilmente hay una buena probabilidad de que un mensaje bien hecho, logre lo que pretende, a diferencia de un tema fuertemente defendido o conocido " (8).

La velocidad y el grado de cambio depende de la actitud de la fuente y del receptor hacia dicho cambio, mostrará una actitud favorable hacia el mensaje, por su parte el oyente se puede mostrar favorablemente dis puesto, negativo o neutral hacia el tema.

Generalmente la gente cree lo que quiere creer. Cuando se enfrenta a un mensaje persuasivo las personas tienden a seleccionar, organizar, inter pretar el estímulo y modificará su conducta en función de lo que es im portante o beneficioso para ellos. Por ésto es importante transmitir el mensaje de una manera clara y también mostrarles cómo la aceptación del mensaje les será beneficioso. Si se desea cambiar al oyente, primero - debemos de influenciar sus actitudes y no olvidar que los sentimientos individuales casi siempre están ligados con algún tipo de interés perso nal. por ejemplo : quizá se pueda cambiar una actitud si se demuestra que la idea beneficiará su bienestar físico, o sea una llamada a sus - deseos de conservar la salud, o también los sentimientos placenteros, conductas recomendables o del deber, indicando que el cambio satisfará una de éstas necesidades.

No es probable que se despierte una emoción si nos limitamos en decirle al oyente que debe sentirla, sino que pueden presentársele vívidas --- ilustraciones que muestren auténticas personas en situaciones reales, para que el receptor sea capaz de simpatizar con ellos.

El receptor será así parte de proceso de persuasión, si el persuasor logra un ambiente adecuado, establecer una base común con el oyente, ofreciéndole ideas con las que se identifique.

HERBERT C. KELMAN identificó tres procesos para efectuar cambios de actitudes, sosteniendo que éstos pueden ser cambiados por : complacencia, identificación e interiorización.

Ejemplo :si se dan castigos o recompensas por adoptar ciertas actitudes está empleando la complacencia, es muy posible que se cambie por el momento la conducta o actitud, pero sin que se efectúe un cambio en las actitudes básicas, dicha conducta tenderá a producirse en otro momento. Cuando el persuasor se pone como modelo y desea que el receptor se parezca a él o a otra persona " X " está utilizando la identificación, estará utilizando el ETIQUETA por promocionar una causa, con frecuencia éste cambio es también temporal ya que se basa en identificación y no en la aceptación intelectual. Si la nueva actitud no se refuerza por otro o el modelo está asesorado por cierto período de tiempo, la actitud volverá a ser la original.

Si el persuasor puede convencer al oyente de que el cambio de conducta o actitud está de acuerdo con sus valores básicos, es muy probable que el mensaje sea interiorizado e integrado con los valores del receptor. Este proceso consigue influenciar al receptor a un nivel más profundo y que adopte la conducta recomendada debido a que está verdadera e intelectualmente convencido. " los efectos de los intentos por hacer un cambio serán distintos en distintas situaciones, participantes y mensajes, pero siempre, los cambios de conducta duraderos siemore se producirán cuando cambian las actitudes " (4).

Es posible que se experimente un cambio de actitud inmediato, pero ello no implica que el cambio sea duradero, la disminución del efecto del estímulo que produjo el cambio puede ser por el tiempo o por la recepción de información contraria o información que reafirme los sentimientos originales. El tipo de comunicación - interpersonal, pública, o a través de medios de comunicación social - en el que se recibe el estímulo persuasivo también determina el tiempo de duración de cambio.

En el área interpersonal por ejemplo, los cambios requieren de una --- ayuda de una transacción continuada, aunque no es extraño que un solo encuentro interpersonal afecte su vida, los efectos continuados afecta rán tanto sus actitudes como su conducta, como cuando nos integramos a un grupo con frecuencia cambiamos nuestras actitudes y conductas debido a que efectuamos numerosas transacciones con los otros miembros del -- grupo. Normalmente es en los grupos pequeños donde se producen los mayores cambios de actitud. (4).

Los medios de comunicación social sirven más para reafirmar y estabili zar nuestras actitudes que para cambiarlas, pues casi nunca retan al - estilo de vida ritual, por ejemplo: los programas que vemos reafirman nuestro estilo de vida como el saber que la educación universitaria es necesaria, o que los dientes blancos son socialmente necesarios. Hay - una gran cantidad de retroalimentación en la comunicación personal a - diferencia de los medios masivos de comunicación, ésta es la razón --- por la que es más fácil explicar algo o convencer a una persona frente a frente. (8)

DISONANCIA COGNOSITIVA : Festinger ha señalado que los individuos se esfuerzan hacia la consistencia dentro de sí mismos. Normalmente el in dividuo no sostiene creencias y actitudes mutuamente incompatibles o - disonantes, y por lo regular no se comporta en formas que contradicen sus creencias o actitudes. Cuando existen tales inconsistencias el in cómodo estado psicológico resultante incita al individuo a reducir la inconsistencia o disonancia, las personas evitan activamente situaciones e información que probablemente produzca disonancia (10).

Después de tomar una decisión las personas buscan y encuentran general mente formas de acrecentar su justificación del propio comportamiento. La información que posee con respecto a su propia opinión privada es - sin embargo disonante con la acción que ha tomado, después que una per sona ha sido inducida a decir algo contrario a lo que cree privadamente, debe presentarse un proceso de reducción de disonancia, que se reflejaría por su búsqueda de medios adicionales que justifican su acción,

diéndose así mismo que la recompensa obtenida ha sido grande o puede tener también justificación adicional cambiando su opinión privada sobre el asunto y si éste cambio se acerca a lo que ha dicho entonces - claramente la disonancia se reduce. Si una persona se le induce a actuar en forma contraria a su creencia y la recompensa o las amenazas - de situaciones desagradables que le inducen a la acción son relativamente pequeñas, más tarde tenderá a llevar su opinión privada más cerca ha lo que ha dicho públicamente, mientras que una presión o porción se vera por hacer algo contrario a nuestras creencias causará menos disonancia y por lo tanto menos cambio de actitud, incluso aunque logremos que se realice la conducta, " cuanto mayor libertad de elección tenga una persona en obedecer una acción diferente de sus actitudes propias más posibilidades habrá de un cambio de actitud " (7).

Las comunicaciones persuasivas son muy eficaces cuando aumenta la disonancia (WILLIAM J. MC. GUIRE). La experimentación de laboratorio ha mostrado que los efectos de ésta teoría ocurren en realidad. Cuando -- existe disonancia se producen los intentos de reducción de disonancia (8)

LA PERSONALIDAD : Algunas personas en ocasiones son persuadidas más - fácilmente que otras a hacer cosas o inclinarse a alguna creencia. Las reacciones a la persuasión se determinan no sólo por quién lo dice y - por lo que dice, sino que también por las características sociales y de personalidad del individuo a quién se dice.

Las personas de elevada inteligencia o cultura buscan conversaciones - intelectuales y son influidos más por argumentos lógicos que por inventos de triquiñuelas persuasivas, la persona ambivalente puede ser más influida por ideas radicales que la persona conservadora; el que tiene fuertes sentimientos de inferioridad es más fácil de persuadir por su deseo de evitar desaprobación social.

Investigadores americanos concluyen que la sensibilidad a la persuasión puede ser independiente a los argumentos y medios empleados por el persuasor, a éste rasgo lo llaman persuasibilidad y demuestran así mismo que algunos componentes de la personalidad- como sentimientos de inferioridad, de inadaptación, ausencia de agresividad- aumentan la -- persuasibilidad. No encontraron relación entre la inteligencia y la -- persuasibilidad. Atribuyendo las diferencias entre hombres y mujeres a las influencias socioculturales así como unos rasgos hereditarios, primeras experiencias, educación, influencia del medio, se unan para modelar una personalidad que será más o menos sensible a la persuasión. (2)

Es importante advertir que en el caso de la inteligencia no hay pruebas de que ésta se relaciona con la persuasibilidad; ahora bien, varias habilidades intelectuales vinculadas con la inteligencia, como pensar y concentrarse intervienen en la comprensión del lenguaje, así se puede relacionar con la persuasión.

" WEJTZENHOFFER en sus estudios demuestra que la sugestionabilidad se halla al máximo a los 7 u 8 años, y que ésta es mayor en las mujeres que en los hombres " (2).

Las personas de edad son clasificadas como menos persuasibles, independientemente del sexo, son más rígidos que los jóvenes, pero no se pueden hacer generalizaciones con respecto a la persuasibilidad y a la edad cronológica.

" con relación al sexo, entre las mujeres son más frecuentes los cambios de actitud que en los hombres, a éstos les impresiona más que a las mujeres una argumentación lógica y éstas retienen mucho menos del contenido verbal que los hombres " (7).

" HOUVLAND en estudios hechos indica que las jóvenes se ven ligeramente más dispuestas que los hombres a cambiar de opinión en situaciones coercitivas por su necesidad de favorecer a otros, particularmente a los hombres " (3).

La mujer culturalmente guarda el estereotipo de dependiente, intransigente y maleable, en la sociedad la mujer tiene menos alternativas para hacer cualquier cosa significativa que el hombre, aclarando que la mujer de clase media tiene mayor influencia de opinión en su medio, que las mujeres de clase alta o baja.

" La mujer está consciente de su estado de segunda clase en una sociedad patriarcal, agregando que la mujer tiende a ser ambivalente acerca de su propia sexualidad, refiere que el hombre se encontraría en igual situación si viviéramos en un matriarcado " (3).

" JANTZ al encontrar éstas diferencias en los sexos, indica que se debe considerar separadamente a los grupos de hombres y mujeres " (5).

En estudios de fenómenos perceptivos y cognositivo, al ser expuestos -- hombres y mujeres a estímulos engañosos, se encontró que los sujetos-- femeninos son más fácilmente influenciados que los sujetos masculinos.

Se encontraron dos variables predisposicionales que afectan la persuasibilidad en un individuo, una es los factores de personalidad y la otras las influencias culturales de la clasificación de sexo, con sus diferencias estereotipadas entre el papel de comportamiento del hombre y de la mujer en nuestra sociedad, siendo más fuerte entre las mujeres que entre los hombres (5).

- EL GRUPO : El grupo se produce al tener ante nosotros dos o más personas y cada una de ellas va a experimentar la presencia del otro y se -- sentirá vinculado a los demás con una especie de corriente afectiva que se propaga de una a otro y que ira creciendo a medida que aumenta el -- número de individuos, ésta es la esencia del grupo, cuyos miembros se -- encuentran vinculados a un mismo denominador común, como un líder, un -- un ideal, un proyecto, y basta que éste denominador común desaparezca-- para que se disuelva el grupo.

Estas características constitutivas del grupo son necesarias para comprender el objeto de la persuasión y es una base para la misma.

El grupo pequeño adopta comportamiento diferente de los individuos o de la masa. Para preveer las reacciones de un grupo hay que tomar en cuenta más que sus cualidades individuales, el número de miembros que lo componen. Una consideración fisiológica nos explica esto : muy esquemáticamente se puede distinguir en el cerebro humano dos zonas principales : a) una zona superior cortical (CORTEX) sede de los procesos conscientes, intelectuales y racionales. b) una zona inferior talámica (THALAMOS) sede de los procesos inconscientes, afectivos e irracionales. Hemos visto que los individuos de un grupo tienen uno con respecto a -- otros sentimientos más o menos intensos y más o menos conscientes. Esta corriente afectiva es un fenómeno intelectual, irracional y en gran parte inconsciente, que interesa solo a la parte talámica del cerebro de los individuos presentes , de lo que resulta : que cuanto mayor sea el número de individuos que forman un grupo, tanto más se ve solicitado--- el tálamo en cada uno de ellos (2).

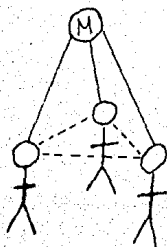


Fig. 1

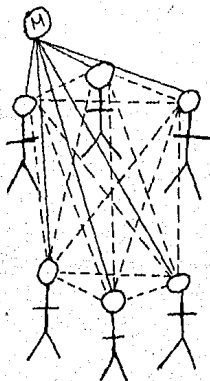


Fig. 2

En el grupo de la figura número 1° se puede considerar que el tálamo de cada uno está solicitado en tres direcciones.

En el grupo de la figura número 2° el tálamo de cada uno está sometido a prueba dos veces más, puesto que lo solicitan en seis direcciones y así sucesivamente, hasta llegar a la forma extrema del grupo, es decir, la masa en que la vida talámica alcanza una intensidad extrema (2).

A nivel del cerebro, sucede que si éste no dispusiera más de una cantidad omitida de energía, hasta el punto de cuanto más aumenta la actividad talámica, a su vez, disminuye la de Cortex. Por éste motivo en teoría, el individuo aislado tiene el dominio absoluto de su Cortex, adopta comportamiento esencialmente intelectuales y racionales. En realidad el hombre aislado también se encuentra aislado por su tálamo, pero no se comporta igual que si se encontrara dentro de un grupo.

No existe duda de cuanto más importante es un grupo, tanto más afectivo e irracional. La opinión de la mayoría es más efectiva para cambiar actitudes que la opinión de un experto, el hombre confía menos en su propio juicio, es menos crítico o evaluativo cuando opera con multitud.

" De ésto se desprende que a un individuo hay que dirigirse de un modo más intelectual y a una masa de un modo más afectivo " (2).

PERSUASION : Las personas pueden ser influidas por el castigo o por la fuerza física, pero en esta cultura generalmente tratamos de inducir la acción de otros mediante el lenguaje persuasivo y la sugestión. La persuasión a veces implica el empleo de palabras con tonalidad emocional, promesas o sugestiones sutiles. La comunicación interpersonal opera en dos niveles : a) el nivel emocional y b) el nivel racional. Ninguno de los dos opera completamente separada de otro, sin embargo la mayoría de las comunicaciones pertenecen a uno u otro nivel.

MENSAJE AFECTIVO : Para lograr una comunicación emocional se requiere coraje y compasión, el comunicador debe mostrar sentimientos de simpatía con las personas involucradas, debe mostrarse confiado para evitar una mala interpretación, el rechazo o el ser ignorado. Cuando uno se ve envuelto emocionalmente las cosas adquieren una mayor importancia, el comunicador debe de estar preparado para saber manejar todos los sentimientos que se despierten, como dificultades, desilusiones, desavenencias. Esta afectada por las actitudes, necesidades, metas, experiencias pasadas, estados de ánimo, y presunciones de los participantes. El comunicador debe representar su papel correctamente e intentar involucrarse personalmente en el oyente, para facilitarle la recepción del mensaje emocional que siente el orador.

El lenguaje de la afectividad es esencialmente el del niño, que aún no sufre las restricciones de la educación, este lenguaje será el del amor y del odio, la alegría y la pena, el temor y la confianza. " Para persuadir a un grupo debemos dirigirnos a él como si fuera un niño, cuanto más numeroso sea un grupo más debemos considerar su nivel intelectual - como elemental, según su actividad talámica " (2). Por lo que se debe emplear un lenguaje imaginativo, puesto que la imagen es el lenguaje -- natural del tálamo y por tanto de lo afectivo, pues el inconsciente --- que que es pura afectividad - no tiene otra forma de expresarse (como en los sueños ya sea dormido y despierto). " Ésta es una de las razones por lo que lo audiovisual tiene un poder persuasivo superior al del lenguaje, como la televisión que posee un gran poder de persuasión " (2) También resulta evidente que el nivel de sencillez de las imágenes debe de estar dosificado en función del número de sujetos en el grupo.

Se debe de usar la bilateralidad, hacer uso de la amenaza, pero en forma moderada, presentar repeticiones e intervalos y con variaciones. Cuando se habla a un grupo grande de un modo exclusivamente afectivo, esta noción no entra en juego, pues no se transmite ninguna información ó aunque se comunique alguna, no está destinada a ser memorizada o integrada en un proceso intelectual lógico.

MENSAJE RACIONAL : Se refiere a una consideración de los temas, argumentos y emociones relativamente directas y psicológicamente ordenadas, se usa el argumento bilateral. La persuasión racionalista tiene el atractivo de ser una evaluación objetiva y racional, es un llamado honesto-- y sutil a que se sigan las reglas del juego (7).

El hombre que se conduce racionalmente está receptivo a nuevas informaciones, ya sean acordes o no con sus preferencias, es capaz de imaginar las implicaciones y concretas consecuencias de sus opiniones. La racionalidad exige una cierta independencia con relación a la pertenencia de grupos, ésto produce un efecto paralizante de su vida cívica.

El comunicador racional usará formas de apoyo como medio de sostener sus ideas principales y obtener mejores resultados, una de ellas es el ejemplo : cuando un orador está ante un grupo y al hablar toma ejemplos de -- experiencias personales que revelan el parte del "yo" y por ello invitan a la empatía del oyente, o se puede usar experiencia de los demás o ejemplos hipotéticos. Otra forma de apoyo son los hechos, como descubrir una situación existente y que puede ser verificable. Si algo no es discutible es un hecho. Se puede usar la estadística que es una concentración de -- hechos condensados en un sólo número. El conocimiento de los hechos hace que lo que se dice tenga más sentido y aumenta la credibilidad del comunicador. Otras son las ilustraciones que son ejemplos prolongados, son -- historias o acontecimientos usados por el comunicador para iluminar una idea. Otro es el empleo de opiniones de otros para apoyar nuestras ideas asegurándonos de que el auditorio conozca a la persona del que estamos hablando o proporcionarles la información. Se debe de hacer una conclusión explícita y objetiva, hacer uso de las repeticiones a intervalos y con variaciones. Se debe de elegir una variedad de formas de apoyo -- para desarrollar un mensaje, ésto le añade interés, proporciona un ---- cambio en la marcha y mantiene la atención.

ESTRUCTURA DEL MENSAJE : Cuando estructuramos un mensaje debemos de pensar en el oyente. Los métodos de organización que existen son : cronológico, temático, lógico, por dificultad y natural.

En una comunicación interpersonal la estructura debe ser flexible, pero en un mensaje racional el mensaje estructurado puede conseguir un mayor efecto; " no obstante existe una ley que puede ayudar a estructurar los mensajes; primero debe de decirle al oyente lo que va a decirle, luego decirlo y finalmente decirle lo que se le ha dicho, se debe considerar la flexibilidad, la adaptabilidad y la variedad " (4).

Para ser un eficaz comunicador debemos de desarrollar nuestras habilidades de adaptación para que nuestra conducta encaje en las circunstancias, tener una actitud cooperativa. Otro factor es su credibilidad, -- cuanto mayor es la posición del que comunica, más influencia es la que ejerce, para que los demás tengan confianza en nosotros debemos de ser visto por los otros como fidedigno. La fuente que el grupo tiene en --- alta estima facilita la persuasión.

En el empleo de la persuasión bilateral la gente resiste más la contra-propaganda y es mejor cuando los receptores se oponen al punto de vista que se está presentando y la persuasión unilateral es más efectiva cuando el auditorio ya está convencido del punto de vista presentado (7). Estudios durante la guerra comprobaron que el presentar la bilateralidad es más eficaz en personas de nivel de educación alto y la unilateralidad resulta más eficaz con personas menos instruidas o usándolo como técnica de refuerzo, el orden a presentar los argumentos bilaterales se ra el pro primero y el contra después.

El empleo de elementos amenazadores son menos eficaces a medida que se hace más extremo. El auditorio que se le provoca un exceso de ansiedad tiende a rehuir al mensaje en lugar de prestar atención y aceptarlo. Investigaciones indican que la persuasión es más eficaz si se presentan conclusiones explícitas por parte del persuasor, en lugar de que los miembros saquen sus conclusiones por sí mismos, es más eficaz para lograr la aceptación. Independientemente de lo cultivado que seamos hay ocasiones que buscamos respuestas inmediatas cuando estamos influenciados por respuestas persuasivas (9).

La repetición por sí misma contribuye a la persuasión, presentándola a intervalos. La repetición con variación constantemente recuerda al oyente el punto a persuadir y hace llamamiento a varias necesidades e impulsos.

Al estructurar un mensaje se debe de tener presente la capacidad de cansancio de un grupo, los individuos son más fatigables en grupo que tomados solos, la resistencia es menos cuanto mayor sea el grupo.

El grupo presenta tendencia a lo fácil y rechaza el esfuerzo intelectual y sólo admite ideas simples y concretas.

En el grupo la proposición se hace vales, lo más simple y sobre todo lo más fácil, obtendrá sin dificultad la mayor aceptación.

La voz debe de ser fuerte y bien modulada con tonos variados, para mantener la atención del grupo.

LA INTRODUCCION : La introducción debe satisfacer ciertas necesidades, debe de tener gancho, como el de iniciar el discurso con una frase de impacto. Debe de constituir una preparación y acondicionamiento en el plano afectivo o racional, según se trate y debe de anunciar la estructura y el contenido del razonamiento que va a seguir.

LA CONCLUSION : En la conclusión se debe recordar brevemente las ideas del mensaje y abrir un debate con el grupo, dejando que los interlocutores hablen y escuchen con atención.

B).- EVALUACION CRITICA DE ESTOS PUNTOS DE VISTA :

Las investigaciones sobre persuasión están recientemente iniciadas, - por lo que falta aún la obtención de resultados respecto a los dos --- sexos; puesto que la mayoría de las investigaciones se han llevado a - cabo en varones, haciendo falta estudios más minuciosos con mujeres, como puede ser con relación a las edades, personalidad, los diferentes tipos de persuasión y la resistencia a ella.

A medida que vamos aprendiendo más acerca de las motivaciones de las personas resistentes a las influencias sociales, podremos llegar a estructurar una imagen más completa de lo que se requiere para ser sensible a nuevas ideas y ser capaces de cambiar las propias opiniones --- cuando se enfrente a argumentos y apelaciones persuasivas vigorosas. - Además el continuar comparando a personas que sean moderadamente persuasibles con aquellas que sean más crédulas, podemos incrementar nuestro conocimiento de lo que se necesita para tener una personalidad discriminativa y flexible, el tipo de persona reflexiva que pueda reaccionar selectivamente y racionalmente a las presiones persuasivas, que se encuentren en la vida diaria, aceptando unas y rechazando otras, dependiendo de lo que se dice, como se dice y quién lo dice.

La persuasión debe resultar beneficiosa o no para el receptor, según sean los intereses del emisor, encontrándose indefenso al receptor ante ciertos intereses personales, como sucede en el caso de la publicidad y la propaganda, en el campo educacional la persuasión debe ser utilizada indistintamente de manera positiva por su capacidad de crear actitudes en los educandos. A diferencia de la sugestión, que es un método eficaz para lograr un cambio de actitud, pero la persona responde sin crítica alguna al estímulo persuasivo, por medio del uso de diversas técnicas, como es el empleo de los grupos, la sugestión por asociación o la creación de una atmósfera apropiada para inducir a la sugestión. Pero tenemos como objetivo en el estudio lograr un cambio de actitud en la persona, donde obtengamos la adhesión libre del sujeto hacia el mensaje, después de que éste lo hubiera aceptado.

Los resultados obtenidos utilizando la disonancia cognoscitiva son mejores, mientras menos presión se ejerza sobre los receptores; es decir, cuanto mayor libertad de elección tenga una persona para elegir una acción que difiera a sus actitudes, más probabilidades habrá de lograr un cambio de actitud.

Por lo tanto consideramos que la persuasión es una buena técnica, puesto que la persona decide conscientemente su adhesión, justificando su cambio convencido de que obtendrá una recompensa y con esto reduce la disonancia.

La gran mayoría de las investigaciones sobre la persuasión son realizadas en otros países, por lo que es necesario realizar estudios en México, para que nos proporcionen datos más confiables sobre hombres y mujeres en nuestra cultura.

En la investigación se tomó como muestra a un grupo del sexo femenino, por haber encontrado pocos estudios, sobre ello en nuestro país, un objetivo de éste estudio fué el de contribuir con la educación donde consideramos que hace falta más interés en el aspecto de la persuasión como medio de influir más positivamente en el estudiante.

C).- CONCLUSIONES DE LO ESCRITO DE LA PERSUASION :

La comunicación persuasiva tiende a cambiar la actitud o conducta de -- otra persona. El producir un cambio de actitud es difícil debido a que las actitudes están situadas en lo más profundo de los patrones de la - conducta y creencias de la personas que se intente persuadir, en realidad un comunicador no persuade a su oyente, es el oyente que se persuade a sí mismo.

Sin tomar en cuenta las medidas que se usan para la persuasión (LOGOS, PATHOS Y ETHOS) se requiere una gran paciencia y habilidad para lograr un cambio. Para lograr una respuesta a largo plazo, es necesario un con tinuo refuerzo. En los programas de persuasión hay que presentarles con clusiones ya hechas que los oyentes puedan digerir fácilmente, pues cuan to menos tenga que dar el oyente, más posibilidades hay que cambie de - actitud o de conducta y más en grupos de adolescentes, como en nuestro caso por ser éstos de naturaleza inquieta y prestar poca atención a los temas de poco interés para su edad.

Las situaciones interpersonales y de pequeños grupos son los más efecti vos para lograr un cambio verdadero, puesto que permite que el comunica dor se relacione con el oyente a través de varias transacciones persua- sivas.

Para comprender la persuasión es necesario comprender cómo resistirse - a ella, descubrir qué mecanismos funcionan en la adolescencia para re-- sistirse al cambio. La resistencia es la postura natural, nuestras creen cias y nuestros estilos de vida, nos guían y cuando tenemos dudas nos - aferramos a ellas en vez de cambiar, en los casos de que nos afecta, sa- bemos que postura tomar, éste es el motivo por el que la persuasión --- sea difícil y explica por qué es necesario comprenderla.

La sugestión es la forma más sutil de la persuasión, entre las técnicas más comunes que hay : - puede ser estimulando la integración social de un grupo, - creando una atmósfera apropiada. En la sugestión la persona responde sin crítica alguna al estímulo persuasivo.

Generalmente la gente cree lo que quiere creer, para cambiar al oyente primero hay que cambiar su actitud. Debemos de tener en cuenta que podemos producir un cambio de actitud ya sea corto, largo plazo, duradero etc. El hombre por naturaleza tiende a mantener un equilibrio interior, por lo que cuando se le presenta una disonancia tiende a reducirla. A eso se le llama homeostasis psicológica.

La sensibilidad a la persuasión puede ser independiente a los argumentos y medios empleados por el el persuasor y a esto se le llama persuasibilidad y ésta dependerá de los componentes de la personalidad.

La mujer culturalmente es más susceptible de persuasión por tender a la ambivalencia acerca de su propia sexualidad. Especialmente en nuestra investigación, como ya se dijo anteriormente, que la joven adolescente es más susceptible a los cambios de actitud, por ser ésta una etapa de transición y fue ésta una de nuestras inquietudes para realizar nuestro estudio.

Las características que constituyen a un grupo son necesarias para comprender el objeto de la persuasión y es una base para la misma. Cuanto más elevada sea la educación mayor es la dependencia de los medios impresos y cuanto más bajo es el nivel de educación más se dependerá de la palabra hablada o de las imágenes.

Para comprender las reacciones de un grupo hay que tomar en cuenta que en el cerebro humano hay dos zonas principales a) zona cortical (cortex) sede de los procesos conscientes y racionales y b) zona inferior talámic (thálamo) sede de los procesos inconscientes, afectivos e irracionales.

Debido a que no podemos controlar continuamente la conducta de los demás intentamos persuadirlos a que cambien sus actitudes, en un intento de -- cambiar su conducta.

Comprender la persuasión es muy importante, tanto para la fuente como - para el receptor, a través de la comprensión la fuente puede desarrollar efectivos mensajes, el oyente puede comprender la intención de la fuente y si lo cree apropiado, oponer resistencia a tales mensajes.

La comunicación por lo general tiende a ser de dos formas a) afectiva y b) racional; los resultados son más efectivos cuando en una comunica- ción se utiliza las dos formas.

De acuerdo al oyente o al auditorio, dependerá la forma en que se es- tructure un mensaje.

En los mensajes persuasivos como se intenta integrar en los nuestros, de tipo racional y afectivo, se incluye en su composición la bilateralidad con mayores efectos que la unilateralidad; usando elementos amenazantes moderados, la voz debe ser fuerte y bien modulada, con tonos variados pa ra mantener la atención del grupo, hacer uso de la repetición ya sea de intervalos o de repetición y presentar conclusiones explícitas del men- saje.

El mensaje persuasivo deberá ir acompañado de una introducción que de- berá incluir un gancho o una frase de impacto y una conclusión, donde se recuerden las ideas claves.

Para despertar en el receptor el deseo de pensar y de hacer lo que se - sugiere hay que lograr que tomen consciencia de que en ello encontrará algo agradable, la satisfacción de un deseo o de una necesidad, o la supresión de una necesidad.

C A P I T U L O # 3

MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL Y METODOLOGIA.

- A).- ESTABLECIMIENTO DE HIPOTESIS.
- B).- DISCUSION DE LA METODOLOGIA DE INVESTIGACION USADA; RELACION ENTRE LAS HIPOTESIS Y LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO.
- C).- TECNICAS DE RECOLECCION Y ANALISIS DE DATOS.

C A P I T U L O # 3

MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL Y METODOLOGIA.

A).- ESTABLECIMIENTO DE HIPOTESIS DE INVESTIGACION :

En base a los objetivos expuestos anteriormente y para poder alcanzar los resultados se establecieron las siguientes hipótesis :

1°- A Hi = Existe una diferencia significativa de actitud entre el pre-test del mensaje afectivo (grupo X2) y el pre-test del mensaje racional (grupo X1).

Ho = No existe diferencia significativa de actitud entre el pre-test del mensaje afectivo (grupo X2) y el pre-test del mensaje racional (grupo X1).

1°- B Hi = Existe una diferencia significativa de actitud entre el pos-test del mensaje afectivo (grupo X2) y el pos-test del mensaje racional (grupo X1).

Ho = No existe diferencia significativa de actitud entre el pos-test del mensaje afectivo (grupo X2) y el pos-test del mensaje racional (grupo X1).

2°- A Hi = Existe un cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del mensaje afectivo (grupo X2).

Ho = No existe cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del mensaje afectivo (grupo X2).

2°- B Hi = Existe cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del mensaje racional (grupo X1)

Ho = No existe cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del mensaje racional (grupo X1).

MUESTRA : La muestra está formada por 66 sujetos de una institución - de educación privada, para señoritas, de un status socioeconómico medio alto, contando el grupo X1 con 27 sujetos y el grupo X2 con 39 sujetos. Los dos grupos fueron tomados con caracter experimental, aplicándoles la variable independiente que fueron los mensajes grupo X1 = racional y grupo X2 = afectivo.

MUESTREO : El tipo de muestreo que se utilizó para la selección fué -- por cuotas no probabilístico, debido a que tomamos los grupos de ter-- cero y segundo de bachillerato específicamente.

A continuación se describen las variables que intervienen en éste es-- tudio :

- * VARIABLE DEPENDIENTE : Cambio de actitud.
- * VARIABLE INDEPENDIENTE : Los mensajes (afectivo y racional) del tema hábitos de estudio.
- * VARIABLES A CONTROLAR :
 - edad entre 15 y 19 años
 - sexo femenino
 - nivel de educación bachillerato
 - status socioeconómico medio alto
- * VARIABLES EXTRAÑAS A CONTROLAR :
 - establecimiento de rapport adecua_ do.
 - instrucciones adecuadas de la -- consigna del test.
 - medio ambiente de aplicación.

Instrumento de medición : Para éste estudio se tomó en cuenta los resultados obtenidos mediante la Encuesta de Hábitos y Actitudes Hacia el Estudio, de la cual se hará un breve resumen :

ENCUESTA DE HABITOS Y ACTITUDES HACIA EL ESTUDIO :

Realizado por BROWN - HOLTZMAN.

Utilizamos la encuesta de hábitos y actitudes hacia el estudio (EHAE) como pre y pos-test.

La encuesta de hábitos y actitudes hacia el estudio ha sido desarrollada con el fin de hacerle frente al problema que cientos de estudiantes que a pesar una gran actitud escolar, obtienen bajas calificaciones, - mientras que otros no obstante su habilidad mediocre muestran un funcionamiento bueno en la escuela. Esta encuesta es una medida de los métodos de estudio, de la motivación con respecto al estudio y sobre ciertas actitudes sobre las actividades escolares de gran importancia en toda aula escolar.

El primer objetivo de EHAE es primeramente el de identificar estudiantes cuyos hábitos y actitudes con respecto al estudio son distintas de quienes obtienen altas calificaciones. El segundo objetivo es el de contribuir al mayor entendimiento de aquellos estudiantes que muestran dificultades académicas. El tercer fin de la encuesta es el de proveer una base de ayuda a dichos estudiantes para que mejoren sus hábitos y actitudes hacia el estudio y así puedan desarrollar a plenitud sus potenciales positivos.

El EHAE es un excelente medio para predecir el logro académico, otras medidas de actitud indican que su poder de predicción es debido a que miden características ignoradas por dichos instrumentos, tal eficiencia refleja su desarrollo sistemático, así una rigurosa validación cruzada, empleando criterios empíricos de éxito académico.

ADMINISTRACION : La EHAE se aplica en un promedio de 20 a 30 minutos a todo estudiante se le permitirá finalizar el cuestionario, la encuesta consta de un cuestionario que está formado por cien afirmaciones, - cada afirmación está provista de una escala de 5 puntos (rara vez, algunas veces, con frecuencia, por lo general y casi siempre) y de ---- hojas de respuesta que consta de 7 escalas que son las siguientes : --
evitación retraso, métodos de trabajo, hábitos de estudio, aprobación

del maestro, aceptación de la educación, actitudes hacia el estudio y orientación hacia el estudio. El examinador les dice oralmente la consigna leyéndola junto con los estudiantes.

Esta encuesta fué aplicada en la primera y en la tercera sesión de la investigación, como pre y pos-test respectivamente, haciendo la aplicación a cada uno de los grupos por separado, antes y después de los mensajes persuasivos.

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ :

La San Marcos High School de San Marcos Texas, proporcionó las muestras de alumnos que se utilizaron en los estudios de confiabilidad del test retest, para un intervalo de 4 semanas fueron 0.95, 0.93, 0.93 y 0.94 respectivamente, para las subescalas de evitación-restraso, método de trabajo, aprobación al maestro y aceptación a la educación.

Los coeficientes correspondientes de 14 semanas fueron 0.88, 0.86, 0.83 y 0.85 respectivamente. Estos dos estudios indicaron que las puntuaciones de las cuatro subescalas de la EIAE son suficientemente estables en el tiempo para justificar su uso para la predicción de conductas futuras o para evaluar el grado de cambio en los hábitos y actitudes hacia el estudio después del asesoramiento.

Su validez predictiva es evidencia de su importancia para todo consejo. Un reporte detallado sobre el desarrollo de la EIAE y de la información estadística sobre su validez y sobre su confiabilidad aparecen publicados en su edición en inglés del manual de la EIAE. Su adaptación en castellano se basa en tres años de investigaciones realizadas después de la publicación en inglés..

Dos Psicólogos de la Universidad Autónoma de México, Fernando García Cortez y Eduardo García Massey, prepararon en 1968 la traducción y adaptación originales de cada ítem de la prueba.

Estas primeras traducciones fueron cuidadosamente revisadas por estudiantes de Psicología de Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, Cuba, Panamá y Puerto Rico con el fin de obtener una edición de fácil comprensión para todos los países de habla castellana.

Esta versión se ha usado en una serie de investigaciones psicológicas y educativas, con aproximadamente mil estudiantes de escuelas preparatorias, institutos tecnológicos y universidades públicas de México. La facilidad de la administración, calificación e interpretación durante el bienio de investigación es amplia evidencia de que la versión en castellano de la EHAE puede ser usada sin reservas por educadores y psicólogos capacitados.

La EHAE se ha validado en numerosas escuelas secundarias y preparatorias de USA, y en éstos estudios el criterio empleado es el promedio de calificaciones de un año.

Aunque hasta cierto punto son poco fidedignos, las calificaciones de un año dan la única estimación realista del desempeño escolar y puede obtenerse con facilidad.

En 1964 administra la EHAE a 3731 alumnos de los grados 7-12, de 10 escuelas de Texas central.

El coeficiente de validez varía de 0.31 a 0.85 con un promedio de 0,55 para la muestra total.

Así pues entre los resultados de la medida de la escala de orientación hacia el estudio de la EHAE y los promedios de las calificaciones son significativas y positivas para todos los grados de las 10 escuelas de la muestra de Texas.

Cuando se usa la función Z de Fisher, para obtener promedios sopesados para la muestra total de 10 escuelas, las correlaciones con las calificaciones promedios 0.46, 0.48, 0.41 y 0.55 respectivamente para las escalas de evitación retraso, método de trabajo, aprobación al maestro y aceptación a la educación, a partir de los datos de validez señalados por las 4 subescalas, puede llegarse a la conclusión de que cada una de ellas mide rasgos que desempeñan un papel importante en el desempeño académico de los alumnos de los grados 7-12.

Los usos que se le pueden dar a la EIAE son los siguientes :

- Como instrumento de selección, puede ser administrada a estudiantes de preparatoria y universitarios. Pudiendo aplicarse sola o formando parte de una batería de pruebas .
- Como instrumento de diagnóstico, la EIAE permite que el estudiante de un modo sistemático y estandarizado indique algunos de sus sentimientos y prácticas con respecto a su trabajo escolar.
- Como ayuda al maestro, sirve de ayuda para hacer comprender al estudiante, aquellos principios esenciales para estudiar con eficiencia, así como la importancia del papel que desempeñan los factores motivacionales en el éxito académico. Los estudiantes muestran invariablemente intereses en sus propias calificaciones.
- Como instrumento de investigación, numerosas investigaciones son evidencia de la confiabilidad y validez de la EIAE.

La baja correlación entre la EIAE y otras medidas de aptitud escolar y su relación con el éxito académico,, es prueba suficiente para que se use a la par de otras escalas en investigaciones sobre educación y orientación. La calificación total de la EIAE puede representar la variable de orientación hacia el estudio, ocada subescala puede ser usada como controles de los hábitos de estudio o actitudes de los grupos investigados.

Su nivel de predicción es mayor en algunas escalas que en otras. Los mejores resultados se obtienen cuando al administrar la prueba se alienta al sujeto a expresar sinceramente sus sentimientos.

B).- DISCUSION DE LA METODOLOGIA DE INVESTIGACION USADA: RELACION ENTRE LAS HIPOTESIS Y LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO :

Para poder comprobar si los objetivos se cumplen, se debe de evaluar los datos obtenidos por los test y hacer un análisis estadístico con la metodología adecuada.

La metodología estadística proporciona delineamientos lógicos y exactos para poder llegar a conclusiones veraces, por medio de datos numéricos.

En ésta metodología existen varios puntos que a continuación se presentan :

- 1.- Colección de datos condensados en cuadros.
- 2.- Hipótesis estadística (relacionados con los objetivos estadísticos de la prueba).
- 3.- Selección del nivel de significancia. $\alpha = 0.05$
- 4.- Selección del estadístico de prueba (de acuerdo a las características de la prueba).
- 5.- Regla de decisión .
- 6.- Presentación de resultados.

- 1.- Colección de datos condensados en cuadros :

Los datos que se presentan en las tablas (cap. 4), grupos X1 y X2, son los resultados del pre y el pos-test de la encuesta de hábitos y actitudes hacia el estudio de cada uno de los sujetos. En las que intervienen las escalas de aprobación al maestro y aceptación de la educación.

2.- Hipótesis estadística (relacionadas con los objetivos estadísticos de prueba).

Por cada objetivo de investigación se presenta una hipótesis estadística :

Primera hipótesis de investigación, nos indica que si hay un cambio -- significativo de actitud, entre antes y después del tratamiento experimental, en cada grupo y entre los grupos.

De aquí se desprenden cuatro hipótesis :

1A) Pre-test afectivo Vs. Pre-test racional :

H₀ : M_{x3} = M_{x1}

H₁ : M_{x3} ≠ M_{x1}

1B) Pos-test afectivo vs. pos-test racional :

H₀ : M_{x4} = M_{x2}

H₁ : M_{x4} ≠ M_{x2}

2A) Pre-test afectivo vs. pos - test afectivo :

H₀ : M_{x2} = M_{x1}

H₁ : M_{x2} < M_{x1}

2B) Pre-test racional vs. pos-test racional

H₀ : M_{x4} = M_{x3}

H₁ : M_{x4} < M_{x3}

3.- Selección del nivel de significancia :

Cuando los sucesos ocurren cinco por ciento de las veces o menos, algunos investigadores están dispuestos a afirmar que los resultados se deben a factores ajenos al azar. Esta premisa se conoce como nivel de significancia 0,05

Y es la probabilidad de descartar una hipótesis verdadera.

4.- Selección del estadístico de prueba :

En la primera hipótesis (1A y 1B) , utilizamos la siguiente fórmula por que se compara el comportamiento de dos variables y utilizamos la fórmula :

$$T_c = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2 n_1 + S_2^2 n_2}{n_1 + n_2 - 2}} \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 \cdot n_2}}}$$

que se utiliza para muestras independientes.

Y la fórmula para las hipótesis (2A y 2B) , que se utiliza para muestras dependientes es la siguiente :

$$T_c = \frac{\bar{d}}{\frac{s_d}{\sqrt{n}}}$$

5.- Regla de decisión :

1A hipótesis $T_1 < T_c < T_2$

1B hipótesis $T_3 < T_c < T_4$

2A hipótesis $T_c < T_5$

2B hipótesis $T_c < T_6$.

6.- Presentación de resultados :

se encuentran en el capítulo cuatro.

C). _ TECNICAS DE RECOLECCION Y ANALISIS DE DATOS :

La recopilación de datos se hizo mediante la encuesta de hábitos y actitudes hacia el estudio, que fué aplicada en forma colectiva a los su jetos que intervinieron en el estudio, el que se realizó con dos grupos en tres sesiones para cada uno.

Durante la primera sesión se les aplicó la encuesta de hábitos y actitudes hacia el estudio, utilizando ésta encuesta como una herramienta para poder medir las actitudes originales hacia el estudio, tomando su escala de actitudes hacia el estudio, y puntajes brutos de la misma; - se les repartió los cuadernillos y las hojas de respuesta y se les informó del objetivo de la prueba, leyendo las instrucciones y repitiéndoles que contestaran en forma individual, anotando primero sus datos personales, se les dió un tiempo límite de 30 minutos, siendo éste el pre-test.

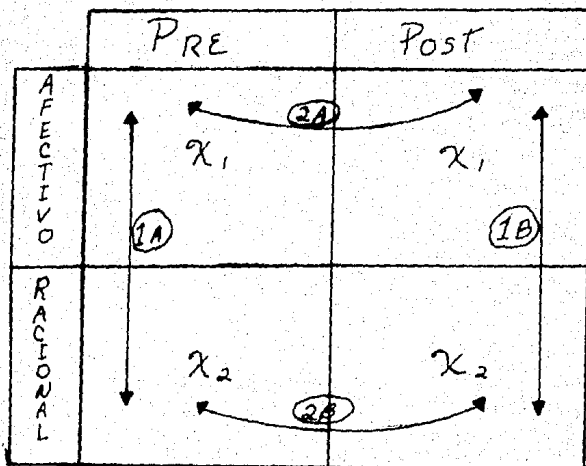
Posteriormente en una segunda sesión se les dió una breve introducción oralmente, sobre el tema de estudio que fué hábitos de estudio; explicándoles que el objetivo del trabajo era el de ayudarles a mejorar sus hábitos de estudio. A continuación se les presentó una audiovisual sobre éste tema, pasándole a un grupo el mensaje afectivo y al otro el - mensaje racional. (el contenido de éstos mensajes se encuentran en el apéndice Num. 1) y por último se les dió una conclusión de lo expuesto oralmente.

Por último en una tercera sesión, se les aplicó por segunda vez la encuesta de hábitos y actitudes hacia el estudio como pos-test, con el mismo procedimiento que se hizo durante la primera sesión. De ésta segunda aplicación se obtienen los puntajes para hacer la comparación entre el pre-test y el pos-test.

Finalmente después de la calificación de pruebas, se hizo un vaciado de datos o resultados en un cuadro.

CONTRASTE DE HIPOTESIS EXPRESADAS ESQUEMATICAMENTE :

A continuación se explican las hipótesis establecidas anteriormente para una mejor comprensión :



C A P I T U L O # 4

ANALISIS DE DATOS

- A).- PRUEBA DE LA HIPOTESIS O LAS HIPOTESIS, USANDO LOS DATOS RECOLECTADOS.

PUNTAJE EN BRUTO	X1	X1	X2	X2
	5° Bach. pre-test	5° Bach. pos-test	6° Bach. pre-test	6° Bach. pos-test
1	67	79	70	74
2	57	57	56	48
3	61	62	48	40
4	46	53	66	62
5	67	67	58	63
6	73	84	53	53
7	72	70	56	52
8	67	65	57	69
9	73	74	67	52
10	68	72	59	54
11	53	58	54	60
12	59	67	55	53
13	66	64	63	59
14	58	47	35	38
15	65	56	57	44
16	73	69	84	84
17	43	54	53	54
18	73	67	36	44
19	78	73	49	47
20	45	51	21	20
21	78	52	66	71
22	64	69	55	56
23	67	66	46	39
24	66	53	52	54
25	55	59	43	61
26	58	60	66	68
27	55	69	37	39
28			56	62
29			46	46
30			60	58
31			65	60
32			61	51
33			78	75
34			76	77
35			51	49
36			68	67
37			56	47
38			50	65
39			49	50
Σ	1707	1717	2178	2162
\bar{X}	63.22	63.59	55.84	55.43
S	13.30	29.86	12.05	12.43
S ²	176.92	891.71	145.43	154.67

COLECCION DE

DATOS

CONDENSADOS EN

CUADROS :

PRESENTACION DE RESULTADOS :

1°- A	Tc = -2.31 T1 = -2.00 T2 = 2.00	Se acepta Hi	Tc > T1 por lo tanto Tc < T2 se aceptó Hi y nos indica que hubo di- ferencia significativa.
1°- B	Tc = -2.51 T3 = -2.00	Se acepta Hi	Tc > T3 por lo tanto Tc < T4 se aceptó Hi y nos indica que hubo di- ferencia significativa.
2°- A	Tc = -.31 T5 = 1.684	Se acepta Ho	Tc < T5 por lo tanto se aceptó Ho y nos <u>indi</u> ca que no hubo ningún - cambio significativo.
2°- B	Tc = .22 T6 = 1.706	Se acepta Ho	Tc < T6 por lo tanto se aceptó Ho y nos <u>indi</u> ca que no hubo ningún - cambio significativo.

1° OBJETIVO : encontrar si hay una diferencia significativa de actitud entre :

A) El pre-test del afectivo y el pre-test del racional.

* Hipótesis

$$H_0 = Mx_3 = Mx_1$$

$$H_1 = Mx_3 \neq Mx_1$$

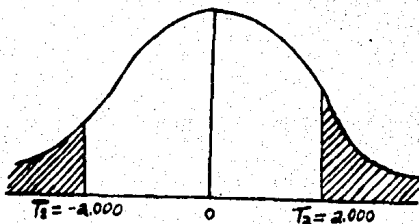
* Valor alfa

$$\alpha = 0,05$$

* Estadístico calculado

$$T_c = -2.31$$

* Gráfica



* T de tablas (T_1 y T_2)

$$T_1 = -2.000$$

$$T_2 = 2.000$$

* Conclusión :

De acuerdo a la regla de decisión en donde $T_1 < T_c < T_2$ y como :
 $T_c = -0.69$ y $T_1 = -2.000$ y $T_2 = 2.000$, por lo tanto T_c es $>$ que T_1 y T_c es $<$ que T_2 , se acepta H_1 . Y esto nos indica que existe diferencia significativa de actitud entre el pre-test del afectivo y el pre-test del racional.

1° OBJETIVO : Encontrar si hay diferencia significativa de actitud entre :

B) El pos-test del afectivo y el pos-test del racional.

* Hipótesis

$H_0 : Mx_4 = Mx_2$

$H_1 : Mx_4 \neq Mx_2$

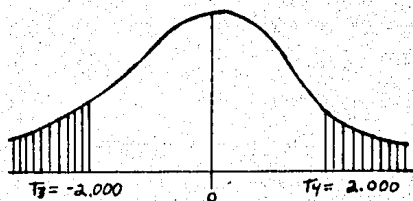
* Valor alfa

$$\alpha = 0,05$$

* Estadístico calculado

$$T_c = -2.51$$

* Gráfica



* T de tablas (T_3 y T_4)

$$T_3 = -2.000$$

$$T_4 = 2.000$$

* Conclusión :

De acuerdo a la regla de decisión en donde $T_3 < T_c < T_4$ y como :

$T_c = -2.51$ y $T_3 = -2.00$ y $T_4 = 2.00$, por lo tanto T_c es $>$ que T_3 y T_c es $<$ T_4 , se acepta H_1 , y esto nos indica que existe diferencia -- significativa de actitud entre el pos-test del afectivo y el pos-test-- del racional.

2° OBJETIVO : encontrar si hay un cambio significativo de actitud entre :

A) El pre-test y el pos-test del mensaje afectivo (grupo X2)

* Hipótesis

$$H_0 : Mx_2 = Mx_1$$

$$H_1 : Mx_2 > Mx_1$$

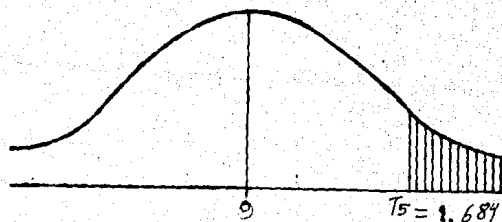
* Valor alfa

$$\alpha = 0,05$$

* Estadístico calculado

$$T_c = -.31$$

* Gráfica



* T de tablas (T5)

$$T_5 = 1.684$$

* Conclusión :

De acuerdo a la regla de decisión en donde $T_c < T_5$ y como :

$T_c = -.31$ y $T_5 = 1.684$, por lo tanto T_c es menor que T_5 , se acepta H_0 . Y esto nos indica que no hubo ningún cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del mensaje afectivo.

2° OBJETIVO : Encontrar si hay un cambio significativo de actitud entre :

B) El pre-test y el pos-test del mensaje racional

* Hipótesis

$H_0 : Mx_4 = Mx_3$

$H_1 : Mx_4 > Mx_3$

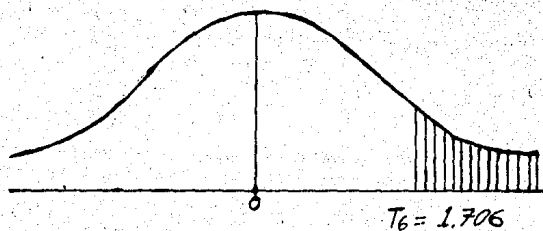
* Valor alfa

$\alpha \leq 0,05$

* Estadístico calculado

$T_c = .22$

* Grafica



* T de tablas (t_6)

$T_6 = 1.706$

* Conclusión

De acuerdo a la regla de decisión en donde $T_c < T_6$ y como :

$T_c = .22$ y $T_6 = 1.706$, por lo tanto T_c es $< T_6$, Se acepta H_0 .

Y esto nos indica que que *no* existe cambio significativo de actitud entre el pre-test del mensaje racional y su pos-test.

C A P I T U L O # 5

CONCLUSIONES GENERALES.

- A).- CONCLUSIONES CON RESPECTO AL APOYO O RACHAZO DE LAS HIPOTESIS.
- B).- CONCLUSIONES CON RESPECTO A LOS OBJETIVOS DE ESTUDIOS ESTABLECIDOS.
- C).- AREAS SUGERIDAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES.
- D).- DISCUSION DE POSIBLES IMPLICACIONES DEL ESTUDIO A UN MODELO, GRUPO, TEORIA, DISCIPLINA, ETC.

C A P I T U L O # 5

CONCLUSIONES GENERALES.

A).- CONCLUSIONES CON RESPECTO AL APOYO O RECHAZO DE LAS HIPOTESIS :

En la primera hipótesis (1A) en donde H_1 nos dice que existe diferencia significativa de actitud entre el pre-test del afectivo y el pre-test del racional; fué aceptada, por lo tanto rechazándose H_0 .

En la siguiente hipótesis (1B) en donde H_1 nos dice que existe diferencia significativa de actitud entre el pos-test del afectivo y el pos-test del racional, fué aceptada, por lo tanto rechazándose H_0 .

En la siguiente hipótesis (2A) en donde H_1 nos dice que existe un cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del afectivo, fué rechazada, por lo tanto aceptándose H_0 .

En la siguiente hipótesis (2B) en donde H_1 nos dice que existe un cambio significativo de actitud entre el pre-test y el pos-test del racional, fué rechazada, por lo tanto aceptándose H_0 .

B).- CONCLUSIONES CON RESPECTO A LOS OBJETIVOS DE ESTUDIOS ESTABLECIDOS

Los resultados estadísticos nos demuestran que no existe cambio significativo entre los resultados del pre-test vs. el pos-test, tanto del mensaje racional como del afectivo y encontramos diferencia entre el pre-test del mensaje racional y el pre-test del mensaje afectivo y así como en el post-test de los mismos; y se concluyó que pudieron haber sido afectados por los siguientes factores:

--- Es posible que lo persuasivo del mensaje de emociones manejando sentimientos y valores y de lo racional manejando juicio reflexivo y consciente no fué lo suficientemente efectivo.

--- Se piensa que otro motivo para que no hubiera cambio, fué el tono de voz con que se habló, pues éste reviste una importancia considerable cuando nos dirigimos a un grupo, pues transmite algo más que el mensaje; el tono de voz utilizado en el mensaje persuasivo posiblemente no fué lo suficientemente eficaz por ser tal vez, un poco monótono y sin variación de tono.

--- Se considera que el uso del instrumento de medición requiere de más atención y concentración por parte de los sujetos, cosa que no se obtuvo lo suficiente.

--- Posiblemente hizo falta analizar un poco más a los grupos, como también un mejor establecimiento de rapport.

--- Pudo haber influido que la disposición de las alumnas no fué buena debido a que estaban próximos los exámenes finales, por los que los grupos se sentían presionados de tiempo, restandoles ésto interés en el estudio.

--- Otra de las razones podría ser que el instrumento de medición no fué tan eficaz para lo que se pretendía, posiblemente si se hubiera hecho una escala especial se hubieran obtenido mejores resultados.

C).- AREAS SUGERIDAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES :

Apoyándonos en nuestros resultados, sugerimos como futuros estudios :

--- Tomar un tiempo mayor entre la aplicación del pre-test y la aplicación del pos-test.

--- Se sugiere hacer investigaciones de mensajes persuasivos haciendo separación de sexos y llevar a cabo comparación de resultados entre --
ambos.

--- Sugerimos la creación de mensajes persuasivos con más carga afectiva y racional.

--- Realizar una comparación, tomando en cuenta la capacidad intelectual , para conocer a que tipo de mensajes se inclinan más los sujetos de una capacidad intelectual alta y a cual los sujetos de una capacidad intelectual baja..

--- Verificar si la mujer es más susceptible a los mensajes afectivos --
que el hombre.

A P E N D I C E 1

1.- MENSAJE PERSUASIVO.

2.- MENSAJE AFECTIVO.

3.- MENSAJE RACIONAL.

4.- CONCLUSION.

1.- MENSAJE PERSUASIVO :

INTRODUCCION :

El objetivo de nuestra presencia aquí, es el de ayudarles a mejorar y - desarrollar sus hábitos de estudio.

Investigaciones realizadas sobre éste tema, han demostrado constantemente que la administración eficiente del tiempo es un factor importante en el éxito escolar.

El tiempo es lo más difícil de controlar, por que es muy fácil desperdiciarlo en actividades improductivas y sin ningún objetivo. Tal vez, alguna de ustedes tengan cuando menos uno de los problemas siguientes para administrar el tiempo, como es :

- Dificultad para ponerse a estudiar : siempre estas preparándote para estudiar, pero siempre pierdes tiempo antes de ponerte a estudiar -- realmente.
- Ya que estás estudiando desperdicias tiempo saltando de una cosa a -- otra, tratando de estudiar asignaturas diferentes en un tiempo muy -- corto.
- O que no estudias lo que debieras : o sea que de algún modo te las -- arreglas para no realizar un estudio efectivo como sabes que debieras hacerlo.

Estas dificultades son tres aspectos diferentes del mismo problema básico que es el no saber distribuir bien tu tiempo.

A continuación les vamos a presentar un audiovisual que les dará unos -- puntos claves para solucionar éstas dificultades y les ayudará también -- a eliminar algunos malos hábitos en su estudio y así pueden alcanzar el objetivo de éste programa.

Uno de los temas que veremos también, es como mejorar la concentración.- Algunos estudiantes aparentan tener problemas de concentración mínima o ninguna, y pueden estudiar prácticamente en cualquier lugar, olvidándose de lo que pasa alrededor, pero sin embargo la mayoría se distrae fácilmente y no se puede concentrar en su estudio, a menos que el ambiente esté libre de distracciones; nosotros te diremos cómo mejores en tu concentración para que ésta sea eficiente.

Una de las investigaciones que se han analizado cuidadosamente es la de los factores que influyen en el olvido y en la memoria. Como consecuencia de tales investigaciones, los resultados están en posibilidad de ofreceremos abundantes evidencias demostrando que el olvido es producto -- del escaso uso de la memoria.

El estudiante debe acostumbrarse a concentrar su atención venciendo aquellas distracciones que se le presenten. Las ideas perturbadoras son tan numerosas, como nuestras inquietudes, derivados de los múltiples problemas en que debate nuestra existencia. Nosotros te ayudaremos a que aprendas como combatirlas para que tengas un estudio eficiente y salgas siempre adelante en tus metas que te has fijado.

La clase es un lugar para aprender y no para demostrar lo que ya se sabe. La parte más importante de tus estudios, además de la lectura de los textos, está en la clase. Tan necesario resulta que por lo tanto, tienes que adquirir buenos hábitos de clase, como de lectura o estudio.

El repaso es otro punto que veremos en el audiovisual, en el cual el repaso, por sí solo, no es ningún momento suficiente para una buena preparación, si con él tratamos de reunir en el último instante todos los datos y conocimientos de una materia que debíamos haber aprendido durante el curso. El repaso sirve únicamente para dar una idea general, bien correcta y definida cuando se domina el tema, pero nunca para adquirir en un instante y como por arte de magia, los principios que hasta entonces -- habíamos olvidado. A continuación veremos pues el audiovisual....

2.- MENSAJE AFECTIVO

INTRODUCCION :

Desde el mismo día de tu nacimiento empezaste a aprender infinidad de cosas. Ahora ya nadie necesita enseñarte a aprender. Tu sabes aprender en la escuela, en el colegio o en la universidad; constantemente aprendes.- Cada vez que tu maestro o profesor explica algo, o cada vez que lees un libro o un texto, estás aprendiendo.

NO CONFUNDAS APRENDER CON ESTUDIAR:

Para realizar la mayoría de las actividades propias del ser humano se requiere aprender la técnica de " cómo hacerlo " como por ejemplo: preparar tamales o cortar la tela para una camisa.

Todos los organismos poseen la capacidad de aprender. No es necesario -- aprender a aprender. Además el aprendizaje no cansa.

El hombre es el único ser viviente que posee la facultad de estudiar, -- pero inevitablemente que es necesario aprender a estudiar. El estudio si cansa y el estudio mal hecho efectuado a desgano cansa aún más. Es necesario pasar tiempo estudiando para aprender, pero...pasar tiempo estudiando, no garantiza un aprendizaje eficaz.

Tu sabes que ésto es cierto por que tarda tiempo en leer una asignatura; sin embargo has tenido la experiencia de pasar una hora leyendo afanosamente 10 páginas de tu texto y al final, no tener la menor idea de lo que has estudiado.

OBJETIVO :

Pues bien el objetivo de éste mensaje es que tu aprendas a desarrollar-- la capacidad de estudio, para que sepas resolver problemas que se te --- presenten y nunca más aceptes ser una persona pasiva en el mundo que te rodea.

El estudio comprende de toda clase de investigación, ya que la aplicación de la inteligencia es la tarea de comprender, controlar y dirigir el mundo que nos rodea.

Tambien éste mensaje te indicará como aplicar mejor tus aptitudes para-- aprender la máxima cantidad en cada momento que pases estudiando.

DESARROLLO :

Partimos que para estudiar con eficiencia se requieren de tres factores:

- buena actitud psicológica.
- buen ambiente de estudio.
- empleo de herramientas mentales.

Describiremos en primer lugar :

1.) La actitud psicológica frente al estudio :

Es el estado de ánimo del joven respecto al estudio, es lo que siente antes, durante y después del estudio. Si la actitud psicológica es negativa, el joven tendrá una guerra civil con su estudiante interior y como - son una sola persona, saldrán perjudicados.

Es mejor que sepas desde ahora que todavía te quedan por delante 40 años o más de estudio y si vas a tener que estudiar por el resto de tu vida, - zes inteligente proceder como si el estudio fuera una especie de maldi--- ción divina que te ha caído encima ?

En un día ordinario de clases, en una aula escolar, a cualquier nivel, el conjunto de los asistentes se puede dividir en :

--- $\frac{1}{2}$ parte está " sin estar " en el aula, con la mente en otro asunto - muy diferente a la clase.

--- $\frac{1}{2}$ parte va y viene, esto es, atiende periódicamente aquí y allá, --- captando conocimientos fragmentados, son incapaces de organizar un concepto coherente y unitario de la materia.

Este 50% no merece el calificativo de estudiante, ni mucho menos de estudioso.

--- En la otra mitad, el 40% consideran al estudio como una pesada obligación a la que se someten resignados, con el único propósito de conseguir " la mínima cantidad suficiente de datos " que les permita pasar el examen y obtener la nota de aprobación deseada, para alcanzar un codiciado papelote llamado " Título profesional " .

--- La parte menor, el 10% restante, es un pequeño grupo de alumnos que acuden a la escuela para satisfacer una necesidad..... La de su espíritu de " anhelante saber ", de descubrir el velo de la verdad, éstos son los estudiantes verdaderos, no se satisfacen con el mero almacenamiento de datos, sino que se convierte el estudio en una fuente de goce, lo que para los demás es una enojosa obligación.

¿ En cual de éstos grupos te clasificas tú ?

Cuando descubres ideas, hechos o principios nuevos te hayas en un proceso de aprendizaje, y de acuerdo con tu actitud ante éstos hechos, aprendes gracias a tu participación en ello. Solamente aprendes si participas en éste proceso.

Ahora vamos a revisar los elementos que comprenden la actitud psicológica frente al estudio :

A) Metas y objetivos= ésta es la primera actitud psicológica positiva que tiene que desarrollar, y significa exactamente, que tu vida tiene que apuntar hacia un destino que tú mismo hayas elegido. Al ponerte al servicio de una causa estarás superando la insignificancia y anonimato de una vida cuyo único interés se limita a ella misma.

En cuanto al estudio, es importante que comprendas que la adquisición de conocimientos es la herramienta que te permitirá alcanzar tus objetivos. Por que no debes suponer que estudias por mandato de tus padres, tampoco debes suponer que existen conocimientos inútiles. Estudia por ti misma y para ti misma.

Si tu vida carece de metas y objetivos, el pasarte la mitad de tu tiempo alrededor del estudio y alrededor del colegio, te va a parecer lo más -- aburrido del mundo, vas a sentir como si el estudio te estuviera " matando en vida ". Y si dejas que se desarrolle en ti semejante actitud psicológica negativa, muy difícilmente podrás llegar a ser un buen estudiante.

B) El interés = El interés en el estudio nos lleva a buenos resultados y el desinterés nos lleva al fracaso en el estudio.

Para fracasar en el estudio hay una receta que nunca ha fallado y que -- nunca fallará, que es ésta : no sientas el más mínimo interés por estudiar ni por ninguna de las materias que te toca ver.

Y para tener éxito en el estudio hay que aplicar la receta inversa: sentir el máximo interés en sí, es decir, como proceso mental y por cada -- una de las materias que estudias. Si estudias con interés, esto va a permitirte concentrarte mejor y ganar tiempo y esfuerzo. Tu puedes verificar que :

- 1.- Si estudias con interés te aburres y cansas menos.
- 2.- Compara la comprensión y la asimilación que obtienes al estudiar con interés con la que logras en caso contrario y tendrás mejores resultados con la primera.
- 3.- Comprueba si cuando escuchas con interés una clase sigues mejor la -- exposición del profesor.

C) El entusiasmo = El desinterés será tu mejor aliado para que pierdas -- el año. y el interés te permitirá aprobar el año, pero tus notas serán -- solamente regulares, pero en cambio si en ti nace un verdadero entusiasmo, entonces probablemente estarás situado entre los tres primeros lugares de tu clase.

El entusiasmo es la máxima aspiración que debes fijarte en lo que respecta a tus actitudes psicológicas positivas frente al estudio. Pero el entusiasmo tiene que ser un estado de ánimo coherente. Nosotros no concebimos a un joven que diga sentir entusiasmo por el estudio, pero que no lo concretize en alguna materia especial. En tal caso sólo se tratará de un simple autoengaño. Se trata de que tú reacciones así frente al estudio, con entusiasmo; inténtalo, nada pierdes y más bien puedes ganar una perspectiva nueva acerca de tu capacidad para el estudio.

D) La voluntad = Tener voluntad no significa tener que suprimir todo ingrediente normal de la vida, como diversiones, descansos, sino que a base de voluntad se cumplirá la cuota de estudio que te has previsto para ese día, y entonces ya realizado el estudio, tendrás oportunidad para lo demás.

Una regla importante que debes seguir es ésta : "Obten tiempo prestado" esto es, siempre que surja algo inesperado que requiera del tiempo ya planeado para estudiar, decide inmediatamente cuando y donde tienes tiempo libre para ponerte al corriente con tu estudio y justa de manera satisfactoria tu programa para la semana.

La voluntad es la determinación interior que tu debes desarrollar y que te permitirá emprender y culminar tus sesiones o jornadas de estudio. Y así, llegado el momento de distraerse, es que se percibe una importante ventaja : no existirá conflicto entre estudiar y descansar, por que lo primero, el estudio, ya ha sido satisfecho. Y el necesario descanso y la recomendable distracción, serán realmente disfrutados.

En segundo lugar :

2.- Buen ambiente de trabajo :

Es preferible estudiar siempre con luz natural y no artificial, a distancia de las comidas, mejor que enseguida de ellas. Es también mejor estudiar en breves períodos, con intervalos de distracción o ejercicios físicos, es mejor cambiar períodos largos de estudio con períodos cortos de descanso de 5 a 10 minutos después de cada hora de estudio centrado.

El estudiar una materia determinada diariamente durante periodos más o menos cortos, es mucho mejor que estudiarla ocasionalmente durante periodos largos, en especial si necesitas ese material para un examen.

Así también, es mejor estudiar una materia una hora durante 5 días que amontonarte 5 horas de estudio en un día.

Aprovecha las horas libres que tienes entre las clases para revisar material que has estudiado previamente, y el resultado será que tendrás mayor tiempo libre para que puedas dedicarlo a actividades recreativas.

Es muy importante que logres el balance apropiado entre : sueño, comida, estudio, trabajo y diversión. El trabajar siempre sin distracción, te hará la vida aburrida, pero todo lo que es diversión y nada de trabajo terminará pronto con tus estudios.

El levantarse temprano y ponerse a estudiar después del baño matutino, un material levemente preparado la tarde anterior, es sin duda, mucho más preferible que la difundida costumbre de trasnochar y someter a la disciplina de ese esfuerzo a un cuerpo cansado y a un cerebro que tiende a inhibirse para reparar sus gastos energéticos del día. La consecuencia de todo esto será a la larga, el insomnio, el mal humor y la apatía, es decir la falta de concentración que se traduce en una pérdida aparente de la capacidad comprensiva y retentiva.

Es absurdo y contraproducente encerrarse horas en una habitación como lo hacen algunos estudiantes antes de sus pruebas finales, tratando de forzar sus posibilidades y no consiguiendo otra cosa que solo " prender con alfileres unas nociones que no han de poder resistir el sondeo de un examinador discreto.

Te recomendamos estudiar con buena luz, situada al lado izquierdo en un ambiente de silencio y con una postura cómoda. Durante el tiempo que se estudia se recomienda tener libertad de movimiento, no es bueno encajonarse para estudiar pues esto resulta contraproducente pues el cuerpo presentará pulsiones motrices que son muy naturales.

Si tienes que escribir o hacer una tarea difícil, lo harás mejor y más de prisa, en un pupitre o mesa que hundido en un sillón o acostado en una cama. Se recomienda aire libre, buen espacio y vestidos cómodos que permitan la libre respiración y movimiento.

La tranquilidad y la ausencia de distracciones son esenciales para el estudio privado, no hay nada mejor como estudiar habitualmente en el mismo lugar. El único medio para no desperdiciar el tiempo en interrupciones de amigos o de tu familia, es mantener firmemente las horas de trabajo y hacer saber a tus amigos que horas son éstas, para que las respeten.

Algunos estudiantes pueden poseer un despacho perfectamente adecuado para estudiar, pero siguen encontrando que es difícil trabajar allí. Puede haber un tocadisco, una fotografía del novio para contemplar, comida y bebida al alcance, a todo esto, es preferible evitarlos.

Son aconsejables unas condiciones relativamente tranquilas, aunque es posible amoldarse a los niveles de vida más moderados. En gran parte depende de la clase de ruido y de nuestra actitud con respecto del mismo al percibirlo.

Hay que distinguir entre el ruido sin sentido y los sonidos con sentido aunque sean menos intensos, pueden distraerse más que los ruidos puros.

.....Y por último :

EN TERCER LUGAR :

3.- EL EMPLEO DE HERRAMIENTAS MENTALES :

Seguramente estás cansada de escuchar que un estudiante debe "pensar" y posiblemente por tu parte consideras que casi todo el día te lo pasas pensando. Tienes razón; todo el día "piensas", en el sentido de que siempre tienes actividad mental; Al pensar estás manejando ideas y las siguientes herramientas mentales te ayudarán a ello y a su vez a estudiar:

a) Analizar= la palabra analizar se refiere a una actividad concreta y específica, que consiste en descomponer el total del objeto de estudio en partes de manera que lo puedas comprender mejor.

El resultado del análisis informa acerca de la naturaleza de algo y no incluye tu opinión personal, favorable o desfavorable como sucede en la crítica. Usando el análisis podrás entender más fácilmente conceptos que te ayudarán a tu estudio.

b) La comparación = la comparación significa reunir diferencias, semejanzas y reflexionar sobre ellas de manera que te ayude a alcanzar el conocimiento que deseas. El comparar te permite conocer mejor aquellas cosas que estás comparando.

c) Definir = Es una forma de reflexionar cada vez mejor y cada vez con mayor precisión. Utiliza el proceso mental de "definir", en aquellas ocasiones en que quieras, necesites o debas precisar la esencia misma de algo, así como de establecer sus límites. Definir algo sirve para conocer ese algo.

d) Resumir = Es poco provechoso el que intentes el inútil y descabellado proyecto de grabar la totalidad de información contenida en un material de estudio, pues en el aprendizaje memorístico es en el que caes y es el menos inteligente y menos provechoso. En tu memoria solo puedes grabar o fijar resúmenes de toda la masa de aprendizaje que logras día a día.

e) Las ideas directrices = Muchos estudiantes no aprenden al estudiar, pues no saben que es lo que desean aprender; debes buscar la esencia -- significativa o concepto fundamental del material para que éste te haga más fácil el aprendizaje.

f) Reflexionar = Es de muy buen resultado emplear una parte del tiempo -- dedicado al estudio, en meditar sobre el conjunto de lo que se lee, en vez de recordar tan solo determinados fragmentos.

Es aconsejable tener siempre una actitud de crítica imparcial hacia lo que estudias, que estés dispuesto a creer, pero no seas crédula en exceso y analiza cuanto leas. Nunca formules un juicio sobre aquello de lo que no estés absolutamente segura o convencida. Mientras lees fórmate un esquema mental del asunto que te ocupa.

g) Deducir = El deducir es obtener una consecuencia, idea, conocimiento, etc. , por su relación con otro que es su antecedente suyo : " si partes de un principio falso, deducirás consecuencias falsas " .

Deducir es formar una idea por cualquier clase de razonamiento, como por ejemplo; como estaban todas las luces apagadas, deduje que no había nadie en la casa.

h) Repetición = Pocas cosas de las que nos suceden tienen tal efecto emocional, que se nos quedan grabadas al primer contacto.

Para recordar una cosa debemos repetirla. Si queremos obtener más provecho de las horas que dedicamos al estudio, dediques cierto tiempo al repaso, lo que nos proporcionará mejor comprensión y mejor memorización -- que un estudio concentrado, por una vez solamente y sin repaso alguno. - Puedes repasar solo mentalmente, solo recordando el material leído, o -- consultar tus notas solo para confirmar el orden del material para recordar.

MEMORIA :

¿ SABES COMO MANEJAR LA MEMORIA ?

Evidentemente la mayor parte de lo que se aprende, no es de ninguna utilidad salvo que se recuerde. No te limites a decir lamentándote " sencillamente no puedo recordar las cosas ". Tu memoria es bastante buena para que te sirva satisfactoriamente si la usas como se debe.

La forma en que aprendemos las cosas, determina en parte la forma en que las recordamos.

HAY 3 procesos en el estudio y el recuerdo :

- 1.- estudio original o de grabación.
- 2.- acumulación de información.
- 3,- recuperación de información.

Nadie sabe como almacena el cerebro la información, pero ésta se recupera más fácilmente si ha sido acumulada de forma ordenada, según sea la materia del estudio

Hay dos puntos principales que te ayudarán a aprovechar tu memoria más -
eficientemente.

1.- El propósito de recordar; cuando estés escuchando una clase o leyendo un trabajo, afirma y repite: " Aquí hay algo que necesito recordar, -- aquí hay algo que voy a retener por ser importante que lo recuerde " , -- y ésto te permitirá duplicar la eficiencia de tu memoria.

2.- Debes conocer bien el material, cuanto mas hechos puedas relacionar con una materia, mejor la recordarás. El reunir y organizar un grupo de ideas para que se relacionen entre sí y se asocien en tu mente, te ayuda rá a recordarlas mejor, que si intentas acordarte de cada una de las --- ideas por separado. Este es el principio de Asociación de ideas.

Por último

EL HABITO DE ESTUDIAR :

El hábito puede ayudar a estudiar, si adquieres el hábito de ir a determinado lugar y a cierta hora para estudiar, observarás que es más fácil que te concentres. Pierdes menos tiempo al disponerte a estudiar por que inconscientemente te colocas dentro de las condiciones acostumbradas.

La repetición de ésta acción se transforma en un hábito y si tú lo tienes, has logrado un progreso considerablemente valioso, pues así te será más fácil iniciar tu rutina de estudio. Esto equivale a sustituir la fuer za de voluntad para estudiar, por el hábito de estudio.

Recuerda que :

" Aprendiendo a estudiar,
aprenderás a pensar y a vivir "

3.- MENSAJE RACIONAL :

INTRODUCCION :

Es ilógico suponer que uno llegue al mundo con la habilidad innata de saber como estudiar. Saber como se estudia significa saber como hay que pensar, observar, concentrarse, organizar y analizar. SABER SER MENTALMENTE EFICIENTE.

El estudio comprende toda clase de investigaciones, ya que es la aplicación de la inteligencia en la tarea de ocuparse, dirigir al mundo que nos rodea, aprendiendo a estudiar, aprendemos a pensar y a vivir.

Hay que conocer la diferencia entre aprender y estudiar; Aprender es -- obtener el resultado apetecido en la actividad del estudio, Estudiar es -- concentrar todos los recursos personales para captar y asimilar datos, relaciones y técnicas, conducentes al dominio de un problema.

Una joven como tú, podrá tener una potentísima facilidad para aprender, pero no necesitará desarrollar y dominar una técnica concreta de estudio. Si basta para hacer una sencilla instalación eléctrica necesitas saber como hacerlo, para estudiar matemáticas o historia, también necesitarás saber como estudiar con eficiencia.

OBJETIVO :

El estudio en sí persigue dos objetivos fundamentales :

- 1.- La obtención de conocimientos en una o varias ramas del saber humano.
- 2.- La utilización práctica de éstos conocimientos.

Justamente ésto es el objetivo de nuestro seminario: ayudarte a estudiar cada vez mejor y creemos que éste aprendizaje va a ser de gran utilidad.

DESARROLLO :

Y partimos que para estudiar con eficiencia se requiere de tres factores:

- 1.- Buena actitud psicológica.
- 2.- Buen ambiente de estudio.
- 3.- Bienes de herramientas mentales.

En primer lugar :

1.- La actitud psicológica frente al estudio :

Llamamos actitud psicológica al estado de ánimo del joven respecto al estudio; (ésto lo conseguirás fijando metas). Es lo que " sientes " antes , durante y después de estudiar.

Ahora vamos a revisar los elementos que comprenden la actitud psicológica frente al estudio :

a) Metas y objetivos = Lo que tienes que hacer es encontrarle sentido y razón al estudio; ésto lo conseguirás fijando metas y objetivos. Visualiza la siguiente imagen : Tú estás aquí, aquí y ahora, en A, y el objetivo de tu vida es llegar a C, y entre el punta A y el punto C existe un puente que necesariamente debes recorrer; El puente tiene tres columnas o pilares a= el conocimiento, b= la educación, c= la cultura; Y estudiar es recorrer ese puente, estudiar es adquirir conocimientos, educación y cultura, y solo así alcanzarás tus objetivos y metas.

b) Intereses = Está encaminado a que sientas interés por la propia actividad de estudiar, es decir, por tus procesos intelectuales durante el estudio.

Te aconsejamos sentir interés en el estudio por que ésto te va a permitir concentrarte mejor y ganar tiempo y esfuerzo.

Pero ahora vamos a tratar, ya, el problema concreto de sentir interés -- por determinados materiales.

Tú dices que la botánica es una materia intolerable , y nosotros sin negarte la razón, sostenemos que en cambio, la vida de las plantas es algo fascinante. La última novedad científica está contenida en un libro titulado " La vida secreta de las plantas " , donde el autor plantea que los seres pertenecientes al reino vegetal sienten emociones y piensan, que te parece ésto , ¿ lo imaginabas ?.

Y si las matemáticas te resultan mortalmente fastidiosas, quizá puedas encontrar algunas alternativas apasionantes en el cálculo mental. Por ejemplo : nunca vuelvas a tomar papel y lápiz para multiplicar una cifra por 25, procede de la siguiente manera :

Multiplica mentalmente por 100 (agregando dos ceros) luego a éste resultado le sacas la mitad, y a ésa mitad le sacarás otra vez la mitad.-- Esa segunda mitad es el resultado que buscas.

¿ Por qué no te vuelves experto en multiplicar mentalmente por 25 ?

¿ Por que no tratas de descubrir otros secretos o atajos para llegar a ser una gran calculista ?.

Cuando sientas aversión hacia alguna materia, recuerda que en ése campo-específico del saber, la humanidad ha producido algún genio de dimensión universal, y puedes tener la seguridad de que ése hombre empezó interesándose por su especialidad.

Te proponemos 5 temas concretos de investigación :

- 1.- Verifica si cuando estudias con interés, te cansas y aburres menos.
- 2.- Comprueba si cuando escuchas con interés una clase sigues mejor la explicación del profesor.
- 3.- Observa si al estudiar con verdadero interés cumples mejor con tu plan de trabajo.
- 4.- Compara la comprensión y asimilación que obtienes al estudiar con interés, con lo que logras en el caso contrario.
- 5.- Averigua si cuando estudias con interés interrumpes menos tu actividad.

c) El entusiasmo = Esto significa que el entusiasmo es el aumento del interés. Cuando sientes interés por una materia, la historia supongamos, tú te metes dentro de ella, pero cuando en tí se enciende la llama del entusiasmo, es la historia lo que se mete dentro de tí.

Diversos síntomas te indicarán si estas alcanzando un estado de ánimo -- caracterizado por el predominio del entusiasmo, por ejemplo :

- 1.- Cuando estudias una materia determinada y te quedas con la sensación de que no basta con lo que has aprendido, que quisieras saber más de ella.
- 2.- Cuando espontáneamente buscas sostener una conversación con el profesor de la materia respectiva.

3.- Cuando entras a una librería y te pones a revisar textos acerca de la materia, pero de un nivel superior.

4.- Cuando espontáneamente comienzas a realizar algún trabajo o investigación concniente a la materia.

d) La voluntad = Es la capacidad de cumplir lo que uno se ha propuesto realizar.

Es indispensable comprender que la voluntad requiere de un proyecto sobre el cual ejerce su poder de realización. Si no existen proyectos ni objetivos, y metas que alcanzar, la voluntad estará de más.

Pero te daremos un ejemplo de la voluntad en la cual deberás refrendar el mandato y la descición que ella te impone : Supongamos que te has propuesto estudiar de la página 37 hasta la página 81 de tu libro de historia, pero que al llegar a la página 60 el cansancio te empieza a vencer, las letras se te borronean y la asimilación decrece notoriamente. En caso así, no tengas tanta voluntad que ya, por capricho, por obstinación, sigas soñoliento sin entender nada hasta llegar a la página 81. Lo sensato es suspender el estudio, irse a dormir, descansar o distraerse y recuperar tiempo más tarde o al día siguiente.

Por lo menos existen tres síntomas inequívocos de que un joven alcanza un aceptable nivel de fuerza de voluntad; son éstos :

1.- cuando no ocurra que distintos acontecimientos , generalmente imprevisitos, te hacen postergar el momento de empezar a estudiar.

2.- cuando notes que tu determinación de estudiar no resulta amenazada seriamente por ninguna tentación o distracción.

3.- cuando no tengas que estar haciendo un notable esfuerzo para que puedas cumplir con tu programa o cuota diaria de estudio.

En segundo lugar :

2.- Buen ambiente de estudio :

El problema de estudio se habrá resuelto en lo fundamental si vencemos estas distracciones que dificultan, entorpecen y llegan a anular el éxito de nuestro esfuerzo.

--- Siempre que sea posible debe estudiarse en una habitación en la que puedas estar tranquilo.

--- Cuidar de que nuestro cuarto de estudio esté bien iluminado, ventilado y con temperatura adecuada.

--- Acomodar y ordenar nuestro trabajo de modo que puedas evitar esfuerzo o fatiga innecesaria.

--- Mantener una buena condición física, y para mantener una buena condición física necesitas : a= tener una buena alimentación, b= evitar las cenas pesadas, c= nunca empieces a estudiar inmediatamente después de comer, d= duermes lo suficiente para recuperar todas las energías perdidas. El estudio eficaz requiere concentración, . La capacidad de concentrarse está supeditada en gran parte a las condiciones de ambiente que rodean al individuo y al estado físico de éste.

Quando tú estás concentrado en tu estudio, vas a estar despreocupado de todo lo demás. Aprender a concentrarse es aprender a vencer las distracciones. Estas podemos clasificarlas en tres grupos :

- 1.- Distracciones de ambiente, ruido, luces, resplandores.
- 2.- Distracciones que provienen del estado físico del estudiante, fatiga intelectual, dolor de cabeza, mareos, etc.
- 3.- Distracciones en forma de ideas ajenas al tema que nos ocupa.

Disponibilidad del tiempo :

Debes de preparar un programa de actividades coordinadas, lo cual requiere que lo hagas en una forma sistemática y cuidadosa, esto te dará como resultado un programa realista y práctico. He aquí algunas recomendaciones prácticas :

- 1.- Planifica la utilización del tiempo, el día de mañana, la semana entrante.
- 2.- Estipula el tiempo máximo para cada actividad.
- 3.- Jerarquiza las distintas actividades previstas en éstas categorías :
 - a) Prioritarias
 - b) importantes
 - c) Rutinarias
 - d) Intrascendentes.

Para estudiar con buenos resultados se necesita desarrollar una serie de actitudes psicológicas positivas. Interpreta por ello, que no caemos en el disparate de sugerirte que le des la espalda a los problemas. No proponemos eso, más bien, te invitamos a que los resuelvas de la manera más activa y resuelta posible, pero no mientras estás estudiando, o antes o después, pero no mientras estudias.

La disponibilidad del tiempo: Para estudiar se requiere de un " tiempo - único ", y esto significa que no puede ser compartido o mezclado con el tiempo de otra actividad. Los minutos o las horas constituyen la materia prima del estudio.

En caso de emergencia economiza tiempo en todo aquello que no sea prioritario, y en situaciones normales usa tu tiempo en los puntos de rutina que te ayudarán a reafirmar tus conocimientos. Ahorra tiempo suprimiendo las repeticiones innecesarias, por ejemplo : Cuando en la clase copies un dictado, hazlo de modo que después, para entender tu propia caligrafía - no tengas que releer varias veces una misma frase.

En tercer lugar :

3.- El empleo de herramientas mentales :

Seguramente estás cansada de escuchar que un estudiante " debe pensar ". Y posiblemente por tu parte, consideras que casi todo el día te la pasas " pensando ".

Tienes razón, todo el día " piensas " , en el sentido de que siempre tienes actividad mental. Lo importante es que uses tus pensamientos ayudándote de buenas herramientas mentales, en el manejo de ideas, tales como :

a) Analizar = Este es un procedimiento que lo utilizas para conocer, y consiste en descomponer el total del objeto en partes. Utilizando el análisis te ayudarás a tener un estudio eficaz, puesto que tendrás un mejor concepto y alcanzarás la finalidad que persigues.

b) Comparar = La comparación es otra herramienta mental, utilizada para conocer. En cierta forma podrías considerarla una variante o prolongación del análisis. ¿ Pero en que difiere ésta de aquél ?.

Cuando analizas, tu campo de observación se limita al hecho o cosa que de seas conocer, pero cuando comparas, el conocimiento te llega a través de las diferencias o semejanzas percibidas entre lo que quieres conocer y lo que sirve de comparación.

c) Definir = Nos facilita conocer la esencia de algo, así como la de establecer sus límites.

d) Resumir = Lo importante es fijar en la memoria lo primordial del contenido del mensaje y que aprendas a diferenciar lo esencial de lo secundario.

e) Ideas directrices = Es esencial que el estudiante se preocupe de descubrir cual es la idea directriz o concepto fundamental de la materia en estudio, es decir, antes de leer piensa acerca del tema que vas a estudiar. Te facilitará la comprensión del estudio que vas a emprender. Intenta conocer por las primeras impresiones, el conjunto de una lectura. Es de gran interés obtener una rápida y acertada impresión sobre el libro o lectura, te ayudará a formar una idea del valor de la obra y así reflexiona sobre la utilidad que te traerá ese libro.

f) Reflexionar = Es meditar sobre el conjunto de lo que se lee, en vez de recordar tan solo determinados fragmentos. Es aconsejable que observes siempre una actitud de crítica imparcial hacia el tema que lees, te ayudará a no ser una persona crédula en exceso.

Mientras lees traza un esquema mental o escrito del asunto. Repasa toda la lectura teniendo presente el esquema. Y lo importante de esto es que vas a tener la seguridad de que el tema ha quedado completamente organizado para tu estudio y la comprensión de éste.

g) Deducir = Nos ayuda a formar una idea por cualquier clase de razonamiento, es decir, obtener una idea particular por la aplicación de una general; por ejemplo: " Si en todos los inviernos neva, podemos deducir que no acabará éste sin nevar ". En general los científicos no deducen hasta no reunir el mayor número de datos.

h) Repetición = Esto no es que tengas que volver a leer el material. Probablemente la forma más efectiva de repaso consista, de ningún modo de volver a leer el material, sino, mentalmente recordar el material leído. Ten presente que éste principio sobre el aprendizaje te convierte en una persona que aprenderá eficientemente. Para aprender bien necesitas practicarlo hasta saber como usarlos hábilmente a éstas herramientas mentales y hasta que tengas el hábito de emplearlas en tus estudios.

MEMORIA:

¿ SABES COMO MANEJAR LA MEMORIA ?

Todos hemos experimentado la frustración al tratar infructuosamente de recordar algo que creíamos saber muy bien. El olvido, que resulta del de uso, ocurre por que los hechos, ideas, y conocimientos que no se emplean desaparecen gradualmente con el paso del tiempo. Y mientras tú no uses tu memoria nunca podrás ser un estudiante brillante y menos un destacado profesionalista.

Para que tengas una buena memoria debes :

- 1.- Asegurarte del significado; es decir, que entiendas el material que estás estudiando. El material que tiene algún significado para tí es más fácil de recordar que aquél que no está claro.
- 2.- Has una revisión inmediata; la revisión efectiva requiere discusión-activa, repetición o escritura de tus propias palabras, de lo que has leído y oído.

Los estudiantes que tienen una habilidad promedio de aprendizaje con frecuencia se desenvuelven mejor en la escuela que aquellos que tienen una mayor habilidad, simplemente por que los primeros dedican más tiempo al estudio. Entre más elevado es el nivel que se aprende un conocimiento, más lento es el olvido del mismo.

EL HABITO DE ESTUDIAR :

Entiende por hábito la costumbre de hacer algo como la cosa más natural del mundo. " El hábito de estudiar, es la costumbre de hacerlo sin que te lo tengas que estar ordenando una y otra vez ".

Siente intensamente el deseo de estudiar y proponte llegar a saber. Hay que tener ambiciones definidas, considera tus deberes y responsabilidades. Valora, las consecuencias de un trabajo mediocre y las recompensas que le siguen a toda una buena labor.

Recuerda siempre que :

" El hombre vale lo que sabe,
pero no vale más el que sabe más,
sino el que sabe mejor ".

4.-CONCLUSION :

No basta con entender todo lo que acabamos de presentar, lo importante-- es que, como resultado, logres un mejor conocimiento y una mayor aplicación de las distintas herramientas mentales que describimos, y que esto traiga consigo un aumento de tu rendimiento en el estudio.

Aplica a la acción tus conocimientos, ejecuta y comprueba en la práctica la utilidad de los principios aprendidos.

Saber como hay que estudiar carece de utilidad, si ustedes no están dispuestas a emplear las ideas que les damos, llevándolas al estudio práctico, mejorando así sus actuales métodos.

El aprovechamiento en el estudio depende no solo de la capacidad y del - esfuerzo, sino también de unos métodos de trabajo eficientes. Las buenas resoluciones que tu tomes, deben llevar un esfuerzo personal enérgico y continuado si se quiere obtener el éxito. Tanto en éste caso del estudio como en cualquier otro, la práctica es lo perfecto.

Este audiovisual que hemos pasado, servirá de muy poco a aquellos que no tengan interés alguno en saber como deben estudiar, y en los que no ---- tienen interés por mejorar.

Y deben de comprender que malgastan los mejores años de su vida. Pero si sienten el noble deseo de llevar a cabo un trabajo intelectual eficiente y poseen la fuerza de voluntad necesaria para conseguirlo, pueden estar seguras de que éste audiovisual les ayudará a mejorar el camino para que logres tus ambiciones.

Piensen detenidamente la gran satisfacción que les proporcionará el éxito y la triste decepción que, por lo contrario, sería el fracaso.

Un estudiante que ordena sus jornadas de trabajo y las cumple, elimina-- la mitad del esfuerzo, ya que en un plan seguido de modo constante se -- transforma pronto en hábito, por lo cual el estudio llega a ser algo tan necesario a la vida, como lavarse, comer, etc.

Lo importante de todo ésto, es que sepan desarrollar la capacidad de estudio que poseen, pues es la capacidad que nos permite realizar la labor intelectual necesaria para resolver un problema. Meditar una pregunta o conocer a fondo un método práctico de hacer las cosas.

Si el estudiante no se preocupa por aprender a estudiar, quedará incom-- pleta la labor más importante de sus cursos escolares. Además el estudio no incluye solo los conocimientos que obtenemos de los libros y de las - clases, sino que comprende también las adquisiciones conseguidas por medio de la observación directa, de la experiencia y de los hechos, es decir de nuestra actividad cotidiana.

Hay que tratar de desarrollar pues en buena forma, en lo concerniente a leer, escuchar, observar y pensar; y conocerte íntimamente de que puedes dominar tus estudios y de lo que conseguirás.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

B I B L I O G R A F I A

A).- REFERENCIAS :

- (1) Berlo David K.
El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica.
Editorial El Ateneo 1970.
Capítulo 1, páginas 7-9.
- (2) Catón René, Chauchard Paul, Fiehel Jean, Freedman Jean Pierre, Gauquelin Francois, Queinel Louis, Veraldi Gabriel, Vielfaure Claude.
Saber Persuadir.
Ediciones Mensajero Bilbao.
1° y 2° parte, páginas 56-72-80-81-83-07.
- (3) Gordon George N.
Persuasion The Theory and Practice of Manipulative Communication.
A Williams Blum General Editor. 1° Edition.
Chapter 21, page 398 a 400.
- (4) Hybels Sandra, Weaver Richard L.
La comunicación.
Editado en 1978 3° Edición.
Capítulo 5 y 6, páginas 66 a 70, 195-205, 214-218.

- (5) Janes Irving J. Houlard Carl L.
Personality and persuasibility
New Haven and London, Yale University Press, 4° Edición 1968
Charppter 3, páginas 55 a 67.
- (6) Klaper j. t.
Efectos de las comunicaciones de masas.
Biblioteca de Ciencias Sociales 1947 1° Edición
Capftulo 3, páginas 105, 110 a 112, 309.
- (7) Ross Raymond S.
Persuasión, comunicaciones y relaciones interpersonales
Editorial trillas 1978
Capítulo 2 y 8, páginas 55-56-57-218-309.
- (8) Schamm Wilbur.
La ciencia de la comunicación
Capítulo 1 y 2, páginas 17-18-19-21-23-31-32-34-35-36.
- (9) Van B. Gilmen Haller
Psicología General
Editorial Harla 2° Edición
capítulo 13, páginas 353-372-368-370.
- (10) Whittaker James O.
Psicología
Editorial Interamericana 1980 3° Edición
Parte 8, páginas 641-645.

B) .- BIBLIOGRAFIA GENERAL :

- Bremberck Weston L. Howel S. WILLIAM
Persuasion a Means of Social Influence
2° Edition, 1976
- Chao Lincoln L.
Estadística para las ciencias administrativas
Editorial MC. Graw Hill 2° Edición 1982
- Cherry Colin.
On Human Communication
The Massachusetts Institute of Technology, 2° Edición.
- Glass Gene V. y Stanley Julian C.
Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales
Editorial Prentice/ Hall Internacional S.A. Edición Única. 1973
- Haber / Runyon
Estadística General
Fondo educativo interamericano, 1973, 1° Edición.
- Kerlinger Fred N.
Investigación del comportamiento, técnicas y métodos
Editorial Interamericana, 2° Edición, 1982.
- Porat Antoene
Diccionario de Psiquiatría, Tomo 1 y 2
Editorial Labor, S.A. 1977, 3° Edición.
- Stenberg S. CHARLES
Media And Comunication
A. William Blum, General Editas 1972, 2° Edition.