

56
24

005546

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO



ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CARRERA 6 "ACATLAN"

LA COMUNICACION PERSUASIVA APLICADA AL
SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA EN LA
ESIQUIE-IPN

**MEMORIA DEL DESEMPEÑO
P R O F E S I O N A L**
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
GUILLERMO ALBERTO DE LA TORRE ARTEAGA

ASESOR: LIC. MA. DE LOURDES GOMEZ CASTELAZO



ACATLAN, ESTADO DE MEXICO, AGOSTO DE 1997

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

**... Y a Aquel que es poderoso para hacer
todas las cosas mucho más
abundantemente de lo que pedimos o
entendemos según el poder que actúa en
nosotros... ~**

Efesios 3:20

DEDICATORIAS.

A mis padres: Guillermo de la Torre y Estela Arteaga, con todo mi amor, por todo el apoyo que he recibido de ellos para poder culminar esta etapa de mi vida, agradeciendo infinitamente toda su comprensión y paciencia.

A mis hermanos: Alejandro, Fernando, Armando, Daniel, Liliana por todo su aprecio, apoyo demostrado en toda mi vida y esperando que esto sea un aliciente más en su formación profesional; así como a mi hermana Guillermina, por el amor, la motivación y la insistencia que me motivaron a culminar este trabajo.

AGRADECIMIENTOS.

A los profesores de la ENEP Acatlán, por el tiempo que me brindaron en mi estancia en esta institución para lograr mi formación como profesionalista.

A la profesora Lic. María de Lourdes Gómez Castelazo, por todo su valioso apoyo, tiempo, paciencia y conocimientos otorgados para poder culminar este trabajo.

A los profesores: José Manuel Aquino, Mario Revilla, Enrique Arellano y Héctor Jesús Torres, por sus comentarios tan valiosos.

A Alma Monserrat por iniciar conmigo este proyecto y por todo el tiempo que trabajamos juntos.

A Francisco Estrella Marquez, mi gran amigo, que me ha impulsado a terminar las metas que Dios ha puesto en mi vida, por su apoyo, sus consejos y oraciones.

A Hilario Flores y familia, por sus atenciones recibidas durante el desarrollo del trabajo.

A Eduardo Robles Pérez, por su tiempo, consejos y apoyo técnico otorgado.

A Raúl León, por ser mi amigo, por sus palabras de aliento, apoyo y ayuda incondicional.

A Esther Lecona, por sus oraciones y amistad.

A mis amigos, por todos sus consejos, palabras de aliento y exhortación, pero sobre todo, por el cuidado que tuvieron por mí a través de sus oraciones.

Al Señor Jesucristo, poderoso y amoroso Dios, el cual, si no lo hubiera conocido, jamás mi vida hubiera tenido el sentido tan maravilloso que ahora tiene. A quien merece toda la honra y la gloria...

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1.- EDUCACIÓN ABIERTA Y SU DESARROLLO EN EL DEPARTAMENTO DE CAPACITACIÓN DE LA ESIQIE

	Paginas
1.1 Antecedentes históricos del sistema de Educación para Adultos	6
1.2 Objetivos de la Educación Abierta para Adultos (Alfabetización y Educación Básica).	7
1.3 Ventajas del Sistema en el nivel Básico	8
1.4 Antecedentes del Sistema de Preparatoria Abierta.	9
1.5 Ventajas del Sistema de Preparatoria Abierta	11
1.6 Objetivos de la Preparatoria Abierta	11
1.7 Características de este modelo de Enseñanza	13
1.8 Capacitación y Desarrollo en le ESIQIE	13
1.9 Sistema de Enseñanza Abierta en la ESIQIE	14

CAPÍTULO 2.- COMUNICACIÓN

2.1 Diferencia entre Comunicar e Informar	19
2.2 Elementos del Proceso de Comunicación	20
2.3 Tipología de los Signos	26
2.4 Formas de Comunicación	28

CAPÍTULO 3 .- COMUNICACIÓN PERSUASIVA Y MOTIVACIÓN

3.1 Definición de Comunicación Persuasiva	32
3.2 Proceso de la Comunicación Persuasiva	33

3.3 Efectividad de la Comunicación Persuasiva Aplicada al Sistema de Enseñanza Abierta	39
3.4 Motivación. Definición	40
3.5 Proceso de Aprendizaje	42
3.6 Motivos	45
3.6.1 Motivos Sociales	45
3.6.2 El Motivo de Dominio	45
3.6.3 Motivo de Aceptación Social	46
3.6.4 Los Motivos Sexuales	47
CAPÍTULO 4.- APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA.	
4.1 Comunicador - Emisor	48
4.2 Mensaje	49
4.3 Canal	50
4.4 Perceptor - Comunicador	50
4.5 Respuesta	50
4.6 Mensajes empleados en la Campaña de Persuasión	51
4.7 Análisis de Contenido de los Mensajes	53
4.8 Propuesta para mejorar la Estrategia de Comunicación Persuasiva hacia los trabajadores de la ESQIE	55
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	66

INTRODUCCIÓN

La comunicación es el medio por el cual el hombre se ha podido relacionar en sociedad, por lo que es indispensable para su desarrollo, formación de hábitos y costumbres.

El análisis de la comunicación como fenómeno social, ocupa cada vez mayor importancia, ya que las relaciones entre los individuos resultan con el paso del tiempo más complejas.

El presente trabajo se originó en el Departamento de Capacitación y Desarrollo de la Escuela Superior de Ingeniería Química e Industrias Extractivas (ESIQIE) del Instituto Politécnico Nacional (IPN), dando asesorías a personas que estaban inscritas en el Sistema de Enseñanza Abierta, nos dimos cuenta que por parte de los trabajadores a los que se brinda este servicio no había interés, por lo que empezamos a cuestionarnos acerca de los motivos por los que no había tal.

La Institución otorga a los trabajadores las facilidades para que puedan iniciar o continuar sus estudios, sin embargo durante mucho tiempo el personal manifestó poco interés en el sistema. Tal es la razón del desarrollo de este trabajo, para poder dar a conocer el sistema y crear conciencia en los trabajadores, de que en la medida de una mejor preparación tendrán más facilidades para enfrentar los problemas cotidianos y en sus labores responder de una manera más eficiente.

En principio los motivos que encontramos fueron: que había una falta de difusión, falta de información oportuna, así como falta de motivación por parte de los trabajadores que se encontraban en la situación de no contar con alguno de los niveles de escolaridad que brinda el sistema y que es a nivel primaria, secundaria y preparatoria.

Tomando como antecedentes la escolaridad del personal no docente de la ESQIE, nos dimos cuenta que el nivel es de tercero de secundaria, en promedio, razón por la cual se propuso poner en marcha una estrategia de comunicación persuasiva que despertará el interés del personal no docente a continuar o iniciar estudios en el sistema, mediante mensajes elaborados en el Departamento con los medios que se tenían al alcance y por medio de pláticas con las personas que estaban en la condición de proseguir o iniciar sus estudios.

Con esto se pretendía establecer una matrícula con personas que fueran constantes y que tuvieran el deseo de culminar el ciclo. Aunque se detectó que había personas inscritas, no se encontraron evidencias de que hayan presentado algún examen, ni de que acudieran a las asesorías.

Para realizar este trabajo nos planteamos como objetivo: implantar una estrategia de comunicación persuasiva dirigida a nuestro perceptor, los trabajadores de la ESQIE.

Este trabajo se conformó de la siguiente manera: en el primer capítulo narramos de manera cronológica los antecedentes históricos del Sistema de Educación para Adultos que contempla los niveles de: alfabetización y educación básica; así como los objetivos que debe cumplir al ser diseñada; las ventajas de este sistema de enseñanza. Por otro lado, se exponen los antecedentes del Sistema de Preparatoria Abierta; las ventajas que contemplan, los objetivos; las características de este sistema. Así también se habla acerca del surgimiento del Departamento de Capacitación y Desarrollo de la ESQIE, y las funciones que desempeña en lo relacionado con los sistemas de Enseñanza Abierta y algunos datos de referencia.

En el capítulo dos desarrollamos la conceptualización de lo que entendemos por Comunicación con base en Martin Serrano; la diferencia entre información y comunicación. Además analizamos los elementos del Proceso de Comunicación que sugiere Jakobson y las funciones del mensaje. Añadimos un subtema relacionado con la tipología de los signos que Adam Schaff distingue y culminamos el capítulo definiendo las formas de comunicación que consideramos importantes: interpersonal, grupal, colectiva y la organizacional.

En el capítulo tres abarcamos la conceptualización de la comunicación persuasiva y motivación, explicamos el proceso y cómo se aplicó en el trabajo, así como su efectividad en el sistema de enseñanza Abierta. También tocaremos de manera breve lo que es motivación, el aprendizaje y los tipos de motivos que los psicólogos consideran.

En el último capítulo tratará de la aplicación de nuestra campaña de comunicación persuasiva en la ESQIE con el objeto de persuadir y captar el interés de los trabajadores de la Escuela que están en la posibilidad de iniciar o reiniciar sus estudios en el nivel primaria, secundaria y preparatoria.

Desarrollamos el análisis de contenido de nuestros mensajes y terminamos con una propuesta para mejorar posteriores campañas de comunicación persuasiva hacia los trabajadores de la ESIQIE.

Finalmente, en las conclusiones se manifiestan los resultados del trabajo, de los cuales podemos resaltar que el buen funcionamiento de un proceso de comunicación repercute en el buen desempeño de cualquier actividad humana, así como la difusión de información adecuada.

CAPÍTULO I EDUCACIÓN ABIERTA Y SU DESARROLLO EN EL DEPARTAMENTO DE CAPACITACIÓN DE LA ESIQIE

1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DEL SISTEMA DE EDUCACION PARA ADULTOS

La Secretaría de Educación Pública se establece en 1921, se definen y transforman los propósitos de las Instituciones Educativas. La educación asume el papel de fundamento y guía de la transformación social, económica y política en México, considerada ésta como un proceso permanente a lo largo de su vida.

El secretario de Educación Pública de 1924 a 1928 impulsa las Escuelas Industriales dando prioridad a la formación de personal calificado, en estas fechas se lleva a cabo la campaña de alfabetización cobrando singular importancia. Se le da auge a las escuelas rurales y las misiones culturales de 1928 a 1930, ya que seis de cada diez mexicanos eran analfabetas. (SEP. Educación Básica, pp. 7-14).

De 1934 a 1940, el secretario de Educación Pública crea las escuelas socialistas y el Instituto de Orientación Socialista con el propósito de liquidar el analfabetismo, razón por la cual se fundaron las escuelas nocturnas para adultos.

En 1944, el titular de la SEP expide la ley de emergencia que da inicio a una nueva campaña contra el alfabetismo. Para 1950 cuatro de cada diez mexicanos mayores de diez años no sabían leer ni escribir. Obligando la formación de la Dirección General de Alfabetización y Educación Extraescolar en 1952. También bajo la dirección de este secretario de 1958 a 1964 son creados 60, 754 centros y escuelas de alfabetización.

En 1965, se establece con carácter experimental cuarenta centros de educación para adultos para ofrecer la primaria a la población mayor de quince años.

24 % de cada cien mexicanos mayores de diez años no tienen la educación elemental en 1970. Los centros experimentales de educación para

adultos en 1971, tomaron la denominación de Centros de Educación Básica para Adultos, se crea el Centro de Estudios Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE) con el objeto de fomentar, planear y coordinar la educación extraescolar, programar la investigación, experimentación y asesoría de las instituciones y organismos respectivos.

Se experimenta un proyecto de Acreditación de primaria para adultos en ocho entidades en 1974, creándose agencias que ofrecían en forma gratuita la aplicación de exámenes y la expedición de los certificados correspondientes. Para 1975, los exámenes de acreditación de estudios de los sistemas abiertos son elaborados de acuerdo con los libros de texto de primaria y secundaria para adultos. En diciembre del mismo año, se promulga la Ley Nacional de Educación para Adultos y se crea el Sistema de Educación Nacional para Adultos.

El Programa Nacional de educación a Grupos Marginados de 1976 a 1982 da origen a la creación del programa denominado Educación para Todos, el cual propone un programa de alfabetización para adultos. Sin embargo, en 1980 16 de cada 100 mexicanos aun permanece en el analfabetismo.

En 1978, se creó la Coordinadora General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados (COPLAMAR) bajo el lema "Educación para Todos". El 31 de agosto de 1981 se crea el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) con el propósito de promover, organizar e impartir los servicios de alfabetización y educación básica. (SEP.: Dirección de sistemas Abiertos. pp. 26-30).

Por otro lado, la SEP con el objeto de atender la demandan de servicios educativos en el nivel medio superior crea en 1979 un modelo de educación abierta denominado Sistema de Preparatoria Abierta.

1.2 OBJETIVOS DE LA EDUCACION ABIERTA PARA ADULTOS (ALFABETIZACION Y EDUCACION BASICA)

El objetivo de estos programas es asegurar a todos los mexicanos el uso del alfabeto y la educación fundamental para mejorar su calidad de vida, se pretende ampliar, decididamente la educación para adultos, no sólo con una campaña de alfabetización sino tratando de que quienes aprenden a leer y escribir

cubran estudios complementarios y queden integrados a actividades culturales y de capacitación. (SEP. 1982. pp. 10-18).

El programa quedó bajo la dirección de los Gobiernos Estatales, con el apoyo del Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Educación Pública, misma que creó dos nuevas dependencias para apoyar la acciones; la Dirección General de Educación para Adultos, con el fin de administrar, proponer y orientar los servicios de educación para adultos, y el Consejo Coordinador de Sistemas Abiertos para promover, planear, coordinar y evaluar los Sistemas de Educación Abierta. Asimismo, se establecen mecanismos de colaboración con otras instituciones para hacer llegar la educación a grupos que no tienen contacto con centros educativos formales.

La Educación para Adultos, brinda la oportunidad a personas mayores de quince años, para que todo adulto pueda alcanzar el conocimiento de la educación básica (primaria y secundaria). Propicia el autodidactismo, que el alumno se incorpore al estudio sin desatender sus actividades cotidianas; permite que adquiera conocimientos y desarrolle sus habilidades al ritmo que determine el uso de su tiempo libre; apoya con servicios de asesoría cuando son solicitados y requiere que el estudiante se registre en el sistema para acreditar sus conocimientos.

Los niveles de primaria y secundaria son dirigidos por el INEA y están organizados en tres partes o niveles que se concluyen al aprobar las materias de matemáticas, español, ciencias sociales y ciencias naturales, las cuales se pueden presentar de materia en materia, por nivel o en examen global general.

1.3 VENTAJAS DEL SISTEMA EN EL NIVEL BASICA

A partir de la conformación de la enseñanza abierta en México, diversas instituciones educativas: Universidad Nacional Autónoma de México, Colegio de Bachilleres, Instituto Politécnico Nacional, etc. han realizado diferentes experiencias que permitieron la formación de personal docente y administrativo especializado en la problemática y acciones de la enseñanza abierta. (SEP. 1982. p. 95).

Desde sus orígenes este sistema fue contemplado con las siguientes ventajas para el nivel básico: Brinda la oportunidad a personas mayores de quince años. Permite que todo adulto pueda alcanzar el conocimiento de la educación básica (primaria y secundaria). Propicia el autodidactismo. Los alumnos se incorporan al estudio sin desatender sus actividades cotidianas. Le permite que adquiera conocimientos y desarrolle habilidades al ritmo que determine el uso de su tiempo libre. Apoya con servicio de asesoría a quien lo requiere. El interesado únicamente debe inscribirse al sistema y acreditar los exámenes, al finalizar sus estudios serán debidamente avalados por la SEP.

1.4 ANTECEDENTES DEL SISTEMA DE PREPARATORIA ABIERTA

En el Centro para el estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE) fue creado por decreto presidencial el 31 de agosto de 1971, como un organismo federal descentralizado de interés público, con personalidad jurídica y patrimonial propios, que tiene como finalidades fundamentales:

a) Fomentar, planear, coordinar, controlar y difundir aquellas actividades que subsidien su plan, actualicen o mejoren la educación adquirida en las aulas.

b) Atender la demanda educacional cualitativa y cuantitativamente, a través de nuevos criterios que con base en el constante avance científico, tecnológico y cultural, tienden a desarrollar armónica y plenamente al individuo, para alcanzar la integración total de nuestra unidad nacional.

Por otra parte, la Dirección General de Acreditación y Certificación (DGAC) conforme al reglamento interior de la Secretaría de Educación Pública, entre otras facultades tiene la de proponer normas para la acreditación, registro y certificación de los conocimientos y aptitudes adquiridos a través de los sistemas educativos a cargo de la Secretaría, en coordinación con las entidades y dependencias competentes, así como difundirlas y verificar su cumplimiento.

Acreditar y certificar, en coordinación con las delegaciones y direcciones generales, así como con dependencias respectivas, los conocimientos

y aptitudes adquiridos a través de los sistemas educativos que opere la Secretaría, expidiendo, en su caso, los certificados, títulos o grados que procedan.

En 1973, se realizó un convenio entre el Instituto Tecnológico y de estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE), para elaborar entre ambas instituciones un paquete didáctico a nivel preparatoria, el cual fue aprobado como plan piloto en Monterrey, Nuevo León.

En enero de 1979 y a propuesta del Consejo Coordinador de Sistemas Abiertos, se reunió la Comisión de Bachillerato Abierto (actual Comisión de Educación Media Superior), para integrar un plan de trabajo tendiente a prestar el servicio de preparatoria abierta, modelo CEMPAE quedando como unidad responsable, la Dirección General de Acreditación y Certificación. (SEP. 1982. p. 47).

La Dirección General de Acreditación y Certificación diseñó el sistema de acreditación de conocimientos para la preparatoria abierta, con base en lo establecido en la Ley Federal de Educación, considerando las políticas de la descentralización administrativa de la Secretaría de Educación Pública. (SEP. 1982. p. 49).

La Ley Federal de Educación permitió establecer modalidades capaces de incrementar y superar la eficiencia en las tareas educativas. Este es el caso de los sistemas de enseñanza abierta, que pretenden romper con el concepto elitista de la educación y ampliar así las posibilidades de su oferta. Los sistemas abiertos persiguen la meta de superar las relaciones de dependencia existentes entre maestro-educando y programas-tiempo.

Una de las miras fundamentales de esta ley es extender los beneficios educativos a todos los sectores de la población concediendo prioridad a los que han carecido de ellos.

Los Sistemas Abiertos de Educación se basan en la tecnología educativa, entendiendo por tal, el conjunto de conocimientos científicos y técnicos, basados en investigaciones específicas, aplicado sistemáticamente al desarrollo y conducción de la educación. En ella confluyen ciencias como: la sociología, la economía, la cibernética, la matemática y otras, destacando entre

ellas tres disciplinas: la psicología, la teoría de la comunicación y la teoría de sistemas.

La preparatoria abierta, por ser un nivel medio superior consta de treinta y tres materias, las cuales están programadas en tres semestres de tronco común y tres del área de especialización. Dichas especialidades son Humanidades, Ciencias Administrativas y Sociales y Ciencias Físico Matemáticas. La programación de exámenes es mensual para que se presente de una a tres materias, dependiendo del grado de avance de los alumnos.

1.5 VENTAJAS DEL SISTEMA DE PREPARATORIA ABIERTA

Las ventajas de la Preparatoria Abierta son las siguientes: No se presenta examen de admisión. No existe límite de edad. Las materias afines del sistema escolarizado son revalidables en el abierto. El estudiante determina el tiempo en el que desea certificar sus estudios (terminarlos). No se requiere asistir a lugares específicos para estudiar. La inscripción al sistema y solicitud de exámenes se puede realizar en cualquier Delegación Política, Delegaciones Regionales, Centros de Trabajo e Instituciones reconocidas por la SEP. La certificación de los estudios al ser terminados, es expedida por la SEP, pudiendo continuar estudios superiores en cualquier Institución escolarizada.

Las ventajas son muchas, sin embargo, algunas se tornan en desventajas ya que si se considera que la mayoría de los estudiantes son adultos, que posiblemente han dejado de estudiar durante periodos prolongados, les será difícil iniciar o continuar estudios en forma autodidáctica. Por otra parte, al no existir límite de tiempo ni lugar específico para estudiar, pospondrán su certificación en forma indefinida o reabandonar los estudios, ya que no tienen presión de tiempo, requerimiento de asistencia ni la supervisión constante de un maestro.

1.6 OBJETIVOS DE LA PREPARATORIA ABIERTA

Los objetivos generales de la preparatoria abierta son: Propiciar el cumplimiento de las finalidades de la educación, de acuerdo con la filosofía social

derivada de la Constitución, la ley Federal de Educación y la ley Nacional de Educación para Adultos.

Favorecer el desarrollo integral de las personas en comunicación creadora con sus semejantes y con la naturaleza, a través de una formación humanística, científica, tecnológica y artística, que ayude al estudiante a afrontar las situaciones de la vida con seguridad en sí mismo.

Desarrollar la capacidad de razonamiento y análisis crítico del adulto, procurando que adquiera el hábito de evaluar su conducta individual y social.

Desarrollar en el adulto el interés y la capacidad para adquirir nuevos conocimientos, habilidades, actitudes o comportamiento, que facilite su desenvolvimiento como persona, sobre la base de la experiencia acumulada.

Ofrece los fundamentos de la formación general que dé al estudiante la posibilidad de continuar preparándose en otros niveles subsecuentes de educación.

Fomentar el autodidactismo desarrollando en el estudiante la capacidad de aprender a aprender, para que esté en posibilidades de participar mejor en su propia formación, considerada ésta como un proceso permanente a lo largo de su vida.

Otorgar certificados de igual validez que los de la modalidad escolarizada.

El CEMPAE desde que diseñó su modelo de enseñanza abierta, lo planeó para que fuera aplicable a los diversos niveles educativos con las debidas adaptaciones. En su estructuración intervino un equipo interdisciplinario de investigadores, primordialmente de las áreas de pedagogía, medios de comunicación social, psicología y sociología.

Este modelo puede definirse como el conjunto reorganizado de principios, métodos y recursos pedagógicos que aprovechando las experiencias educativas y el uso de los medios modernos de comunicación social, intenta que el individuo se desarrolle de manera autónoma, sin restricciones de asistencia o permanencia en

el aula, de conformidad tanto con sus intereses y aptitudes como con las demandas sociales de la etapa actual en el desarrollo del país.

1.7 CARACTERISTICAS DE ESTE MODELO DE ENSEÑANZA

Tiene objetivos conductuales de enseñanza-aprendizaje precisos. Reduce al mínimo las restricciones de tiempo, espacio y distancia que suele presentar la asistencia a las aulas. Es una forma de educación extraescolar que además de satisfacer en el usuario necesidades de tipo académico, puede contribuir también a generar cambios en el nivel socioeconómico. Respeta el ritmo individual del estudiante y propicia al mismo tiempo su participación en el trabajo de equipo. Estimula la autosuficiencia del estudio. Fomenta el interés por la investigación y auspicia hábitos permanentes de estudio. Permite la existencia del trabajador-estudiante y del estudiante-trabajador. Usa plenamente la capacidad instalada.

Para fines de equivalencia con la modalidad escolarizada, el plan de estudios se estructuró en semestres y tiene una duración promedio de tres años. Sin embargo, el estudiante puede, según sus posibilidades de tiempo, llevar una carga académica semestral parcial, o acelerar aun aprendizaje y reducir el tiempo indicado.

Este modelo de enseñanza contempla entre sus elementos la asesoría, cuya función esencial es poner al alcance de los estudiantes, individualmente o en grupo, los recursos necesarios para su aprendizaje útil.

Se requiere que los asesores sean capaces de resolver dificultades específicas en una área determinada del saber, y de proporcionar aportaciones que permitan la retroalimentación de los elementos académicos y administrativos del sistema.

Los estudiantes de la preparatoria abierta cuentan con asesores personales o de círculo de estudio, quienes generalmente son pasantes de licenciatura y especialistas en áreas específicas del conocimiento.

1.8 CAPACITACION Y DESARROLLO DE LA ESIQIE

Departamento de Capacitación y Desarrollo para el personal no docente de la ESIQIE del IPN está ubicado en el edificio número siete de la Unidad Profesional Zacatenco. Fue creado en 1984 para impartir cursos de capacitación y dar asesoría en el sistema de educación para adultos al personal no docente y sus familiares de la propia Escuela y del Instituto.

En la ESIQIE, se cumple el convenio SEP-IPN a través del Departamento de Capacitación y Desarrollo que dirige sus acciones en torno a las cláusulas mencionadas que coadyuvan a la superación académica del personal no docente y familiares. Además concreta las actividades propias para dar la capacitación en temas que los preparen para un mejor desempeño de su trabajo.

En apoyo a la capacitación se programan y solicitan al área central los instructores para que impartan cursos que cubran necesidades prioritarias y de actualidad en la ESIQIE; se promueven y difunden dichos cursos en las instalaciones de la Escuela y se inscribe a los interesados. Proporciona el local en el que se impartirá el curso y al finalizar éste el área central les proporciona a los participantes constancia de asistencia.

Para facilitar la labor del instructor en el departamento se dispone de los recursos materiales comúnmente requeridos: computadoras, retroproyectors, monitor con videocasetes, rotafolios, etc. o se solicitan a la dirección de la Escuela; esto es en relación con el tipo de curso y su duración. Entre los cursos de más actualidad están: Introducción a la Microcomputadora, Primeros Auxilios, Redacción, Ortografía, Actualización Secretarial, Expresión Oral, etc.

1.9 SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA EN LA ESIQIE

El interés del IPN porque el personal no docente tuviera estudios básicos y de medio superior, principalmente, fue el móvil para que se celebrara en 1987 un Convenio con la SEP, el cual ofrece los servicios de preparatoria abierta en las escuelas del IPN como derecho para los trabajadores no docente.

Las principales consideraciones de este convenio se basan en que la educación es un proceso que coadyuva al desarrollo del individuo y a la transformación de la sociedad, siendo factor determinante para la adquisición del conocimiento y para formar al hombre con un enfoque social.

A través de la educación, el individuo adquiere los conocimientos necesarios para su superación permanente, de tal manera que esté en condiciones de aspirar a niveles de vida más altos y a una participación más efectiva y constante en el proceso del desarrollo económico, social y político del país.

Las principales cláusulas a las que se comprometen ambas partes son:

a) Concertar acciones entre la SEP y el IPN para la colaboración conjunta en la operación del sistema de preparatoria abierta, con el fin de atender la demanda educativa que para dicho nivel exista entre el personal no docente que labora en el IPN, así como entre sus familiares.

b) Apoyar la promoción de la Preparatoria Abierta para el personal no docente del IPN y sus familiares con materiales informativos y motivacionales diseñados y reproducidos de acuerdo con las necesidades particulares, en la medida de sus disponibilidades presupuestales.

c) Orientar, capacitar y asesorar a los responsables de las unidades que ofrezcan el sistema de Preparatoria Abierta en la organización, la investigación de la demanda que requiera de los servicios y tramitación de estudios.

d) Acordar los ajustes a los calendarios de exámenes que se requieran. Recibir y revisar previo el pago correspondiente, la inscripción de exámenes de acuerdo a las normas establecidas. Entregar los resultados de exámenes en un plazo conveniente.

e) Emitir y entregar los certificados al personal no docente y sus familiares cuando estos cubran el plan de estudios vigente, participando para tal fin en la realización de ceremonias organizadas conjuntamente.

f) Programar el servicio social en apoyo a la preparatoria abierta y analizar los informes de avances y terminación.

El convenio fue signado por parte de la Secretaría de Educación Pública por los funcionarios que en ese entonces ocupaban la Subsecretaría de Planeación Educativa, la Oficialía Mayor y la Dirección General de Evaluación Educativa; por el Instituto Politécnico Nacional, el Director General. (SEP. 1986. pp. 4-5).

Los alumnos de la ESIQIE, que estén cursando del séptimo al noveno semestre sin adeudar materias deben realizar el servicio social reglamentario. Existe la posibilidad de que lo cumplan en el Departamento de Capacitación, que les ofrece las facilidades necesarias para que impartan asesorías en el sistema de Enseñanza Abierta.

La manera en que los alumnos se enteran de la posibilidad de prestar el servicio social en el Departamento, es principalmente a través de comunicados publicados en las instalaciones de la Escuela, en los que se les informa del requerimiento para servir como asesores de los alumnos de educación abierta.

Los interesados que acuden por información son entrevistados y se les da a conocer las actividades que deberán realizar, se le asigna un horario y calendario para cumplir con el tiempo reglamentario y se hace oficial a través de las cartas de compromiso y aceptación que se envían al Departamento de Servicio Social.

Una vez incorporados como asesores del Departamento, se les ayuda a tramitar la posible obtención de beca de estudio durante el servicio social. Además se les motiva para que asistan a los cursos de capacitación que los beneficia en su desarrollo profesional y personal.

Diversas son las acciones para la tramitación de estudios de educación abierta desde la matriculación hasta la certificación de estos. El Departamento a cargo realiza las siguientes actividades pública el calendario que envía el área central (Dirección de Recursos Humanos) para la presentación de exámenes tanto de nivel básico como medios superior, se realizan los pagos para el derecho a examen en el área central. Si es el caso, se da de alta a alumnos que inician. Se hace entrega de boletas con los resultados de los exámenes, en caso de concluir estudios de cualquier nivel se hace la tramitación, en el área central, para la certificación correspondiente.

Existe la vinculación entre el Departamento de Capacitación y Desarrollo de la ESIQIE y el Programa de Servicio Social de Educación para Todos (PROSSET) que a través del proyecto de actividades se le solicitan estudiantes de los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos (C.E.C.YT) del IPN para que funjan como asesores. Mediante la Dirección de PROSSET se les envía al curso propedéutico para capacitarlos como asesores.

También ha sido posible contar con el apoyo del personal docente y administrativo de esta Escuela, que de manera voluntaria imparten asesorías a alumnos del sistema abierto.

Para el presente trabajo se tomaron como base los datos obtenidos en 1990 y son los siguientes:

La población no docente en la ESIQIE era de alrededor de 405 empleados de los cuales 18 el nivel de licenciatura; 11 con preparación técnica; 65 con educación media superior; 47 han cursado una carrera comercial; 25 tienen carrera comercial con secundaria; 147 contaban con el nivel de secundaria y 81 con estudios de primaria.

Algunos son probables candidatos a obtener un grado superior del que ya tienen, además de los que estudiaron primaria y carrera comercial, sin embargo los que tienen edad avanzada es poco probable que continúen estudiando; en el mismo caso estarán los que tienen dos trabajos y las mujeres que rebasan los 35 años de edad, casadas y con hijos. Por esto, sería recomendable realizar un programa de comunicación persuasiva para que convenza a los posibles candidatos a interesarse por el sistema de enseñanza abierta.

CAPÍTULO 2. COMUNICACIÓN

Para Martín Serrano "La comunicación es una forma de interacción, supone la participación de al menos dos actores. Los actores ocupan posiciones distintas y en transcurso del proceso comunicativo desempeñan funciones diferentes." Estos actores pueden ser cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos, de su misma especie o de especies diferentes, recurriendo a la información. (Serrano. 1991. p. 13).

Para ilustrar esta definición veamos el siguiente ejemplo cuando un asesor de enseñanza abierta explica un concepto a un alumno que externó una duda se está estableciendo una interacción entre asesor y alumno, que son dos seres de la misma especie y que cumplen funciones y posiciones diferentes, además de recurrir a la información para poder establecer una interacción.

Continuando con Serrano explica que un ser vivo interactúa comunicativamente cuando su comportamiento muestra cada una de las siguientes características: Se sirven de la energía para la producción de señales y la modifican. Dicha materia puede ser su propio cuerpo, una cosa de la naturaleza, un objeto fabricado. (Serrano. 1991.p.14).

Siguiendo con nuestro ejemplo: el asesor y el alumno utilizan su cuerpo, parte de su cuerpo como su aparato fonológico, sus manos para desarrollar un trabajo expresivo donde usa una energía y esta materia la modifican al expresarse a través de un lenguaje que es común para los dos.

Este lenguaje, Serrano lo define como un ejemplo de "trabajo expresivo" que es un trabajo que consume energía y altera temporal o permanentemente la materia y es otra de las características que estamos analizando. (Ibidem. p. 15).

Además el asesor y el alumno utilizan las manos o expresiones faciales para enfatizar o apoyar sus expresiones y aquí es donde se observa el "trabajo expresivo".

Otra característica es la de ser capaz de obtener señales, que son variaciones en la emisión o recepción de energía por parte de la substancia expresiva. (Ibidem. pp. 17-18). Estas señales se transmiten a través de un canal determinado.

Quando hablamos con alguien el aire que pasa por los instrumentos fonológicos para la producción de señales sería el sonido y el canal empleado sería el aire. El asesor utiliza sonidos fonológicos mediante su boca y un alumno asesorado usa el oído como instrumento biológico de percepción.

Una última característica es la capacidad de representarse las cosas, los seres y las situaciones como objetos de referencia de la interacción comunicativa. Este objeto de referencia es aquello de lo que se comunica. (Ibidem. p. 20).

2.1 DIFERENCIA ENTRE COMUNICAR E INFORMAR

La comunicación como ya señalamos es una forma de comportamiento que se sirve de actos expresivos para lograr algo, cuando el logro tiene que alcanzarse en el marco de un sistema de interacción. (Ibidem. p. 45).

Dentro de este sistema de interacción cualquier persona que se presente, por ejemplo, frente a mí aunque no esta interactuando, me ofrece datos que me llevan a pensar acerca de su estado, su intención o su modo de ser. Esta información que procede de esta persona no la estoy captando por la vía de la comunicación sino a través de la vía de la observación. Así que lo que capto es información y de ninguna manera hay un proceso comunicativo.

Serrano afirma que: "En términos generales, en la comunicación se maneja información, pero no todas las informaciones se obtienen por vía comunicativa. Fuera de la comunicación se obtiene y maneja información, cuando se observa el entorno y lo que en él ocurre..." (Ibidem. p. 62)

En la comunicación se intercambian datos sobre las cosas, estos datos se obtienen de la información que proporcionan las señales obtenidas de las expresiones. Es decir la información está implícita en la interacción comunicativa. Todo acto de comunicación recurre a la información y su manejo es una capacidad que tiene el hombre desde temprana edad.

La información nos llega a través de la observación de las cosas, por la reflexión, por la práctica de las cosas y por las referencias que otros hacen de

las cosas .(Serrano. 1991.62) Es un orden del que dependen secuencias de señales que son distinguibles. Es en sí un sistema y no una serie de elementos aislados.

Informar es un sinonimo de introducir un orden en el flujo de señales, prepara el conjunto real de señales para que sobre él puede efectuarse una función. (Ibidem. p. 86).

El acumulo de información es lo que conforma los mensajes que usamos en la interacción comunicativa, esta información circula a través del canal que empleamos en la interacción.

La información se considera objetiva y significativa cuando los datos de referencia, además de confiables y explicativos son suficientes para servir a la praxis comunicativa. (Ibidem. p. 201).

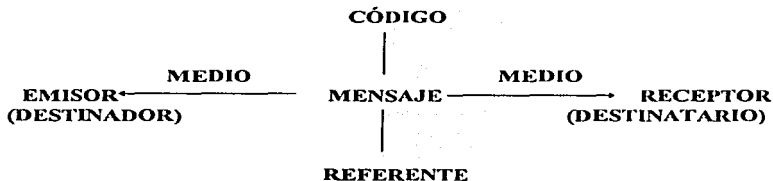
Por ejemplo: un alumno llega a un salón donde un profesor asesora a otro alumno, el primero observa detenidamente al profesor, esta acción lo lleva a recabar datos que posiblemente lo lleven a tener una idea de cómo es el profesor. En esta acción el alumno recibe información por la vía de la observación pero no por la vía comunicativa. Pero si el alumno se acerca e interrumpe pidiendo permiso para escuchar la explicación y a la vez participando, en este momento se puede establecer una interacción, en donde el alumno recibirá información por la vía comunicativa.

Al encender la radio para escuchar un programa de noticias, en este momento yo estoy recibiendo información, en este momento no se establece una interacción; en cambio si tomó el teléfono y establezco contacto con el locutor podría ya establecer una interacción comunicativa.

2.2 ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACION

De acuerdo a Pierre Guiraud al realizar un acto comunicativo este implica un objeto, una cosa de la que se habla o referentes, signos que tienen como función comunicar ideas por medio de mensajes; así como de un código (sistema de signos); un medio de transmisión y evidentemente un destinador y un destinatario. (Guiraud. 1983. p. 11)

Guiraud basa su análisis a través del modelo sugerido por Jakobson:



Nuestro trabajo tomará como punto de partida este esquema sugerido por Jakobson para definir cada uno de los elementos del proceso comunicativo, asimismo retomaremos cada elemento del proceso en base a Martín Serrano.

La interacción comunicativa supone la participación de dos o más actores de la comunicación: EMISOR y PERCEPTOR, cada uno con una función comunicativa diferenciada. Para ilustrar esto podemos observar a un asesor del Sistema de Enseñanza Abierta que al explicar algún tema es nuestro emisor; mientras que el alumno asesorado, que escucha, valora y utiliza la explicación y así como dice Serrano consume la comunicación, será nuestro perceptor.

El emisor vendría a ser la persona o personas físicas que a nombre propio o de una institución o representando a otras personas entra en interacción con otra u otras personas. (Serrano. 1991. p. 162)

Un profesor asesor recaba información adecuada a la materia que imparte, selecciona y estructura el mensaje que emitirá a los alumnos, esperando obtener los resultados positivos. Aquí el asesor desempeña la función de nuestro emisor.

El perceptor tiene similares funciones que el emisor, ya que también es la o las personas físicas que a nombre propio o de una institución recibe el mensaje, mismo que debe ser descodificado, reconstruir su sentido a partir de signos. Su atención medirá el interés del perceptor por el referente, objeto del

mensaje; ya que este perceptor puede aceptar o rechazar el mensaje. (Guiraud. 1983. p. 22). Decíamos que su función es similar a la del emisor, ya que el perceptor al dar una respuesta se convierte en un emisor y así sucesivamente.

MENSAJE. Es el producto del hombre en su afán de transmitir sus ideas, pensamientos, sentimientos a sus semejantes y que se expresa a través de signos. Es en sí el contenido fundamental de algo, es lo dicho en un texto, en un discurso, etc.

El mensaje designa una secuencia de señales que corresponden a unas reglas de combinación concretas y que un emisor transmite a un perceptor por el intermediario de un canal. (Dobois. 1979.p. 112).

Por ejemplo: para nuestro trabajo en la campaña de persuasión que realizaremos el emisor será el Departamento de Capacitación de la ESIQIE; el mensaje serán los textos de exhortación-invitación que emitiremos; nuestro perceptor serán todos los trabajadores que están en la situación de iniciar o culminar la primaria, secundaria y/o preparatoria.

No nos detendremos a analizar aquí nuestros mensajes, ya que esto se hará en un capítulo posterior, simplemente lo tocamos para ilustrar lo que sería el mensaje.

De acuerdo al modelo de comunicación sugerido por Jakobson el mensaje cumple diversas funciones que a continuación describimos:

FUNCIÓN REFERENCIAL. Es la base de todo el proceso comunicativo. Establece la relación entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. (Guiraud. 1983. p.12). Mediante esta función se capta el exterior, recoge el hecho de comunicación, es lo que en términos simples denominamos el "Ello".

En los mensajes que emitiremos en nuestra campaña hacemos referencias al Sistema de Enseñanza Abierta, que contemplan los niveles de primaria, secundaria y preparatoria.

FUNCIÓN EMOTIVA. Define la relación que existe entre el mensaje y el emisor. Aquí nosotros al hablar con otra persona no sólo nos referimos a algo de lo que hablamos, sino también externamos nuestros juicios

acerca de este objeto de referencia. Es decir, van implícitos nuestros pensamientos, formas de concebir la vida, sentimientos, etc. En este momento se cumple una función afectiva y subjetiva del mensaje. Informa acerca del que produce el mensaje, es el "Yo". (Ibidem. p.12).

Para este trabajo nuestra intención al enviar los mensajes persuasivos es que nuestros perceptores deseen incorporarse al Sistema de Enseñanza Abierta. Para lo cual en los mensajes irán implícitos nuestros puntos de vista acerca de este sistema, seguramente resaltaremos las ventajas que ofrece el mismo.

FUNCIÓN CONNOTATIVA. Define las relaciones que hay entre el mensaje y el perceptor, pues todo proceso comunicativo tiene como finalidad provocar una reacción en el perceptor. Este tipo de función se refleja mucho en los mensajes publicitarios. (Ibidem. p. 13).

Esta función será enfatizada en nuestros mensajes de comunicación persuasiva, ya que nuestro interés es el de persuadir a nuestro perceptor potencial para así aumentar nuestra matrícula en el Sistema de Enseñanza Abierta.

FUNCIÓN POÉTICA. Es la relación del mensaje consigo mismo. Es una función estética por excelencia, las artes y la literatura enfatizan mucho esta función.

FUNCIÓN FATICA. Se centra en el canal o en el contacto y define la relación entre el emisor y el canal empleado, que se tratará de abrirlo y mantenerlo, para darle continuidad a la comunicación, de tal forma que esta función espera transformar al destinatario en perceptor. (Gómez. 1984. p. 12).

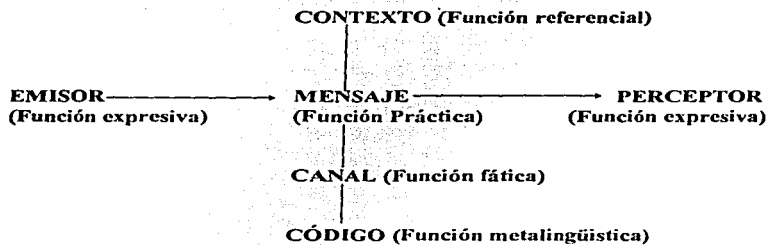
Esta función es muy manifiesta en una plática familiar, amorosa, en las ceremonias, en una aula de clases entre estudiantes y maestros, etc.

FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA. Define el sentido de los signos, en otras palabras, se centra en el código y pone en relación al mensaje con la lengua con los sistemas semióticos. Es evidente que cuando emitimos algún mensaje y deseamos una respuesta, debemos hacerlo utilizando un código común al de nuestro perceptor. (Gómez. 1984. pp. 12-13).

CANAL O MEDIO. Este elemento implica una sustancia del signo y un soporte o vehículo de esa sustancia como puede ser un libro, un cartel, un aparato radiofónico, una televisión, etc. (Guiraud. 1983. p. 22).

Para Martín Serrano el canal es un sistema tecnológico o biológico empleado para reproducir o difundir el mensaje. (Serrano. 1991. p. 75).

FUNCIONES DEL MENSAJE:



2.3 TIPOLOGÍA DE LOS SIGNOS

Como señalamos al principio el hombre al interactuar con los demás, lo hace usando varias formas: gestos, sonidos, escritura, señales, etc. En cada una de estas formas tratamos con lo que denominamos como "signo", que deben ser ordenados en un sistema que a su vez llamamos lenguaje.

Claro esta que todas estas formas de comunicación están previamente convenidas, y es como este tipo de lenguajes son signos que se refieren a algún objeto.

Pero qué es un signo, Adam Schaff dice que en el proceso comunicativo el signo tiene el mismo significado para las personas que se comunican y que en dicho proceso se transmiten significados por medio de signos. (Schaff. 1969. p. 164).

En este proceso existen un sinnúmero de fenómenos, objetos, sucesos naturales, que forman parte de un proceso social y que denominamos signos, por ejemplo la mayoría de la gente que al observar el cielo nublado y escuchar truenos, entiende que es un signo de que está próximo a llover. Este fenómeno natural tiene un significado para un gran número de personas y es el mismo para ellas.

Schaff define a este tipo de signos como SIGNOS NATURALES que se manifiestan independientemente de toda actividad humana deliberada y posteriormente son interpretados por el hombre como signos de algo. (Ibidem. p. 170).

Por otro lado existen aquellos signos producto de la actividad social y que produce el hombre para que funcionen como signos, estos los denomina SIGNOS ARTIFICIALES. (Ibidem. p. 170.) Por ejemplo: los conductores de automóviles saben que un disco con una "E" y una línea diagonal sobre la letra representa que no es posible estacionar el auto en su lugar. Esto fue un producto social originado por el hombre y que ahora se usa como un signo, que los conductores e incluso los peatones entendemos que significa "No estacionarse".

Estos signos pueden ser verbales en alguna forma y otros signos vienen a sustituir a estos signos verbales. Los signos se relacionan con las

personas que se comunican de un modo definido, de tal forma que todo objeto material, la propiedad del objeto, o un acontecimiento material se convierte en un signo cuando en el proceso de la comunicación sirve, dentro de la estructura de un lenguaje adoptado por las personas que se comunican, a propósito de transmitir ciertos pensamientos concernientes a la realidad, es decir, relativas al mundo exterior o experiencias internas de cualquiera de los participantes en el proceso de comunicación. (Ibidem. p. 180).

En base a lo anterior podemos resumir que los signos se dividen en: Naturales y Artificiales; a su vez los artificiales se dividen en verbales y otros signos.

Los signos verbales en su gran mayoría son convencionales, o sea, producidos por acuerdo entre los hombres para establecer comunicación; los más conocidos son las palabras.

Los signos artificiales sustituyen a un objeto, a un estado de cosas, a hechos y evocan en la mente del hombre ideas, imágenes y pensamientos. Su función consiste en influir directamente sobre el comportamiento humano y los conocemos con el nombre de SEÑALES, el ejemplo más citado es el semáforo; al encenderse la luz roja es común entender que debo detener el auto, o si voy caminando entiendo que es peligroso cruzar la calle cuando el semáforo esta en verde. La señal es un signo que evoca una acción, la modifica o simplemente el receptor puede desistir de hacer algo. Su significado es arbitrario, establecido por convenio. (Ibidem. pp. 186-187).

Por otro lado, tenemos también los SIGNOS SUSTITUTIVOS que definimos como signos de algo, representan un objeto, estados de cosas o acontecimientos, por virtud de su semejanza o de convenio, como los ICONOS que son toda clase de imágenes y de afigies (dibujos, pinturas, fotografías, esculturas, etc.). (Ibidem. p. 189).

Otro tipo signos son los que cuando una representación material sustituye a una noción abstracta y son denominados SÍMBOLOS, también son convenidos, por ejemplo: un corazón rojo simboliza el amor; una paloma blanca se usa como sustituto del concepto abstracto de la paz, etc.

2.4 FORMAS DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Es el proceso en el cual dos personas se transmiten un mensaje evocando en común un significado. Se caracteriza por ser directa, recíproca, informal y privada. Es directa porque no hay un medio que impida una rápida respuesta. Es recíproca ya que hay un mensaje enviado por un emisor, pero también hay una respuesta del receptor que se convierte en emisor. Es informal porque se presenta de manera espontánea y es privada pues sólo lo escuchan los involucrados en el proceso comunicativo. Como ejemplo podemos citar la conversación entre dos vecinos al saludarse, un jefe y una secretaria al comentar un trabajo; un asesor y un estudiante al resolver una duda, etc.

Su proceso comienza en una parte superficial y se puede hacer cada vez más completo en función de necesidades, expectativas y tiempo. Este tipo de comunicación es la forma más efectiva y persistente de comunicación. (Scott. 1985. p. 72).

Para este trabajo además de emplear la comunicación persuasiva utilizamos como reforzamiento la comunicación interpersonal, conversando con las personas que representan nuestros receptores potenciales de la campaña.

COMUNICACIÓN GRUPAL

Esta forma de comunicación tiene como característica que el proceso se efectúa por más de dos personas que se transmiten mensajes y evocan significados entre sí, al igual que la comunicación interpersonal también es directa, informal, recíproca y privada. Podemos ilustrarla con una junta entre funcionarios de una empresa, una reunión entre varios miembros de una familia, entre un grupo de alumnos, etc.

COMUNICACIÓN MASIVA

Es el proceso en donde un solo comunicador o institución difunde mensajes a un público numeroso y disperso a través de medios tecnológicos

diseñados por el hombre como: un periódico, un vídeo, la televisión, el cine, la radio, un anuncio publicitario, etc. (Montaner. 1993. p. 114).

En esta forma de comunicación se expresa por lo general el punto de vista del emisor (individuo o institución) sobre alguna cuestión de carácter relevante en el marco de una sociedad. En este tipo de comunicación se espera que los mensajes incidan en la opinión pública para que tome postura ante la realidad y que en lo posible modifique su conducta en la dirección que se le propone. (Montaner. 1993. p. 119)

Las características de esta forma de comunicación son: ser indirectas, porque hay un medio colectivo de comunicación (radio, cine, prensa, televisión, etc.) que se interpone entre el emisor y el receptor. Es una comunicación unilateral ya que no es un ciclo continuo de mensaje-respuesta-mensaje, como en la comunicación interpersonal, sino que el emisor envía el mensaje y después de un tiempo determinado se conocerá la respuesta. Es pública por que el mensaje es escuchado por una multitud de receptores que reciben el mismo mensaje en el mismo momento. Es formal porque el mensaje que se va a comunicar, de antemano se elabora y se transmite sin ninguna modificación, de esta manera perdura y la respuesta será a largo plazo. Como ejemplo tenemos un anuncio publicitario difundido por televisión o radio.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional es un proceso que ocurre entre los miembros de una colectividad social en una actividad dinámica, por ejemplo: la que se efectúa dentro de una organización como el Instituto Politécnico Nacional; una empresa como TELEVISIA; una escuela como la ESIQIE; un sindicato, etc. (Fernández. 1988. p. 114).

De acuerdo a Goldhaber la comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado e influencia al medio ambiente. (Goldhaber. 1977. p. 23).

Implica mensajes, un flujo, un propósito, su dirección, un medio, así como personas, contemplando sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y sus habilidades.

En este tipo de comunicación Goldhaber habla de que contempla redes de comunicación, que son útiles para el buen funcionamiento de la organización. Estas redes pueden ser formales e informales. Las formales son aquellas en las que el mensaje fluye siguiendo los caminos oficiales dictados por la jerarquía de la Institución. (Goldhaber. 1977. p. 131).

Por ejemplo, en el caso de una Institución educativa como es la ESIQIE, donde efectuamos el trabajo, este tipo de redes son los oficios, circulares, avisos, gacetas, etc.

Por otro lado, tenemos las redes de comunicación informales y que los teóricos denominan como "Grapevine" que es comunicación que no sigue las vías oficiales y a través de las cuales los mensajes llegan de manera más rápida, alcanzando de un 70 a un 80% de exactitud, contienen más información aunque existe el inconveniente de que incluye información incorrecta o falsa. (Ibidem. pp. 141-142).

Esto lo ilustramos con los clásicos rumores, por ejemplo en la Institución objeto de nuestro trabajo, cuando se aproxima una mejora salarial mucho antes de que se anuncie oficialmente, los trabajadores esperan con ansia el pago.

En otro aspecto, Fernández nos resume acerca de las teorías clásicas de organización, la clásica describe una comunicación de tipo vertical debido a que el flujo de información es descendente. Se caracteriza por favorecer estructuras piramidales en las organizaciones altamente diferenciadas, por restringir la interacción entre los miembros de la organización por procesos de centralización de control, por la proliferación de reglas y reglamentos y una orientación hacia la motivación de los empleados basada en el temor y la necesidad económica. (Fernández. 1988. p. 117).

De esto no nos detendremos más, ya que cuando empecemos a desarrollar nuestro trabajo analizaremos la situación de la Institución con respecto a la comunicación organizacional.

Finalmente, la teoría Humanista de la Organización supone que debe existir una mayor confianza del superior y del subordinado en la comunicación, una participación en la toma de decisiones; una apertura de comunicación ascendente, descendente y horizontal en la organización, una mejor

retroalimentación, flujo libre de comunicación por varios canales y tiene como intención un desarrollo y autoactualización de los trabajadores. (Fernández. 1988. p. 119)

Con esto dimos en términos generales una idea de formas de comunicación, aunque falto tratar lo relacionado con la comunicación persuasiva, que dejaremos para tratar en el próximo capítulo, asimismo en el desarrollo del trabajo de manera práctica analizaremos la Institución objeto de estudio para conocer la aplicación de la comunicación interpersonal, grupal, organizacional y persuasiva.

CAPITULO 3 COMUNICACIÓN PERSUASIVA Y MOTIVACIÓN

3.1 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA

El diccionario define la persuasión de dos maneras: en un sentido significa convencer a una persona para que haga algo, en otro, significa inducir a creer. Estas dos definiciones, la primera conductual y la segunda cognoscitiva, representan en esencia las posiciones teóricas más importantes que los psicólogos han elaborado en este asunto.

La comunicación persuasiva es definida por Bettinghaus, como la intención consciente de un individuo por cambiar la conducta de otro individuo o grupos de individuos a través del uso de algún mensaje. (Fernández. 1988. p. 227).

Cuando intentamos persuadir a alguien nos esforzamos por alterar sus creencias o actitudes; y casi siempre esperamos verlos recompensados mediante algún cambio en su conducta. (Albert. 1985. p. 197)

La capacidad de influir sobre las personas de modo que acepten voluntariamente la persuasión, es rasgo característico de los líderes. La mayoría de las pláticas, discursos o el simple diálogo de dos personas que genere opiniones, consejos o recomendaciones, tratando de encausar a otros para que actúen de manera específica, es una comunicación persuasiva. De esta forma el padre con el hijo o el maestro con el alumno intenta lograr un cambio de conducta positivo en la educación y aprendizaje del educando.

La persuasión involucra cambios en el comportamiento, que se logran mediante la comunicación. Debido a que la comunicación esta presente en casi todos los tipos de intercambio interpersonal, la persuasión se convierte en un aspecto bilateral de conducta social.

La comunicación social proporciona los verdaderos cimientos de nuestra conductas; formas características de comer, gesticular y hablar son todas producto de la comunicación humana. No obstante en muy pocas ocasiones analizamos el proceso por el cual ocurre tal aprendizaje.

3.2 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA

La comunicación es un proceso en dos direcciones, que requiere de una persona capaz de despertar un tipo de conducta en otra. Sin embargo, puede no haber comunicación aunque se esté hablando o gesticulando, ésta se logra en la medida en que una fuente ejerce algún control sobre la conducta de un receptor y se ve influenciada por la respuesta de ese receptor. Cada comunicante logra así alguna medida de control sobre el otro. (Silverstein. 1985. p. 198)

No toda la comunicación es verbal, una sonrisa, levantar una ceja o elevar una mano, pueden servir como medios efectivos con los que una persona se comunica con otra, si el gesto provoca una respuesta, la comunicación se ha llevado a cabo; y si no es así, no ha habido comunicación. La evaluación del efecto de la persuasión se observa cuando el receptor logra la meta que de manera implícita o explícita estaba circunscrita en la comunicación. Una comunicación es altamente persuasiva si con una vez que se realiza es suficiente para que el receptor quede motivado con algún cambio en su conducta.

El proceso de comunicación interpersonal exige percepción y lenguaje de parte del emisor como del receptor, sus efectos interactivos se centra primeramente en la retroalimentación. Este proceso perceptivo depende en gran medida de los sentidos para obtener datos básicos.

Las palabras tienen significado en el sentido en que admiten una relación funcional con otras. Si un oyente va a responder de manera apropiada en términos del significado, debe estar influenciado no sólo por el desempeño verbal del orador si no también por las variables de situaciones que han controlado la conducta del orador.

La palabra comunicación puede utilizarse, no necesariamente, para implicar intercambio de ideas si no para designar un patrón particular de interacciones conductuales. Lo que distingue a la persuasión de las otras formas de comunicación es el hincapié que se hace en la conducta del receptor, como ésta se refleja en el comunicador y a la vez la modifica. (Silverstein. 1985. p. 199).

Las actitudes se han considerado tradicionalmente como percepciones. El término actitud en un sentido estrictamente conductual cubre no

sólo un hecho único sino un amplio rasgo de conductas bajo el control de los estímulos de una clase en particular.

La palabra transmite una función de todos los estímulos que provocaron su uso, y sus efectos en el oyente serán parcialmente una función de estas mismas variables. Las actitudes sociales se adquieren mediante un control positivo o a través de un control negativo.

Desde la óptica de la conducta, la persuasión puede reconocerse al surgir una situación en donde las acciones de una persona son: a) de rechazo hacia el otro, o b) no reforzadas por el otro. Por tanto, un padre puede encontrar ciertas conductas (verbales y diferentes) de su hijo, en las áreas de sexo, drogas o política, que sean opuestas a las suyas o simplemente descubrir que sus propias ideas sobre aspectos sociales no son imitadas por sus descendientes; ellos no lo refuerzan cuando expresan sus actitudes acerca de estos asuntos. Entonces el puede tratar de cambiar su conducta mediante la exhortación que incluye el uso de incentivos, amenazas o ambos. (Silverstein. 1985. p. 199)

Siguiendo con este concurso de ideas el proceso de comunicación y aprendizaje en el Departamento de Capacitación de la ESQIE finca una buena parte de sus metas en la comunicación persuasiva. El asesor tiene que persuadir al estudiante para que aprenda e incluso sea autodidacta.

La comunicación persuasiva incompleta conduce a una discrepancia de actitudes que se manifiestan en la conducta. El hecho de que dos personas están haciendo o diciendo diferentes cosas se le denomina desequilibrio o incongruencia cognoscitiva. La comunicación persuasiva incompleta conduce a una discrepancia de actitudes que se manifiestan en la conducta. Si uno de los participantes se compromete ahora en una argumentación diseñada para hacer que la conducta de la otra persona esté más de acuerdo con la suya, decimos que se esta comprometiendo en una persuasión. Considerando a uno de estos como estudiante del SEA y al otro como el asesor, el segundo trata de persuadir a que estudie y aprenda. (Silverstein. 1985. p. 205).

En este proceso no existe la necesidad de analizar las intenciones o motivación del persuasor, es suficiente con decir que la situación lo ha impulsado a comprometerse en un tipo de realización verbal que en el pasado ha tenido el éxito para reducir el tipo de discrepancia en la conducta, que él confronta ahora. Una manera de evitar mayor oposición es efectuar un cambio en el repertorio

verbal en el otro individuo, de tal forma que se haga más parecido al propio. Esto se observa en la comunicación entre asesores y alumnos del SEA con resistencia u oposición al sistema, que ocurre principalmente en alumnos que recién ingresan con asesores experimentados o bien asesores nuevos con alumnos experimentados.

En cambio el repertorio verbal se refleja de acuerdo al ambiente, pues no es el mismo el de un grupo de jóvenes reunidos en una fiesta, que los mismos en el salón de clases. El control negativo, o el uso de amenazas y castigos, empleados por los padres o profesores con poca ética es más factible que engendre resentimientos y conducta de escape. Estas interacciones diferentes entre gente joven, padres y grupos semejantes de jóvenes ilustran en una forma muy real algunos de los aspectos de la persuasión. (Silverstein. 1985. p. 206).

El proceso de persuasión, por supuesto, no es tan sencillo como lo puede indicar esta exposición; pues la contingencia que lo refuerza y las actitudes de uno son, generalmente, más poderosas que las que pueden ser aplicadas por el otro. La frecuente ineficacia de la argumentación persuasiva puede ser muy confusa, especialmente cuando cada protagonista ha proporcionado al otro información lógica y verdadera que parece inevitable. Sin embargo, existe información que demuestra que la correlación entre la retención de nueva información y el cambio de actitud es insignificante.

La información de una fuente "no confiable" tiende a producir poca alteración en la conducta de una persona, porque tal información evoca argumentos contrarios en el receptor. Dichos argumentos en contra no pueden ser rebatidos por un mensaje impreso o transmitido, por lo tanto, las opiniones del receptor están autoreforzadas por la creencia de que él ha contraatacado con éxito las opiniones de un oponente. Al mismo tiempo parece existir un fuerte hábito a no responder de manera diferente a algo de la información más importante que proviene de una fuente no confiable. De aquí se puede deducir que los medios de información confiables puede persuadir al receptor. Una información dirigida a despertar las emociones puede ser el impacto de un argumento persuasivo que influencia al público. (Silverstein. 1985. p. 207)

Sin embargo, se afirma que las palabras que tienen relación con las actitudes y creencias provocan una reacción autónoma o emocional en el oyente. La exposición a material de actitudes contrarias es más apropiada para provocar una reacción emocional que la exposición a mensaje de apoyo. Tanto como las

comunicaciones positivas como las negativas, sin embargo, parecen evocar una reacción más emocional que el material neutral.

La credibilidad del comunicador puede apreciarse según dos componentes básicos: la habilidad y la veracidad. El comunicador experto es a quien el oyente o espectador, perciben como poseedor del conocimiento veraz y autorizado del tema. Un comunicador digno de confianza es aquel que es considerado incapaz de tener propósitos ulteriores o para beneficio propio. La mayor eficiencia de un comunicador confiable en oposición a uno que lo es menos, está razonablemente bien establecido.

La disonancia se presenta en dos formas: menospreciando al comunicador de manera que sus argumentos se interpreten inaceptables; o haciendo que nuestra actitud este más de acuerdo con la opinión a la que acaba de ser expuesto. El menosprecio del comunicador es difícil de lograr cuando se considera tanto experto como digno de confianza. Para reducir la disonancia se busca un cambio en la actitud del receptor de manera que se haga más consistente con la del comunicador.

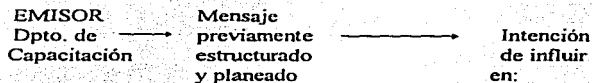
La opinión alternativa de por qué la persuasión se logra con mayor frecuencia a través de una fuente verosímil y confiable, puede determinarse en términos de incentivos. Algunas veces es difícil saber qué es lo que refuerza a un individuo que es inducido a aceptar una opinión con la que está en desacuerdo. Inicialmente, la experiencia de escuchar tal argumentación probablemente pueda causarle cierta aversión. Para poder justificar el hecho de que sus actitudes, algunas veces, cambian de manera que se hacen más consistentes con las que defiende otra persona, debemos asumir que el comunicador le ofrece algún incentivo, ya sea explícito o implícito, para modificar su posición. Un incentivo podría surgir del hecho de que el acuerdo con fuentes verosímiles, en el pasado ha sido positivamente reforzado (por ejemplo mediante la aprobación social). (Silverstein, 1985. p. 209).

Alternativamente, uno podría, al estar de acuerdo con un comunicador influyente, evitar ciertas circunstancias negativas del no estar de acuerdo (por ejemplo: ser despedido de su trabajo, perder un amigo, sufrir desprecio o sentirse ridículo). La conducta adquirida o mantenida, por medio de la anulación, de las consecuencias negativas, se dice que está negativamente reforzada. El mérito de esta interpretación particular es que considera los incentivos y los refuerzos como factores que pueden identificarse en el medio

ambiente. No necesitan ser tangibles, como en el caso de la aprobación social, pero pueden observarse. (Silverstein. 1985. p. 209).

Alternativamente, uno podría, al estar de acuerdo con un comunicador influyente, evitar ciertas circunstancias negativas del no estar de acuerdo (por ejemplo: ser despedido de su trabajo, perder un amigo, sufrir desprecio o sentirse ridículo). La conducta adquirida o mantenida, por medio de la anulación, de las consecuencias negativas, se dice que está negativamente reforzada. El mérito de esta interpretación particular es que considera los incentivos y los refuerzos como factores que pueden identificarse en el medio ambiente. No necesitan ser tangibles, como en el caso de la aprobación social, pero pueden observarse. (Silverstein. 1985. p. 209).

En este trabajo el proceso persuasivo empleado puede representarse de la siguiente forma:



CREENCIAS. Cambiar la idea de que ya no es necesario estudiar

OPINIONES. Hacerles ver la bondad del sistema de enseñanza abierta.

VALORES. Formarlos en el personal de la ESQIE

↓
SE ESPERO LA MODIFICACIÓN DE
SU CONDUCTA

↓
EN LA MAYORÍA SE APRECIO UNA
RESISTENCIA AL CAMBIO

3.3 EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA APLICADA AL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

La efectividad de la comunicación persuasiva aplicada en el Sistema de Enseñanza Abierta se ha observado en la medida que se cumplan los siguientes criterios:

1.- Establecer con claridad los objetivos del sistema.

Obtener calificaciones aprobatorias en las materias que reglamentariamente deban cursar en el mínimo de tiempo con mayor aprovechamiento.

Para el logro de este objetivo se orienta a los alumnos a través de los asesores en la programación y preparación de los exámenes, persuadiéndolos para que sean autodidactas.

Por parte de la coordinación se provee del local para las reuniones de los asesores con los alumnos, el material didáctico y los requerimientos administrativos propios del sistema como: formas de inscripción al sistema y a los exámenes, matriculación, etc.

La infraestructura en la que se ubica el Departamento de Capacitación y Desarrollo se encuentra en la Escuela Superior de Ingeniería Química e Industrias Extractivas de la Unidad Profesional de Zacatenco, que por reglamento debe ofrecer las facilidades de superación del personal no docente y sus familiares.

2.- Definir un programa de actividades para el logro de los objetivos.

El grupo de asesores esta conformado con los alumnos de esta institución u otras de índole similar en la cual deban cumplir con la prestación de servicio social, para el cumplimiento de ésta deben establecer un programa bajo el cual asistan a asesorar a los estudiantes del SEA hasta cumplir un número definido de horas para liberar el servicio social.

La coordinación define el programa de actividades según las necesidades del Departamento de Capacitación y Desarrollo, para que tanto asesores como asesorados lleven a buen termino sus metas.

El papel persuasivo de la coordinación consiste en que asesores como alumnos cumplan el programa, de lo contrario el sistema no funciona adecuadamente. A cada asesor se le asigna un número determinado de alumnos por materia, con los que se reúne una hora diaria para disipar dudas y recibir orientación sobre los temas en los que encuentren mayor dificultad.

Los asesores no tienen necesidad de marcar una tarjeta de entrada o registrar su estancia en el Departamento para desarrollar las actividades encomendadas. En este aspecto la comunicación verbal es muy importante pues al sentir el asesor-alumno que es digno de confianza llega a prestar sus actividades-estudio en forma puntual y voluntaria, con la suficiente motivación para involucrarse más allá de un simple servicio social.

3.4 MOTIVACIÓN

Robert Bolles define la motivación como un factor o fuerza que ayuda a explicar la conducta, que es derivada de sus propios procesos mentales. (Bolles. 1972. p. 13).

Robbins la define como el deseo de hacer un esfuerzo para alcanzar una o varias metas, y satisfacer alguna necesidad individual. Si el individuo está motivado, pondrá todo su empeño realizar alguna actividad. (Robbins. 1987. p. 123).

Esto se encuentra estrechamente ligado con la comunicación persuasiva, que tratamos anteriormente, ya que la conducta del hombre esta controlada por los estímulos sociales del medio ambiente, es un proceso de los resultados captados por su mente.

B. F. Skinner señala que la comunicación persuasiva no es una manipulación autoritaria o engañosa de la conducta de una persona por otra, sino más bien el simple hecho de que la conducta de todos está controlada por los estímulos sociales del medio ambiente de una forma u otra. (Silverstein. 1985. p. 197)

La psicología se dedica al estudio, no solamente de lo que la gente hace sino por qué lo hace. Este por qué de un acto humano cualquiera se llama "motivo". El ajuste particular que una persona hace para satisfacer un motivo depende de varios factores: grado de madurez, condición física y especialmente, de experiencias o aprendizaje previos.

A continuación exponemos algunas de las teorías que explican la motivación:

TEORÍA CLÁSICA DE LA JERARQUÍA DE NECESIDADES

Para Maslow en cada ser humano existe una jerarquía de cinco necesidades: a) fisiológicas, se manifiesta a través del hambre, sed, vivienda, sexo y otras necesidades corporales. b) necesidades de seguridad, protección contra daños físicos y emocionales. c) necesidades de amor, afecto, pertenencia, aceptación y amistad. d) necesidades de estima, respeto de sí mismo, autonomía y logro, estatus, reconocimiento y atención. e) necesidades de autorrealización. (Robbins. 1987. pp. 124-125)

TEORÍA ERG

Esta teoría es más contemporánea y Clayton Alderfer afirma que hay tres grupos de necesidades primordiales: existencia, relación y crecimiento. (Robbins. 1987. p. 130)

TEORÍA DE LAS TRES NECESIDADES

David McClelland propone que el hombre tiene tres necesidades: a) logro, impulso a sobresalir. b) necesidad de poder. c) necesidad de afiliación, deseo de establecer relaciones interpersonales amistosas y estrechas. (Robbins. 1987. p. 131)

TEORÍA DE LAS EXPECTATIVAS

En la actualidad la explicación de motivación que goza de mayor aceptación es esta teoría que establece que la fuerza de una tendencia para actuar en cierta forma depende de la fuerza de la expectativa de que el acto se acompañará de cierto resultado y de la atracción que este último tiene para el individuo. Incluye tres variables: atracción, importancia que el individuo concede a un resultado o promedio que pueda conseguir en el trabajo. b) nexo entre desempeño y premio. c) nexo entre esfuerzo y desempeño.

3.5 PROCESO DE APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje consiste en las formas en que modificamos nuestros reflejos, según nos afectan los estímulos. Algunas sensaciones proceden de estímulos dentro del cuerpo, expresan nuestra necesidad física de aire, agua, alimento, calor y sueño y nuestras necesidades emotivas de seguridad, satisfacción y compañía. Otras sensaciones proceden de estímulos en el mundo exterior de cosas y personas; comunican cambios en condiciones materiales, de espacio, climáticas, tanto como personales, sociales, comerciales y políticas.

Los estímulos provocan cambios de comportamiento que llamamos reflejos. La especie, la estructura, el estado orgánico y las experiencias pasadas de un organismo determina si habrá o no reflejos a un estímulo dado. Los reflejos pueden ser también glandulares como cuando derramamos lágrimas en momentos de tristeza o segregamos saliva cuando tenemos hambre. Todo estímulo capaz de llegar al cerebro causa, en una forma u otra, reflejos. El comportamiento por entero de los organismos vivos consiste en la producción de reflejos debidos a estímulos. Muchos de estos, en nuestros mundos interior y exterior amenazan perturbar la propia estimación, la felicidad o la seguridad. El proceso, en virtud del cual llegamos a la producción de reflejos que contrarrestan o dominan los estímulos amenazantes se llama aprendizaje.

De lo dicho anteriormente se desprende, que el ajuste particular que una persona hace para satisfacer un motivo depende de varios factores: grado de madurez, condición física y especialmente de experiencias o aprendizajes previos.

Los impulsos básicos o de subsistencia, incluso los que demandan aire, agua, alimento, calor y otros por el estilo son provocados por requisitos corporales; son expresados por estímulos dentro del cuerpo. Estos crean originalmente actividad general, solamente después de aprender, es que cada tipo distinto de estímulo da lugar a hábitos particulares y adecuados de reflejos.

El aprendizaje modifica de dos formas el comportamiento motivado. Primero, el individuo aprende hábitos particulares de reflejo que tiende a satisfacer los motivos. Segundo, el aprendizaje tiene sobre los motivos un cambio en el estímulo que lo provocará, por ejemplo al principio solamente la necesidad de comer hará que una persona desee comer. Cada impulso, procede al estímulo desde adentro (como en hambre) o proceda desde afuera (como en dolor), genera reflejos que continúan hasta que el estímulo es reprimido. (Sperry. 1978. p. 147).

Hay otro grupo de impulsos que tiene estímulos atractivos, estos no sólo indican la ausencia de molestias sino que dan placer por su propio derecho. Incluyen objetos brillantes, gustos agradables, aromas floridos y palmaditas suaves en la piel. A diferencia de sus opuestos - sabores agrios, peste y picazón intensa - que provocan reflejos de retraimiento, estos estímulos agradables despiertan reflejos de acercamiento. Las tendencias de comportamiento activado por estos estímulos se considera que son el resultado de la motivación positiva.

Por medio del aprendizaje, los motivos positivos y negativos se hacen recíprocos. Evitar un estímulo es casi siempre acercarse a otro. El hambre, por ejemplo, se convierte no sólo en impulso para reducir la angustia de un estómago vacío sino en motivos para disfrutar el sabor de los alimentos. Después de un tiempo, la ausencia de una satisfacción acostumbrada puede resultar un fastidio, provocando un comportamiento fuertemente motivado. Un ejemplo de este caso es el que ocurre con fumar cigarrillo; empieza el hábito, generalmente, en virtud de una variedad de motivaciones, inclusive imitación, deseo de aceptación social, sensación interior de inferioridad y otros motivos numerosos. Sin embargo, después fumar se hace un hábito fijo, la abstinencia se convierte en algo más que un simple fastidio. (Sperry. 1978. p.148).

Al pasar de la infancia a la adolescencia y de aquí a la edad adulta, nuestro comportamiento se hace crecientemente complejo.

Los motivos más fundamentales son aquellos que parten de nuestra fisiología y química corporal. Las fuerzas corporales que activan tanto a niños como a adultos, aunque en forma distinta se llaman impulsos. Las fuerzas corporales son estímulos internos persistentes que demandan atención. Por definición, los impulsos son estímulos persistentes, generalmente de origen fisiológico que demandan un reflejo ajustador.

Se habla de impulso para salir adelante y de motivo para triunfar. Definición de ambos, mientras el impulso actúa como el estímulo, el motivo es la tendencia a actuar, iniciada por un impulso y completada con un ajuste, se dice que éste satisface al motivo.

Sensación, es el acto de recepción de un estímulo por un órgano sensorio. Percepción es el acto de interpretación de un estímulo, recibido por el cerebro por medio de uno o más mecanismos sensorios. A cualquier edad, la acumulación de experiencias sensorias de toda una vida va a formar parte de nuestras percepciones. La percepción representa la comprensión de una situación presente sobre la base de experiencias pasadas. Por lo tanto, lo que percibimos en un momento dado depende no solamente de la naturaleza del estímulo existente, sino también de los antecedentes que le afectan; nuestras propias experiencias sensorias pasadas, nuestros sentimientos del momento, nuestros juicios, deseos, actitudes y fines generales.

La forma en que percibimos una situación actual está inevitablemente relacionada con alguna experiencia sensorial previa. Si tal experiencia ocurrió con frecuencia, nuestra reacción se convierte en hábito. Probablemente el noventa por ciento de nuestras experiencias sensorias diarias son percibidas de manera habitual por estar basadas en la repetición de experiencias previas.

Los sentimientos y las emociones influyen en la capacidad personal para percibir con objetividad o precisión; tal precisión juega un papel esencial en la conformación de nuestra general adaptación.

El profesor Laurence Shaffer, por ejemplo, agrupó los motivos de dominio, aceptación social y conformidad; así como los motivos de subsistencia y sexuales. La gente muestra marcada tendencia a dominar sus cuerpos, su medio ambiente y hasta a sus semejantes, gusta de ser aceptada según su propio juicio y el de los demás. Se siente también motivada a conformarse con las ideas de sus padres y de sus superiores en cuanto a lo que es correcto, tradicional, justo y

apropiado; relacionado cada uno de estos motivos está el deseo de seguridad o la sensación de seguridad futura y supervivencia. (Sperling. 1978. p. 250).

3.6 MOTIVOS

3.6.1 MOTIVOS SOCIALES

Los motivos derivados de los requisitos corporales no son los únicos motivos que despiertan, mantienen y dirigen actividades, según lo ha expresado el profesor L. F. Shaffer al definir los motivos. Además de tales motivos de subsistencia, pueden abstraerse en el comportamiento humano muchos motivos sociales. (Sperling. 1978. p. 153).

Tanto como la conducta es diversa, así también son los motivos de donde parte la conducta. Los motivos sociales son derivados y varían de una a otra persona y de un grupo social a otro, porque no hay dos personas absolutamente similares y porque la cultura-ambiente de sociedades diferentes es también diferente.

Hasta donde sean similares las experiencias de aprendizaje de los individuos, podemos esperar que sus fines y motivos sean similares. Debemos conservar en la mente la idea de que aunque un rasgo se convierta en característica nacional, este rasgo jamás es innato. Debe reconocerse que la relación entre motivos derivados y los impulsos básicos de los cuales parten es más bien histórica que funcional o continua. (Sperling. 1978. p. 150).

3.6.2 EL MOTIVO DE DOMINIO

Este es un poderoso rasgo humano. La gente lucha constantemente por ser libre, por ocupar posiciones de mando, por vencer obstáculos. La gran satisfacción que sigue a la terminación de una tarea, la solución de un problema o una victoria en competencia, demuestran la fuerza de este motivo.

El deseo de dominio parece originarse en el reflejo de cólera de la infancia. El niño cuya actividad se coarta, pugna y se hace excitable, de este cuadro de comportamiento parte el desarrollo del motivo de dominio, en virtud de dos procesos: la adquisición de un nuevo estímulo y la motivación del reflejo

nativo. Los reflejos de cólera son modificados al mismo tiempo. Por medio de tanteo o instrucción, los niños aprenden formas más adecuadas de reflejos que resuelvan sus problemas. La energía de urgencia de la emoción de cólera es puesta en estos nuevos actos hasta que el refuerzo del hábito que se está formando hace que el cerebro reclasifique la situación de estímulo como situación que no es ya de urgencia. Así vemos que el hombre de ciencia debate mentalmente sus problemas aunque está motivado esencialmente por el mismo deseo de dominio que lo condujo a dar una rabieta siendo niño. (Sperry. 1978. p. 152).

3.6.3 MOTIVO DE ACEPTACIÓN SOCIAL

Este se deriva de los motivos positivos causantes del placer y de satisfacción de los motivos de subsistencia. Su historia es similar al desarrollo del motivo de dominio, acusando los efectos de condicionamiento de los estímulos y el aprendizaje sobre los reflejos, de impulso corporal se convierte en motivo de aceptación social. Si el motivo es débil, la persona puede convertirse en antisocial; si es fuerte, puede olvidar su origen y usar sus energías para tratar de descubrir y practicar lo que considera correcto. Si es privada de cuidados y atención amorosa durante la infancia, en forma tal de que no tiene oportunidad de desarrollar el motivo de aceptación social, las consecuencias pueden ser un adolescente delincuente u otros resultados sociales indeseables.

Es probable que el motivo de conformidad este basado en temores incipientes de pérdida del amor paternal. El deseo de seguridad es similar al deseo de aceptación, con énfasis más en lo que se recibe que en quien lo da. El motivo corriente de adquisición de propiedades es una mezcla de los motivos de seguridad, dominio y aceptación social.

Los motivos sociales son hábitos complejos que se desarrollan en virtud de aprendizaje por causa de requisitos corporales, estímulos positivos y reacciones emocionales como consecuencia de satisfacerlas o no; es difícil aislar los distintos motivos sociales que determinan una acción específica, todos ellos con frecuencia actúan al mismo tiempo. Los hombres, por ejemplo, trabajan no tan sólo para satisfacer sus motivos de subsistencia con alimentos, bebidas, ropa y techo, sino también para expresar sus sentimientos, en virtud de los cuales satisfacen sus motivos sexuales. (Sperry. 1978. p. 153).

3.6.4 LOS MOTIVOS SEXUALES

Estos motivos se parecen a los de subsistencia puesto que son expresiones directas de requisitos corporales; más también se parecen a las sociales al hacerse grandemente modificados. Las convenciones sociales con frecuencia frustran la satisfacción directa del impulso sexual cuando por vez primera se presenta en la infancia. Obstáculos económicos y convenciones sociales frustran de nuevo su directa satisfacción cuando la pubertad refuerza el impulso. (Sperling, 1978. p. 153).

CAPITULO 4. APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA

Retomando los datos que expusimos en el primer capítulo la ESIQIE, durante el desarrollo de este trabajo contaba con 405 trabajadores no docentes, de los cuales 21 tenían primaria parcial; 68 con primaria terminada; 80 con secundaria parcial; 67 con secundaria terminada; 25 con secundaria y carrera comercial inconclusa; 47 con carrera comercial completa y 14 con bachillerato inconcluso; el resto tenía concluido su bachillerato: De estos tenemos que 322 trabajadores que estarían en la posibilidad de culminar alguno de los niveles que ofrece el INEA y el Sistema de Preparatoria Abierta y que son: primaria, secundaria y preparatoria.

En base a esta información y utilizando el modelo de comunicación de Jakobson y el propuesto en el capítulo de Comunicación Persuasiva el Departamento de Capacitación elaboró su estrategia de comunicación persuasiva, que a continuación describimos:

4.1 COMUNICADOR - EMISOR

El Departamento de Capacitación representó el emisor y tuvo la responsabilidad de elaborar un mensaje cuya principal intención era influir en las creencias, opiniones y valores de los trabajadores para lograr modificar su conducta y que se manifestaría a través de un mayor interés por los programas del Sistema de Enseñanza Abierta; esto a su vez repercutiría en elevar el nivel de educación aumentando así su productividad, motivación y mejor desempeño en sus labores. Además la campaña cumpliría la función de difundir ampliamente la labor del departamento y los programas de Enseñanza Abierta.

El Departamento de Capacitación como emisor, a nombre de la ESIQIE, tenía como propósito establecer interacción con los trabajadores de la Escuela que representaban perceptores potenciales.

En nuestro proceso de comunicación persuasiva empleamos recursos sencillos para la elaboración de los mensajes, como: cartulinas de colores diversos y marcadores de colores, y su realización fue de manera manual. En este punto no

nos detendremos en el análisis de contenido, ya que lo haremos en otro punto más adelante. Como complemento de estos mensajes empleamos los carteles impresos que el INEA y la SEP envían a las diversas dependencias que ofrecen los programas de Educación Abierta; así también difundimos los folletos, memorándums, instructivos de información, aunque estos no forman parte de nuestro análisis.

4.2 MENSAJE

Esta parte del proceso estuvo representada por los textos empleados en las cartulinas, los cuales hacían referencia al Sistema de Enseñanza Abierta. Fueron textos de exhortación-invitación dirigidos a nuestros perceptores potenciales.

Retomando a Jakobson diremos que nuestros mensajes hacían referencia específicamente al sistema de Enseñanza Abierta, brindando información clave para orientar a nuestros perceptores.

En los mensajes se expresó de manera implícita la función afectiva, ya que es evidente que nuestros puntos de vista en cuanto al Sistema de Enseñanza Abierta y fue resaltado cuando hablamos de las ventajas del Sistema.

La función connotativa en el hecho de que el Departamento estuvo estrechamente relacionado con los perceptores, ya que son nuestros compañeros y pudimos tener acceso a información y estar en constante comunicación interpersonal, nuestros mensajes reflejaban un acercamiento con los trabajadores, por eso en el análisis enfatizamos una actitud de confianza y camaradería.

La función fática del mensaje se establece en el sentido en que nuestros mensajes tenían el propósito de despertar un interés, abriendo el ciclo de comunicación y manteniéndolo así, para dar paso a que los perceptores dieran continuidad a la comunicación al acudir al Departamento para recabar mayores informes acerca del sistema de Enseñanza Abierta, y dándose una interacción de tal manera que nuestro perceptor se convirtiera en emisor y nosotros pasemos a la función perceptora.

La función metalingüística se refleja cuando nosotros utilizamos un código común al de nuestro perceptor, en donde las palabras y la redacción se dirige al nivel de nuestros perceptores.

4.3 CANAL

El cartel o cartulina fue nuestro soporte o vehículo del mensaje y que consideramos adecuado por difundir ampliamente nuestro mensaje en las instalaciones de la ESIQIE que consta de tres edificios y tres áreas de laboratorios, de los cuales se identificaron las áreas de mayor afluencia de trabajadores para que fueran visibles, estos lugares fueron: área de registro de asistencia, accesos y salidas principales, tableros de información ubicados en los pasillos y descansos de las escaleras y las entradas de oficinas principales

Este fue nuestro vehículo principal aunque cuando el trabajador interesado acudía al Departamento de Capacitación a solicitar mayor información se emplearon canales como: folletos e instructivos, invitaciones personales y la comunicación interpersonal, siendo nuestro medio las ondas sonoras, la voz.

4.4 PERCEPTOR COMUNICADOR

Como dijimos al principio de este capítulo nuestros perceptores estaban representados por 322 trabajadores que se encontraban en el siguiente caso: 21 no tenían la primaria concluida; 148 no han terminado la secundaria y 153 aun no terminan el bachillerato. Estos eran nuestros perceptores potenciales.

4.5 RESPUESTA

El propósito planteado en el trabajo fue obtener una respuesta inmediata, después de aplicar la campaña de comunicación persuasiva, esto se percibió al momento en que los interesados acudieron al departamento de Capacitación a solicitar mayor información.

**4.6 MENSAJES EMPLEADOS EN LAS CARTULINAS
DE LA CAMPAÑA DE PERSUASIÓN**

CARTEL No. 1

COMPAÑERO TRABAJADOR
¿AUN NO CULMINAS TU PRIMARIA?
EL DEPARTAMENTO DE CAPACITACIÓN TE BRINDA LA
OPORTUNIDAD
DE TERMINAR TUS ESTUDIOS
EN EL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA
¡ I N F O R M A T E Y A !
DEPARTAMENTO DE CAPACITACIÓN
EDIFICIO No. 8 PRIMER PISO

CARTEL N° 2

COMPAÑERO TRABAJADOR

¡ S U P E R A T E !

CULMINA TUS ESTUDIOS EN:

PRIMARIA

SECUNDARIA

PREPARATORIA

SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

¡ I N F O R M A T E Y A !

DEPARTAMENTO DE CAPACITACIÓN

EDIFICIO No. 8 PRIMER PISO

4.7 ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS MENSAJES

Los mensajes fueron difundidos a través de cartulinas donde los textos fueron elaborados de manera manual con marcadores de color.

Estos mensajes fueron dos básicamente y sólo cambió el término de nivel escolar, es decir, en uno se puso primaria, en otro secundaria y uno más preparatoria.

Nuestro objetivo fundamental al emitir estos mensajes era producir un cambio de conducta en los trabajadores que están dentro del grupo de perceptores potenciales, influyendo en sus creencias, actitudes con respecto a la educación y en particular en el Sistema de Enseñanza Abierta. Producir un interés en el sistema y claro convencerlo para que se inscribiera en el nivel escolar que necesita.

El Departamento de Capacitación de la ESQIE como emisor y representante de la Institución deseaba que los trabajadores aprovecharán este servicio de apoyo al cual tienen derecho. Nuestro único interés era el de difundir el Sistema y a la vez iniciar y mantener un grupo de alumnos en el sistema abierto, por lo que usamos estos mensajes de comunicación persuasiva.

Ya hemos señalado que son 322 trabajadores los que representaban nuestros perceptores potenciales, de estos es importante destacar que en su gran mayoría eran mujeres, con edades que oscilan entre 30 y 50 años; la mayoría son casados y con hijos; con antigüedad en el trabajo que va de los 10 a los 20 años de servicio; el nivel económico en la mayoría es bajo, tomando en cuenta que los sueldos oscilaban entre los 500 y 1500 pesos mensuales. Estos aspectos de alguna manera influyeron en la conducta y actitud de los trabajadores hacia el Sistema, lo cual analizaremos más adelante.

En cuanto al análisis de los textos que contemplaban nuestras cartulinas, en el cartel número uno iniciamos con el encabezado que decía: "Compañero Trabajador", de esta manera se invitaba a nuestros perceptor específico que representaban los trabajadores de la ESQIE, por lo que se difundieron en las áreas laborales y así producir un sentimiento de confianza. Se utilizó el término "Compañero" para manifestar una sensación de camaradería, de amistad, de manifestar que trabajamos juntos. El encabezado se hizo en color oscuro para resaltarlo del resto del mensaje.

Enseguida se expresó una pregunta: "¿ Aún no culminas tu (primaria, secundaria y preparatoria) ? En este caso encerramos entre paréntesis el nivel, porque era lo que cambiaba. Con esta interrogante podíamos definir más a nuestro perceptor, y además lo involucramos en el diálogo, para que diera una respuesta. Si al leer el mensaje lo motivaba a responder en sus adentros un "no" o un "sí", en estos momentos se podría hablar de una interacción, si no había tal, definitivamente el mensaje paso desapercibido. Esta pregunta se escribió con color que contrastará con el del encabezado.

El mensaje proseguía con una alternativa, para aquellos que su respuesta fuera un "no", y era: "El Departamento de Capacitación te brinda la oportunidad de terminar tus estudios en el Sistema de Enseñanza Abierta."

Con esto dábamos una respuesta inmediata a nuestros perceptores, a una posible inquietud, diciéndole lo que podía hacer para solucionar su situación y adicionalmente le decíamos donde: "El Departamento de Capacitación" y se introducía el término "Sistema de Enseñanza Abierta", que es el medio que se le presentó porque pudiera iniciar o continuar sus estudios.

Continuando con el texto, se usó la conjugación "te brinda", para ofrecerle una salida a la problemática, una alternativa. Esto se reforzó con la palabra "oportunidad" que tenía la intención de señalar que era el momento indicado para hacer algo. Este efecto se observaría en el momento que empezarán a acudir al Departamento las personas interesadas.

Se añadió: "...de terminar tus estudios" para reforzar la idea de la necesidad de continuar o iniciar sus estudios.

El mensaje continuó con: "¡ Infórmate ya !", de manera imperativa se les indicaba que no había que perder más tiempo para tomar la decisión de iniciar o continuar con su preparación. Esperábamos que la respuesta se manifestará con prontitud.

Finalmente, el mensaje culminaba con la referencia del lugar y ubicación en donde podía obtener mayor información: "Departamento de Capacitación, Edificio N° 8, primer piso". Aquí se daba la fuente emisora del mensaje.

El cartel número dos se redactó de la siguiente forma: el encabezado fue similar al anterior cartel: "Compañero Trabajador". Enseguida se puso entre signos de admiración la palabra: "Supérate" que implicaba una manera imperativa de invitarlos a cambiar su situación académica, la intención fue despertar una motivación a satisfacer la necesidad de mejorar.

Posteriormente se escribió: "Culmina tus estudios en ..." dándole una respuesta para satisfacer su necesidad de superación. Como en el anterior cartel se le dan las opciones de los niveles que puede cursar.

Sin más preámbulos se introduce la frase: Sistema de Enseñanza Abierta" sin dar más detalle, esto fue con el propósito de despertar la curiosidad en el receptor por saber a que se refería dicho sistema. Utilizamos también la oración imperativa: "Infórmate ya" y culminamos con la referencia del lugar y ubicación, de la misma manera que el anterior mensaje.

Como se puede apreciar el lenguaje utilizado en ambos carteles fue claro, usando palabras comunes, al nivel de nuestros perceptores. La letra era clara y de buen tamaño, de tal forma que su lectura fuera fácil de hacer y además de que se pudiera localizar rápidamente.

En ninguno de los mensajes se empleo el complemento icónico, es decir, no se apoyó con algún diseño especial, ninguna imagen, fotografía o dibujo, fue exclusivamente lenguaje escrito, debido a que el Departamento no contaba con los recursos materiales y humanos para poder hacer un cartel más vistoso. Por eso fueron mensajes de carácter informativo, donde se expuso brevemente el servicio que brinda el Departamento en cuanto al Sistema de Enseñanza Abierta, por lo que estos mensajes eran suficientes.

4.8 PROPUESTA PARA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PERSUASIVA HACIA LOS TRABAJADORES DE LA ESIQIE

De acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo y que describiremos en las conclusiones, presentamos la siguiente propuesta para posteriores campañas de persuasión con el objeto de captar el interés de los trabajadores en el Sistema de Enseñanza Abierta.

Los mensajes difundidos se expresaron en un lenguaje sencillo y elaborados con material rudimentario (cartulina y marcadores de color), por lo que si se pone mayor énfasis en la elaboración, para difundir carteles más vistosos, usando recursos icónicos para hacerlos más atractivos, con un mejor diseño y formato. La ESIIQIE cuenta con un taller de Serigrafía al cual se le puede solicitar el apoyo más especializado.

Durante el desarrollo del trabajo pudimos detectar que cuando los interesados acudían al Departamento para saber con más detalle lo relativo al sistema Abierto, la mayoría preguntaba acerca de las ventajas de estudiar en este sistema, por lo que se hace necesario difundir más las ventajas a través de folletos o carteles que resalten esto.

En todo proceso de comunicación es común que existan barreras que interfieren en el buen desempeño del proceso. Es importante para sucesivas campañas implementar mecanismos para detectar la existencia de barreras de comunicación.

Asimismo, es necesario establecer métodos de evaluación para poder conocer la eficiencia de los mensajes que difundan, para esto se propone aplicar encuestas a los perceptores potenciales, para que en base a los resultados se puedan determinar cambios en los mensajes.

Se debe seguir insistiendo en la definición de lugares estratégicos para la publicación de los mensajes, para que a los perceptores se les hagan familiares, cuidando de no llegar al extremo de ser tan familiares que ya no los lean, sino más bien con la intención de que ellos sepan donde encontrar información y de tanta insistencia tarde o temprano se interesen.

Se deberá continuar con la elaboración de textos en un lenguaje claro y sencillo para que la lectura sea fluida y se capte mejor y más rápido.

Por otro lado, se deben estructurar campañas de motivación para los trabajadores o personas que ya se encuentran involucradas en el sistema y emitir mensajes que los alienten a seguir estudiando, a que no desistan de continuar. Para lo cual se propone hacer un seguimiento de cada una de las personas y así evitar la deserción.

La idea central de motivación para el personal no docente seguiría siendo la de aprovechar la oportunidad de poder gozar con una hora para estudiar y aprovechar así esta prestación. Esto se buscará reforzarlo con el apoyo de las autoridades para respetar esta prestación, en base al convenio institucional que existe firmado.

Se propone solicitar apoyo material para contar con recursos que refuercen la actividad como: personal administrativo, ya que sólo existe un jefe de Departamento y una secretaria por el turno matutino; se requieren sillas, mesas de trabajo, un rotafolio, un pizarrón, una máquina de escribir eléctrica, una microcomputadora, una impresora, papelería en general. Y como lo mencionamos, la colaboración del Taller de Serigrafía para elaborar carteles de mejor calidad y vistosos, folletos del Departamento, constancias y diplomas de aprovechamiento.

Buscar el apoyo de las autoridades para que los trabajadores que están motivados y estén trabajando se les brinden las facilidades para aprovechar la hora que tienen de prestación.

Como se destacará en los resultados del trabajo, la comunidad externa fue la más interesada en inscribirse al Sistema de Enseñanza Abierta, se deberá continuar con el apoyo a este sector, sin descuidar a nuestros principales perceptores, que son los trabajadores politécnicos. Para la comunidad externa no se difundirá ningún tipo de cartel en el exterior.

En lo relacionado con los asesores, los programas del SEA promovido por la SEP y el INEA tienen fundamento en el apoyo de asesores mediante su programa de prestadores de Servicio Social. La ESIQIE seguirá trabajando con alumnos de la Escuela, pero que estos alumnos estén realmente interesados en estos programas y evitar así alumnos que lo hacen por comodidad de estar en la Escuela. Se pretende cambiar la organización de los horarios de asesoría, tomando de preferencia la disponibilidad de los trabajadores que deseen estudiar y no como se estaba realizando, de dar preferencia a los prestadores de servicio. Se propone cubrir todas las áreas del conocimiento con estos alumnos, por lo que se sugiere solicitar la ayuda del INEA, para que envíe prestadores de otras carreras y escuelas para así tener cubiertas las materias económico-administrativas y las socio-humanísticas.

Otro factor que detectamos y que contribuye al desaliento de los trabajadores fue la falta de información correcta y completa en el momento que lo

requerían los trabajadores. Nos dimos cuenta que cuando no se encontraba el jefe o la secretaria, ninguno de los asesores daba información. Para evitar esto se pedirá que todos los asesores estén al tanto de la información mínima indispensable para darla a conocer a los interesados, con esto demostraremos nuestro interés por esta actividad y los trabajadores lo percibirán.

Se deberán poner tableros de información donde se publiquen los avisos y memorándums, para recordar la información más importante de la actividad: trámites, requisitos, horarios de asesorías, calendarios de exámenes, lugares de aplicación, resultados, entrega de documentos, entre otros. Sobre todo los resultados de los exámenes que se retrasan mucho, para evitar esto se propone que el jefe del departamento acuda directamente a las oficinas del INEA y el SEA para conocer los resultados y de manera extraoficial publicar los resultados antes de que llegue la confirmación y boleta.

Se propone que se reconozca públicamente el esfuerzo de los trabajadores, solicitando a las autoridades que entreguen los reconocimientos a los trabajadores que culminen un ciclo o pasen examen.

Como se informó un gran número de trabajadores no les interesa seguirse preparando, porque consideran que ya no están en la edad de hacerlo, porque no tienen tiempo, porque dicen que no les repercute en su salario, en fin, para esto se promoverían mensajes que tengan la intención de hacerles ver la importancia de seguirse preparando, de valorar su tiempo libre, y resaltando que los principales beneficiados serán ellos y nadie más.

Otro motivante sería hacerles llegar de alguna manera material de apoyo para sus estudios, como son: guías de estudio, apuntes, bibliografía, tratar en lo posible de distribuir los libros de texto del Sistema Abierto de manera directa, es decir, buscar un mecanismo para que los puedan adquirir en el mismo Departamento. Procurar tener en el Departamento por lo menos dos ejemplares de cada libro para ofrecer servicio de consulta interna.

El Departamento deberá continuar reforzando la comunicación interpersonal para conocer el desenvolvimiento de cada persona interesada en el sistema y estar al tanto de sus inquietudes, sugerencias, opiniones o problemas que se deriven de esta actividad y así ofrecer un mejor servicio.

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

Finalmente, el Departamento deberá fijarse metas que lo lleven a una reestructuración continua para mejorar la calidad de los servicios, porque aun falta mucho por hacer, tomando en cuenta que existe un 70% de la población de trabajadores que siguen siendo potenciales perceptores de nuestros mensajes para motivarlos a reiniciar o empezar con su preparación en los tres niveles que ofrecen el INEA y la SEP.

CONCLUSIONES

Al iniciar este trabajo encontramos que existían alrededor de ciento cincuenta expedientes de personas que durante varios años habían acudido al Departamento a inscribirse al Sistema de Enseñanza Abierta, aunque de ninguno de los expedientes se encontró evidencia de haber terminado algún ciclo, por lo que tuvimos que empezar de cero. Esto fue lo que descubrimos al investigar los antecedentes, trayectoria y funciones del Departamento en los archivos a los que tuvimos acceso.

En el periodo en que se desarrolló este trabajo, que fue de junio de 1989 a marzo de 1992, se obtuvieron los siguientes datos: la planta de trabajadores era de 405, de los cuales 21 tenían primaria parcial; 68 primaria concluida; 80 tenían secundaria parcial mientras 67 la habían concluido; 14 trabajadores contaban con secundaria con carrera comercial y 11 inconclusa; 47 habían terminado una carrera comercial; 14 tenían bachillerato incompleto y 33 lo habían terminado; 11 trabajadores contaban con carrera técnica; finalmente, 21 tenían licenciatura parcial y 18 concluida.

De estos datos tenemos que 21 trabajadores estaban en la situación de terminar su primaria; 159 en terminar su secundaria y 142 personas estaban en la condición de hacer la preparatoria, es decir teníamos 322 trabajadores como nuestros perceptores potenciales de recibir nuestros mensajes de la campaña persuasiva.

De esto partimos para elaborar los mensajes de nuestra campaña persuasiva, donde la idea central era despertar un interés en los trabajadores de la ESISQIE por los sistemas de Enseñanza Abierta que ofrece la Escuela, presentándolo como una buena alternativa de superación.

El lenguaje empleado en los mensajes de la campaña fue claro, sencillo y breve con la finalidad de que nuestro perceptor lo pudiera captar rápidamente, con el mínimo esfuerzo y fácil de recordar.

Los mensajes se propagaron ampliamente, ya que se alcanzaron perceptores que no estaban contemplados como nuestro objetivo principal y que de otra manera hubiera sido imposible persuadir de manera directa. Los mensajes

despertaron un interés momentáneo en el sistema de Enseñanza Abierta, ya que se atendió a trabajadores que habían leído nuestros mensajes de la campaña y que deseaban obtener más información.

El Departamento de Capacitación inició el proceso como comunicador-emisor, se encargó de recopilar información, establecer las necesidades y propósitos para estructurar los mensajes de la campaña.

Nuestro perceptor fue identificado plenamente al tener conocimiento de la escolaridad de cada trabajador, cada uno de ellos tuvo acceso a los mensajes difundidos.

Los resultados obtenidos al concluir el trabajo fueron los siguientes: de los 322 trabajadores potenciales un 23% se presentó interesado al Departamento para obtener mayor información, es decir 74 trabajadores, estos obtuvieron la información, pero no todos decidieron inscribirse, fueron 13 trabajadores los que finalmente se interesaron y se inscribieron, o sea el 4% del total de nuestros perceptores potenciales.

De los 13 trabajadores inscritos seis se inscribieron a nivel secundaria y siete a nivel preparatoria. Por otra parte, nos sorprendió que 54 personas externas al instituto se inscribieron, de las cuales 4 lo hicieron en primaria, 11 en secundaria y 39 a preparatoria. En total tuvimos una matrícula de 67 alumnos constantes de los cuales el 19% son trabajadores de la ESIQIE.

Con la comunicación persuasiva se buscó un cambio de actitud en el trabajador para que percibieran la posibilidad de seguir sus estudios sin abandonar sus actividades. Las metas trazadas iban implícitas en los mensajes, se lograron de una manera parcial, ya que fue porcentaje mínimo el que resultó persuadido, aunque el resto se convirtió en propagador del mensaje fuera de las instalaciones de la Escuela al difundir la información con sus familiares y conocidos. En otras palabras, muchos trabajadores que no se inscribieron recomendaron o sugirieron el Sistema de Enseñanza Abierta a otras personas.

En el proceso comunicativo establecido, consideramos que la respuesta fue inmediata, ya que los trabajadores interesados en conocer más del Sistema se presentaron a la semana de difundir la información.

Las personas que fueron persuadidas y que han sido constantes en las asesorías y la presentación de exámenes han tenido que ser motivado por los asesores en su forma de transmitir los conocimientos, de disipar las dudas y han logrado incidir en ellos para lograr el autodidactismo.

Los trabajadores que decidieron inscribirse llegaron altamente motivados y esto se reflejó al lograr que de los 13 trabajadores persuadidos, dos de ellos en poco tiempo lograron su certificación en el nivel de secundaria; lo que representó un factor de motivación para las demás personas al darse cuenta de que era factible obtener resultados positivos en poco tiempo.

La comunicación interpersonal que se utilizó al momento de acudir los interesados a la oficina de Capacitación fue determinante para la decisión que finalmente tomó cada aspirante, ya que en este proceso se manifestaron las ventajas del sistema, tales como: el no presentar examen de admisión; no haber un límite en la edad; el promedio mínimo es de seis; la tramitación de exámenes es sencilla; no hay límite de tiempo para culminar los estudios; reconocimiento de estudios por la SEP; el bajo costo de los trámites y de los textos.

A través de este trabajo se recabó información de la cual observamos que algunos factores que provocaron la desmotivación para que se aceptara el proseguir estudios fueron la edad, ya que algunas personas consideran que ya paso su etapa para estudiar; sus obligaciones familiares, ya que el estado civil de la mayoría de los trabajadores es casado. Otro factor es la falta de incentivos en el trabajo, pues aunque logren tener otro nivel de estudios las promociones están restringidas por la situación económica del país.

Otro aspecto que es importante destacar es que a nivel institucional el Politécnico no tiene una cultura organizacional fuerte, ya que los valores centrales de la organización no son aceptados con firmeza por sus integrantes, sobre todo por los trabajadores no se respetan, no hay mucho consenso y no se comparten ampliamente.

La poca cultura organizacional que subsiste es por la gente de más tiempo de laborar en la Institución que la sigue por una costumbre, se ha formado en base a un aprecio y valores de compromiso hacia el Politécnico. Esta cultura, que es débil, se ha transmitido a través del tiempo por costumbres y por símbolos institucionales.

De acuerdo a S. Robbins, la conducta del hombre muchas veces se basa en la percepción de su realidad. En la ESIQIE pudimos observar que la gente esta influenciada en su actitud por el comportamiento de los demás. Es muy común escuchar que si la gente no trabaja lo suficiente durante su jornada es porque los demás tampoco lo hacen. Si no permanecen todo su horario en su oficina, si toman más tiempo para consumir sus alimentos, si se salen constantemente fuera de su lugar de trabajo a solucionar asuntos personales, si aprovechan las oportunidades o no de capacitación o del Sistema de Enseñanza Abierta es porque así lo hacen los demás y porque se ha trabajado así siempre y como nadie dice nada, ni las autoridades así se sigue trabajando.

Otros siguen justificando su actitud argumentando que no existen posibilidades de promoción; o las que hay son muy escasas y selectivas; que los sueldos son muy bajos y no le ven caso seguirse preparando y si llegarán a tener lo prefieren ocupar en realizar actividades que les dejen algún beneficio adicional. Estas actitudes y comportamientos se han conservado durante mucho tiempo, la mayor preocupación de la gente es conservar su lugar y hacer antigüedad, las experiencias de realizar más de lo que se pide o se requiere en varios de los casos es negativa, porque no hay reconocimiento; el trato es igual para todos, no hay incentivos, no hay trato justo, entre otras cosas. Además de carecer de alguna expectativa de mejorar sus condiciones de trabajo y de salario.

En la ESIQIE, los trabajadores toman decisiones personales en base a su experiencia laboral. Esto es motivado porque es común por la rotación de directivos y jefes de departamento, ya que cada tres años deben ser elegidos o porque así lo determinan sus intereses personales. Mientras que el personal sigue desempeñando sus funciones, sea quien sea el jefe; cuando alguien llega a dirigir un Departamento la mayoría de las veces son los jefes los que se deben adaptar a los trabajadores.

Si el personal no está de acuerdo con algún cambio que desea implementarse, deciden agruparse para formar alianza y quejarse; y si continua la situación igual, cambian su actitud dejando de colaborar o en un caso extremo solicitan su cambio de oficina, por lo que finalmente los trabajadores logran su objetivo.

En lo que respecta a las personas que se interesaron en el sistema de Enseñanza Abierta, les costaba mucho trabajo aprender, porque no entendieron lo que era el sistema abierto, lo que era el autodidactismo. Esperaban un sistema

escolarizado, y en su mente tenían la idea de que así debería ser el sistema. Esto ocasionó que varios se desalentarán.

La desmotivación de los interesados se explica además porque el proceso de reforzamiento fue muy pobre, no había incentivos, más el de saber que si avanzaban, los más beneficiados eran ellos. Su reforzamiento partía de ellos mismos; ya que si acudían a las asesorías, presentaban exámenes y acreditaban, no recibían ningún premio, ni siquiera una nota de felicitación por parte de las autoridades. Sólo se hizo cuando tres de las personas culminaron su ciclo escolar completo.

Otro factor que apoyó el desaliento fue el de la inconstancia de los asesores. Como se indicó en el capítulo anterior los asesores son alumnos que se encuentran realizando su servicio social y muchas veces no tienen una disposición para enseñar y si alguno la tenía no contaban con la metodología para hacerlo, además de que su permanencia se limitaba a los seis meses de servicio. Por esta razón no había continuidad.

Durante el tiempo que se realizó este trabajo, tres trabajadores culminaron un ciclo escolar. Estas personas con dificultad lograron asimilar el sistema abierto y de esa forma su actitud fue favorable, se encontraban sumamente motivados para alcanzar su meta.

En cambio, el resto de los interesados valoraron el sistema de una manera equivocada, pensando que lo correcto fuera que se organizaran clases, con horarios fijos y con profesores, porque argumentaron que se sentían limitados para aprender por su cuenta.

Algo que notamos en las tres personas que pudieron terminar un ciclo fue que se sentían satisfechas en su trabajo y por tanto estaban motivadas. Por el contrario, los trabajadores que no siguieron no tenían una actitud correcta hacia su trabajo, se quejaban constantemente de su situación y por tanto también lo hicieron del sistema de Enseñanza Abierta.

No podemos dejar de resaltar que la comunicación persuasiva resulta un proceso efectivo para llamar la atención de los perceptores cuando se desea una respuesta inmediata. En este trabajo nos dimos cuenta como un mensaje destinado a un público perceptor específico, se propagó de manera impredecible a

otros perceptores que no se contemplaban originalmente. De un proceso comunicativo se generan otros más.

En el periodo del presente trabajo, que comprende de junio de 1989 a marzo de 1992, se logró obtener una matrícula de sesenta y cuatro alumnos, de los cuales trece eran trabajadores de la ESIQIE y el resto gente externa a ella. Seis de estos trabajadores participaron en secundaria y siete en preparatoria. Este punto es lo más favorable de nuestro trabajo, ya que debemos recordar que empezamos con cero alumnos.

Definitivamente los resultados no fueron los esperados, pero se pudo obtener que nuestro perceptor potencial se enterará del mensaje, lo captó y momentáneamente se interesó por conocer más al respecto y finalmente difundirlo a familiares y conocidos, que fueron los más interesados, ya que se inscribieron cuarenta y siete personas.

Con este trabajo ratificamos que los ámbitos de la comunicación no tienen límites, ya que de un proceso de comunicación previamente establecido se desprende un sinnúmero más de procesos que resultan propagadores de un mensaje a un número indefinido de perceptores que no se habían contemplado en el primer proceso.

BIBLIOGRAFÍA

Baena Paez, Guillermina, "Tesis en 30 Días", México. Editores Mexicanos Unidos, 983, 20 pp.

Benveniste, Emile, "Problemas de Lingüística General", 10 ° Edición, México, De. Siglo XXI, 1982, 218 pp.

Berlo, David K., "El Proceso de la Comunicación", Buenos Aires, Ed. Ateneo, 1979, 239 pp.

Bolles, Robert C., "Teoría de la Motivación", Buenos Aires, Ed. Paidos, 1972, 178 pp.

Castilla del Pino, Carlos, "La Incomunicación", 9° Edición , Barcelona, Ed. Península, 1979, 153 pp.

Fernández Colado, Carlos, "La Comunicación Humana", México, Ed. Mc. Graw Hill, 1988, 468 pp.

Goded, Jaime, "Antología sobre la Comunicación Humana", México, Ed. UNAM, 1976, 275 pp.

Goldhaber, Gerald M., "Comunicación Organizacional", México, Ed. Logos , 1977, 418 pp.

Morgan, Gareth, "Imágenes de la Comunicación", México, Ed. Alfaomega, 1991, 408 pp.

O, Lerbinger, "Diseño para una comunicación Persuasiva", México, Ed. El Manual Moderno, 1979, 150 pp.

Paoli, José Antonio, "Comunicación" 2° de., De. Edicol, 1980, 191 pp.

Pardinas, Felipe, "Manual de Comunicación Social", México, Ed. Edicol, 1878, 350 pp.

Robbins, Stephen P., "Comportamiento Organizacional", 3º Ed., Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, 1987, 566 pp.

Schaff, Adam, "Introducción a la Semiótica", México, Ed. F.C.E., 1969, 402 pp.

Scharamm, Wilbur, "La Ciencia de la Comunicación Humana", México, Ed. Grijalbo, 1982, 191 pp.

SEP, "Educación Básica", México, 1982, 119 pp.

SEP, "Terminología de los Sistemas Abiertos de Educación en México", México, 1982, 119 pp.

SEP, "Convenio de Colaboración SEP-IPN", México", 1986, 6 pp.

Silverstein, Albert, "Comunicación Humana", México, Ed. Trillas, 1985, 278 pp

Tamayo y Tamayo, Mario, "EL proceso de la Investigación Científica", México, De. Limusa, 1983, 129 pp.

Sperling, Abraham, "Psicología Simplificada", 21 º Edición, México, Ed. Minerva, 1978, 199 pp.

Toussaint, Florence, "Crítica de la Información de Masas", 2º Edición, México, Ed. Trillas, 1982, 91 pp.