

## Persuasión planificada, actitud y la nueva construcción de la representación social educativa.

Mar Avendaño Eduardo  
Universidad Von Humboldt  
eduar\_mar@hotmail.com

### Resumen

El presente trabajo introduce un mecanismo a través del cuál se afectan los juicios de cómo perciben la actividad educativa los estudiantes, el cual tiene que ver con el efecto del poder sobre la confianza de los propios pensamientos; este se logra a través de la persuasión planificada, así los alumnos incrementan su confianza en la participación de las actividades educativas áulicas. El docente emplea las técnicas, sociográfica, la imagen de poder del aula y los mensajes persuasivos con el fin de cambiar la representación social preestablecida y de actitud del alumno. El lenguaje persuasivo planificado y de influencia social es básico por lo que los docentes reciben una instrucción previa sobre la técnica de la persuasión planificada. Se concluye que cuando se planea la didáctica de la sesión de clase y se utiliza la técnica de la persuasión planificada se logra cambiar la actitud del estudiante generando una nueva representación social educativa.

### Abstract

The present work introduces a mechanism which affects the judgments of how the students perceive the educational activity; this mechanism refers to the effect of the power on the confidence of the students' thoughts. This effect is possible throughout the persuasion planned and then the students increase their confidence in the participation of the educational activities in the classroom. The teacher uses the skills, the sociogram, the image of power of the classroom and the persuasive messages in order to change the social pre-established representation and attitude of the pupils. The planned persuasive language and its social influence are necessary; the teachers get a previous instruction of the skills of the planned persuasion. The conclusion is that when the didactic of the class is planned and teachers use the skills of the planned persuasion the attitude of the students would be changed generating a new social educational representation.



## Palabras clave

### Persuasión planificada, actitud, representación social

## Introducción

El presente trabajo de investigación se enmarca en el campo de estudio de la ciencia de la educación, la psicología social y psicología de la personalidad; es un análisis de la representación social educativa actual construida a través de la actitud de los agentes educativos participativos, se sitúa en el contexto cultural mexicano que permite comprender los aspectos específicos de cómo se edifica la cultura educativa, los elementos que lo conforman y los procesos de intervención; para ello se analiza la teoría de las representaciones sociales propuesta por el psicólogo social francés Serge Moscovici, la teoría de la persuasión por el psicólogo social Robert Cialdini y la teoría del funcionamiento oportunista y actitud por el psicólogo Gordon Allport; además se abordan estudios etnológicos de la psicología social mexicana por el investigador Rogelio Díaz Guerrero que permite la comprensión de su estructura.

Bajo la anterior consideración, esta investigación enfatiza el reconocimiento del estudiante como ser humano, con sus dimensiones físicas, biológicas, psíquicas, culturales, sociales e históricas, integrado en una totalidad presente para el logro del aprendizaje significativo cognitivo, que tiene lugar cuando se relaciona un proceso activo personal y de manera intencional, en donde la persuasión planificada facilita que este aprenda, contextualice y construya su conocimiento, apoyándose en estrategias y técnicas cognitivas.

Con esta idea en mente, y después de llevar a cabo la intervención de estrategias socieducativas en diferentes instituciones, se identificó la "actitud" en el contexto educativo como objeto central del estudio, teniendo como propósito ofrecer al lector un conjunto de elementos conceptuales y de estrategias aplicables al trabajo en el aula.



# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

Así este análisis se estructura considerando las interrelaciones que ocurren entre los protagonistas y los elementos centrales en el proceso conducente al logro de un aprendizaje significativo, utilizando de manera eficaz la persuasión planificada. De esta manera, la relación con el alumno facilita los procesos de aprendizaje significativo y estratégico en donde la motivación y la interacción entre iguales posibilitan la labor del docente en su papel de mediador de procesos educativos y proveedor de una ayuda pedagógica regulada.

En congruencia con el abordaje conceptual que subyace a este trabajo, es preciso aclarar que no se trata de ofrecer “el modelo didáctico ideal”, ni se hacen prescripciones técnicas de carácter normativo; esta investigación ofrece bases teóricas y principios de aplicación sustentados en la investigación reciente en el campo de la psicología del aprendizaje y la instrucción, con la idea de que permita inducir al lector en una reflexión sobre su forma de pensar el acto educativo, así como en relación de su propia práctica docente. Dichos procesos de reflexión conforman un primer paso hacia el camino de la innovación de la enseñanza, que es fructífera solo en la medida que permita generar un conocimiento didáctico integrador, acompañado de propuestas variables para la acción. Con la confianza de que esta investigación aportará elementos valiosos en la medida que invite a matizar, direccionar y reconstruir los conocimientos que aquí se presentan, en función del contexto y las situaciones particulares que enfrenta en su actividad como profesional de la educación.

## Metodología

Esta investigación se aborda desde un enfoque cualitativo a través de un diseño exploratorio descriptivo. La investigación cualitativa en ciencias humanas tiene como propósito principal comprender los fenómenos sociales. Éste enfoque busca una descripción detallada de las situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables, incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal y como son expresadas por ellos (Pérez, Gloria 2001).

Desde diferentes perspectivas pedagógicas, al docente se le ha asignado diversos roles: el de trasmisor de conocimientos, el de supervisor o guía del proceso de aprendizaje, e incluso el de investigador educativo. A lo largo de este trabajo se sostendrá que la función



# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

del docente no puede reducirse a la simple trasmisión de la información ni la de facilitador de aprendizaje, en el sentido de concretarse a arreglar un ambiente educativo enriquecido, esperando que los alumnos por sí solos manifiesten una actividad autoestructurante o constructiva. Antes bien, el docente se constituye en un innovador, organizador y mediador en el encuentro del alumno con el conocimiento.

Rodriguez y Marrero(1993), “ el profesor es mediador entre el alumno y la cultura, por la significación que asigna al curriculum en general y al conocimiento que trasmite en particular, y por las actitudes que tiene hacia el conocimiento o hacia una parcela especializada del mismo. Entender como los profesores median en el conocimiento que los alumnos aprenden en las instituciones escolares, es un factor necesario para que se comprenda mejor porqué los estudiantes difieren en lo que aprenden, las actitudes hacia lo aprendido y hasta la misma distribución social de lo que se aprende”

En consecuencia, se afirma que los significados adquiridos explícitamente durante su formación profesional, como los usos prácticos que resultan de experiencias continuas en el aula (sobre rasgos de los estudiantes, orientaciones metodológicas, pautas de evaluación, etcétera), configuran los ejes de la practica pedagógica del profesor.

## Propuesta metodológica

La investigación se centra en el estudio de los procesos que median el cambio de actitud escolar a través de la técnica de la persuasión planificada y se construye una nueva representación social educativa. La técnica consiste en una serie de actividades planeadas y combinadas con la información del tema a desarrollar en clase para lograr influir en la actitud del estudiante y se establezcan las intervenciones necesarias para crear una experiencia de aprendizaje proactiva. Se debe tener presente que la educación es también una experiencia social. Para entender la construcción social educativa del alumno se examina el contexto del mismo en el ambiente áulico, su actuación dentro del esquema social de aprendizaje y participación académica. Situar a los estudiantes es el primer paso de la primera fase para ubicarlo en el contexto cognitivo y de actitud haciendo posible tener información del estudiante como ente social; esto se hace posible a través de la técnica sociográfica propuesta por Moreno (1954). La segunda fase (tabla 1) es actuar sobre la percepción del alumno a través de los procesos de autovalidación específicamente, para evaluar si la expresión de la variable denominada persuasión



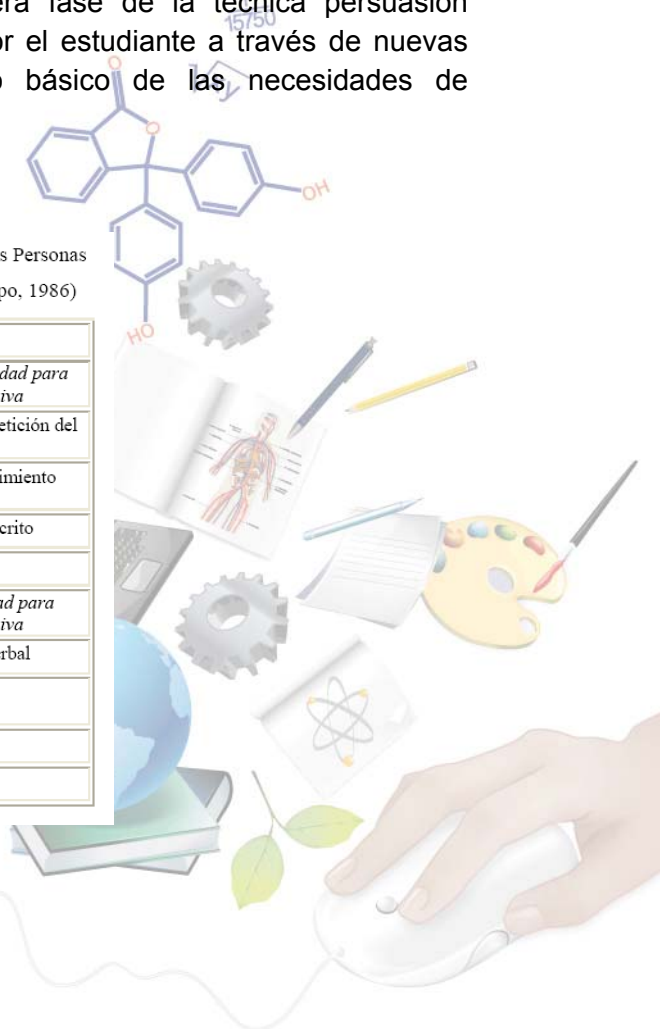
# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

planificada, podría aumentar la confianza de los estudiantes sobre los pensamientos generados al recibir un mensaje persuasivo y, de esta forma, influir sobre el cambio de actitud. La idea general es que la manifestación de nuestras necesidades cumple una función expresiva que, en última instancia, define la propia identidad (Briñol et al., 2001), pudiendo esperarse en consecuencia que, cuando los participantes fueran autoafirmados (a través de la expresión de sus valores), se produjese un aumento de la confianza en sus pensamientos. De esta forma, la autoafirmación debería aumentar la persuasión para los participantes que generasen pensamientos favorables hacia la propuesta (en respuesta a argumentos convincentes) Se esperaba, por tanto, una interacción entre la dirección del pensamiento y la autoafirmación, según la cual la autoafirmación aumentaría el impacto de los pensamientos sobre las actitudes. La tercera fase de la técnica persuasión planificada es mantener la autopercepción creada por el estudiante a través de nuevas experiencias persuasivas manteniendo el principio básico de las necesidades de motivación. (Figura 1)

**Tabla 1.** Algunas Variables que Afectan a la Motivación y la Capacidad de las Personas para Procesar una Información Persuasiva (Briñol et al., 2001; Petty y Cacioppo, 1986)

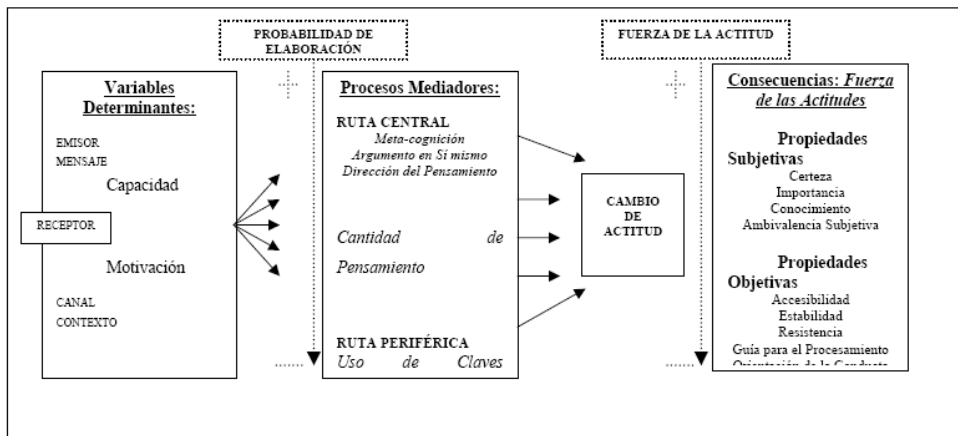
MOTIVACIÓN	CAPACIDAD
<i>Variables que aumentan la motivación para procesar una información persuasiva</i>	<i>Variables que aumentan la capacidad para procesar una información persuasiva</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Alta relevancia personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveles moderados de repetición del mensaje</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Presencia de preguntas retóricas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayores niveles de conocimiento previo sobre el tema</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ambivalencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Canal de comunicación escrito</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de cognición</li> </ul>	
<i>Variables que reducen la motivación para procesar una información persuasiva</i>	<i>Variables que reducen la capacidad para procesar una información persuasiva</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Baja relevancia personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Canal de comunicación verbal</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Múltiples fuentes de la misma información (baja responsabilidad)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distracción</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentaciones rápidas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Complejidad del mensaje</li> </ul>



# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

Figura 1: Determinantes, Procesos y Consecuencias para la Fuerza de las Actitudes  
(Adaptado de Briñol y Petty, en prensa)



## Análisis de resultado y conclusiones

Los resultados de la aplicación de la técnica de la persuasión planificada en estudiantes de nivel superior y posgrado han comprobado su eficacia y se han registrado en textos informativos por parte de colaboradores docentes en dicha aplicación. A modo de experiencia, el poder de la persuasión planificada mejoró significativamente el desempeño en las actividades académicas, la actitud del participante y cambio positivamente la representación social educativa. A lo largo de este trabajo de investigación se ha pretendido ubicar uno de los más importantes conceptos en psicología social (el poder de la persuasión) en la que, sin duda, es el área de investigación fundamental dentro de la disciplina (el cambio de actitudes).

Esperando contribuir al reciente auge de investigaciones realizadas en torno al concepto de la persuasión y sus consecuencias para múltiples procesos psicológicos, sociales y educativos es importante mencionar que la comprensión de los procesos de autovalidación de las respuestas cognitivas en persuasión, fundamentales para el descubrimiento de nuevas variables que están permitiendo explicar mejor los procesos de formación y cambio de actitudes, y por extensión, la cuestión fundamental, del rol jugado por el poder en dichos procesos.



# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

La confianza asociada al poder del docente la persuasión aumentará cuando los pensamientos iniciales sean favorables a la propuesta y disminuirá cuando los pensamientos iniciales sean desfavorables.

## Bibliografía

*Actitudes, creencias, comunicación y creencia social.* Pág. 367 – 385.

Briñol, P. y Petty, R.E. (2004). Self-Validation processes: The role of thought confidence in persuasion. En G. Haddock y G. Maio (Eds.),

Briñol, P. y Petty, R.E (2003a). Overt head movements and persuasion: A self-validation analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1.123-1.139.

Briñol, P., De la Corte, L. y Becerra, A. (2001). *Qué es persuasión*. Biblioteca Nueva: Madrid.

Briñol, P., Horcajo, J., Becerra, A., Falces, C. y Sierra, B. (2002). Cambio de actitudes implícitas. *Psicothema*, 14, 771-775.

Briñol, P., Gallardo, I., Horcajo, J., De la Corte, L., Valle, C. y Díaz, D. (2004). Afirmación, confianza y persuasión. *Psicothema*, 16, 27-31.

Falces, C., Briñol, P., Sierra, B., Becerra, A. y Alier, E. (2001). Validación de la escala de Necesidad de Cognición y aplicación al estudio del cambio de actitudes. *Psicothema*, 13, 647-653.

Hovland, C.I., Janis, I. y Kelley, H.H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.

Kawakami, K., Dovidio, J.F., Moll, J., Hermsen, S. y Russin, A. (2000).

Just say no (to stereotyping): Effects of training in the negation of stereotypic associations on stereotype activation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 871-888.

Koole, S.L., Smeets, K., van Knippenberg, A. y Kijksterhuis, A. (1999).

The cessation of rumination through self-affirmation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 111-125.



# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

Petty, R.E. y Briñol, P. (2002). Attitude Change: The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. En G. Bartels y W. Nielsens (Eds.), *Marketing for Sustainability: Towards Transactional Policy Making*. IOS press.

Petty, R.E. y Krosnick, J.A. (1995). *Attitude strength: Antecedents and consequences*. Mahwah, NJ: Erlbaum Associates.

Petty, R.E., Briñol, P. y Tormala, Z.L. (2002). Thought confidence as a determinant of persuasion: The self-validation hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 722-741.

Diaz, Guerrero Rogelio (1984) *Psicología del Mexicano*. Edit. Trillas 327-347

Tormala, Z.L., Petty, R.E. y Briñol, P. (2002). Ease of retrieval effects in persuasion: the roles of elaboration and thought-confidence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1.700-1.712.

Wells, G.L. y Petty, R.E. (1980). The effects of overt head movements on persuasion: Compatibility and incompatibility of responses. *Basic and Applied Social Psychology*, 1, 219-230

## Resumen del trabajo profesional del autor

Licenciado en psicología y maestro en psicología clínica de la universidad de ciencias y estudios superiores de Tamaulipas; doctorante en metodología de la enseñanza por la universidad Von Humboldt, Docente de posgrado en psicología educativa

- Diplomado en orientación familiar
- Diplomado en diseño de protocolos en investigación en ciencias sociales
- Diplomado Coaching en programación neurolingüística
- Diplomado en Habilidades para la Docencia en educación media superior y superior

Cursos- taller en:





# Congreso Internacional de Innovación Educativa

la innovación educativa, una estrategia de transformación  
Del 14 al 16 de octubre de 2009

- Patrones de excelencia total
- Capacitación en la excelencia docente
- Habilidades directivas
- Calidad en el servicio
  
- Psicología criminal
- Autoestima
- Hablar en público
- formación de tutores virtuales



565

Av. Wilfrido Massieu s/n esq. Luis Enrique Erro, Unidad Profesional "Adolfo López Mateos" Zacatenco. Informes: 5729 6000 exts. 57137, 57139, 57141 y 57143

