



TÍTULO

“La comunicación interpersonal como transmisora de valores sociales”

Tesis para optar al grado de:

Maestría en Diseño y Comunicación Persuasiva

Presentado por:

JESAHIEL GARCÍA FLORES

81400013

Director:

NOE IXBALANQUE BAUTISTA MARTÍNEZ

Puebla, México

2/12/2014



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de textos, imágenes, gráficas, 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 de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Gracias a Dios, a mi familia por ayudarme cada día a caminar con firmeza. Con su apoyo y aliento he logrado una meta más.

Agradezco al Mtro. José Antonio Luna Alarcón y al departamento de Servicio Social de la UPAEP por facilitar la información para realizar ésta investigación.

También, agradezco la orientación y el profesionalismo del Mtro. Noe Ixbalanque Bautista Martínez, Dra. Dora Ivonne Álvarez Tamayo y al Mtro. José Alberto Castañeda.

Con amor, respeto y admiración para todos.

RESUMEN

El Departamento de Servicio Social de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), universidad privada en Puebla (México), es el área encargada de representar a la universidad en todo lo relacionado al servicio social en los diferentes programas académicos que se ofertan. Actualmente, no existe una investigación e instrumento que pauten y facilite la transmisión de valores sociales. Esta realidad sumada a la importancia que se vive hoy en día, nos lleva a plantearnos qué tipo de acciones se debe implementar para lograr un cambio en la comunidad universitaria.

En este sentido, nuestro **objetivo general** es *estudiar la comunicación interpersonal como transmisora de valores sociales y recursos necesarios para completar el desarrollo integral de los estudiantes de licenciatura a través de la interacción en función y servicio del mismo hombre.*

Estudiar la comunicación interpersonal como agente transmisor de valores sociales, para completar el desarrollo integral de los estudiantes de licenciatura a través de la interacción en función y servicio del mismo hombre.

La investigación es de carácter teórico descriptivo y pretende entre sus objetivos específicos, sistematizar el conocimiento científico actual sobre la comunicación interpersonal, la comunicación en los valores y la transmisión de valores, esperando obtener resultados que den referencia para el departamento de Servicio Social de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

PALABRAS CLAVE: comunicación, comunicación interpersonal, niveles de comunicación, transmisión de valores.

ÍNDICE

RESUMEN	2
PALABRAS CLAVE: comunicación, comunicación interpersonal, niveles de comunicación, trasmisión de valores.....	2
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO I.....	7
1.1. COMUNICACIÓN.....	8
1.2. MODELOS DE COMUNICACIÓN.....	10
1.2.1. COMUNICACIÓN LINEAL.....	11
1.2.2. MODELO DE COMUNICACIÓN CIRCULAR	12
1.2.3. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.....	13
1.2.3.1. INTERACCIÓN	15
1.2.4. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y LA INTERACCIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR	17
2.1. LOS VALORES	20
2.1.1. JERARQUIZACIÓN AXIOLÓGICA	22
2.1.2. PROCESO DE TRANSMISIÓN DE VALORES	23
2.2. EDUCACIÓN Y VALORES	24
2.2.1. VALOR; VOCACIÓN DE SERVICIO	25
2.2.2. UPAEP COMO PROMOTORA DE CAMBIO SOCIAL.	26
CAPÍTULO III	28
3. METODOLOGÍA.....	29
3.1. FUNDAMENTOS	29
3.2. DISEÑO	30
3.2.1. ANÁLISIS DE LOS SUJETOS DE INVESTIGACIÓN.....	30
i. FOCUS GROUP.....	32
ii. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA.....	33
iii. TÉCNICA DE MUESTREO.....	34
a. DISEÑO DEL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA O INSTRUMENTO Y ARBOLES COMPONENTIALES	36
iv. MUESTREO; GRUPO EXPERIMENTAL Y DE CONTROL	37
a. GRUPO EXPERIMENTAL,	37

b. GRUPO DE CONTROL	39
CAPÍTULO IV	41
4.1 EVALUACIÓN	42
RESULTADOS	42
4.2. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	46
4.3. PROPUESTA: PROYECTO	46
CAPÍTULO V	48
5.1 CONCLUSIONES.....	49
REFERENCIAS	50
ANEXOS	54
RESULTADOS FOCUS GROUP	55
RESULTADOS; ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA.....	59
DISEÑO DEL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA O INSTRUMENTO Y ARBOLES COMPONENCIALES.....	60
RESULTADOS; TÉCNICA DE MUESTREO ARBOLES COMPONENCIALES	61
GRUPO I; PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE	61
GRUPO II; TERCER SEMESTRE EN ADELANTE	63
ARBOLES COMPONENCIALES	66
RESULTADOS MUESTREO; GRUPO EXPERIMENTAL Y DE CONTROL	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: MODELO DE COMUNICACIÓN TRADICIONAL O LINEAL	12
Figura 2: MODELO DE COMUNICACIÓN CIRCULAR	13

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: TIPO DE INSTRUMENTOS, SEGMENTACIÓN Y ACUERDOS PREVIOS QUE MANEJAN CATEDRÁTICOS Y ESTUDIANTES.	31
Tabla 2: RESULTADOS, TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	35
Tabla 3: PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO PARA EL GRUPO I Y GRUPO II.....	36
Tabla 4: CARRERAS A LAS QUE PERTENECEN LOS ESTUDIANTES DEL GRUPO EXPERIMENTAL.	37

Tabla 5: CUESTIONARIO, GRUPO EXPERIMENTAL.	38
Tabla 6: CARRERAS A LAS QUE PERTENECEN LOS ESTUDIANTES DEL GRUPO DE CONTROL.	39
Tabla 7: CUESTIONARIO, GRUPO DE CONTROL.....	39

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: ACUERDOS PREVIOS DE LOS ESTUDIANTES EN RELACIÓN A SERVICIO SOCIAL.	43
Gráfica 2: ACUERDOS PREVIOS SOBRE LA VOCACIÓN DE SERVICIO, GRUPO DE CONTROL; 27 ESTUDIANTES.	44
Gráfica 3: ACUERDOS PREVIOS SOBRE LA VOCACIÓN DE SERVICIO, GRUPO EXPERIMENTAL; 24 ESTUDIANTES.	45

INTRODUCCIÓN

Esta investigación es una respuesta al mundo globalizado donde existe una pérdida de valores sociales. En este contexto la educación juega un papel muy importante ya que debe visualizarse como la construcción de experiencias axiológicas, personales de participación y de aportación a la sociedad.

Así, los valores sociales como parte de la formación de los estudiantes se convierte en un activo de responsabilidad compartida para un mejor mundo. Por lo tanto, el interés de estudiar cómo la comunicación interpersonal transmite valores sociales radica en el fundamento y propósito de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), sintetizado en una frase que presupone toda la filosofía e intencionalidad institucional: **"Crear corrientes de pensamiento y formar líderes que transformen a la sociedad"**.

En el sentido de ser de la UPAEP, la comunicación interpersonal no se vive en el quehacer cotidiano lo que conlleva que socialmente la universidad no sea percibida bajo los ejes rectores del ideario y, por lo tanto, su esencia e imagen se vea afectada.

En el documento institucional "Nuestra Misión", se profundiza y se clarifica lo que la UPAEP es y busca, la misión pedagógica reclama: La formación verdaderamente integral de mujeres y hombres, profesionistas altamente competentes, responsables, solidarios, honestos y con alto espíritu de servicio así como con una visión integrada del saber.

Tomado sintéticamente del Ideario: Naturaleza y destino de la UPAEP.

El hombre y la Sociedad

*"La sociedad es natural y necesaria al hombre. En ella nace, en ella se educa...
. A ella debe servir contribuyendo a la realización del Bien Común, ..."*

Con esto podemos decir que la universidad como punto prioritario, busca formar personas que vivan el ejercicio de su profesión desde una visión humana, capaz de crear corrientes de pensamiento y acciones que incidan a favor de una sociedad justa porque la humildad y el servicio son grandes muestras del liderazgo.

CAPÍTULO I

1.1. COMUNICACIÓN

“La sociedad existe en y gracias a la comunicación”

John Dewey.

A continuación se abordarán diferentes conceptualizaciones de la naturaleza de la comunicación, partiendo desde conceptos tradicionales como contemporáneos, con el objetivo de exponer las bases referentes a un nuevo modelo de comunicación.

De modo que, partiendo del pensamiento Aristotélico, por naturaleza el hombre es un ser social, concibiendo a la comunicación desde la retórica, la cual está formada por tres elementos; locutor, discurso y oyente, teniendo como fin la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión.

Siglos más tarde se han expuesto diferentes posturas, así, desde el enfoque de la ciencia, la antropología define a la comunicación como un instrumento de participación conjunta entre dos o más hombres con el propósito de acción común de apertura hacia los demás, sobre esta línea encontramos a Schütz (1964) quien infiere que la comunicación, no es sólo un sistema semántico, sino la comunicación es una acción que se dirige siempre a otra, es por eso que sólo puede darse en la vida cotidiana y es de suma importancia conocer las diversas definiciones de la comunicación debido a que pueden ser observadas desde diferentes perspectivas a raíz de que es un hecho existencial.

Por su parte, Berlo (1963) expresa una postura en total oposición a la definición tradicional de comunicación, donde critica el modelo tradicional, replanteando el papel pasivo del receptor ya que en la comunicación conlleva una relación de interacción en vez de una en la cual la acción sólo estaba reflejada por el emisor del estímulo. Más tarde Lerner (1973, p.24) afirmaría lo siguiente: *“Hemos estudiado la comunicación como una operación lineal en la cual un determinado remitente emplea un cierto canal para entregar un mensaje a un receptor (una audiencia), el cual se ve afectado en cierta forma por ese mensaje... Hoy, aún profesionales sobrios como nosotros reconocemos que la interacción de doble vía y la retroalimentación bidireccionales son conceptos esenciales en nuestro pensamiento sobre la comunicación y su futuro.”* Bajo esta postura encontramos autores como Beltran (2011) que definen a la comunicación tradicional como el acto o proceso de transmisión de mensajes provenientes del emisor hacia el receptor a través del intercambio

de símbolos (códigos compartidos por ellos) por medio de canales transmisores de señales con el objetivo de persuadir y donde la retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de los objetivos del comunicador.

Posteriormente, para Pasquali (1980, p.180) la comunicación es *“una categoría básica de la relación, y como tal es un concepto que define uno de los modos universales de estar con otro, esencialmente a nivel antropológico”*. Aguirre y Bisbal (1981, p.29) coinciden en este pensamiento al decir que *“se considera la comunicación como una actividad humana fundamental a través de la cual los seres humanos se relacionan entre sí y pasan de la existencia individual a la comunitaria, por lo cual se ponen el acento en el proceso de comunicación como acontecimiento personal y social, y en el hombre como protagonista de éste”*. Bajo esta tendencia se explica que el futuro de la comunicación radica en la participación, ya que en la comunicación se hace posible el entendimiento humano y la asociación de las personas, es decir, la sociedad.

Cuando hablamos que la comunicación se da en la comunidad, encontramos otros autores que exponen su pensamiento alrededor de esto como Montero y Rueda (2001) quienes definen a la comunicación como una relación esencialmente comunitaria que constituye un factor fundamental en la articulación de los grupos sociales a lo largo de la historia. Asimismo, para el filósofo, psicólogo y pedagogo estadounidense Dewey (1991), el concepto de comunicación ocupa un lugar primordial en su pensamiento y nos dice que existe algo más que un lazo verbal entre las palabras cuando se comunica, muchas personas viven en la comunicación por las cosas que tienen en común sin embargo enfatiza que por medio de la comunicación es posible conseguir tener cosas en común.

Con respecto al enfoque de la comunicación establecido por la Escuela de Palo Alto (California), el cual se basa en la interacción y el planteamiento de que la comunicación no es sólo cuestión de acciones y reacciones; sino también de intercambio, por lo tanto se hará hincapié en dicha postura. Entre los autores más representativos de la Escuela de Palo Alto se encuentran; Watzlawick, Weakland, y Helmick (1971), gracias a sus trabajos llegan a elaborar la teoría general de la comunicación humana, fundada en tres pensamientos básicos; la esencia de la comunicación radica en *procesos de relación e interacción*; todo comportamiento humano tiene un *valor comunicativo* y los trastornos psíquicos reflejan

perturbaciones de la comunicación. Así, explican en la totalidad de esta obra que la comunicación es un sistema abierto de interacciones; vínculo entre seres humanos, diálogo, capacidad de comunicarse consigo mismo y con otros en un contexto físico o simbólico.

Estos estudios fueron desarrollados en el Mental Research Institute (MRI) enfocados inicialmente hacia la terapia familiar pero en la actualidad sus conclusiones han sido aplicadas a otras ciencias entre ellas la comunicología, hasta llegar a lo que hoy conocemos como Nueva Comunicación, la cual nos habla que la comunicación no es un hecho voluntario, se da cuando dos o más personas están en “situación de relación” e interviene la *interpretación subjetiva* de cada individuo, es decir, la interpretación de las manifestaciones de la persona en el proceso de comunicación, como son la cara, los gestos y sonidos.

Por esta razón, en el planteamiento de la Escuela de Palo Alto, nos dice que la comunicación tradicional o lineal transmite el signo rigurosamente codificado, el lenguaje, las palabras y el habla suelen tener una importancia relativa en el proceso lineal de comunicación, asegura que con este modelo sólo se procesa un veinte por ciento de la comunicación total. Por lo que en uno de los axiomas de la comunicación plasmados en la teoría de Watzlawick (1971), plantea la imposibilidad de no comunicar; por lo que siempre estamos comunicando, tanto con la palabra como con gestos faciales y corporales. También plantea que la comunicación humana no sólo transfiere información sino que al mismo tiempo impone conductas y, es en el lenguaje donde se encuentra concentrada la realidad social y la cultura humana. Por tanto es necesario comprender esta distinción, razón por la cual a continuación se mencionan los elementos que conforman a cada modelo.

1.2. MODELOS DE COMUNICACIÓN

Los modelos comunicativos han variado a lo largo de la historia y representan una evidencia de la esquematización de la comunicación. A continuación se describen el modelo de comunicación tradicional o lineal, y posteriormente el modelo circular en el cual profundizaremos ya que es el modelo que sea a decido utilizar en esta investigación por las características que lo conforman.

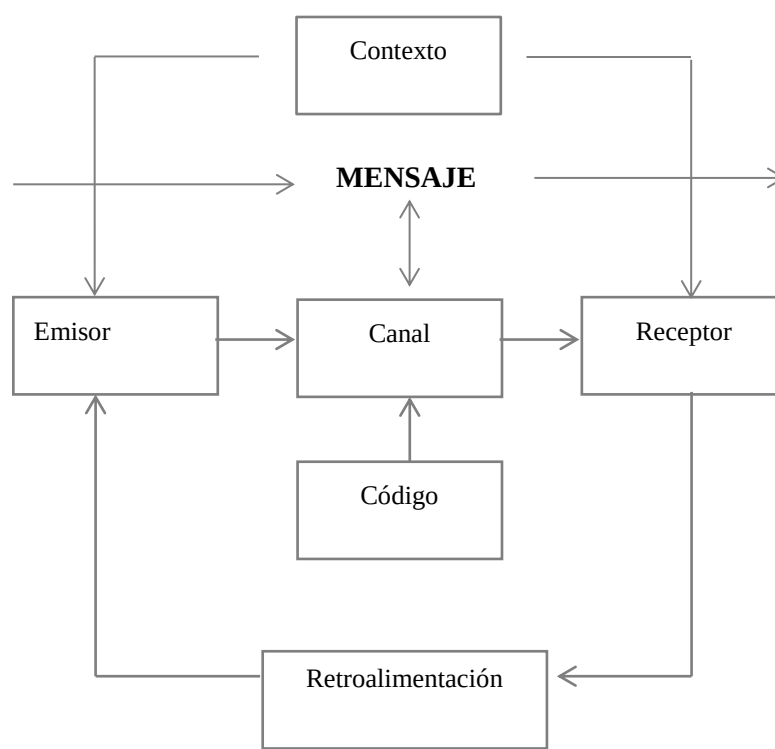
1.2.1. COMUNICACIÓN LINEAL

La comunicación como un modelo lineal fue pensado en sí para sistemas técnicos, este modelo es concebido como un proceso de transmisión de información, realizado con un acto lingüístico, consciente y voluntario, donde los dos elementos más importantes para el éxito de la comunicación son el emisor y el receptor, considerados individualmente.

Los elementos que maneja la comunicación tradicional o lineal, según Interiano (1991) son:

- Emisor; aquél individuo o colectivamente, que recibe la información.
- Receptor; aquél, individuo o colectivamente, que recibe la información.
- Código; conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- Canal; elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (imprensa, telegrafía, radio, teléfono, televisión, computadora) y se percibe a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).
- Mensaje: la propia información que el emisor transmite.
- Contexto: circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.
- Retroalimentación; es el proceso mediante el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos. Se llama respuesta o feedback, dicha respuesta puede darse utilizando el mismo código y canal o con códigos y canales distintos. (Figura 1)

Figura 1: MODELO DE COMUNICACIÓN TRADICIONAL O LINEAL



1.2.2. MODELO DE COMUNICACIÓN CIRCULAR

En el modelo circular propuesto por la Escuela de Palo Alto es el que se propone en esta investigación debido a que pone en evidencia la importancia de retomar y de hacer observable la comunicación atendiendo a su significado mediante *la puesta en común, el diálogo y la comunión*, con esto se garantiza una posibilidad de respuesta y hace más interactivo un proceso de comunicación. (Figura 2)

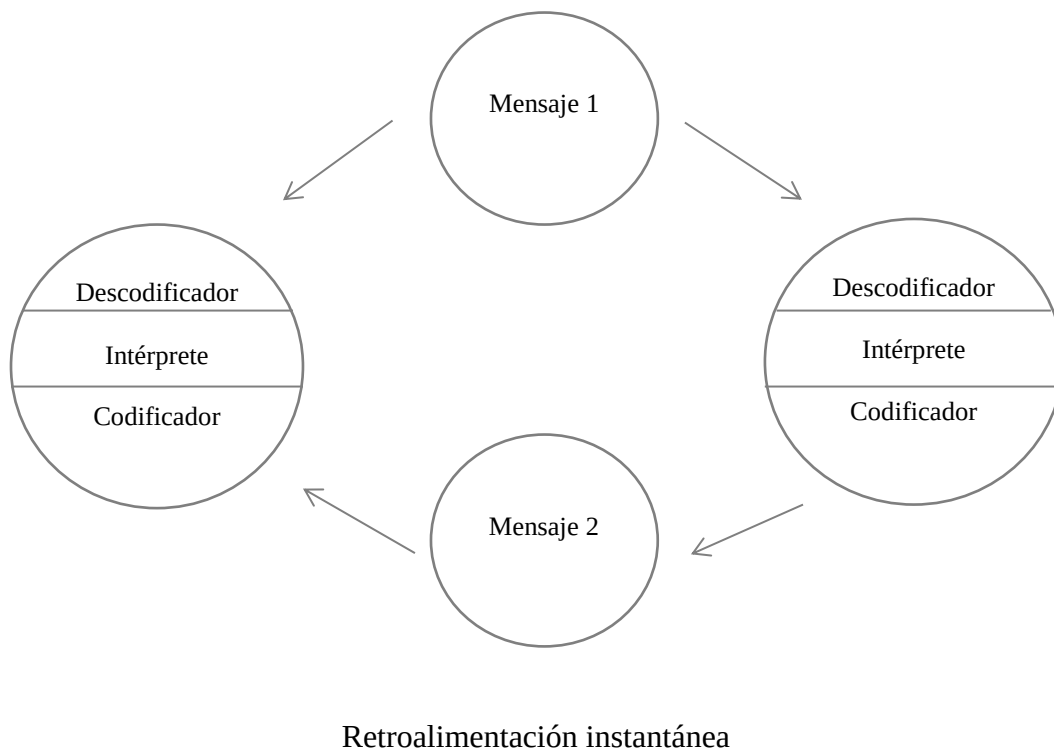
La comunicación interpersonal utiliza numerosos lenguajes, muchos son formas perceptibles por los sentidos, como la palabra, pero otros pueden ser los gestos de la cara, la posición del cuerpo y la relación entre ambos pueden ser de diferentes tipos:

1. Redundancia: una refuerza a la otra.
2. Complementariedad: ambas se detallan, completan y enriquecen mutuamente.
3. Conflicto: se contradicen, esto da pie a la ironía y al humor, aunque también desvela el engaño, la mentira y la información latente. El gran manipulador no sólo evita el

conflicto sino que usa la redundancia y complementariedad entre ambos tipos de comunicación.

Con este modelo queda asentado el enfoque que la Escuela de Palo Alto realiza sobre la comunicación a partir de las ciencias humanas, basado principalmente en las manifestaciones sociales y de interacción en el proceso de comunicación. Como lo afirma Beltran (2011) la comunicación es en realidad, un proceso en el cual todos los elementos actúan dinámicamente. Por esta razón, la comunicación se concibe como un fenómeno de múltiples intercambios de experiencias entre dos personas, es decir, la *comunicación interpersonal*.

Figura 2: MODELO DE COMUNICACIÓN CIRCULAR



1.2.3. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Para entender la comunicación interpersonal, partiremos del punto de vista de la comunicología, la relación del hombre con respecto al otro es donde radican naturalmente

las bases de la relación interpersonal. Por consiguiente uno de los principales fundamentos son las potencialidades del espíritu humano que no se encierra en sí mismo, sino que necesita de otros, por lo tanto debe existir una interacción recíproca, la cual está presente en todos los ámbitos diarios de nuestra vida.

Formalmente este conocimiento comienza a darse a partir de la década de 1970 en Estados Unidos; sin embargo, podemos mencionar que en América Latina se encuentran trabajos con aportaciones para la construcción, comprensión y reflexión teórica sobre la comunicación interpersonal con los autores Fernández y Dahnke (1995), Rebeil, Ruiz y Reséndiz, (1998).

Por otra parte, en la tesis interaccionista de Blumer (1982) establece que los seres humanos crean relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden calificarse como procesos sociales. De modo que el hombre es sociable por naturaleza, ya que por su plasticidad, adaptabilidad y capacidad receptiva se realiza como persona.

Del mismo modo cada uno produce mensajes que son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por otras personas implicadas en la conversación. Así, dentro de este contexto podemos definir a la comunicación interpersonal como *“la actividad humana mediante la cual un sujeto promotor manifiesta sus contenidos de conciencia mediante una forma perceptible por los sentidos, a un sujeto receptor, con el objeto de que éste tenga acceso a esos mismos contenidos de conciencia, de esta manera esos contenidos pasan a ser de ambos o comunes intencionalmente”* (Anónimo, 2014). En otras palabras la comunicación interpersonal es la base de la comunicación humana, ya que en este tipo de comunicación la persona tiene un diálogo consigo misma, un diálogo interior en donde se gestionan dudas, planteamientos, dilemas, decisiones y se crean opciones las cuales dan pie a la interacción cuando se exponen en presencia física a otros generando mensajes de reciprocidad.

Sumado a esto, Buber (1979) enfatiza que para realizarse el ser humano existencialmente, se requiere del otro. Este pensamiento lo plasma en su obra *Ich und Du* (Yo y Tú), escrito en 1923 realizando con ello un aporte significativo al nuevo humanismo ya que resalta los valores fundamentales de la vida humana y, exalta que son significativas

las experiencias de comunicación yo-tú para quien las vive pero afirma que tienen un significado más profundo y marcan un sentido y una dirección en la vida de la personas.

De modo similar, es importante considerar el señalamiento Hovland (1948), quien entendió a la comunicación interpersonal como una situación de interacción en la cual se transmiten estímulos para incidir un cambio en la conducta de otros individuos en una situación de encuentro cara-a-cara.

La comunicación interpersonal se lleva a cabo entre dos personas generalmente de manera espontánea y se puede dar en cualquier situación formal o informal, propiciando la retroalimentación constante con el objetivo de intercambiar información, resolver problemas o intercambiar opiniones o puntos de vista.

Por esta razón, al hablar a nivel interpersonal es indiscutible hacer referencia a la interacción y consecuencias que se desarrollan en torno a ella y sobre todo a enfatizar las relaciones inmediatas, ya que en ella se entraña la reciprocidad: adoptando conductas que facilitan la ayuda de necesidades de alguien, aumentando la posibilidad de que esa misma persona ayude a satisfacer nuestra propia necesidad. Así, bajo esta premisa se profundiza en la interacción exponiendo las diversas constantes y pensamientos que surgen sobre ella.

1.2.3.1. INTERACCIÓN

William (1905), seguidor de la Escuela de Chicago nos dice que los movimientos sociales son manifestaciones de la interacción humana, gestionadas por intenciones de actores sociales.

En este sentido la comunicación es el mecanismo que ha hecho posible lo que hoy en día conocemos como sociedad, principio básico de las organizaciones sociales y el cuál está estrictamente relacionado al fenómeno de compartir, poner en común y vincular. Así, es como llegamos al concepto de interacción, que se da en el plano de la intersubjetividad, el cual implica la cualidad de las personas de ver y oír, estas dos acciones en esencia forman parte del habla y de la correspondencia con el mundo como principal canal de comunicación, es por ello que cuando hablamos de interactuar y percibir, son dos actividades que van estrechamente ligadas, sin ellas, el sujeto social no existe.

Al respecto, Chernilo (2004) nos dice que Simmel autor primordial de la sociología descubre que la sociedad tiene una función regulativa, por lo que en su postura central encontramos que en las relaciones sociales siempre llevan una idea y ésta puede ser explícita o abstracta de la sociedad. Corroborando con esto, se puede considerar un intercambio a la mayoría de las relaciones humanas ya que en ellas se lleva a cabo la acción recíproca más pura y elevada de la vida humana. Por esta razón, gran parte de su obra está dedicada al estudio de las formas de interacción y socialización.

Enfatizando este pensamiento sociológico encontramos la obra espíritu, persona y sociedad de Mead (1968), la cual tiene como fin exponer que solamente tomando en cuenta a otros somos capaces de valorarnos a nosotros mismos, manifestando la importancia de lo social y no de lo individual. Siguiendo esta línea, Goffman (1972) nos dice que la interacción es la realización regular y rutinaria de los encuentros, o bien, de las situaciones sociales completas, lo cual las aleja de los actos lineales de la transmisión de información.

De igual manera la sociología fenomenológica nos expone que sin interacción no existen los sujetos sociales, debido a que la realidad social compartida requiere necesariamente de la interacción, a partir de las interacciones cotidianas del individuo llegando a convertirse en un actor social cuya acción principal involucra hablar entre la relación del yo y el otro. Por lo cual, Schütz (1979) hacía referencia a este tema diciendo que al vivir en el mundo, vivimos con otros y para otros, al unirse en la actividad y trabajo común nos hará comprender la conducta de los otros, y suponer que los demás comprenderán la nuestra.

De la misma manera, de acuerdo con los planteamientos de Berger y Luckman (1993) puntualizan que no podría existir la vida cotidiana sin interactuar y comunicarse continuamente con otros, explicando que la inter-subjetividad no se reduce al encuentro cara a cara, sino que se amplía a todas las dimensiones de la vida social, y es fundamental en la construcción de nuestra realidad social. Por lo que se refiere a la vida contemporánea encontramos autores como Leiva (2001) quien señala que la comunicación humana es un fenómeno de interacción de los individuos de una sociedad. Es por eso que en la sociabilidad innata del ser humano la podemos encontrar en dos vertientes, la interacción que en la misma sociedad se desarrolla y las consecuencias de ella, las cuales impactan en los aspectos familiares, religiosos, políticos, económicos, institucionales, generando

interrelaciones que constituyen la sociedad, que a su vez forman universos de interrelaciones o redes.

1.2.4. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y LA INTERACCIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Hasta este momento se ha plasmado el pensamiento de la Escuela de Palo Alto y las ideas centrales de diversos pensamientos filosóficos de autores respecto a la comunicación y comunicación interpersonal los cuales nos han dado las bases para conocer cómo se lleva a cabo la comunicación interpersonal en el ámbito educativo y cómo a través de ella y de su esencia de reciprocidad se pretende enriquecer al ser humano en el aula y para lograr un impacto social.

Comenzando con el antecedente que la Universidad como ente ha sido promotora durante varios siglos de la construcción del conocimiento, transmisión del saber, y de conceptos como: investigación, innovación, enseñanza, formación, y educación permanente se ha configurado como un motor del desarrollo económico de la sociedad (García, 2007).

Hablar de educación es un proceso complejo que se enfoca en la persona pero que en gran parte tiene sentido de ser en la interacción con otros, cuyos elementos claves esta la apertura, recepción y reciprocidad que hace posible el proceso educativo. La comunicación interpersonal en el ámbito educativo permite realizar reflexiones e identificar estrategias metodológicas, entrevistas a profundidad e historias de vida.

La comunicación interpersonal es una herramienta para que a través de la interacción se pueda gestionar un cambio debido a que es en la práctica cotidiana donde se logra la formación humana, la cual presupone una sociedad más humana y justa, porque basa su fundamento en la confianza, en la persona y en la comunidad, donde a través de la capacidad y el crecimiento puede ser transformadora de cambios sociales. Desde esta perspectiva se entiende a la educación como una actividad en donde la comunicación es parte fundamental de la formación del ser humano que conforma la sociedad, ya que en esencia la educación se trata de un proceso de carácter comunicativo (García, 2007).

De manera que Martín-Barbero (2003), concibe a la comunicación como tejido de la sociedad, y nos dice que la educación humanista no se lee, ni se aprende de memoria, sino que se contagia, de ahí se desprende la urgencia de una re-educación en humanidad, es decir, de otro tipo de aprendizaje que nos permita a los seres humanos la reflexión de su propia esencia.

La comunicación contribuye en el proceso de nuestro crecimiento y nuestra propia realización, generando un área de oportunidad entre los jóvenes universitarios por medio de la interactividad y diálogo logrando que adquieran no sólo conocimientos, sino actitudes y habilidades que les permitan mejorar como personas.

Finalmente haciendo hincapié en la reflexión que realiza Guajardo (1994) infiere que cada día es mayor el número de hombres y mujeres no importa el grupo o nación, que tiene conciencia de que son ellos los autores y promotores de la cultura de su comunidad. Y concluye diciendo que el saber califica al ser, es decir, el hombre como principio activo transforma en significaciones y valores todo lo que toca humanizando su contexto y su acción. Análogamente, Morin (1999) afirma que la educación debe contribuir a la autoformación de la persona es decir, el estudiante debe ser capaz de aprender y asumir la condición humana, aprender a vivir y convertirse en buena persona.

Por lo tanto, es necesario establecer una estrategia de comunicación en la educación basada en la comunicación interpersonal, es decir, una estrategia basada en la interacción partiendo del pensamiento expuesto por la Escuela de Palo Alto para lograr cambios significativos e incidir en la sociedad moderna en la construcción de valores. Como lo asevera Freire (2004) la educación para ser verdaderamente humanista, tiene que ser liberadora. Haciendo partícipe al hombre de la transformación del mundo por medio de una nueva educación, que le ayude a ser crítico de su realidad y lo lleve a valorar propia existencia.

CAPÍTULO II

2.1. LOS VALORES

“La perfección del hombre no está en la mera adquisición del conocimiento abstracto de la verdad, sino que consiste también en una relación viva de entrega y fidelidad hacia el otro”. Juan Pablo II

Para referirnos a lo que motiva al hombre para el curso de su propia existencia es necesario referirnos a los criterios de vida que se establece, sus preferencias vitales, motivaciones. El tema de los valores es muy extenso, sin embargo podemos ver que se desarrolla a través de la historia bajo tres vertientes, en primer lugar la concepción del valor de forma subjetiva y objetiva, en segundo lugar el planteamiento de que los valores son objetivos y no meramente subjetivos. Y en tercer lugar la noción de que los valores dejan de ser ideales y se vuelven reales, al ser objetos portadores de valores.

Partiendo del planteamiento de Buber (1979) quien vio la necesidad de resaltar los valores fundamentales de la vida humana, destaca el concepto de “solidaridad”. Enfatizando el respecto por el otro, el amor por el prójimo para que el ser humano pueda alcanzar su destino. Además, señala que la enseñanza de los valores debe ser impartida por personas que inspiren confianza y quienes siempre lleven consigo la verdad.

Sin embargo, el filósofo argentino Frondizi (1958) define al valor como la relación que surge entre el sujeto-objeto y por esta naturaleza posee una cara objetiva y subjetiva. Los elementos que constituyen al valor son: la realidad objetivamente valiosa y el sujeto que percibe el valor, ambos deben estar relacionados. Definiendo ambos elementos, nos referimos a la realidad objetiva valiosa cuando tiene las siguientes características; cualidad real de la “cosa”, tiene carácter objetivo, requiere de ser expresado y es encarnado de algún modo en el mundo visible. Cuando nos referimos del sujeto que percibe el valor se habla exclusivamente al mundo humano, sólo el hombre lo capta, lo descubre y lo valora. El valor es una realidad humana, objetiva y vinculante, de nada serviría que exista un sujeto y una realidad valiosa, si ambos no se vinculan. Por lo general los objetos “valiosos” son deseados, por eso el hombre procura obtenerlos y cuidarlos.

Por su parte, Perry (1926) elaboró una destacada doctrina subjetivista en Harvard, con un aporte importante a la axiología norteamericana publicando su teoría general del valor, en donde fundamenta, el valor en el sujeto que valora y desarrolla una teoría de interés, afirmando, un objeto tiene valor cuando es *objeto de interés*. Según el autor, el interés tiene que ver con toda la vida afectiva y motora, comprometiendo los deseos, la voluntad y los propósitos.

En contraposición encontramos el postulado sociológico francés de Durkheim (2014) quien propone una solución sociológica para resolver los valores, según a juicio de la autora con esa postura se evitan las dificultades que surgen en el objetivismo y subjetivismo, ya que en cada sociedad asevera, se hallan vinculados con valores e ideales forjados por la misma sociedad y elabora una posición historicista en donde afirma, toda historia es de valores.

Posteriormente, como lo mencionan los autores Danziger, Ramírez & Moreno (1982) los valores se presentan en nuestra vida diaria, le dan densidad, un sentido y profundidad a la realidad que vivimos, por eso los valores representan una opción a partir de la libertad de la condición humana y, es en la elección y la interacción cotidiana que se van formando los valores y el ser del hombre. Definiendo al valor como los criterios de acción, por los cuales los seres humanos se mueven y esfuerzan al considerarlos relevantes para su vida diaria, se le atribuye al valor lo que da sentido a la vida del hombre y de los pueblos.

Por esa razón Garza (1998) define al valor como la representación ideal a seguir, un modelo al cual se accede a la praxis pero que nunca se logra abarcar en su totalidad, porque siempre exige más, confirmando con ello el carácter trascendente del valor. Es por eso que vemos en la historia misma, proyectos que han inspirado a sociedades humanas a partir de valores, ideales que por definición son imposibles de alcanzar en su totalidad debido a que involucra mente-sentimiento-voluntad del hombre.

2.1.1. JERARQUIZACIÓN AXIOLÓGICA

En el siglo XX, Lapie (1902) en su obra *Logique de la volonté*, usa formalmente el término de axiología, que es la rama de la filosofía que estudia la naturaleza de los valores y juicios valorativos, proveniente del griego *axia* (valor) y *logos* (estudio o tratado). Posteriormente encontramos autores como Ibañez (1968) citan a Von Hartmann (1908) quien realiza su aportación contenida en la obra *el Compendio de Axiología* realizando un análisis filosófico de la misma axiología.

De la misma forma, dentro de una postura de objetivismo absoluto surgen autores como Scheler (1916), su obra más representativa es *el formalismo en ética y ética material* de los valores, para el autor los valores son captados por la intuición emocional de las esencias y no mediante un razonamiento, la gran aportación que deja es la descripción de la enorme riqueza e importancia ética que posee la vida emocional del hombre y concreta afirmando que la realización de los valores se basa en modelos humanos que invitan a su seguimiento.

Para lograr una mejor valoración, la estructura axiológica nos permite ordenar y ponderar las propiedades de un concepto, al manejar las mismas dimensiones axiológicas. Para aplicar dicha estructura axiológica a un concepto podemos ordenarlo y jerarquizarlo de acuerdo a sus propiedades, se debe tomar en cuenta que el sujeto de nuestra valoración ocupa un espacio en un tiempo determinado y es algo extrínseco, podríamos mencionar por ejemplo un objeto o bien, una actividad. En ese sentido la noción de Russell (1956) declara que es imposible establecer cualquier tipo de jerarquización axiológica, esto al decir que los valores no tienen nada que ver con la supuesta verdad valorativa, sino que provienen de diferencias de gustos.

Otra postura, propone que el carácter jerárquico en el mundo de los valores no se puede aplicar en la realidad como tal. Sin embargo, Beuchot (1997) nos dice que para *valer* hay que *ser*, es decir, primero es el ser y luego el valer. En este sentido, podemos decir que los valores son algo libre de la realidad tal y cual la entienden los positivistas.

El sociologismo axiológico concibe a los valores como resultado de convenciones sociales que presuponen el apoyo de la mayoría, se promueven y reproducen a través de la cultura y las tradiciones. Bajo esta corriente se jerarquizan los valores por la estructura

sociocultural que se reflejan en las personas que desean integrarse a la sociedad, y es la sociedad quien reestructura en sí misma la jerarquía de valores dependiendo su contexto, la sociedad significativamente estructurada, ordenada y ejerce su acción sobre las personas y proporciona las pautas a partir de las cuales se integran a ella y a su vez cada persona prefiere u elige de acuerdo a sus necesidades e intereses.

Acotando, los valores jerarquizados por una estructura sociocultural se ven reflejados en la sociedad que la conforman, son sus integrantes quienes en su necesidad de integrarse prefieren, eligen y reestructuran en sí mismos la jerarquía de valores, es decir, cada persona desde sus propias necesidades, motivaciones, intereses, se integra rejerarquizando sus valores prefiriendo o eligiendo siempre con una intencionalidad en las opciones que la sociedad le propone.

La educación desde el enfoque de los valores es importante ya que a través de ella el hombre se integra a su entorno pero al mismo tiempo implica tener en mente las condiciones del individuo con su entorno y los intereses que lo mueven, por ello, encontramos dos momentos alrededor del individuo; objetivo, determinado por las condiciones que se desenvuelve y subjetivo por la conciencia de la propia necesidad del individuo.

2.1.2. PROCESO DE TRANSMISIÓN DE VALORES

A través de la comunicación interpersonal, el hombre a lo largo de su vida aprende valores debido a que vive en una constante interacción con su entorno socio-cultural. En la medida de que el ser humano, crece y se desarrolla va adquiriendo determinadas posturas de la construcción del mundo y de sus valores. Al respecto, Garza (1998) plantea que en una *comunicación profunda* se comparten valores que constituyen un fundamento entre las personas. Son estos valores que forman al mismo tiempo lo más íntimo y lo más común de la experiencia humana y agrega “*siendo transindividual, el valor es comunicable; digamos mejor que es el lugar de toda comunicación*” (p. 51). El valor lleva implícito un dinamismo hacia el ser en la conciencia que se traduce en el sentido del deber, por ejemplo la justicia.

El valor desde su concepción analógica puede plasmarse por el ser humano, pero de diferente forma, personas, culturas y momentos representan un dinamismo en donde la

conciencia se traduce en el sentido del deber, por ejemplo la justicia. En este carácter analógico se constituye un elemento fundamental en la comprensión de los procesos de comunicación intercultural, modificando de manera determinante la conducta, representada por la acción.

González (1995) afirma que no sólo es necesario analizar en el proceso de transmisión de valores qué se transmite y sino también cómo se transmite. Es por ello la pertinencia de este estudio en analizar el qué y cómo se transmite los valores. Así mismo, Fernández (1999) hace hincapié en que el individuo establece su realidad a través de una compleja interacción y un largo proceso de construcción individual de los valores aseverando que no es un acto mecánico o voluntario.

Por lo tanto, la sociedad juega un papel importante en la transmisión de valores, su influencia sobre el individuo o diversos grupos que la integran son determinantes, ya que el dogma y la formalidad ocasionan en los individuos una doble moral o bien, el rechazo de los valores transmitidos.

Cuando en una sociedad se promueven los anti-valores sobrevalorando el placer, la riqueza y el poder es cuando la educación puede hacer presencia ya que los anti-valores que se difunden en la sociedad se vuelven hábitos para los ciudadanos y esto corrompe la profundidad del ser humano.

2.2. EDUCACIÓN Y VALORES

LA AXIOLOGÍA EN LA PEDAGOGÍA

El modelo educativo como formación de valores se ha dado en la educación moral, que es la integración de valores que postula una sociedad y consiste en que un individuo de vida a esos valores (Arriarán y Beuchot, 1999).

Explican que la adquisición de un valor no es obligado no extrínseco, sino “por convicción y hecho de vida”. Reafirmando lo que hemos señalado anteriormente, los valores son los que mueven un individuo al actuar, sobre todo en lo moral, ya que lo que es

valioso para la persona o la sociedad es lo que determina se procure alcanzar mediante el proceso de conducta.

La interacción didáctica es una alternativa que propone no sólo enseñar los contenidos, sino que a la par se enseña a adquirir habilidades para conseguirlos, aumentarlos y manejarlos. En este punto se da importancia a la virtud moral que trata de una realización de valores sociales y/o individuales.

Arriarán y Beuchot (1999) plantean que la virtud tiene una parte técnica y una connatural. Por medio de técnicas se puede coadyuvar a la virtud a inclinarse, y aseguran que en este punto el maestro puede ver cumplida la labor de instrucción y acompañamiento.

2.2.1. VALOR; VOCACIÓN DE SERVICIO

Vocación proviene del latín *vocatio*, *-ōnis*, acción de llamar y servicio proviene del latín *servitium*, acción y efecto de servir. Así, podemos definir que la vocación de servicio se compone de una aptitud inherente al hombre, que pueden ser exteriorizadas o no, y sólo en el primer caso esa vocación de servicio implicaría la utilización de nuestra capacidad, esfuerzo e inteligencia para poner en evidencia esa preferencia en ayudar a otros.

Mondaré (2005) en su artículo La universidad: vocación de servicio a las personas y a la sociedad nos dice que en la Constitución Apostólica *Ex Corde Ecclesiae* define para la universidad una *vocación de servicio* en relación a las personas y a la sociedad. Tal servicio deriva del *gaudium de veritate* que el mismo documento considera como la esencia de la universidad.

Siguiendo a San Agustín, quien pensaba que el gozo de la verdad es el gozo de Dios mismo. Tal y como cita Pizzul (2013, p.58) en su libro la formación humanística, fin esencial de la Universidad “*el gozo de buscar la verdad, de descubrirla y de comunicarla en todos los campos del conocimiento*” es decir, la vocación de la Universidad consagra a la investigación, a la enseñanza y a la formación de estudiantes, libremente reunidos con sus maestros animados en conjunto por el amor al saber.

Esto nos lleva a decir con certeza que es necesario formar profesionistas con sólidos principios éticos, comprometidos con su realidad en una actitud de servicio permanente para contribuir en la solución de los problemas comunicacionales del entorno.

2.2.2. UPAEP COMO PROMOTORA DE CAMBIO SOCIAL.

En esencia la Universidad cumple la vocación de servicio hacia las personas y a la sociedad siendo ella misma y realizando sus actividades que le son propias, es decir, enseñar, investigar y publicar conocimiento en todas las áreas. Sin embargo existe una exigencia de servir de modo desinteresado, proclamando el servicio de la verdad, la cual conduce por sí misma al servicio, al amor y a la búsqueda del ser supremo, sólo teniendo estos elementos se puede asegurar la trascendencia del hombre, su dignidad y lograr un cambio social con sentido cristiano.

En el documento “Naturaleza y Destino de la UPAEP” se fundamenta lo siguiente:

1. Introducir a los alumnos en el conocimiento y análisis de los problemas sociales, económicos y políticos de nuestra patria, creándoles conciencia de su responsabilidad en la promoción del bien común.
2. Colaborar al desarrollo del pueblo, acercando a los alumnos a los sectores sociales más necesitados, formándoles un sentido de solidaridad y servicio que impregne el ejercicio de su profesión.

Para Kirwant (1995) entre los principales problemas contemporáneos encontramos como primordial la dignidad humana, que abarca temas que degradan al hombre como la carencia de una verdadera promoción de la justicia para todos, baja calidad en la vida personal y familiar, la vacilante paz y estabilidad política, la necesidad de una distribución más equitativa de los recursos del mundo y también la necesidad de un nuevo ordenamiento económico y político que sirva mejor a la comunidad humana. Debemos recordar que la conciencia humana quedó estremecida después de las dos guerras mundiales, ante la comprobación de los actos más irracionales y destructivos de la dignidad humana.

Se requiere promover una profunda formación moral que se traduzca en obras que expresen valores, ya que los valores morales brotan de la misma naturaleza e imprimen la

esencia de cada persona, por tanto es pertinente este valor para promover el cambio social a través de la verdad de forma progresiva pero definitiva, enseñando y preparando a seres humanos que vivan una vocación de servicio con madurez y coherencia debido al que el valor no sólo va dirigido al intelecto sino también a la voluntad y la afectividad, puesto que no se trata de que sea conocido el valor sino de despertar en la persona el deseo a realizarlo, es por eso que en la educación superior se considera como el medio de formación de las personas y consiste en la formación de hombres completos que actúen con autocrítica y auto pensamiento, responsable frente a sí mismo y frente a los demás.

Como lo afirma Tavella y Daros (2002) no hay nada más alejado de la realidad que pretender preparar a un hombre para la vida sólo transmitiéndole información sobre dicha realidad y no llevándole con sus propios pasos a vivir en ella y transformarla a partir de su propia aprehensión.

Así, esto es sólo posible apropiándose de la orientación educativa pertinente que permita actuar correctamente, es por eso que es tan necesario no sólo la concepción teórica de problemáticas sino es necesario llevarla a la práctica para generar que el estudiante tenga una aprehensión de valores impulsándolo a actuar adecuadamente en el medio en que vive y es la base de la formación de su personalidad.

Finalizando, la interacción de las personas está presente en todos los ámbitos de nuestra vida, responden a conductas concretas de complejidad variable que permiten al hombre sentirse competente e integrado en una realidad socio-cultural, en consecuencia hoy en día vemos familias, colegas de trabajo e instituciones retomar esfuerzos que favorezcan una relación optima que permita a cada persona beneficiarse del contacto con los demás, ayudando con esto a un mejor rendimiento académico o profesional.

Por lo tanto, la interacción en la educación en valores se convierte en una necesidad de alta prioridad partiendo del hecho que se encuentra en la esencia de la filosofía de la UPAEP.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. FUNDAMENTOS

La investigación que hemos realizado es de carácter teórico, exploratorio y descriptivo pues se llevará a cabo a través de la revisión bibliográfica de la literatura científica en relación a la comunicación interpersonal, los valores y su proceso de transmisión. Así mismo es de carácter exploratoria porque se pretende dar una visión general, de tipo aproximativo, respecto a la adquisición de valores de los jóvenes universitarios y finalmente es de carácter descriptiva ya que no sólo tiene como meta la recolección de datos sino identifica las relaciones existentes entre las variables que intervienen.

Objetivo General: Estudiar la comunicación interpersonal como transmisora de valores sociales y recursos necesarios para completar el desarrollo integral de los estudiantes de licenciatura a través de la interacción en función y servicio del mismo hombre.

Objetivos Específicos:

- Saber si la UPAEP está transmitiendo correctamente los valores a través de una de las materias de formación humanista (Cultura y Responsabilidad Social).
- Conocer si los estudiantes del área de Artes y Humanidades del periodo otoño 2012 entienden todos los conceptos de valores.
- Saber si los estudiantes entienden todos los conceptos que se desarrollan bajo la solidaridad, a través de una de las materias de formación humanista.
- Conocer como los estudiantes aplican los conceptos que se desarrollan bajo la solidaridad.

3.2. DISEÑO

Para estudiar la comunicación interpersonal como transmisora de valores sociales es necesaria la pertinencia del concepto de interacción como se ha dejado plasmado en los capítulos anteriores. Al respecto, Blumer (1969) señala que la interacción humana constituye la parte central de datos, porque es en las capacidades de las personas (empatía) donde se captan a los demás y en sus conductas encontramos un elemento central para entender cómo funciona la interacción.

Por su parte Sampieri, Fernández y Baptista (1997) aseveran que la metodología cualitativa se enfoca a comprender la perspectiva de los participantes, ya sea individual, grupos de personas o bien el enfoque de lo que se desea investigar. Por lo que esta metodología, permite desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección de datos.

Dada la naturaleza del estudio se eligieron diversos instrumentos con una línea de investigación cuasi experimental. Por tanto, se menciona en primer lugar el análisis de los sujetos de investigación y la pertinencia de cada instrumento, recordando que como principal objetivo está el conocer la valoración de la vocación de servicio que tienen los estudiantes y si corresponden con su contexto socio-cultural, recopilando los datos y luego sometidos a la interpretación propia de la estadística de la estadística descriptiva.

3.2.1. ANÁLISIS DE LOS SUJETOS DE INVESTIGACIÓN

En el análisis cualitativo, los resultados se interpretaron a partir de las observaciones y registros durante el proceso de la investigación. Estos instrumentos han sido adoptados y desarrollados en la práctica real aplicada a los actores que intervienen en esta investigación; catedráticos y estudiantes, para poder conocer los acuerdos previos que manejan. (Tabla 1)

El objetivo general de aplicar estos instrumentos es:

A) CATEDRÁTICO

- Conocer las constantes, aciertos y omisiones en la aplicación de proyectos prácticos.

- Motivar a la reflexión individual y colectiva con el fin de concientizar lo que se está implementando en la clase de cultura y responsabilidad social.

B) ESTUDIANTE

- Obtener un registro de las experiencias individuales y colectivas respecto a los proyectos de retribución social.
- Conocer los acuerdos previos que manejan.

Tabla 1: TIPO DE INSTRUMENTOS, SEGMENTACIÓN Y ACUERDOS PREVIOS QUE MANEJAN CATEDRÁTICOS Y ESTUDIANTES.

SUJETOS DE INVESTIGACIÓN	TIPO DE INSTRUMENTO	SEGMENTACIÓN	ACUERDOS PREVIOS QUE MANEJAN
CATEDRÁTICO	FOCUS GROUP	DOCENTE TIEMPO COMPLETO	✓ ALGUNOS APLICAN PROYECTOS PRÁCTICOS
	ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS	DOCENTE MEDIO TIEMPO	✓ SÓLO CLASE
ESTUDIANTES	TÉCNICA DE MUESTREO ÁRBOLES COMPONENTIALES	ESTUDIANTES INSCRITOS, PERIODO PRIMAVERA 2012	✓ ARTES Y HUMANIDADES GRUPO I GRUPO II
	MUESTREO: GRUPO EXPERIMENTAL	UN GRUPO DE LA MATERIA DE CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL (CRS) OTOÑO 2012	✓ INTERVENCIÓN PREVIAS CON PROYECTOS SOCIALES
	GRUPO DE CONTROL PRIMAVERA 2012 DEL ÁREA DE ARTES Y HUMANIDADES	UN GRUPO DE LA MATERIA DE CRS OTOÑO 2012	✓ CLASE NORMAL

i. FOCUS GROUP

La intención de haber desarrollado esta sesión es porque es un método de encuesta cualitativa rápido, se aplicó a los cuatro maestros de tiempo completo de la asignatura Cultura y Responsabilidad Social.

Objetivo: recabar información sobre la percepción de los catedráticos de tiempo completo de la materia de cultura y responsabilidad social sobre las actividades que llevan a cabo dentro de su materia.

Variables:

- Actitud con respecto al servicio social.
- Conocer si desarrollan proyectos de intervención en clase.
- Si realizan proyectos, conocer qué tipo de proyectos realizan con los estudiantes.
- Saber si transmiten los conceptos de valores.

Las etapas de preparación son:

Presentador: José Antonio Luna Alarcón / Coordinador de la materia de Cultura y Responsabilidad Social

Selección de participantes: cuatro catedráticos tiempo completo que imparten la materia en el periodo en curso.

Preguntas de diálogo:

- ¿Qué actividades prácticas están realizando en el salón de clases?
- ¿Están desarrollando algún proyecto de intervención con la comunidad?
- ¿Qué concepto tienen de servicio social?
- ¿Qué tipo de estrategias se deben implementar con los estudiantes que mejoren la calidad del curso?

(Ver anexos: RESULTADOS FOCUS GROUP)

ii. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Después de haber obtenido información de los maestros de tiempo completo de la asignatura de Cultura y Responsabilidad Social, debemos conocer la otra parte correspondiente a los maestros hora clase, a lo cual, el coordinador de la asignatura colaboró en esta investigación, enviándoles un correo electrónico con las mismas preguntas que se les aplicaron a los maestros de tiempo completo.

Objetivo: recabar información sobre la percepción de los catedráticos de tiempo completo de la materia de cultura y responsabilidad social sobre las actividades que llevan a cabo dentro de su materia.

Variables:

- Actitud con respecto al servicio social.
- Conocer si desarrollan proyectos de intervención en clase.
- Saber qué tipo de proyectos se realizan con los estudiantes.

Las etapas de preparación son:

Presentador: José Antonio Luna Alarcón / Coordinador de la materia de Cultura y Responsabilidad Social.

Selección de participantes: Catedráticos hora clase que imparten la materia que imparten materia en el periodo en curso. (La muestra contempla los maestros hora clase, para conocer los acuerdos previos que manejan y cuál es el grado de compromiso con respecto a los maestros de tiempo completo).

Preguntas de diálogo:

- ¿Qué actividades prácticas están realizando en el salón de clases?
- ¿Qué concepto tienen de servicio social?
- ¿Qué tipo de estrategias se deben implementar con los estudiantes que mejoren la calidad del curso?

(Ver anexos: RESULTADOS ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA)

iii. TÉCNICA DE MUESTREO

La investigación limitó su área de estudio a estudiantes inscritos en el periodo primavera 2012 de todos los semestres del área de Artes y Humanidades, obteniendo una muestra de más de mil estudiantes de esa área.

Este instrumento se aplicó con el objetivo de conocer los **acuerdos previos de los estudiantes** a través de la elaboración de árboles componenciales.

TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LOS ARBOLES COMPONENCIALES

Cálculo del tamaño de la muestra

Etapa 1: Cálculo del tamaño de la muestra de base

El tamaño adecuado de la muestra para una encuesta relativa a la población estudiantes del área de artes y humanidades, está determinado en gran medida por tres factores:

- i) Prevalencia estimada de la variable considerada (en este caso, para el grupo II; estudiantes de primer y segundo semestre, para el grupo I; estudiantes de tercer semestre en adelante),
- ii) nivel deseado de fiabilidad,
- iii) margen de error aceptable.

En Estadística, el tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente expresión:

Fórmula:

$$n = \frac{t^2 \cdot p(1 - p)}{m^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra requerido

t = nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1.96)

p = prevalencia estimada de estudiantes de primer y segundo semestre

m = margen de error de 5% (valor estándar de 0.05)

De acuerdo a esto se ha calculado que el 71.84% corresponden a estudiantes de tercer semestre en adelante y el 28.15% corresponde a estudiantes de primer semestre y segundo semestre del área de Artes y Humanidades inscritos en el periodo de 2012. Basados en estas estadísticas, se utilizarán estos valores para efectuar el cálculo. Tabla 2.

Tabla 2: RESULTADOS, TAMAÑO DE LA MUESTRA.

GRUPOS Artes y Humanidades	NO. DE ESTUDIANTES (<i>Inscritos periodo 2012</i>)	TAMAÑO DE LA MUESTRA
GRUPO I (<i>tercer semestre en adelante</i>)	786	224
GRUPO II (<i>primer semestre y segundo semestre</i>)	308	88

(Ver anexos: RESULTADOS TÉCNICA DE MUESTREO)

a. DISEÑO DEL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA O INSTRUMENTO Y ARBOLES COMPONENTIALES

Una vez obtenida la muestra para ambos grupos, se procedió a la elaboración del cuestionario para conocer los **acuerdos previos que manejan los estudiantes** con respecto a los siguientes conceptos: vocación de servicio, servicio social, valor social, retribución social, solidaridad, subsidiaridad y bien común. Tabla 3.

Tabla 3: PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO PARA EL GRUPO I Y GRUPO II

CUESTIONARIO
1. ¿Qué “imagen” viene a tu mente cuando te dicen: servicio social?
2. ¿Cuándo escuchas servicio social piensas en?
3. ¿Qué “actividades” se realizan en el programa de servicio social?
4. ¿En qué “instituciones” te gustaría hacer servicio social comunitario?
5. ¿Ya comenzaste servicio social?
6. ¿Conoces el reglamento de servicio social?

(Ver anexos: RESULTADOS ARBOLES COMPONENTIALES)

iv. MUESTREO; GRUPO EXPERIMENTAL Y DE CONTROL

Ahora bien, habiendo aplicado el instrumento para conocer el acuerdo previo dentro de un área de la universidad. La reflexión de conocer el acuerdo previo de estudiantes que llevaran materias que pudieran ponerlos en contacto directo con los siguientes conceptos; vocación de servicio, servicio social, valor social, retribución social, solidaridad, subsidiaridad y bien común. Nos llevó a aplicar el cuestionario en la asignatura de Cultura y Responsabilidad Social, para conocer el grado de compromiso y respuesta de los estudiantes al tomar dicha materia.

a. GRUPO EXPERIMENTAL,

ASIGNATURA “CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL”.

El tamaño de la muestra en este grupo fue de 24 estudiantes, de las siguientes carreras:
Tabla 4.

Tabla 4: CARRERAS A LAS QUE PERTENECEN LOS ESTUDIANTES DEL GRUPO EXPERIMENTAL.

<i>Carreras:</i>
<i>Comercio Internacional</i>
<i>Fisioterapia</i>
<i>Ingeniería Industrial</i>
<i>Logística de Negocios</i>
<i>Economía</i>
<i>Arquitectura</i>
<i>Psicopedagogía</i>
<i>Gastronomía</i>
<i>Enfermería</i>
<i>Medicina</i>

DISEÑO DEL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

Las preguntas del cuestionario son las siguientes. Tabla 5.

Tabla 5: CUESTIONARIO, GRUPO EXPERIMENTAL.

CUESTIONARIO
1. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando te dicen; vocación de servicio?
2. Haz realizado alguna actividad de servicio social. Si, ¿Cuál?
3. De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social.
4. ¿Te interesaría realizar proyectos de retribución social? Porqué:
5. Define qué entiendes por: a) Solidario: b) Subsidiario: c) Bien Común:
6. Define qué entiendes por: a) Solidario: b) Subsidiario: c) Bien Común:
7. ¿Ya comenzaste el servicio social?
Si respondiste NO, ¿Por qué razón no has comenzado?

b. GRUPO DE CONTROL

ASIGNATURA “CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL”.

El tamaño de la muestra en este grupo fue de 27 estudiantes, de las siguientes carreras
Tabla 6.

Tabla 6: CARRERAS A LAS QUE PERTENECEN LOS ESTUDIANTES DEL GRUPO DE CONTROL.

<i>Carreras:</i>
<i>Enfermería</i>
<i>Medicina</i>
<i>Ingeniería Mecatrónica</i>
<i>Ingeniería en Diseño</i>
<i>Automotriz</i>
<i>Administración de Instituciones</i>
<i>Ingeniería Ambiental</i>
<i>Arquitectura</i>
<i>Pedagogía</i>
<i>Nutrición</i>
<i>Ingeniería Industrial</i>

DISEÑO DEL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

Se aplicó la encuesta con las mismas preguntas que el grupo de control. Tabla 7.

Tabla 7: CUESTIONARIO, GRUPO DE CONTROL.

CUESTIONARIO
1. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando te dicen; vocación de servicio?
2. Haz realizado alguna actividad de servicio social. Si, ¿Cuál?
3. De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social.
4. ¿Te interesaría realizar proyectos de retribución social?

Porqué:
5. Define qué entiendes por: a) Solidario: b) Subsidiario: c) Bien Común:
6. Define qué entiendes por: a) Solidario: b) Subsidiario: c) Bien Común:
7. ¿Ya comenzaste el servicio social?
Si respondiste NO, ¿Por qué razón no has comenzado?

(Ver anexos: RESULTADOS MUESTREO; GRUPO EXPERIMENTAL Y DE CONTROL)

CAPÍTULO IV

4.1 EVALUACIÓN

Los resultados que a continuación se exponen sirven de punto de partida para establecer estrategias que involucren a los estudiantes en situaciones vivenciales, es decir, recurrir a la interacción.

4.1.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE CADA INSTRUMENTO APLICADO

i. FOCUS GROUP

Después de haber implementado el focus group se recopilieron las opiniones de los maestros de tiempo completo en una matriz FODA. (Ver anexos: RESULTADOS FOCUS GROUP)

El diagnóstico fue un absoluto compromiso con la asignatura y nos muestra que estos catedráticos están totalmente involucrados con el ser y que hacer de la UPAEP lo cual se ve reflejado en los proyectos y compromisos extra, implementados en el aula.

ii. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

De los maestros hora clase podemos señalar que contestaron a la encuesta sólo dos maestros.

De acuerdo a la información recabada, podemos inferir que no se aplica algún proyecto práctico dentro de la materia como estrategia para que los estudiantes vivan los conceptos que se les enseñan. Si bien, una realidad es que los maestros hora clase que quisieran involucrarse en este tipo de materias implicaría que dichas actividades o acciones, estén fuera de la hora de clase y por consecuencia sin retribución económica. También, podemos inferir que los maestros hora clase se ven menos influenciados en el ser y que hacer de la UPAEP, al tener una mayor relación con el exterior.

iii. ÁRBOLES COMPONENTIALES

El objetivo de este instrumento como lo hemos señalado anteriormente fue recolectar información para conocer el acuerdo previo de los estudiantes sobre los conceptos; servir al prójimo, ayudar, vocación de servicio, etc.

El diagnóstico nos señala que los estudiantes comprenden al ciento por ciento los conceptos. Lo cual nos lleva a reflexionar sobre el porqué entonces no tienen una respuesta favorable en la inscripción de su servicio social. Gráfica 1.

Y nos lleva a pensar que mientras no reciban un beneficio propio es difícil verlos participar en acciones en las cuales sólo reciben una satisfacción personal. Así mismo, los estudiantes que respondieron no haber comenzado su servicio social contestaron; no tener tiempo, falta de información. Tendríamos que analizar qué significa para ellos no tener tiempo o sólo es una justificación de no hacerlo.

Gráfica 1: ACUERDOS PREVIOS DE LOS ESTUDIANTES EN RELACIÓN A SERVICIO SOCIAL.



iv. ASIGNATURA CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL; GRUPO EXPERIMENTAL Y DE CONTROL

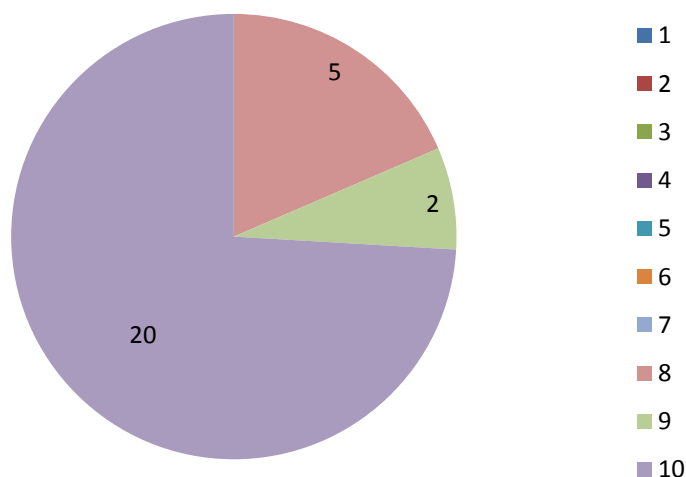
Para conocer si los resultados eran similares al anterior estudio, se aplicó una encuesta en una asignatura relacionada directamente con el área de formación; Cultura y

Responsabilidad Social. Hipotéticamente se pensó que el grado de compromiso y de entendimiento sobre los conceptos; servir al prójimo, ayudar, vocación de servicio, etc. sería mayor.

Así, que se tomaron dos grupo, uno de control y uno experimental. En el grupo I, de control se les aplicó la encuesta y de 27 estudiantes 20 afirmaron tener una alta valoración sobre el valor social. El grupo II experimental se le aplico la encuesta y sólo 1 de 24 estudiantes respondió un bajo nivel en la importancia del valor social. Posteriormente al grupo experimental se les invito a participar en el proyecto de la fundación ¿Sabías qué...? en San José Xacxamayo, casi al final del cuatrimestre, se realizó una entrevista con la Fundación, quienes afirmaron no haber tenido a ningún estudiante en el proyecto. (Gráfica 2 y 3).

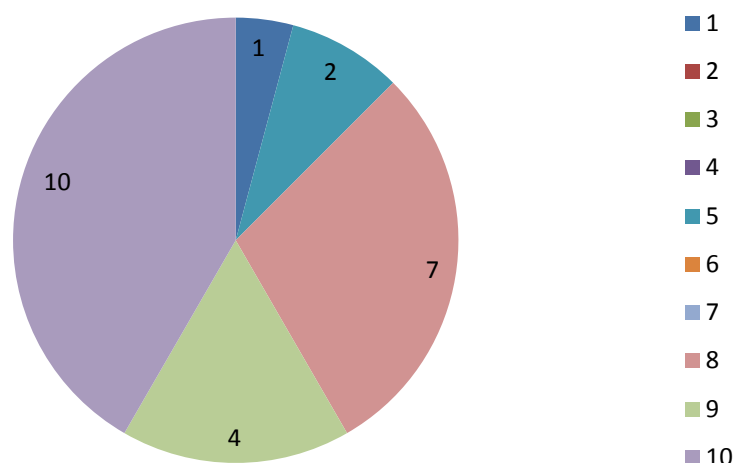
Lo cuál nos lleva a la reflexión que existe una incongruencia con lo que se dice y se hace. Además, que no existe liderazgo en el grupo. Cabe señalar que la muestra es muy pequeña como para realizar una aseveración sobre la acción de la mayoría de los estudiantes de la UPAEP, pero nos da las bases para posteriormente realizar un análisis más profundo.

Gráfica 2: ACUERDOS PREVIOS SOBRE LA VOCACIÓN DE SERVICIO, GRUPO DE CONTROL; 27 ESTUDIANTES.



De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social.

Gráfica 3: ACUERDOS PREVIOS SOBRE LA VOCACIÓN DE SERVICIO, GRUPO EXPERIMENTAL; 24 ESTUDIANTES.



De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social.

4.1.2 CONCLUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La presente investigación muestra y ofrece sus resultados en el apartado de ANEXOS esperando puedan tomarse como referencia para el departamento de Servicio Social o bien, para proyectos a fines de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

En la actualidad vivimos en constantes cambios que obligan hacer frente a incertidumbres permanentes. En este punto, la búsqueda de encontrar diversos caminos e instrumentos que nos ayuden a conocer el proceso de adquisición del valor social que es parte fundamental en la UPAEP.

Así mismo, se enfatiza ciertas consideraciones partiendo de los diversos instrumentos de recopilación aplicados a los estudiantes, como de los cambios que se han venido dando en la UPAEP en cuando a la identidad y formación sello de nuestra Institución.

Los resultados obtenidos nos muestran que la transmisión de valores no puede hacerse en soledad ni subjetivamente, se le ha de brindar a docentes, administrativos y personal que intervengan en la formación del estudiante las herramientas para poderlo llevar a cabo de

manera eficiente. Es decir, poner en práctica la vocación de servicio desde su esencia, con la visión de hacerlo por el otro.

4.2. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Al permitirnos elaborar diversos instrumentos de recolección de información, se invita a la comunidad de la UPAEP a inclinarse por una formación continua, que ayude a esta labor que indudablemente los primeros resultados se reflejarán en su vida propia. Ya que los resultados muestran que la deficiencia no está en el significado del concepto sino en el entendimiento y complejidad del mismo.

Esta investigación es resultado de un esfuerzo para apoyar el proceso de adquisición de valores en los estudiantes, esperando motivar a aquellos profesionales que desean profundizar en el tema y desarrollar técnicas para la adquisición de los mismos, una vez plasmadas las bases científicas para hacerlo.

La elaboración de esta investigación también muestra una parte empírica que evalúa la efectividad cuando se invita a los estudiantes a participar en proyectos voluntarios sin condicionamientos.

No obstante, la *recomendación fundamental* a la investigación de este tema, es implementar mayores instrumentos en la fase experimental, en el propio departamento de servicio social y en la propia universidad.

En esta fase se podrá corroborar o no, la efectividad de la transmisión de valores por medio de experiencias que expongan al estudiante a vivirlas. Así como de las estrategias y técnicas para llevarlas a cabo.

4.3. PROPUESTA: PROYECTO

En la actualidad el modelo educativo se encuentra basado en el neoliberalismo el cual queda lejos de la formación de valores, debido a que fomenta el hedonismo, la competencia y el egoísmo.

Con esta investigación se pretende que el proceso de adquisición de valores en los universitarios, se implemente por medio de programas que vinculen al estudiante con la acción de ideas innovadoras sobre la educación, proponiendo una postura activa, realizando cambios graduales que permitan el desarrollo de las habilidades comunicativas.

Si bien, la tarea no es fácil por la grave crisis cultural que vivimos, es necesario plantearnos diversos conceptos con los cuales vivimos a diario como; nación, las clases sociales, las culturas indígenas, etc., justificando con esto la necesidad de reorientar nuestro proceso educativo. Tabla 8.

Tabla 8. Modelo de Proyecto de Intervención.

¿Qué?	PROYECTOS DE INTERVENCIÓN.	Promover en los estudiantes los valores sociales.
¿Por qué?	Implementar proyectos.	Generar en los estudiantes a través de la comunicación interpersonal el contacto con las necesidades sociales.
¿Para qué?	Desarrollar una postura activa con la sociedad.	Que el estudiante se responsabilice y viva su entorno. Promover el aprendizaje mediante una conducta activa.
¿Cuánto?	A todos los estudiantes de las materias de formación	Adquisición de valores sociales.
¿Dónde?	Sector social vulnerable; comunidades, colonias marginadas, etc.	Dentro del Estado de Puebla.
¿Cómo?	Implementar estos proyectos en las materias de Formación Humanista.	Ejercicios de reflexión; ponerse en lugar de otro. Estrategias de cambios, vivenciar y superar barreras. Casos de reflexión de estereotipos y prejuicios.
¿Cuándo?	Al inicio de cada cuatrimestre.	Cuatro meses
¿A quiénes?	Sectores sociales necesitados.	Beneficiar y contribuir al desarrollo y bienestar de sectores vulnerables.
¿Quiénes?	Catedráticos y estudiantes.	Estudiantes.
¿Con qué?	Conocimientos y conceptos vistos en clase.	Implementar los recursos intelectuales y propuestas de los estudiantes a diversas problemáticas aplicadas en un caso real.
	Costo	Acciones sin remuneración económica

Fuente: UPAEP, 2014.

CAPÍTULO V

5.1 CONCLUSIONES

En relación a nuestro objetivo general, se considera que a través de este trabajo le damos cumplimiento, ya que se elaboraron diversos instrumentos de recolección de datos en los cuales hipotéticamente podemos decir que; los estudiantes, pese a que reciben formación axiológica en la universidad por las diversas materias impartidas, lo recogen de manera verbal por lo que en la acción hay una carencia. Por lo tanto, dichos instrumentos permiten comprobar cómo la comunicación interpersonal se vuelve un agente transmisor de valores sociales dentro de la UPAEP.

Los objetivos específicos se han cumplido en tanto se describen detalladamente en el contenido del trabajo, marcando a detalle la importancia que tienen en este proceso de transmisión de valores por medio de acciones. Además, se espera que este trabajo deje las bases y les de herramientas a docentes y tutores de la UPAEP para contribuir en la formación de los estudiantes.

En el ámbito del diseño, los resultados nos dan las pautas necesarias para que el profesionista tome en cuenta que para desarrollar y elaboración de una pieza gráfica, campaña publicitaria, sobre el tema de valores debe tomar en cuenta que; su trabajo debe ir acompañado de actividades que impliquen en el usuario una interacción, que le lleven a la acción y a un cambio de comportamiento, de no ser así, su trabajo será en vano.

REFERENCIAS

1. Aguilar, C. (1999). Fortalecimiento de valores: una necesidad de todos los tiempos. Camaguey: DPE y el ISP "José Martí".
2. Aguirre, J. M., y Bisbal, M. (1981). La investigación de la comunicación en Venezuela. La ideología como mensaje y masaje. Caracas: Monte Ávila.
3. Arriarán Cúellar, S., y Beuchot, M. (1999). Virtudes, valores y educación moral: contra el paradigma neoliberal. México: Universidad Pedagógica Nacional.
4. Beltrán, L. R. (2011). Adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal". Asociación Latino-Americana de Investigadores de Comunicación (ALAI), No. 7 (4), 25.
5. Berger, P. L., y Luckmann T. (1993: 40-41). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
6. Berlo, D. (1963). Communication Theory and Audiovisual Instruction, Keynote Address to the National Convention of the Department of Audiovisual Instruction. Denver: National Education Association.
7. Berlo, D. (1981). El proceso de la comunicación. Buenos Aires: El Ateneo.
8. Beuchot, M. (1997). «Sobre los valores», en *Logos*. México: Universidad Lasalle.
9. Blumer, H. (1969). Symbolic Interactionism. Perspective and Method. New Jersey: Prentice Hall.
10. Blumer, H. (1982). El Interaccionismo simbólico, perspectiva y método. Barcelona: Hora D.L.
11. Buber, M. (1979). Yo y Tú. Buenos Aires: Nueva Visión.
12. Burgess, E. (1928). "Comunicación". American Journal of Sociology, No. 34, 117-129.
13. Chernilo, D. (2004). El rol de la 'sociedad' como ideal regulativo. Hacia una construcción del concepto de sociedad moderna. Cínta de Moebio, No.21, 1-16. Sitio web: www.moebio.uchile.cl/21/chernilo.htm
14. Danziger K., Ramírez, P.R. y Moreno S. (1982). Manual Moderno.
15. Defleur, M.L., y Ball-Rokeach, S.J. (1993). Teorías de la Comunicación de Masas. Paidós: Barcelona.
16. Dewey, J. (1991). The Public and its Problems. Athens, Ohio: Ohio University Press.

17. Durkheim, E. y Lukes, S. (2014). *The division of labor in society*. New York: Simon and Schuster.
18. Fernández, C. y Dahnke G. L. (1995). *La comunicación humana*. México: McGraw Hill.
19. Fernández, L., (1999). “Los valores morales: retos para la subjetivación”. *Revista ARA, Ética y Valores en la Cuba de hoy (III)*, Ciudad de la Habana, Nro. 6, marzo.
20. Freire, P. (1978). *La educación como práctica de la libertad*. Siglo Xxi.
21. Frondizi, R. (1958). *¿Qué son los valores?*. México: Fondo de Cultura Económica.
22. García, G. L. (2005). *Modelos de comunicación en Internet*. Tirant lo Blanch.
23. García, M. R. (2006). *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. Análisis*, 33, 45-62.
24. Garza, E. (1998). *Comunicación en valores*. México: Coyoacán.
25. Goffman, E. 1972 (1959). *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
26. González, F. (1995). *Comunicación, personalidad y desarrollo*. La Habana: Pueblo y Educación.
27. Guajardo, H. (1994). *Teoría de la comunicación social*. México: Gernika.
28. Hernández Sampieri, R., y Fernández Collado, C. P. Baptista Lucio. (1997). *Metodología de la Investigación*.
29. Hovland, C.I. (1948). *Social Communication, Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 92, pp. 371-375.
30. Ibáñez, R. M. (1968). *La jerarquía axiológica y su proyección educativa: parte sistemática: la objetividad de la escala de los valores*. *Revista Española de Pedagogía*, 99-117.
31. Ibáñez, R. M. (1976). *Valores, objetivos y actitudes en educación*. Valladolid: Miñón.
32. Ideario UPAEP. “*Naturaleza y Destino de la UPAEP*”. México: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.
33. Interiano, C. (1991). *Semiología y comunicación*, Guatemala: Fénix.

34. JUAN PABLO II. (1998). Fides et ratio, n. 32. 10/9/2014, de Vaticano Sitio web:
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_14091998_fides-et-ratio_sp.html
35. Kirwant, C. (1995). UPAEP en las instituciones de educación superior de inspiración cristiana, promotoras de cambio social. Año 1 No. 3.
36. Lapie, P. (1902). Logique de la volonté. París: Alcan.
37. Leiva, G. (2001). Comunicar sin perspectivas, ¿para qué?. Palabra Clave 79-86. No. 4. Bogotá: Universidad de La Sabana.
38. Lerner, D. (1973). World Communication, Population Communication, Communication Technology, Communication in the Future, eds. RICHSTAD, Jim y HARMS, L. S., Honolulu: Speech-Communication Association.
39. Martín-Barbero, J. (2003). La educación desde la comunicación (Vol. 18). Editorial Norma.
40. Mead, G. (1968). Espíritu, Persona y Sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social. Madrid: Paidós.
41. Mondaré. (2005). Universidad: Vocación de servicio a las personas y a la sociedad. Años XV años de la constitución Apostólica EX CORDE ECCLESIAE.
42. Montero, J., y Rueda, J. C. (2001). Introducción a la Historia de la Comunicación Social. Barcelona: Ariel Comunicación.
43. Morera, J. L. (1993). Comunicación interpersonal: el efecto Palo Alto. 5/7/2013, de Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. Sitio web:
http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp_312.pdf
44. Morin, E. (1999). Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. 3/8/2013, de Ministerio de Educación-Dirección de Investigación y Documentación Educativa. Sitio web:
<http://dide.minedu.gob.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1448/Los%207%20saberes%20necesarios%20para%20la%20educaci%C3%B3n%20del%20futuro.pdf?sequence=1>
45. Pasquali, A. (1980). Comprender la comunicación. Caracas: Monte Ávila.
46. Perry, R. B. (1926). General theory of value. New York: Longmans.

47. Pizzul, M.E. (2013). La formación humanística, fin esencial de la Universidad. Mar del Plata: Universidad FASTA.
48. Rebeil, M. A., y Ruiz S. (1998). El poder de la comunicación en las organizaciones, Plaza y Valdés. México: Universidad Iberoamericana
49. Russell B. (1956) Religión y ciencia”. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
50. Scheler, M. (2000). El formalismo en la ética y la ética material de los valores. Madrid: Caparrós.
51. Scheler, M. [1928] (1969). El puesto del hombre en el cosmos. Buenos Aires: Losada.
52. Schütz, A. (1964). La Construcción Significativa del Mundo Social. Barcelona: Paidós.
53. Schütz, A. 1979 (1962). El Problema de la Realidad Social. Buenos Aires: Amorrortu.
54. Tavella, A., y Daros, W. (2002). Valores modernos y posmodernos en las expectativas de vida de los jóvenes. Argentina: Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.
55. Thomas, W. I. (1905). The province of social psychology. The American Journal of Sociology, 10(4), 445-455.
56. UPAEP (2014) Modelo de solidaridad. Curso Formación sello UPAEP-Identidad y Compromiso.
57. Watzlawick, P; Beavin, J. H.; Jackson, D. (1971). Teoría de la comunicación humana. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

ANEXOS

RESULTADOS FOCUS GROUP

Preguntas de diálogo Catedráticos participantes	¿Qué actividades prácticas están realizando en el salón de clases?	Están desarrollando algún proyecto de intervención con la comunidad.	¿Qué tipo de estrategias se deben implementar con los estudiantes que mejoren la calidad del curso?	¿Qué concepto tienen de servicio social?
CATEDRÁTICO 1	6 talleres de participación ciudadana.	1. Ciudadano vigía 2. Denuncia ciudadana 066, 089 3. Cartas al presidente municipal 4. Más media; radio y televisión 5. Loving; entrevistas con alcaldes, funcionarios públicos, senador, o diputado. 6. Marchas y mantas	Presentación en el consejo ciudadano. En base a grupos multidisciplinarios se debe plantear los conceptos de que son ciudadanos, q deben contribuir al bien y a la patria desencadenen en un hecho. Implementación de acciones como estrategia natural. Guiar al estudiante en los proyectos que deben realizar acompañados de la parte conceptual. Fundamentar los proyectos de los talleres. Pocas veces se llega a la acción salvo algunos que tengan alguna experiencia. Prepararlos para la acción, pueden y deben serlo.	Que alumnos puedan colaborar con el municipio en los diversos programas a trabajar. Acciones que se pueden y deben hacer. Formar realmente líderes que transformen a la sociedad, por medio de estos proyectos e implementar acciones.
CATEDRÁTICO 2	Cadena de favores	Cómo cambiar al mundo desde su profesión, estructurando un proyecto en base a esto.	Exponer los trabajos para concientizarlos. Manejo de conceptos. Implementar proyectos que generen en el estudiante experiencias de contacto que provocaran en el estudiante ponerse en situación del otro.	Solidaridad, subsidiaridad, como se pueden ayudar los ciudadanos en el gobierno y los deberes del gobierno mismo en la sociedad. Una ayuda la sociedad desde una persona que ha sido privilegiada con más conocimiento y posibilidad.

				Se busca por medio que esto el estudiante tenga un nivel más alto en su educación, debe ser lo más profundo y concreto posible. Pensarse como nivel de desarrollo.
CATEDRÁTICO 3	Visitar ONG, bajo criterios y guía proporcionada por el catedrático.	Conocer los ideales del porque se funda ese grupo, misión, visión, valores y se den la oportunidad de participar en estas Instituciones. Entregar un análisis de cinco a seis juicios desde el bien común, análisis antropológico y si están cumpliendo los objetivos como fundación o están desfasados. Entrevista con autoridades, síndicos se toman como proyecto bajo los criterios comentados anteriormente. Visitas a comunidades Documentar evidencias en video.	Organización por grupos. Destapar la verdad del país. Reconocer las cosas buenas que se están realizando. Reconocer el esfuerzo de estudiantes que se involucran en proyectos sociales, haciendo, proponiendo e involucrándose en estas organizaciones y fundaciones. Identificar áreas de oportunidad para poderlos plantear como proyectos sociales.	Que el servicio social sea parte del desarrollo integral del estudiante. Es una obligación. Ver al departamento de proyección Profesional como una oportunidad de ver como la universidad está trabajando ahora. Que el estudiante sienta el apoyo de la universidad en proyectos bien hecho y desarrollados dentro de en materias Generar vinculación con el departamento
CATEDRÁTICO 4	Implementar proyectos para que los estudiantes puedan dejarlo sus compañeros que ingresarán en el siguiente periodo en la materia.	Proyectos, rescate de la dignidad de las personas en cuestiones laborales, corrupción, medio ambiente, rescate de parques, situación de espera de labor social.	Llevar a la práctica los conceptos Que el estudiante encuentre un resultado de crecimiento en la materia	Que los estudiantes descubran por si mismo lo que tienen que devolverle a la sociedad y que son afortunados por el grado de estudios que han alcanzado. Ayudarlos a descubrir que el servicio social no es un trámite si no que es una gratitud.

Factores externos Factores internos	FORTALEZAS Estudiantes: ✓ Existen estudiantes comprometidos con los proyectos. ✓ Grupos multidisciplinarios. ✓ El análisis y la reflexión constante durante el curso. ✓ Forjar experiencias positivas que contribuyan a la formación integral del estudiante. ✓ Generación de vínculos sociales. Catedráticos: ✓ Personal docente dispuesto al cambio de nuevos paradigmas de implementar proyectos prácticos en clase. ✓ Generar sinergia con otros departamentos de la UPAEP. ✓ Mostrar los trabajos de impacto social al consejo ciudadano. ✓ El conocimiento y experiencia de los catedráticos permite implementar material pedagógico para llevar los proyectos en clase. ✓ Innovación tecnológica para la enseñanza del estudiante.	DEBILIDADES Estudiantes: ✓ El estudiante desconoce los proyectos en los cuales el puede intervenir. ✓ Falta de compromiso social. ✓ Sólo los estudiantes que cursan la materia de cultura y responsabilidad social. ✓ Los estudiantes llevan a cabo este proyecto sólo durante el cuatrimestre. Catedráticos: ✓ No todos los maestros aplican la misma metodología cuando implementan proyectos. ✓ El haber realizado este instrumento permitió retroalimentar a los demás catedráticos en el que hacer de la materia. ✓ Falta de material estándar pedagógico que ayude al estudiante a llevar a la práctica su proyecto. ✓ Docentes hora clase comprometidos con la idea de implementar proyectos prácticos.
OPORTUNIDADES Estudiantes: ✓ Existen estudiantes comprometidos con los proyectos. ✓ Grupos multidisciplinarios. ✓ El análisis y la reflexión constante durante el curso. ✓ Experiencias positivas que contribuyen a la formación integral del estudiante. ✓ Apoyo de las Instituciones (gubernamentales, sociales, alcaldía). Catedráticos: ✓ Comprometidos totalmente con llevar a la práctica lo dicho en clase. ✓ Generar sinergia con otros departamentos de la UPAEP. ✓ Mostrar los trabajos de impacto social al consejo ciudadano. ✓ No todos los maestros aplican la misma metodología cuando implementan proyectos. ✓ Coordinador con capacidades de liderazgo y convocatoria.	FO ESTRATEGIAS: ✓ Riqueza de crear proyectos con grupos multidisciplinarios. (integrantes con diferentes habilidades). ✓ Apoyar a la formación integral de estudiante. ✓ Generar y reforzar espacios la vinculación social donde estudiantes puedan implementar sus proyectos. ✓ Generar puntos de sinergia con otros departamentos de la UPAEP y al mismo tiempo apoyar a estudiantes comprometidos para que puedan acreditar horas de servicio social. ✓ Dar a conocer los proyectos de alto impacto social a instancias como el consejo ciudadano para generar en el estudiante experiencias académicas que le generen valor curricular.	DO ESTRATEGIAS: ✓ Generar análisis y reflexión continua para motivar al estudiante a realizar un cambio con la falta de compromiso social. ✓ Generar y plantear proyectos en el cuatrimestre que se les pueda dar continuidad en cursos posteriores. ✓ Motivar en los maestros hora clase la implementación de proyectos prácticos que generen experiencias positivas para su formación.

AMENAZAS Estudiantes: ✓ Estudiantes que sólo les interesa cursar la materia. ✓ Falta de apoyo en la Institución de intervención. Catedráticos: ✓ La falta de administración de tiempo no permite en ocasiones poder llevar a la acción los proyectos. ✓ Pérdida de los contactos con Alcaldes, Instituciones por falta de seguimiento al terminar el curso. ✓ Resistencia a la incorporación de nuevos métodos para llevar a cabo la materia.	FA ESTRATEGIAS: ✓ Implementación de tecnología educativa para ayudar a los docentes a implementar proyectos prácticos. ✓ Concientizar al estudiante de la importancia de su contribución del bien y a la sociedad. ✓ Preparar al estudiante para la acción e inculcarles que pueden y deben hacerlo. ✓ Mejorar la calidad del curso.	DA ESTRATEGIAS: ✓ Desarrollar una guía donde puedan consultar el docente y estudiante, la operación y proceso para poder llevar a cabo un proyecto práctico. ✓ Negociar el apoyo de la universidad en visitas a comunidades si es necesario.
--	---	---

Tabla 1. Matriz de identificación de opiniones de catedráticos tiempo completo

RESULTADOS; ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Preguntas de diálogo Catedráticos participantes	¿Qué actividades prácticas están realizando en el salón de clases?	Están desarrollando algún proyecto de intervención con la comunidad.	¿Qué tipo de estrategias se deben implementar con los estudiantes que mejoren la calidad del curso?	¿Qué concepto tienen de servicio social?
CATEDRÁTICO HORA CLASE 1 MIRNA ETHEL ZAVALETA ROBLES	NO APLICA		• Que el curso se aterrice a cosa muy practicas y actuales y relacionar los temas que se ven en todo el programa. • Fomentar la creatividad de los alumnos a través de elaboración de carteles, vídeos, campañas, etc. que puedan utilizarse dentro de la universidad. • Relacionarlos con acciones que hace la universidad al respecto y posteriormente que ellos realicen propuestas que pueden mejorar esas acciones o sugerir nuevas.	Es un conjunto de acciones involucradas en un proyecto especifico en favor de la sociedad que deben realizar los alumnos y que están encaminadas a formarlos de manera integral pues en ellas pueden aplicar sus conocimientos adquiridos y sus habilidades para favorecen a ciertos grupos que tienen una necesidad especifica.
CATEDRÁTICO HORA CLASE 2 RAYMUNDO JAIMES BARRIENTOS	NO APLICA		Lo social se entiende como un concepto amplio y no reducido al interior de la Universidad o a la empresa, sino aplicado a zonas urbanas marginadas y comunidades rurales.	Que la enseñanza se enfoque prioritariamente a la comprensión del significado de los conceptos de Bien Común y Solidaridad, y la Responsabilidad Social de los alumnos en el desempeño de su profesión. Realizando actividades donde ellos conozcan la realidad en que viven las personas, en aquellas zonas marginadas y en el medio rural.
CATEDRÁTICO HORA CLASE 3	NO APLICA			
CATEDRÁTICO HORA CLASE 4	NO APLICA			

DISEÑO DEL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA O INSTRUMENTO Y ARBOLES COMPONENTIALES

PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE

Muchas gracias por tomarte el tiempo para completar esta encuesta del departamento de Proyección Profesional. Tu opinión es de gran importancia para mejorar nuestro servicio.

SEMESTRE: _____

1. ¿Qué "imagen" viene a tu mente cuando te dicen: servicio social?
2. ¿Cuándo escuchas servicio social piensas en?
3. ¿Qué "actividades" se realizan en el programa de servicio social?
4. ¿En qué "instituciones" te gustaría hacer servicio social comunitario?
5. ¿En la preparatoria realizaste actividades de servicio social comunitario?
Si _____ ¿cuál? _____ No _____
6. ¿Ya comenzaste servicio social?
Si _____ No _____
Si respondiste NO, ¿por qué razón no has comenzado?:
7. ¿Conoces el reglamento de servicio social?
Si _____ No _____

Si tiene preguntas acerca de la encuesta, comuníquese con nosotros por correo electrónico a jesahel.garcia@upaep.mx o por teléfono al (222) 2.29.94.00 Ext. 7863

TERCER SEMESTRE EN ADELANTE

Muchas gracias por tomarte el tiempo para completar esta encuesta del departamento de Proyección Profesional. Tu opinión es de gran importancia para mejorar nuestro servicio.

SEMESTRE: _____

1. ¿Qué "imagen" viene a tu mente cuando te dicen: servicio social?
2. ¿Cuándo escuchas servicio social piensas en?
3. ¿Qué "actividades" se realizan en el programa de servicio social?
4. ¿En qué "instituciones" prefieres hacer servicio social comunitario?
5. ¿Ya comenzaste servicio social?
Si _____ No _____
Si respondiste NO, por qué razón no has comenzado:
6. ¿Conoces el reglamento de servicio social?
Si _____ No _____

Si tiene preguntas acerca de la encuesta, comuníquese con nosotros por correo electrónico a jesahel.garcia@upaep.mx o por teléfono al (222) 2.29.94.00 Ext. 7863

RESULTADOS; TÉCNICA DE MUESTREO ARBOLES COMPONENTIALES

GRUPO I; PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE

De los estudiantes encuestados los resultados más significativos fueron los siguientes:

1. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando te dicen: servicio social?

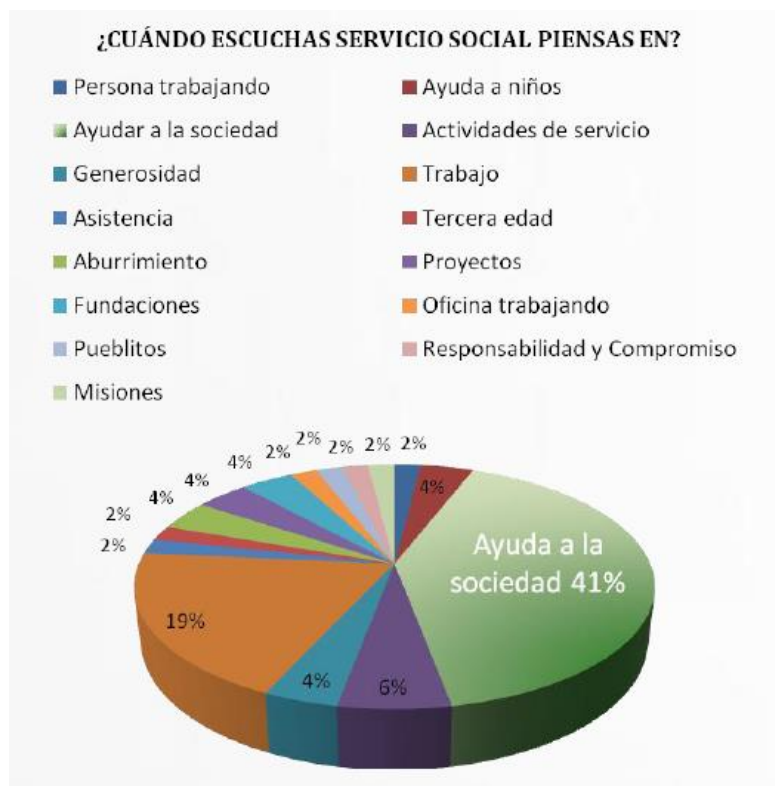
El 49% respondió: ayuda comunitaria.



2.- ¿Cuándo escuchas servicio social piensas en?

El 41% respondió: ayuda a la sociedad

El 19% respondió: trabajo



3. ¿Qué “actividades” se realizan en el programa de servicio social?

El 30% respondió: ayuda en general.

El 19% respondió: apoyo a comunidades.

El 9% respondió: recaudación de recursos.

4. ¿En qué “instituciones” te gustaría hacer servicio social comunitario?

En primer lugar respondieron: orfanato

En segundo lugar: CRIT

En tercer lugar: SIFE

5. ¿En la preparatoria realizaste actividades de servicio social comunitario?

El 58% respondió: NO.

El 42% respondió: SI

Del universo que respondió que Sí:

El 38% respondió: orfanato

El 19% respondió: escuela de bajos recursos

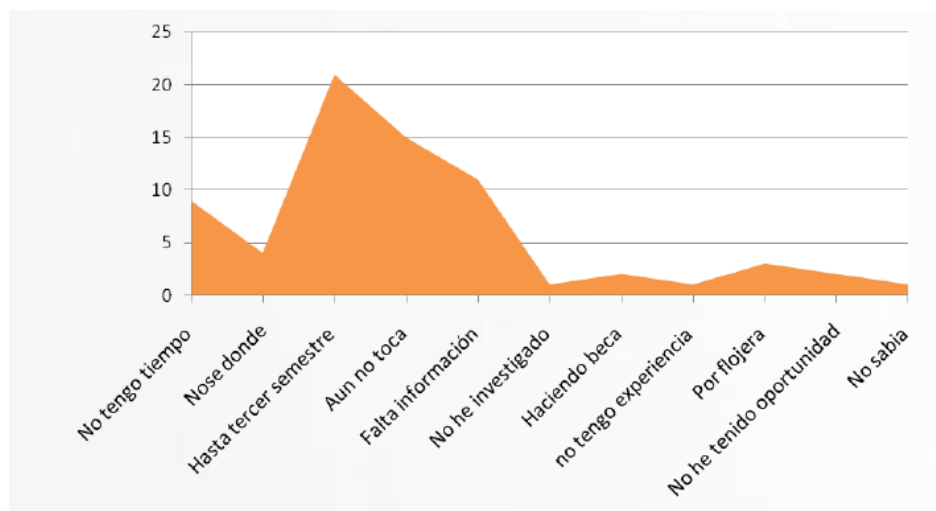
El 15% respondió: asilo

6. ¿Ya comenzaste servicio social?

El 98% respondió: No

Entre las razones mencionan:

Porque hasta el tercer semestre les corresponde.
Por falta de información.
Un rubro desconoce cuándo podría y otro no tiene tiempo.

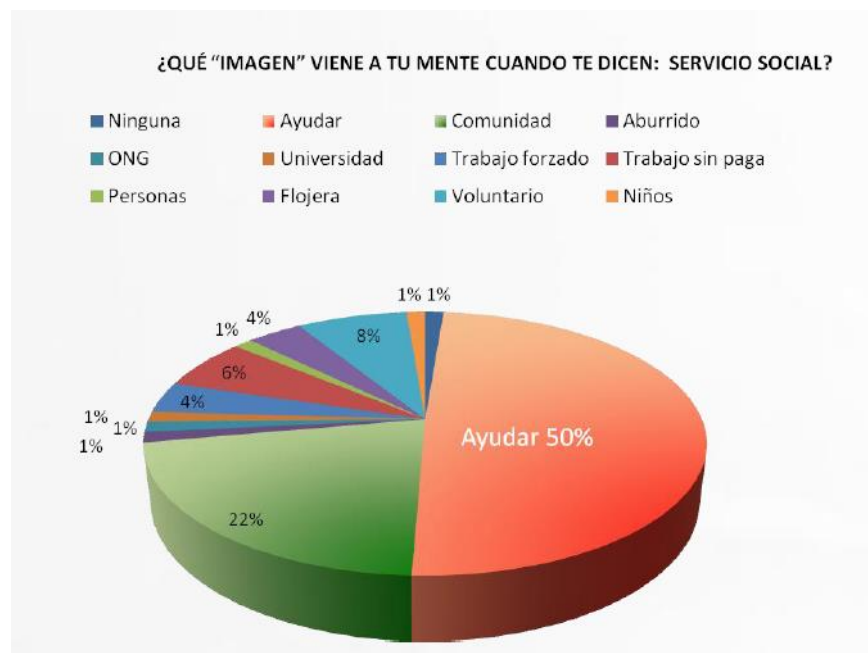


7. ¿Conoces el reglamento de servicio social?
El 81% respondió: desconocer el reglamento
El 19% respondió que sí.

GRUPO II; TERCER SEMESTRE EN ADELANTE

De los estudiantes encuestados los resultados fueron:

1. ¿Qué “imagen” viene a tu mente cuando te dicen: servicio social?
El 50% respondió: ayudar
El 50% respondió: comunidad

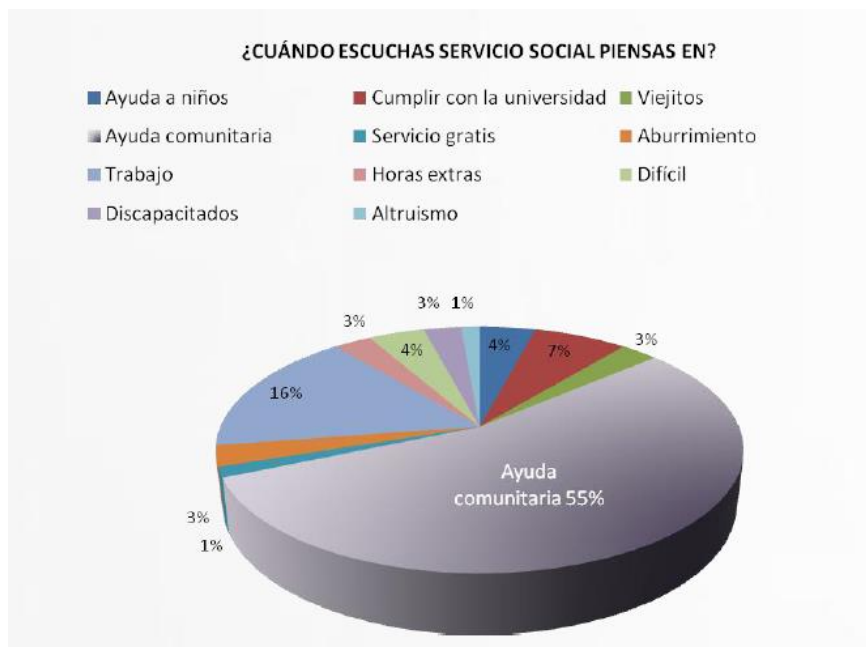


2. ¿Cuándo escuchas servicio social piensas en?

El 55% respondió: ayuda comunitaria

El 16% respondió: trabajo

El 7% respondió: cumplir con la universidad



3. ¿Qué “actividades” se realizan en el programa de servicio social?

El 30% respondió: dar servicio

El 22% respondió: ayudar

El 18% respondió: instituciones

4. ¿En qué “instituciones” te gustaría hacer servicio social comunitario?

El 23% respondió: algo relacionado con la carrera

El 8% respondió: en la universidad

5. ¿Ya comenzaste servicio social?

El 77% respondió: Si

El 23% respondió: No

Del universo que respondió que No, asegura:

El 53% respondió: asegura no tener tiempo

El 26% respondió: no ha visto dónde o no ha visto en qué

El 11% respondió: por flojera



6. ¿Conoces el reglamento de servicio social?

El 51% respondió: que sí

El 47% respondió: que no

ARBOLES COMPONENTIALES

Árbol 1 ¿Qué “imagen” viene a tu mente cuando te dicen: servicio social?

*** Denotación: Ayuda Comunitaria**

Contexto: Rural

Connotación 1: Pobreza (circunstancias. Noticias, radio, televisión, periódico)

Connotación 2: Instituciones (circunstancias. Comerciales, programas de televisión de ayuda, documentales)

Contexto: Educativo

Connotación 1: Formación Integral (circunstancias. Servicio social , proyectos humanitarios)

Connotación 2: Valor Curricular (circunstancias. Documentación oficial, título)

***Denotación: Ayudar**

Contexto: Personas

Connotación 1: Niños (circunstancias. Orfanatos, casas hogar, patrocinios, dinero)

Connotación 2: Tercera edad (circunstancias. Asilos, hospitales, recursos económicos)

Contexto: Tiempo

Connotación 1: Voluntario (circunstancias. Servicio Social, trabajo gratuito, patrocinios)

Connotación 2: Horas (circunstancias. Conocimiento, trabajo manual, publicidad)

***Denotación Trabajo gratis**

Contexto: Caridad

Connotación 1: Instituciones (circunstancias: Ayuda, campañas publicitaria, anuncios)

Connotación 2: Personas (circunstancias. Asilos, hospitales, recursos económicos)

Contexto: Emociones

Connotación 1: Voluntario (circunstancias. Servicio Social, trabajo gratuito, patrocinios)

Connotación 2: Comunicación (circunstancias: puntos de venta, presentaciones, revista, periódico)

***Denotación Comunidad**

Contexto: Satisfacer Necesidades

Connotación 1. Producto (circunstancia: alimentos, líquidos, dinero)

Connotación 2 Plaza (circunstancia: distribución, tiendas, autoservicios, mercados)

Contexto: Asistencia

Connotación 1. Emoción (circunstancia: fotografía, espectacular, revista, folletos, comercial, cortometraje, video)

Connotación 2. Información (circunstancia: revista, catálogo, comerciales televisivos)

Árbol 2. ¿Cuándo escuchas servicio social piensas en?

***Denotación: Ayuda a la sociedad.**

Contexto: Satisfacer Necesidades

Connotación 1. Alimentos (circunstancia: productos, distribución)

Connotación 2 Plaza (circunstancia: distribución, tiendas, autoservicios, mercados)

Contexto: Asistencia

Connotación 1. Emoción (circunstancia: fotografía, espectacular, revista, folletos, comercial, cortometraje, video)

Connotación 2. Información (circunstancia: revista, catálogo, comerciales televisivos)

***Denotación Trabajo**

Contexto: Caridad

Connotación 1: Instituciones (circunstancias: Ayuda, campañas publicitaria, anuncios)

Connotación 2: Personas (circunstancias. Asilos, hospitales, recursos económicos)

Contexto: Emociones

Connotación 1: Voluntario (circunstancias. Servicio Social, trabajo gratuito, patrocinios)

Connotación 2: Comunicación (circunstancias: puntos de venta, presentaciones, revista, periódico)

***Denotación: Cumplir con la Universidad**

Contexto: Aprendizaje

Connotación 1: Instituciones (circunstancias: Ayuda, campañas publicitaria, anuncios, mercadotecnia)

Connotación 2: Instrucción (circunstancias. Asilos, hospitales)

Contexto: Proyectos

Connotación 1: Sustentables (circunstancias. Servicio Social, formación, trabajo, valores)

Connotación 2: Humanísticos (circunstancias: difusión, comunicación, revista, catálogo, comerciales televisivos)

Resultados: Técnica de muestreo – Árboles componenciales

- ✓ Los estudiantes encuestados de nivel licenciatura de la UPAEP en su mayoría consideran que hacer servicio social significa: ayudar a la sociedad, asistencia a la comunidad; existe un porcentaje considerado donde los jóvenes están dispuestos a realizar algún tipo de servicio.
- ✓ Existe una percepción de que hacer servicio social implica una obligación o un requisito de la Universidad. Por otro lado, en los jóvenes de semestres más avanzados consideran que el servicio social debe ser una plataforma importante para su futuro. (No sólo un deber social).
- ✓ Los lugares donde consideran hacer servicio social comunitario son en orfanatos, ayuda a los niños, algo relacionado con la carrera, centros de rehabilitación y ayuda a personas de la tercera edad.
- ✓ El departamento de proyección profesional es un departamento poco posicionado en los estudiantes, es aquí donde deben generarse algunas nuevas estrategias para hacer que los jóvenes conozcan sus deberes y sus beneficios al realizar un servicio social. Debe ser visto más que un requisito por Constitución y que forme criterios que permite a los estudiantes tener un aprendizaje significativo derivado conjuntamente de la materia de cultura y responsabilidad social.
- ✓ La percepción entre los alumnos en no tener información de donde hacer su servicio, por otro lado no hay mucho interés por realizar su servicio social, dejan pasar el tiempo y hasta los últimos semestres es cuando ven lo importante que es realizarlo, en su mayoría porque es un requisito obligatorio y otros porque no habían tenido tiempo, de igual manera no conocen en su mayoría el reglamento de servicio social.

RESULTADOS MUESTREO; GRUPO EXPERIMENTAL Y DE CONTROL

Diseño del instrumento ambos grupos

CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	
CARRERA:	_____
SEMESTRE:	_____
1. ¿Qué “imagen” viene a tu mente cuando te dicen: vocación de servicio?	

2. ¿Has realizado alguna actividad social?	
SI ☐	NO ☐
Si respondiste: Si, ¿Cuál?	

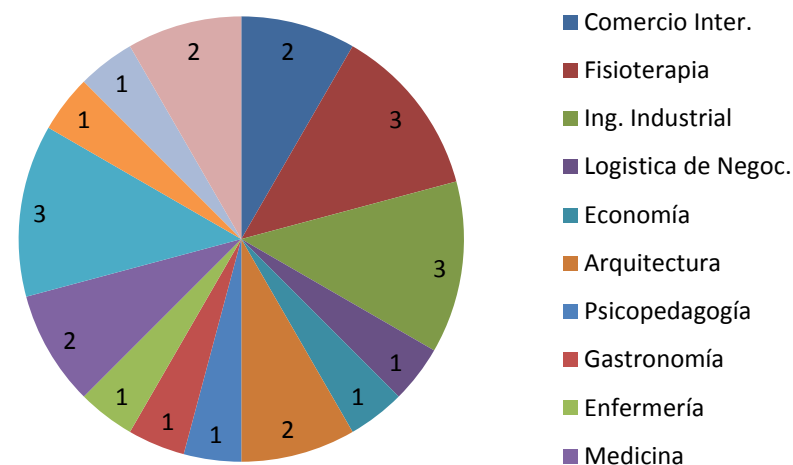
3. De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social.	
1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 ☐	
4. ¿Te interesaría realizar proyectos de retribución social?	
SI ☐	NO ☐
¿Por qué?	

5. Define qué entiendes por:	
a) SOLIDARIO	_____
b) SUBSIDIARIO	_____
c) BIEN COMÚN	_____
6. ¿Ya comenzaste servicio social?	
SI ☐	NO ☐
7. Si respondiste NO, ¿por qué razón no has comenzado?	
Falta de tiempo ☐	Flojera ☐ Indecisión ☐ Otra ☐
Si respondiste: Otra, ¿Cuál?	

GRUPO EXPERIMENTAL

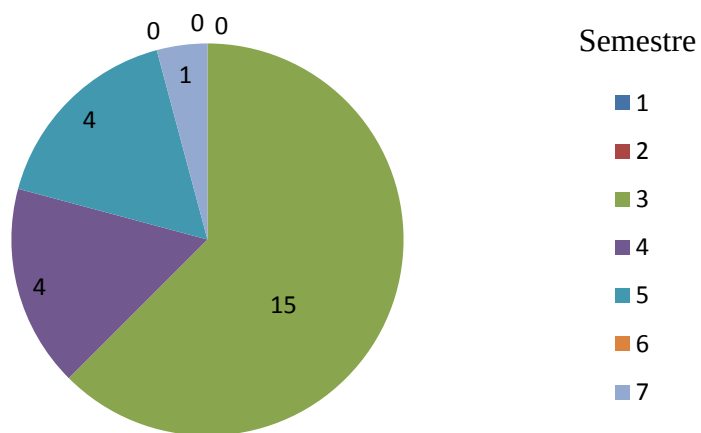
Tamaño de la muestra: 24 estudiantes

Carrera



Número de alumnos

Semestre

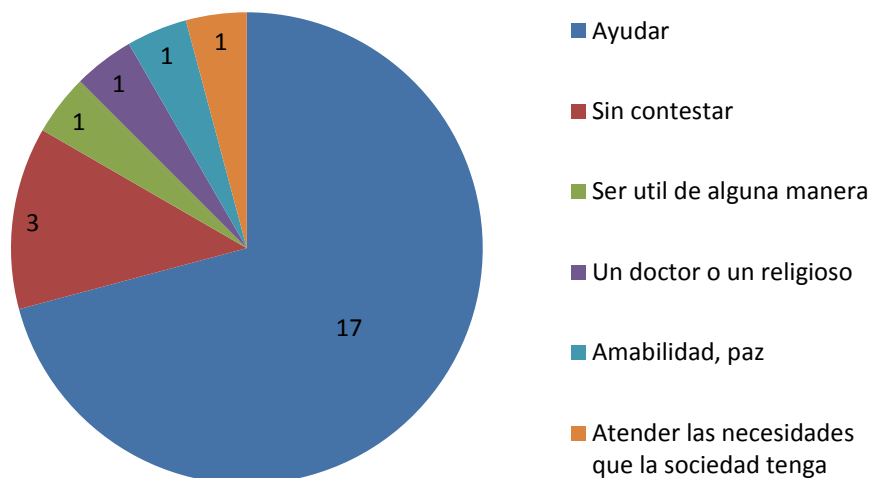


Número de alumnos

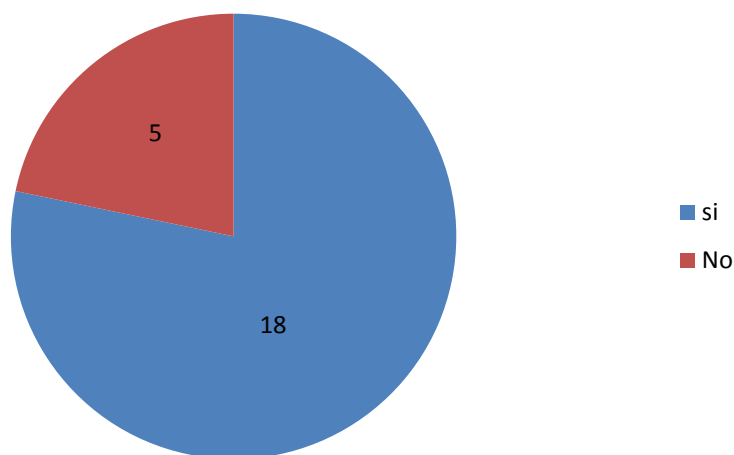
Preguntas:

Para conocer a detalle los resultados del muestreo ver en Anexo, gráficas muestreo grupo experimental.

1. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando te dicen; vocación de servicio? Esta pregunta se realizó para conocer los acuerdos previos que tienen los estudiantes de acuerdo a la vocación de servicio, que servirán posteriormente de respaldo para realizar piezas gráficas con conocimiento de causa. De las respuestas significativas tenemos.
17 estudiantes hicieron referencia al término: Ayudar
3 estudiantes no respondieron al respecto

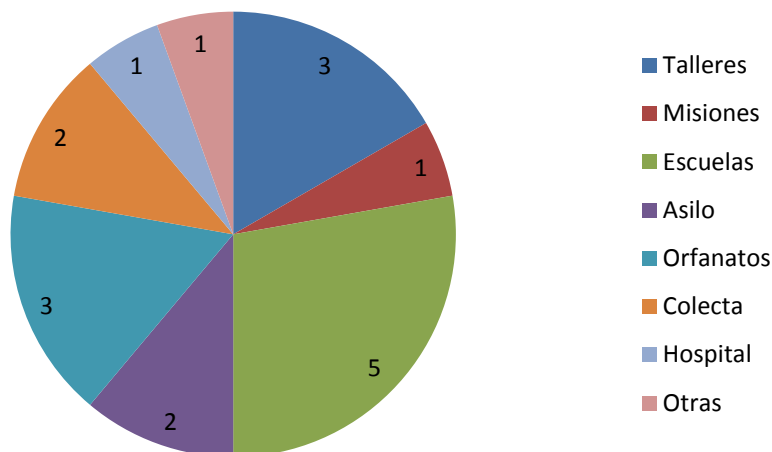


2. Haz realizado alguna actividad de servicio social. Esta pregunta está en relación a conocer si los estudiantes ya habían tenido una experiencia previa con respecto al servicio social. De los cuales 18 estudiantes afirmaron haber realizado alguna actividad de servicio social.

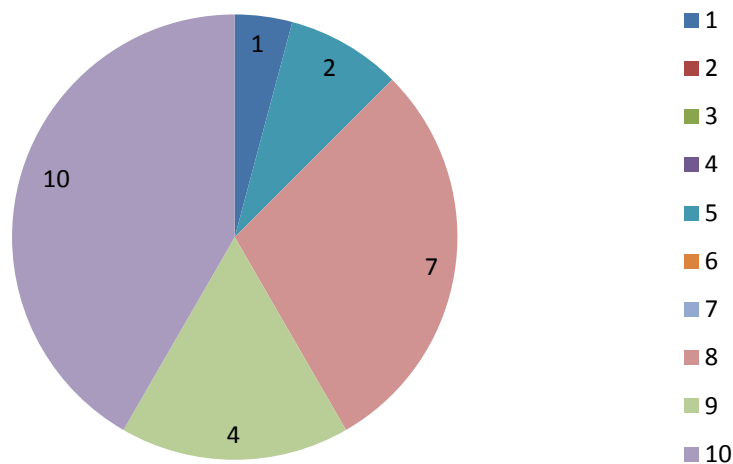


3. Si, ¿Cuál? Esta pregunta nos ayuda a conocer los lugares donde los estudiantes hacen servicio social, ya que actualmente la UPAEP cuenta con un lineamiento de

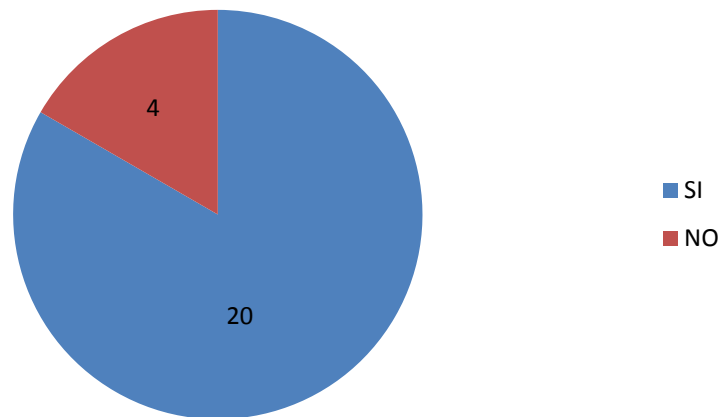
servicio social en el cual no todas las actividades son consideradas como servicio social. Así, tenemos que 5 estudiantes han participado en escuela, 3 impartiendo alguna clase de talleres, 3 personas estuvieron trabajando en orfanatos, 2 participaron en asilos. (Ver detalle, gráficas muestreo grupo experimental)



4. De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social. Esta pregunta nos sirve para identificar el grado de disposición que tienen los estudiantes para participar en proyectos sociales. Al respecto es interesante conocer que 10 estudiantes respondieron tener 10 en su escala del valor social, 7 alumnos respondieron tener 8 en la escala del 1 al 10, 4 de ellos respondieron tener 3 en su escala de valores.

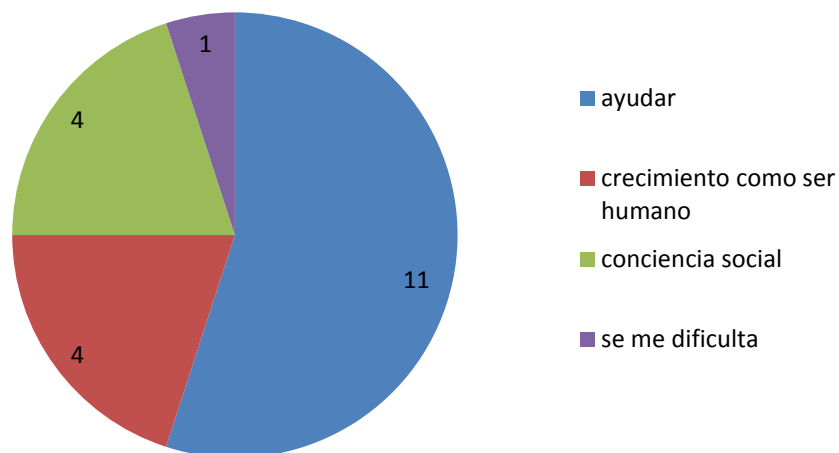


5. ¿Te interesaría realizar proyectos de retribución social? 20 estudiantes afirmo positivamente su interés en participar.

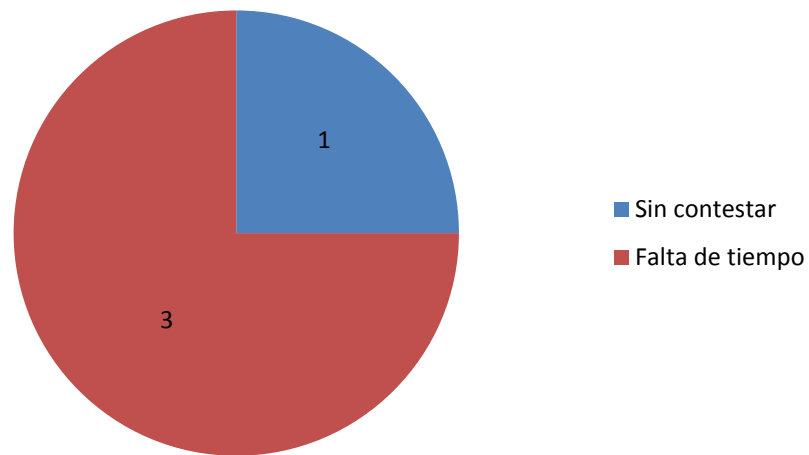


6. Porqué:

SI; 11 estudiantes respondieron que la razón principal es ayudar
 4 les interesa tener un crecimiento humano, 4 estudiantes por conciencia social, y
 una persona afirmó que le gusta pero se le dificulta.

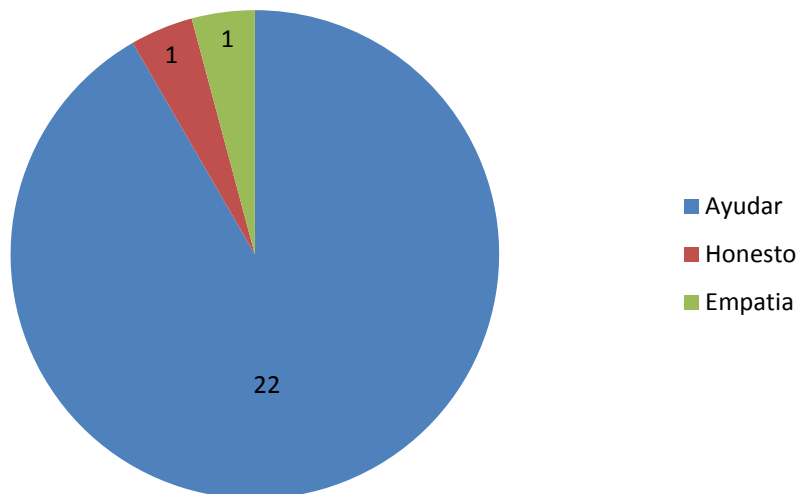


No; 3 personas contestaron por falta de tiempo, y una persona no contesto

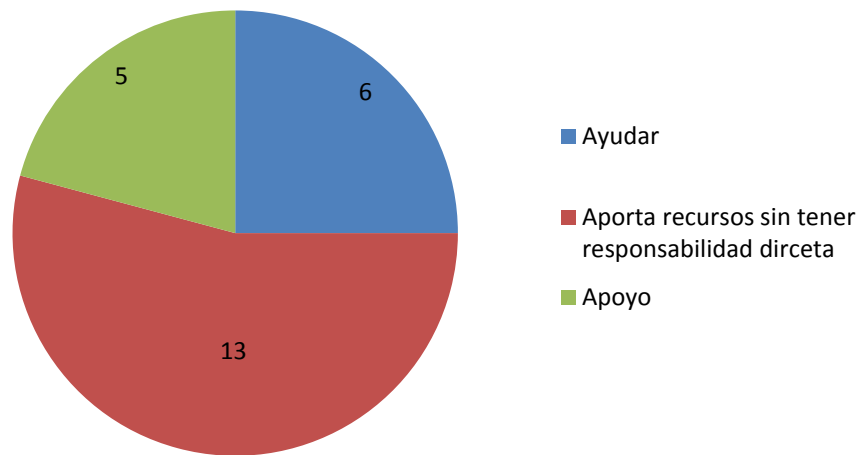


7. Define qué entiendes por:

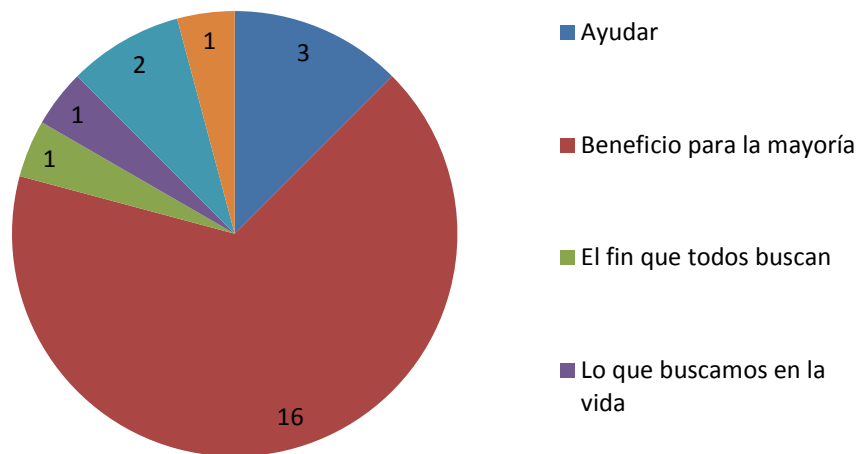
a) Solidario: 22 personas respondieron que es ayudar



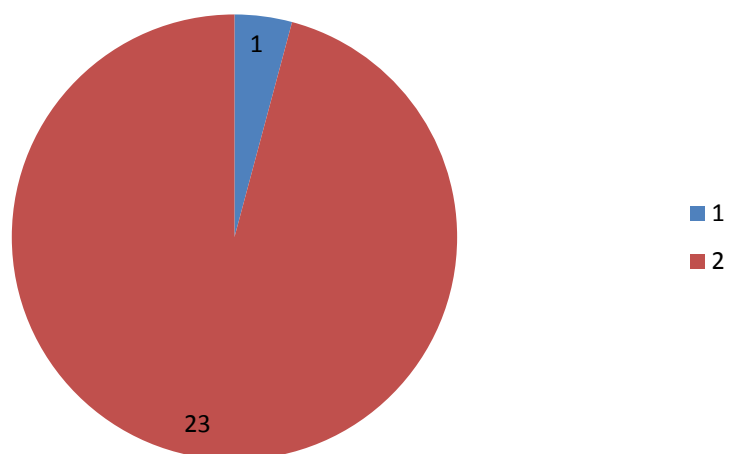
b) Subsidiario: 13 personas afirmaron que es aportar recursos sin tener responsabilidad directa, 6 personas la relacionan con ayudar y 5 con apoyar a los demás.



c) Bien Común: 16 estudiantes definieron que es un beneficio para la mayoría, 3 lo relacionan con ayudar.

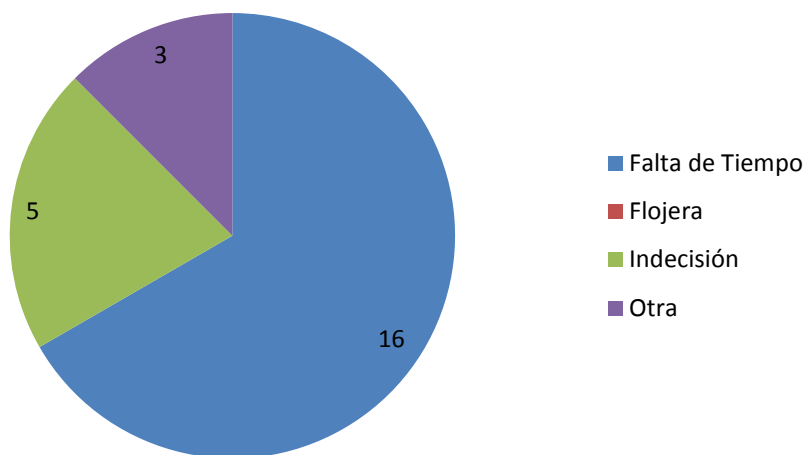


¿Ya comenzaste el servicio social? 23 estudiantes dijeron que no y sólo uno que si.



Si respondiste NO, ¿Por qué razón no has comenzado?

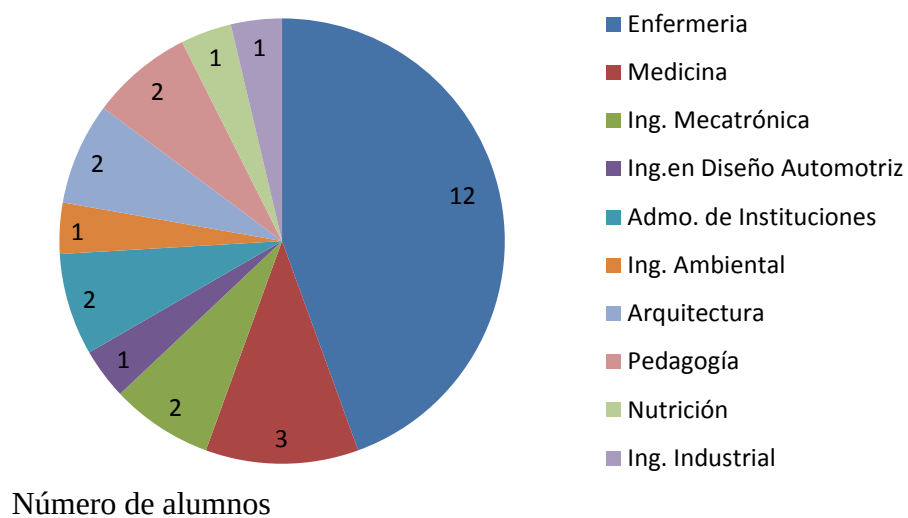
16 personas se identificaron con la falta de tiempo, 5 con indecisión



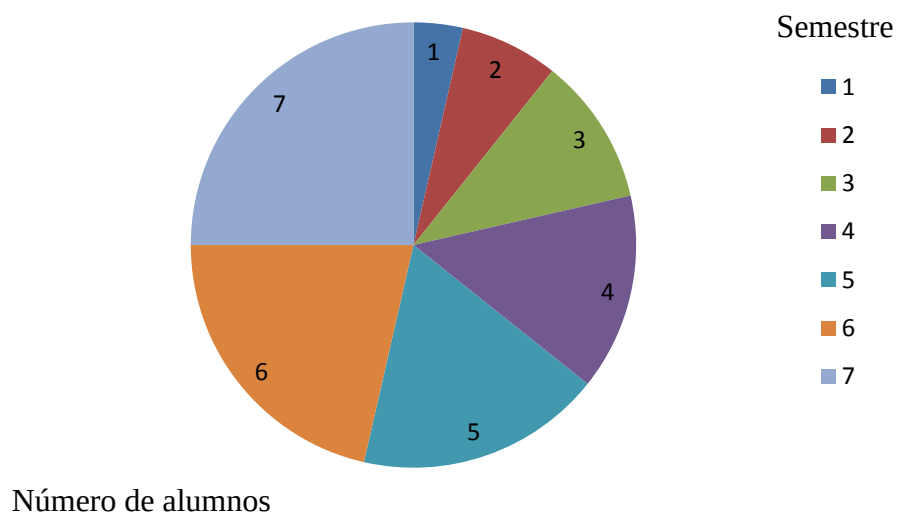
GRUPO DE CONTROL

Tamaño de la muestra: 27 estudiantes

Carrera



Semestre



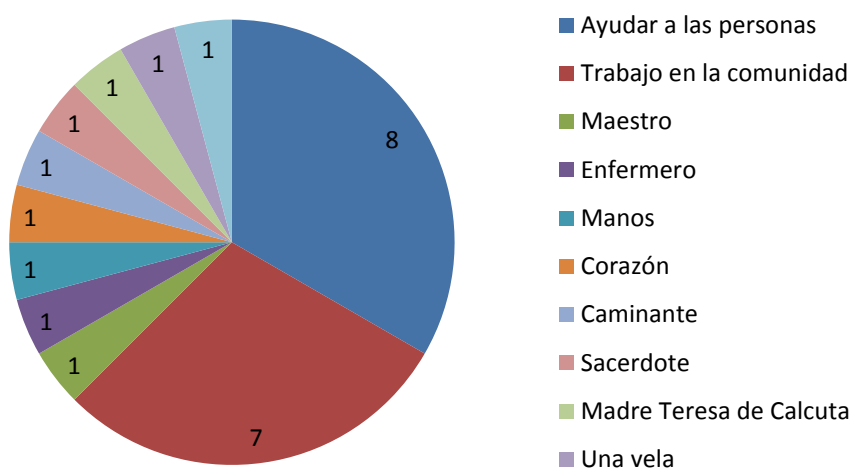
Preguntas:

Para conocer a detalle los resultados del muestreo ver en Anexo, gráficas muestreo grupo de control.

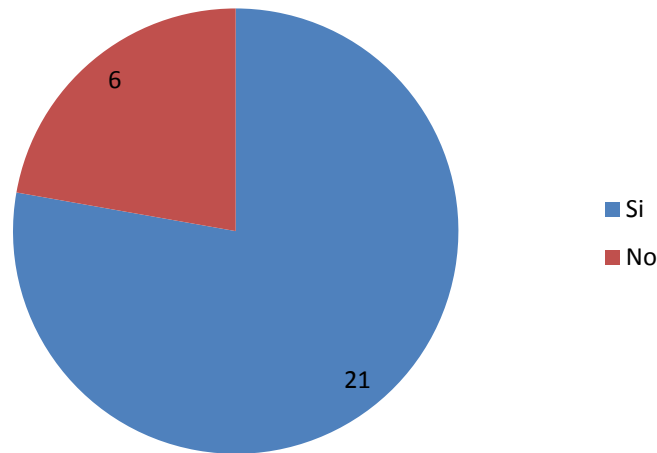
1. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando te dicen; vocación de servicio? Esta pregunta se realizó para conocer los acuerdos previos que tienen los estudiantes de la vocación de servicio, que servirán posteriormente de respaldo para realizar piezas gráficas con conocimiento de causa. De las respuestas significativas tenemos.

8 estudiantes hicieron referencia al término: Ayudar a las personas

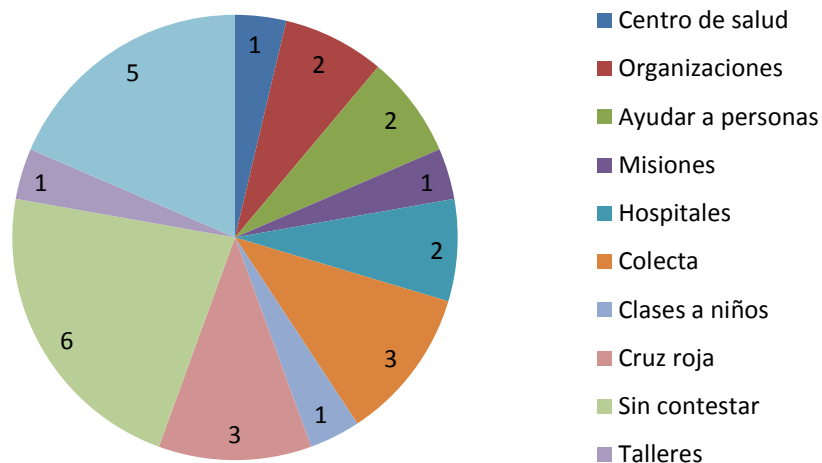
7 estudiantes relacionaron con trabajo en la comunidad



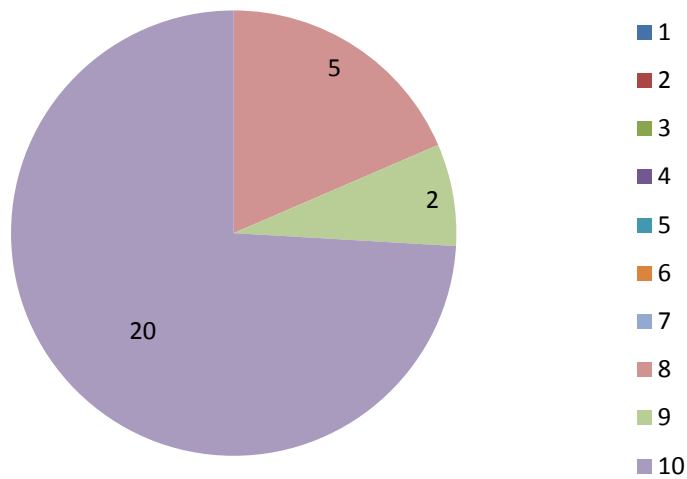
2. Haz realizado alguna actividad de servicio social. Esta pregunta esta en relación a conocer si los estudiantes ya habían tenido una experiencia previa con respecto al servicio social. De los cuales 21 estudiantes afirmaron haber realizado alguna actividad de servicio social.



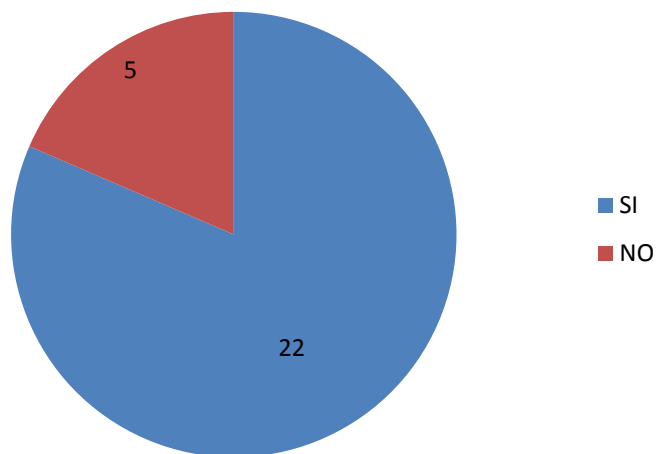
3. Si, ¿Cuál? Esta pregunta nos ayuda a conocer los lugares donde los estudiantes hacen servicio social, ya que actualmente la UPAEP cuenta con un lineamiento de servicio social en el cual no todas las actividades son consideradas como servicio social. Así, tenemos que 6 no respondieron, 5 participaron en clases a niños, 3 personas estuvieron en cruz roja, 3 participaron en colectas. (Ver detalle, gráficas muestreo grupo experimental)



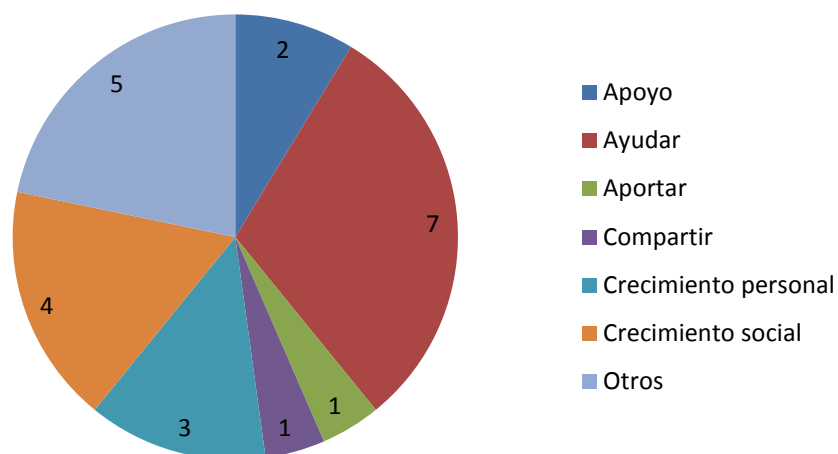
4. De la escala del 1 al 10, qué importancia tiene para ti el valor social. Esta pregunta nos sirve para identificar el grado de disposición que tienen los estudiantes para participar en proyectos sociales. Al respecto es interesante conocer que 20 estudiantes respondieron tener 10 en su escala del valor social, 5 alumnos respondieron tener 9 en la escala del 1 al 10, 2 de ellos respondieron tener 3 en su escala de valores.



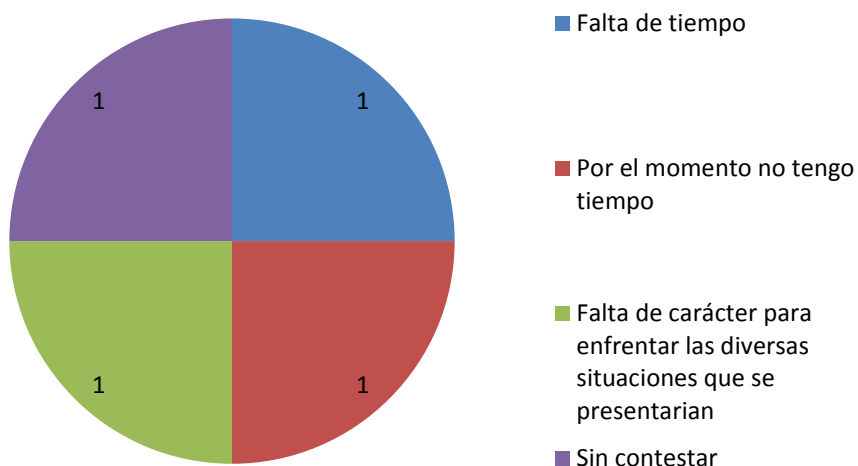
5. ¿Te interesaría realizar proyectos de retribución social? 22 estudiantes afirmo positivamente su interés en participar.



6. Porqué, Si
 SI; 7 estudiantes respondieron que la razón principal es ayudar
 4 les interesa tener un crecimiento social, 3 estudiantes se interesan por crecimiento personal.

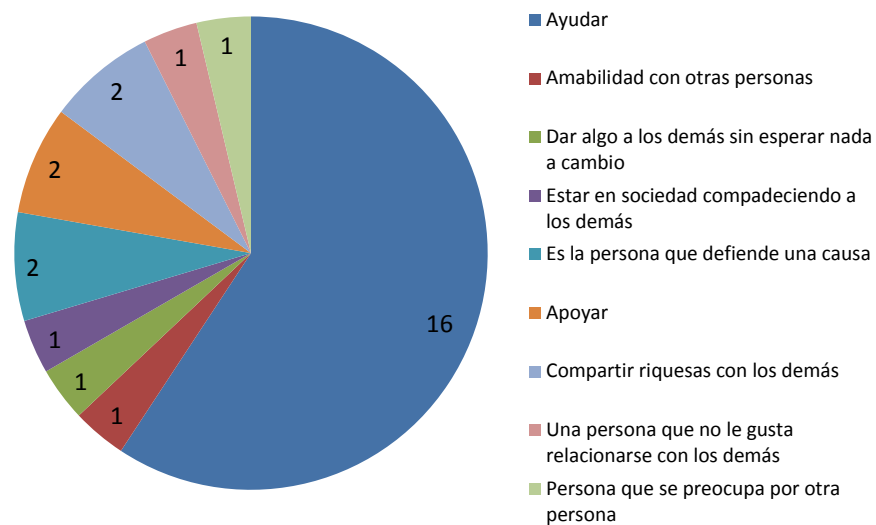


No; 1 personas contestaron por falta de tiempo, 1 persona no contesto, 1 asevero no tener tiempo.

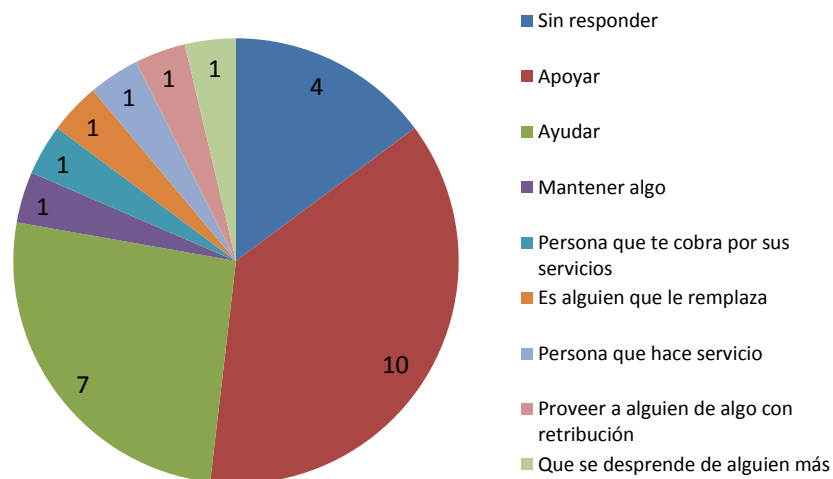


7. Define qué entiendes por:

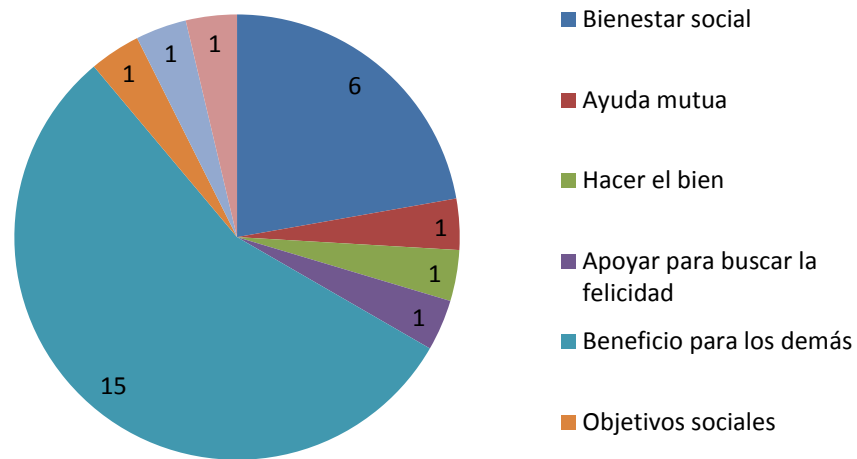
a) Solidario: 16 personas respondieron que es ayudar



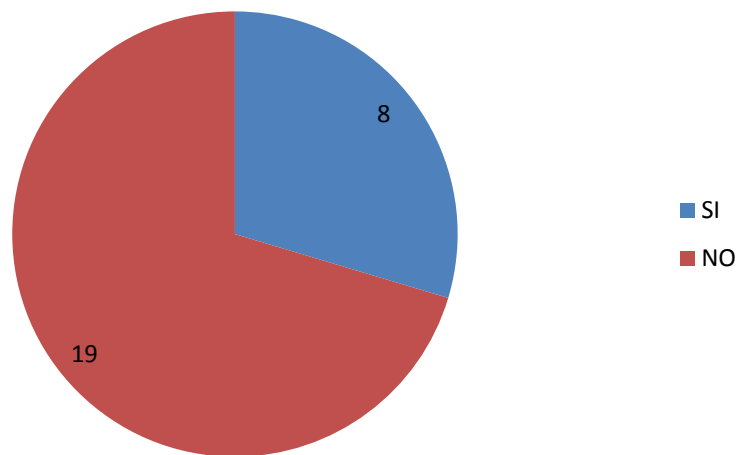
b) Subsidiario: 10 personas afirmaron que es apoyar, 7 personas la relacionan con ayudar y 4 no respondieron.



c) Bien Común: 15 estudiantes definieron que es un beneficio para los demás, 6 lo relacionan con beneficio social.



¿Ya comenzaste el servicio social? 19 estudiantes dijeron que no y 8 dijeron que sí.



Si respondiste NO, ¿Por qué razón no has comenzado?

13 personas se identificaron con la falta de tiempo, 8 no respondieron.

