

**UNIVERSIDAD DE SANCTI SPIRITUS
JOSÈ MARTÌ PÈREZ**



**ESTRATEGIA EDUCATIVA DIRIGIDA AL PROCESO DE COMUNICACIÓN
ENTRE EL GRUPO DE INTERÉS Y LOS CASOS CRÍTICOS (JUVENTUD Y
ADULTEZ TEMPRANA) EN CABAIGUÁN.**

**TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO ACADÉMICO DE MASTER EN EDUCACIÓN
SUPERIOR. MENCIÓN: COMUNICACIÓN SOCIAL.**

Autora: Lic. Ania Guelmes Cárdenas

Tutor: MS c. Irismaida Hernández Martínez. Profesora Auxiliar

Asesor: MSc. Joaquín Felipe Márquez Pérez. Profesor Auxiliar

2011



RESUMEN

La presente investigación propone una estrategia educativa para mejorar la comunicación del grupo de interés con los casos sociales críticos: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán. Se realizó mediante un estudio, cuanti-cualitativo, descriptivo, con diseño no experimental. Se aplicaron métodos del nivel empíricos como: la observación, la encuesta, la entrevista, el análisis de documentos, criterio de expertos; métodos del nivel teórico y del estadístico matemático. Se comprobó que el grupo de interés es disfuncional ya que existe falta de coordinación intersectorial, dificultades en los canales de comunicación e insatisfacción de las expectativas de los casos críticos respecto al grupo de interés. La estrategia educativa está conformada por un curso de postgrado y sesiones de trabajo del grupo focal que responden a las dificultades detectadas a fin de ampliar sus conocimientos teórico-prácticos acerca del proceso de comunicación con los casos críticos. Se caracteriza por ser sistemática, reflexiva, dispuesta, creativa, socializadora, facilita la comunicación y las relaciones interpersonales, les posibilita ser protagonistas de su propia actuación y modificar sus actitudes para lograr la comunicación deseada. Las acciones que contiene contribuyen a fortalecer los contenidos relacionados con el proceso de comunicación del grupo de interés, posibilitando el crecimiento espiritual de estos y de los miembros de la comunidad. La estrategia fue avalada satisfactoriamente por los expertos consultados, debido a su elevado rigor científico, aplicabilidad y originalidad, los expertos coinciden en plantear que tiene potencialidades para ser generalizada en contextos sociales con similares características.

Exergo.

“El hombre... es rico en su esencia en la medida en que es capaz de comunicarse, no sólo en su entorno más inmediato, sino a nivel global”.

Carlos Marx



Agradecimientos

A mi familia, especialmente a mis dos hijos y mi esposo sin ellos no hubiera seguido hacia adelante.

A mi tutora y asesor, sin ellos el camino se hubiera tornado oscuro, siempre fue claro, vivo.

A mis compañeras de trabajo, sin ellas se hubiera deshecho mi sueño, especialmente a Tamara, que me dio la mano, aliento, me ayudó a seguir.

A María del Carmen por acompañarme siempre, a quien le debo haber llegado hasta el final, a Toni por sus atenciones.

A mi amiga María de la Caridad por darme fuerzas para seguir adelante. .

A Oremis por entenderme y apoyarme.

A Bety por sus aclaraciones siempre tan oportunas.

A Idania por su estímulo, comprensión y ayuda.

A la Maga por ayudarme incondicionalmente.

A Maria Felisa por su estímulo constante.

A la profe Nila por atenderme y ayudarme con tanto amor.

A Yosvani por ocupar parte de su tiempo de disfrute en ayudarme.

A mi suegra por cuidar de mi hijo con tanta dedicación y su apoyo constante.

A todos, mil gracias.

Dedicatoria

A los que deshacen las sombras y crean la luz, a los que sienten el mañana como un perpetuo hoy. A todas las personas que me han apoyado en los momentos difíciles de mi vida, a la memoria de mis padres, de manera muy especial a mis dos queridos hijos y mi esposo que siempre estuvieron a mi lado.



Índice

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: CONCEPCIONES TEÓRICAS ACERCA DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN	10
1.1 Consideraciones generales sobre el proceso de comunicación	10
1.2 La comunicación organizacional, surgimiento, conceptos e importancia	13
1.2.1 Elementos fundamentales de la comunicación organizacional	18
1.2.2 Niveles de la comunicación	25
1.2.3 Barreras de la comunicación	27
2. La comunicación en entornos grupales. Concepciones acerca de la formación de los grupos. Grupos de interés.	28
2.1 Los Actores sociales en el entorno de la comunicación entre grupos humanos	29
2.1.1 Los grupos de interés. Definiciones.	30
2.1.2 Percepciones, expectativas y necesidades de los Grupos de Interés	31
2.1.3 Casos sociales críticos en las etapas juventud y adultez temprana.	32
2.1.4 La etapa juvenil	33
2.1.5 La adultez	34
3. Fundamentación de la Estrategia Educativa.	36
CAPÍTULO II: ESTRATEGIA EDUCATIVA DIRIGIDA A LA PREPARACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN CON LOS CASOS CRÍTICOS (JUVENTUD Y ADULTEZ TEMPRANA).	40
2.1 Metodología.	40
2.2 Estudio diagnóstico acerca del proceso de comunicación.	43
2.3 Consideraciones finales de la etapa de diagnóstico	50
2.4 Fundamentación de la estrategia.	50
2.4.1 Estructura de la estrategia educativa.	54
2.4.2 Etapa de Diagnóstico.	54
2.4.3 Etapa de planeación-instrumentación	54

2.4.4 Etapa de evaluación de la estrategia	71
2.4.5 Validación por criterios de expertos.	71
Conclusiones.	75
Recomendaciones.	76
Bibliografía.	77

Anexos



INTRODUCCIÓN

El hombre, en su interacción con otros hombres y el trabajo, han proporcionado nuevas formas de relación, que dieron lugar a nuevos modos de comunicación, estas tienen sus inicios en el primer sistema de señales (los símbolos) pero era necesario un peldaño superior y surge así, el segundo sistema de señales, o sea, la palabra, que ha sido y es factor fundamental del desarrollo humano.

La comunicación desde entonces se ha hecho más compleja y necesita un sistema de aprendizaje que el lenguaje y sus estructuras anatómicas le facilitan, la que se ha enriquecido por la influencia de las formas dominantes de la conciencia social.

Existen variadas definiciones acerca del concepto de Comunicación, a partir de la diversidad de disciplinas que contribuyen al estudio de los procesos comunicativos. Veamos algunas definiciones que se manejan en los círculos que estudian el proceso y los fenómenos comunicacionales.

- La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos (Aguilar, 1991).
- La comunicación es un proceso interactivo entre dos o más sujetos que ejercen entre sí una influencia mutua (Álvarez ,1992).
- La comunicación es un proceso por medio del cual un individuo (el emisor) hace participar a otro individuo (el receptor) de sus propias experiencias y de los estímulos al medio ambiente. Es un proceso de interacción simbólica, o sea, de utilización de un código común para ambas partes (Andrea, 1991).
- Se define el proceso de comunicación como la interacción entre emisor y receptor con el fin de lograr un propósito (Añorga, 1999).

- La comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana (aunque no debe confundirse con ella) (Aranguren, 1990).

Teniendo como referencia estas definiciones la autora considera que la comunicación es un proceso social de interacciones que forma parte consustancial de la actividad humana, bidireccional, de intercambio de experiencias y conocimientos que ejerce influencias mutuas entre los sujetos participantes y se desarrolla a través de sistemas de códigos y mensajes creados.

Domínguez, 2005), expresa que al hablar de un fenómeno tan humano como la comunicación en sí misma, hay que caracterizar el universo comunicacional del hombre contemporáneo, inmerso en la interacción y multiplicidad de medios de comunicación: el incremento de la masividad y multiplicidad de mensajes, la aparición de nuevos lenguajes (cine, televisión, video, microprocesadores), la ampliación de los circuitos o redes de circulación rápida de los mensajes y la constitución de nuevas hegemonías en manos de grandes corporaciones que dominan totalmente la propiedad de los medios tecnológicos de comunicación a escala mundial (transnacionales de la comunicación). Esta calidad de la vida moderna influye en el hombre actual y le permite formas de expresión cada vez más basadas en las tecnologías de avanzada y más complejas.

En el proceso de comunicación tiene lugar un intercambio de representaciones, estados de ánimo, ideas, intereses, todo lo cual puede ser considerado como intercambio de información. Cualquier examen de la comunicación humana desde el punto de vista de la teoría de la información, fija únicamente el aspecto formal de la cuestión, o sea, cómo se trasmite la información, mientras que en las condiciones reales la información no solo se trasmite, sino que se forma, precisa y se desarrolla.

La comunicación afectiva es la base para las relaciones interpersonales contribuyentes al crecimiento y bienestar psicológico de los implicados. Comunicar

eficientemente significa entrar en sintonía o en frecuencia con el otro, la capacidad para transmitir claramente pensamientos e ideas, expresar libremente sentimientos, manteniendo la necesaria sensibilidad para captar sin distorsión los mensajes que nos envían.(Andreieva, 1984)

Es por ello que no se puede hablar de dirección, de trabajo político, ni siquiera de grupos y organizaciones, sin detenerse en el análisis del proceso que hace posible que unos sepan lo que otros hacen, por qué y para qué lo hacen. La comunicación constituye un componente esencial de la actividad conjunta y desempeña un importante papel en la organización.

En Cuba la comunicación ha sido atendida en el espacio científico con especial énfasis, dejando bien claro el rol que tiene la misma para el desarrollo de la sociedad. El hombre es un ser social, su vida transcurre en contactos frecuentes con diversos grupos, por lo que la habilidad para establecer y mantener relaciones interpersonales satisfactorias constituye una herramienta poderosa para aumentar su capacidad de relación y para obtener una mayor satisfacción en sus intercambios.

La autora apoyada en las definiciones anteriores infiere que el proceso de comunicación es imprescindible en la sociedad y que los actores sociales juegan un papel primordial y significativo en la humanidad, ellos son individuos, grupos, organizaciones o instituciones que actúan en un escenario concreto o fuera de éste representando sus intereses.

Se considera imprescindible mencionar al grupo de interés integrado por el Poder Popular, Órgano del trabajo, MINSAP, MINED, Programa de Trabajadores sociales, Vivienda, CDR y FMC como organizaciones, organismos e instituciones , encargado de atender directamente a los casos sociales críticos del municipio, considerados en esta categoría los que presenten la combinación de factores de índole nutricional, de salud, educacional, satisfacción de necesidades materiales, atención familiar y de conducta social que imposibiliten su inserción en el medio social que le circunda.

El Ministerio de Educación Superior desde su creación y hasta las transformaciones actuales que ha generado para su perfeccionamiento, ha ubicado en lugar de privilegio el papel de la comunicación como elemento dinamizador del sistema. En una de sus encomiendas actuales, enlaza además a la universidad con el resto de las instituciones, organizaciones y sectores de la sociedad como locomotora científica que impulsa el desarrollo de los mismos.

En este sentido se constata, mediante la implementación de un proyecto de investigación territorial, limitaciones en el trabajo que se desarrolla por parte del grupo de interés, lo que además es corroborado a partir de la aplicación de instrumentos de investigación dirigidos a estudiar esta problemática. De ahí que se parta de las deficiencias esbozadas en el banco de problemas concebido por el Poder Popular Municipal, concentrándose las mayores limitaciones en:

- Los integrantes del grupo de interés poseen desconocimiento de los casos críticos, en ocasiones olvidan cuáles son las instituciones que forman parte de este.
- Los integrantes del grupo de interés poseen poca preparación en lo referente a la comunicación social, para el logro de una atención continua hacia los casos críticos.
- Insuficiente comunicación para coordinar los organismos que conforman el sistema de integración del grupo de interés, lo que resulta una deficiencia para la atención a los casos críticos.
- El trabajo comunitario dirigido a la prevención social resulta escaso debido al insuficiente vínculo de los trabajadores sociales, de la Dirección de Trabajo, del MINSAP y del Programa de Trabajadores Sociales.
- Insuficiente conocimiento del grupo de interés de las causas y las condiciones que generan las principales problemáticas sociales en cada Consejo Popular, por lo que se imposibilita la atención adecuada a los casos críticos y su atención diferenciada a los más críticos.
- Ausencia de metodología para trabajar la atención a los casos críticos.

Por lo que se plantea como **problema científico**: ¿Cómo preparar al grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana? El **objeto de estudio** de esta investigación es el proceso de comunicación del grupo de interés y el **campo de acción es** la preparación del grupo de interés.

En correspondencia con el problema científico planteado el **objetivo** de la investigación consiste en: Diseñar una estrategia educativa dirigida a la preparación del grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán.

Se declaran, por tanto, como **preguntas científicas** las siguientes:

1. ¿Qué fundamentos teóricos metodológicos sustentan el proceso de comunicación?
2. ¿Cuál es el estado actual que posee la comunicación del grupo de interés con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán?
3. ¿Cómo diseñar una estrategia educativa dirigida a la preparación del grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán?
3. ¿Cómo validar la estrategia educativa dirigida a la preparación del grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán?

Tareas científicas

- 1- Determinación de los fundamentos teóricos- metodológicos que sustentan el proceso de comunicación.

2-Diagnóstico del estado actual del proceso de comunicación del grupo de interés con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán.

3- Diseño de una estrategia educativa dirigida a la preparación del grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán.

4- Validación por criterio de expertos de la estrategia educativa dirigida a la preparación del grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación con los casos críticos comprendidos en las etapas: juventud y adultez temprana en el municipio de Cabaiguán.

La presente investigación justifica su alcance descriptivo, pues tuvo como propósito describir cómo se comporta la variable mejoramiento de la comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana) del municipio de Cabaiguán.

Se evaluaron tres categorías de análisis (cognitiva, procedimental y actitudinal) relacionadas con el proceso de comunicación.

En el desarrollo de la investigación, se usaron métodos propios de la investigación educativa del nivel teórico y empírico, entre los que se distinguen:

Métodos del nivel teórico:

Histórico y lógico: se hace un análisis del origen, evolución de la comunicación, así como de sus antecedentes, enfatizando también en todo lo referente a la concepción del grupo de forma general, hasta llegar a los grupos de interés y a las características de este.

Analítico-sintético: permitió analizar desde el punto de vista teórico toda la concepción acerca del proceso de comunicación, el trabajo con los grupos, lo que permitió establecer el presupuesto referencial acerca de la temática, seleccionando los aspectos que se requerían para la presente investigación.

Inductivo-deductivo: se empleó para penetrar en el estudio del problema, se partió del diagnóstico de las principales insuficiencias que presenta el grupo de interés en cuanto a la atención a los casos críticos del municipio y sobre esa base precisar e inducir cómo resolver esta situación a partir de las necesidades y potencialidades de estos.

Modelación: mediante este método se creó un modelo, una estructura para reproducir el proceso ideal de preparación del grupo de interés para el mejoramiento de la comunicación para con los casos críticos, a partir de una estrategia, concebida para tal fin, logrando una interrelación entre los aspectos que contempla la misma.

Enfoque de sistema: permitió concebir la estrategia partiendo de las necesidades reales que poseen, de las carencias, yendo de lo general a lo particular, logrando, además, una relación lógica entre cada acción diseñada para preparar al grupo de interés y considerar las interrelaciones en torno a todos los problemas relacionados con la comunicación para con los casos críticos.

Métodos del nivel empírico:

La **observación científica:** permitió constatar en la práctica los problemas existentes en cuanto al comportamiento del grupo de interés en todo lo que respecta a la comunicación para con los casos críticos, cómo se ven implicados, si muestran interés, cómo se desarrollan. Además con la finalidad de constatar las condiciones de vida de los casos críticos: cómo son las condiciones constructivas de sus viviendas, las higiénico sanitarias, de salud, entre otras.

La observación tuvo un carácter estructurado, puesto que de forma previa se prepararon los aspectos a observar, partiendo de los propósitos a medir.

La **entrevista**: permitió constatar los indicadores establecidos en cada dimensión en el caso del grupo de interés y los casos críticos se aplicó con el objetivo de obtener criterios sobre cómo se organiza, planifica y desarrolla el proceso de comunicación para con los casos críticos, qué elementos se tienen en cuenta, si se parte de las necesidades, del diagnóstico confirmado, qué contemplan esas actividades desarrolladas la importancia que poseen si se cohesionan o se planifican de forma aislada, también se constató la preparación del grupo de interés para comunicarse con los casos críticos juventud y adultez temprana, las vías, canales empleados para la comunicación, quejas que estos ofrecen, así como las alternativas utilizadas para atender las insatisfacciones. En general, se buscó la manera en que se concibe el trabajo y se ejecuta.

Análisis de documentos: permitió determinar información, desde los documentos normativos para profundizar en la literatura especializada sobre la temática que se trabaja, y poder fundamentar la propuesta. Se analizaron documentos como base de datos de los Trabajadores Sociales (diciembre 2010), documentos que rigen la atención y prevención de los casos sociales, para conocer lo referido, a cómo debe estar integrada la comisión del grupo de interés. Además, cómo proyectan y organizan el trabajo a desarrollar.

Criterio de Expertos: este método contribuyó a perfeccionar la estrategia propuesta antes de su introducción en la práctica y evaluarla teniendo en cuenta el método escogido: Delphi.

Se destaca dentro del **nivel estadístico-matemático**, el análisis porcentual, ya que se partió del análisis de los resultados (de los instrumentos aplicados) de forma numérica y porcentual, para posteriormente instrumentar las acciones.

Los instrumentos aplicados permitieron, constatar las deficiencias que existen en la comunicación del grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana), partiendo de los criterios abordados por los mismos.

Población y muestra: La población y la muestra en el grupo de interés coinciden y está formada por 8 directivos. En los casos críticos (juventud y adultez temprana) de una población de 35 se tomaron 10 mediante un muestreo aleatorio simple, que representan el 30%.

La novedad científica está dada en que por primera vez se diseña una estrategia educativa sustentada en un diagnóstico puntual de la situación de la comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos del municipio de Cabaiguán, además basada en exigencias y acciones que garantizan la preparación del grupo de interés para atender a los casos críticos comprendidos en las etapas de desarrollo humano juventud y adultez temprana., sistematiza la concepción teórica acerca de la comunicación entre estos grupos.

El aporte consiste en ofrecer la propuesta de estrategia educativa y sus acciones que preparan al grupo de interés tanto en el orden teórico de la comunicación eficaz, como en lo práctico para la atención a los casos críticos juventud y adultez temprana, para llevar a cabo la tarea que le corresponde según sus funciones, la cual hasta el presente no se ha elaborado ni instrumentado, por lo menos en el territorio.

El informe que se presenta se estructura de la siguiente forma: introducción, donde se exponen los elementos esenciales del diseño teórico metodológico y dos capítulos, en el primero se exponen los fundamentos teóricos en que se sustenta la alternativa de solución al problema, en el segundo el estudio diagnóstico, la propuesta de estrategia educativa y la validación de la misma por criterio de expertos, finalmente se arriba a conclusiones y se ofrecen recomendaciones que permitan poner en práctica los resultados de la investigación y se presentan anexos.

CAPÍTULO I: CONCEPCIONES TEÓRICAS SOBRE LA COMUNICACIÓN.

1.1-Consideraciones generales sobre el proceso de comunicación.

La comunicación sostiene y anima la vida. Motor y expresión de la actividad social y de la civilización, ha llevado a los hombres y a los pueblos desde el instinto hasta la inspiración a través de una serie de procesos y sistemas de información, de impulsos y de control, fuente común de la cual se toman las ideas, fortalece mediante el intercambio de mensajes, el sentimiento de pertenecer a una misma comunidad. (Mac Bride, Sean y otros, 2001)

El análisis de las variadas fuentes teóricas que han contribuido al surgimiento de la ciencia de la comunicación permite comprender la existencia de numerosas definiciones del término, a partir de diferentes posiciones y del énfasis en unos u otros aspectos del proceso comunicativo.

Psicólogos, sociólogos, comunicólogos, enfrentan sus criterios sobre si la comunicación es un proceso sólo exclusivo del hombre, o si también los animales y las máquinas se comunican. Siendo aún discutibles los límites naturales y epistemológicos de los estudios sobre este fenómeno, en lo que sí coinciden casi todos los estudiosos, desde Aristóteles hasta cualquier contemporáneo, es que en un proceso de comunicación intervienen como mínimo tres elementos: un Emisor, un Mensaje y un Receptor. La comunicación humana constituye un proceso básico, clave para la integración y existencia de la sociedad como un todo. Es un proceso único configurado por diferentes niveles, cada uno de los cuales se manifiesta entre actores que interactúan en ámbitos sociales específicos y posee sus propias particularidades, sus aspectos comunes y sus elementos de enlace con el resto.

Etimológicamente se encuentra en la raíz de comunicación la palabra latina comunis: común; así, comunicación es en su origen hacer común un conocimiento, una información, sin embargo al analizarlo solamente en el plano de que un actor transmite a otro, el término toma una significación antagónica. Es por eso, que existe hoy una ambigüedad que llevada a sus extremos entraña una contradicción: comunicar como transmitir (proceso unidireccional) y comunicar como compartir, hacer común, proceso bidireccional, interactivo, mutuo. Transmitir y compartir se sitúan en polos opuestos en una posible acción de comunicar. Transmitir significa la admisión de que algún

conocimiento se puede pasar a otro, mientras que compartir significa comunión, encuentro, participación, elaboración con otro del conocimiento. (Vidal, 2002)

“La comunicación es un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria” (López, 2003:9)

Esta definición conduce al análisis de la comunicación social, elemento necesario para el hombre y parte de sus relaciones sociales. Las aptitudes comunicativas que tiene el hombre por naturaleza, se amplían y modifican por las demandas de la sociedad y el desarrollo cultural. Estos aspectos, al mismo tiempo que modifican las facilidades comunicativas del hombre, condicionan la cualidad de las relaciones en la interacción humana.

Las relaciones sociales y la comunicación son una unidad indisoluble. Las relaciones sociales dependen de la actividad vital real y de la comunicación de las personas.

La comunicación es un diálogo, un intercambio y por tanto no apunta en una sola dirección, sino que va en tantas direcciones como personas participen. La comunicación es participación. Permite interactuar con los demás, compartir lo que se es, las ideas que se poseen.

La coexistencia de enfoques distintos propicia la heterogeneidad del objeto de estudio y hace compleja la búsqueda de definiciones compartidas por la mayoría de los estudiosos del tema.

La comunicación es un proceso complejo, de carácter material y espiritual, social e interpersonal que posibilita el intercambio de información, la interacción y la influencia mutua en el comportamiento humano, a partir de la capacidad.

Al respecto se profundiza por diferentes autores en la constatación que en su

Esencia, un modelo excluye al otro en el plano teórico al señalar: la comunicación como proceso vertical, unidireccional, que tiende al control, a la dominación y la comunicación

como proceso horizontal, o multidireccional, que es por esencia participativo e interaccional. (Medina, 2002).

Esta gran diversidad de orígenes de la noción científica de comunicación hace muy compleja su definición. Es por ello que se examinan diversas acepciones del término que permitan establecer una definición tentativa:

La comunicación tiene diferentes escalones, alcanza diferentes grados; a esto le llamamos niveles de la comunicación. (Inter: entre; intra: dentro).

La mayoría de los estudiosos del tema señalan la existencia de cinco niveles fundamentales: interpersonal, intragrupal, intergrupala, institucional u organizacional y masivo o global.

La diferencia entre un nivel y otro está marcada por una variedad de elementos que van desde quiénes interactúan, hasta las características que imponen los ámbitos sociales específicos en que lo hacen.

Una breve reseña de cada uno lleva a precisar:

Comunicación Interpersonal (cara a cara): es la interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata.

Comunicación Intragrupal: es la que se establece dentro de un grupo específico como por ejemplo la familia, un grupo de clase, o en una reunión de trabajo.

Comunicación Intergrupala: es la que se realiza en la comunidad local y está relacionada con la comunicación pública. Es por tanto la que se establece entre dos o más grupos empleando un tema común: la comunidad local. En este nivel la información que se comunica se produce y distribuye por medio de un sistema de comunicación especializado y está destinada a la comunidad como un conjunto.

Comunicación Institucional (organizacional): es la comunicación que se establece para dar a conocer la información de la organización en cuanto a políticas, objetivos, lineamientos de trabajo y toda la información que permite el funcionamiento de la organización, tanto la interna para el colectivo laboral como para el público externo con que se relaciona. Son los procesos de comunicación que se dan en una organización o institución, a partir de la labor de un especialista en esa área. Traza políticas de comunicación para lograr buenas relaciones de trabajo que tributen a la eficacia y eficiencia de la institución. (López, 2003)

Sociedad (global): El ejemplo más significativo es la comunicación de masas; la cual tiene por fuente una organización formal (institucional) y como emisor un comunicador profesional, que establece una relación unidireccional y pocas veces interactiva con el receptor.

Para identificar los niveles de la comunicación se utilizan factores como: el número de personas que intervienen, su proximidad física, la inmediatez con que recibimos una respuesta del interlocutor, es decir, la inmediatez de la retroalimentación; y los canales sensoriales que participan en el proceso. (González, 2003)

Después de analizar las diferentes definiciones de comunicación, se puede inferir que es el proceso por el cual una comunidad humana dada produce y reproduce todo el sistema de vida que la caracteriza e identifica y que genéricamente llamamos comunicación, es transmitir información, compartir conocimientos y experiencias. Si en este concepto entendemos como comunidad humana a cualquier grupo de personas que se interrelacionan con un fin determinado, y dentro de ellos a una organización, entonces se puede hablar de comunicación organizacional.

1.2. La comunicación organizacional, surgimiento, conceptos e importancia.

El primer problema que se presenta al estudiar comunicación organizacional es la necesidad de profundizar en torno a su naturaleza, objeto de estudio e incluso su propia

definición. La variedad de matices e interpretaciones presenta una gama diversa, pero casi todos los autores coinciden en centrar su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros y entre estos y el público externo, lo que conduce a un mejor funcionamiento de la empresa o institución y al fortalecimiento de su identidad.

Según (Trelles, 2001) se comienza a hablar de comunicación organizacional en los años 50 y en la década de los 70 cuando se publica un libro de comunicación organizacional del especialista norteamericano Charles Redding y por primera vez se aborda el estudio de esta. A partir de este momento, múltiples autores han tratado esta problemática.

Algunos vinculan la comunicación organizacional con el área de intercambio de información, para ellos la comunicación organizacional es el hecho de enviar y recibir información, dentro del marco de una compleja organización (Redding y Sanborn, 1964), Para (Goldhaber, 1994) es sinónimo de comunicación oral directa, dentro de estructuras formales, o comunicación interna tanto directa como mediática, formal o informal, partiendo de un concepto más amplio, se habla de todo proceso comunicativo de la organización, tanto interno como externo, formal o informal, directo o mediático).

Todos coinciden, no obstante, en la importancia que esta materia presenta para el desempeño de las organizaciones, pues entre los elementos que posibilitan la supervivencia y desarrollo de las organizaciones se escriben con protagonismo definitivo la interrelación entre sus integrantes. Es precisamente el estudio de tal interrelación, es decir, de los procesos comunicativos inherentes a cualquier grupo, organización o sociedad lo que constituye la razón de ser de la organización (Redding, 1972).

Su origen se vincula con las tendencias contemporáneas a integrar áreas de comunicación que funcionen de manera inconexa: en primer lugar los grandes campos de acción de la comunicación interna y externa; y en segundo lugar, lenguajes y técnicas como publicidad, relaciones públicas, comunicación corporativa, entre otras. De campo aislado o acciones independientes, tales áreas pasan a convertirse en elementos integradores de un enfoque sinérgico de comunicación con un saldo positivo para la coherencia del discurso y el logro de mayor eficacia.

Se señala críticamente por algunos, sus tendencias a desarrollar de forma paralela el campo teórico y el de aplicación, y advierten en este rasgo una marcada influencia del pragmatismo norteamericano (Noguero, 2000).

Los defensores de la comunicación organizacional opinan que se trata del rescate legítimo de un objeto de estudio que ha sido abordado por diversas disciplinas, que centran su atención en el estudio de grupos sociales cuya proyección y actividad en cualquier esfera tiene un soporte común, eje fundamental que lo interrelaciona a saber, la comunicación organizacional (Taylor, 1993).

Otros críticos consideran como una suerte de materia de moda surgida en los últimos años, cuyo campo de acción irrumpe en el de las relaciones entre los públicos internos y externos de las empresas e instituciones, áreas que contribuyen, en su opinión, objetos exclusivos de las relaciones públicas.

Cuando se habla de comunicación organizacional o institucional, se puede decir que es una disciplina relativamente joven aunque su objeto de estudio: la comunicación entre los hombres, es bien antiguo. Los especialistas norteamericanos se refieren a ella como comunicación organizacional, mientras que los europeos la denominan comunicación institucional. Su nombre indica que este nivel se refiere a los procesos de comunicación que se dan en una organización o institución.

La comunicación organizacional, ofrece la posibilidad de conocimiento e incorporación de habilidades que tributan al desarrollo social tanto en lo económico, como en lo cultural mediante su contribución al perfeccionamiento de las empresas e instituciones y al fortalecimiento de los valores de la cultura en las organizaciones y las sociedades generales.

Uno de los enfoques más trabajados en la comunicación organizacional es el enfoque sinérgico de la comunicación, abordado por el especialista brasileño Gaudencio Torquato, quien apunta que producir aceptación por medio de la comunicación expresiva-emocional debe ser el objetivo de los profesionales que trabajan la comunicación en las empresas (Torquato, 1986).

Este punto de vista se apoya en la concepción de la comunicación como proceso simbólico mediante el cual los sentimientos de los empleados de los niveles de base para

con la organización son reforzados o modificados, para ello es necesario implementar un discurso simbólico dirigido a una suerte de escala media, que resuelva las incongruencias entre lo poco atractivo de las informaciones técnicas, las comunicaciones relacionadas con el campo del conocimiento en general y las dirigidas a establecer o promover la aplicación de normas. Este estudioso contraponen dos tipos de mensajes, en su opinión, presentes en toda organización, de un lado los que tratan temas relacionados con la esfera del conocimiento técnico; de otro los relacionados con actitudes, valores y normas.

Tanto un tipo de mensaje como el otro deben estar encaminados a lograr consenso en torno a un sistema de valores, de no consolidarse este, se entroniza el desorden que conduce más tarde o más temprano a la desintegración de la organización. Para evitar tales males se impone la necesidad de lograr un enfoque sinérgico de comunicación, que reduciría al mínimo la aleatoriedad en el discurso y en las acciones comunicativas estableciendo un determinado nivel de coordinación entre los que dirigen la comunicación en las organizaciones.

Aunque existe una concepción relativamente generalizada acerca de la generación espontánea y aleatoria de la comunicación, resulta esta tan errónea como costosa, pues conduce inevitablemente al ineficiente empleo de los recursos y a la confusión de los públicos a los que se dirige, el discurso organizacional, quien recibe indistintamente mensajes diferentes e incluso contradictorios en torno al mismo objeto Y la organización en cuestión (Torquato 1986).

Para evitar tales fallas, el español Justo Villafañe propone dos principios que deben observarse en la gestión de comunicación en empresas e instituciones:

- El principio normativo.
- El principio de integración.

Al principio normativo atribuye la invención de constituir una referencia permanente y gustosa de acción en todo lo que se refiere a la personalidad de la organización o empresa; al principio de integración asigna la labor de coordinación de todas las acciones comunicativas que se lleven a cabo en cualquier institución.

El establecimiento de normas en las organizaciones con relación a la comunicación, conduce a la eliminación de la aleatoriedad en todo el campo de relaciones de la empresa, y al desarrollo de un enfoque sinérgico para optimizar los resultados de la labor de comunicación (Villafañe, 1988).

Tal enfoque sinérgico se consigue mediante la aplicación de un modelo general de gestión de comunicación empresarial, que debe ser diseñado en función de las características de cada organización, y a través de la planificación, programación de las acciones comunicativas. Con ello se contribuye al fortalecimiento de la identidad; y los valores de la Cultura de la organización, y se influye en el desarrollo del sentido de pertenencia de los integrantes de las entidades, de modo que puedan llevarse al máximo las potencialidades de los recursos humanos; se generalice un sentido de lealtad grupal, eficaces técnicas de interacción y altas metas de desempeño (Torquato, 1986).

El fundamento de esa efectiva integración se da a partir de la construcción de valores; de la capacidad de hacer concordar metas y aspiraciones individuales con los objetivos que se plantea la entidad en un conjunto coherente, y todo esto transita por la gestión eficaz de la comunicación. Con palabras del brasileño Gaudencio Torquato, se define la eficacia organizacional a partir de que se logre que "todas las formas de rendimiento de la organización sean llevadas al máximo" (Torquato, 1986).

Esto se consigue mediante una combinación de eficiencia de la organización como sistema y éxito en obtener condiciones ventajosas en su relación con el medio. La eficacia de la comunicación, concebida a partir de la teoría de sistemas, y ubicada en el resbaloso terreno de la complejidad metodológica que su demostración implica, es en buena medida resultado del desarrollo teórico de autores como Katz y Kahn, quienes la relacionan con la eficiencia de la organización en sí misma para lograr su supervivencia, y con la contribución de la empresa a la sociedad en que se inserta.

Este aporte social indica objetivos tan neurálgicos como cuidado del medioambiente; compromisos sociales con la comunidad, impacto en desarrollo comunitario, y elevación de su nivel de vida (Katz y Kahn, 1966).

Otras variables a considerar se refieren a estrategias de liderazgo, funcionamiento de las estructuras de la organización, capacidad de interacción, de motivación, y desde luego,

no pueden ignorarse las variables relacionadas con los aspectos propiamente funcionales de la organización, su rentabilidad, infraestructura, desarrollo tecnológico, entre otros. Y la sinergia es uno de los componentes más importantes para lograr eficacia organizacional, no solamente en el plano de la comunicación, sino en cuanto a funcionamiento general de la organización se refiere.

El uso sinérgico de la comunicación mejora el funcionamiento de los canales de comunicación, mejora la coordinación de los elementos que conforman el sistema e influye en una mejor capacidad de respuesta de cada uno de los componentes de la organización en lo interno, y una mejor interrelación con el entorno externo.

1.2.1 Elementos fundamentales de la comunicación organizacional.

La comunicación organizacional puede dividirse en: comunicación interna, cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros), y en comunicación externa, cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). A su vez, la comunicación externa comprenderá las relaciones públicas y la publicidad.

1. Comunicación interna: es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

2. Comunicación externa: son los mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios.

Los canales formales de comunicación interna sirven para promover el desarrollo de las tareas productivas, su coordinación y cumplimiento. "Por ejemplo, los canales de comunicación interna se utilizan para proporcionar a los trabajadores mensajes con instrucciones y evaluación de los trabajos; para compartir mensajes acerca de la coordinación de actividades laborales entre los miembros de la organización; y para llevar

retroalimentación de los trabajadores a la gente que ocupa los lugares más altos en la jerarquía de la organización, como por ejemplo, mensajes que registran quejas o sugerencias de los empleados en las organizaciones de negocios. Todos estos sistemas de mensajes de comunicación interna proporcionan a los miembros de la organización una información relacionada con las tareas que les ayuda a realizar importantes actividades y procesos organizativos. Los canales formales de comunicación interna son herramientas extremadamente importantes para la dirección, coordinación y reestructuración de las actividades organizativas.

Dentro de los tipos de comunicación interna se encuentran:

La comunicación descendente: permite mantener informados a todos los trabajadores de la empresa u organización superior de dirección, sobre los principales aspectos para el desarrollo de esta, proporciona a todos la información sobre lo que deben hacer, cómo hacerlo y qué se espera de ellos, no es compatible con los estilos de dirección autoritarios ni con la falsa creencia de que una clara comunicación pueda ser tomada como un signo de debilidad.

La comunicación ascendente: es muy importante para los directivos de las empresas u organización superior de dirección, ya que permite conocer por los propios trabajadores cuales son sus criterios y opiniones sobre lo que funciona correctamente o no, sus diferentes ideas, estados de ánimos, motivaciones y propuestas de mejoras.

La comunicación horizontal: es aquella que permite el lograr conocimiento de las diferentes áreas entre sí y como resultado de esto se favorece un buen entendimiento entre los trabajadores. Este estilo de comunicación permite el funcionamiento eficaz de los equipos de trabajo, la implantación de una dirección participativa, la coordinación de diferentes actividades que se desarrollan, por lo que es muy importante que se fomente este tipo de comunicación.

Trelles (2001) afirma que en casi todas las comunicaciones descendentes fluyen mensajes de tarea o de mantenimiento relacionados con directrices, objetivos, disciplinas, órdenes, preguntas y políticas. (Katz y Kahn, 1966) han identificado cinco tipos de comunicaciones descendentes:

1. Instrucciones laborales: directrices explicando una tarea específica.

2. Exposición razonada de los trabajos: mensajes que explican como determinadas tareas se relacionan con otras tareas de la organización.
3. Procedimientos y prácticas: mensajes relacionados con las políticas, reglas, regulaciones, beneficios, etc, de la organización.
4. Feedback: mensajes que sirven para elogiar el trabajo individual de un empleado.
5. Adoctrinamiento de objetivos: mensajes diseñados para motivar a los empleados explicándoles la misión general de la organización y cómo se relaciona con dichos sistemas de objetivos.

Los siguientes problemas afectan directamente a los mensajes mientras fluyen de forma descendente por las redes de la organización.

1. Confiar en los métodos de difusión y hardware. A pesar de que varias investigaciones demuestran lo contrario muchas organizaciones confían excesivamente en los métodos de difusión escritos y mecánicos (hardware) al enviar mensajes por las redes descendentes. Se utilizan manuales, películas, circulares, sistemas de publifusión y folletos en vez de los contactos personales y las comunicaciones cara a cara (Anderson, 1969; Weber, 1967).
2. Sobrecarga de mensajes. En relación con el anterior problema se plantea el de la sobrecarga de mensajes. En algunas organizaciones de países desarrollados (gracias a las máquinas, mimeógrafos, etc. los trabajadores se ven sobrecargados de boletines, memorandums, cartas, anuncios, revistas, declaraciones, etc. Denomina a este fenómeno "exceso de publicaciones", y sostiene que los empleados tienden a reaccionar negándose a leer o a escuchar los mensajes (Davis 1972).
3. Momento oportuno. Los gerentes deben considerar el momento oportuno para enviar ciertos mensajes y el impacto potencial que tendrían en la conducta de los trabajadores en caso contrario. Los mensajes deben ser difundidos descendentemente tan solo cuando representan un beneficio tanto para la gerencia como para los empleados.
4. Filtración. Anteriormente ya se ha hablado de la naturaleza seriada de las comunicaciones y cómo los mensajes tienden a ser cambiados, reducidos, ampliados, etc., mientras siguen las redes de comunicación. Este efecto puede verse claramente

cuando los mensajes siguen las redes descendentes de la organización (como ascendente u horizontales). Varios estudiosos han investigado este problema llegando a la conclusión que la filtración puede deberse a los numerosos eslabones de la red, las diferencias perceptivas de los trabajadores o a que no se confía en el supervisor.

Comunicación ascendente: Se entiende por comunicaciones ascendentes aquellos mensajes que fluyen de los obreros hasta los superiores, normalmente con el propósito de formular preguntas, proporcionar feedback y hacer sugerencias. Las comunicaciones ascendentes tiene el efecto de mejorar la moral y las actitudes de los trabajadores, por lo que los mensajes que siguen las redes ascendentes son clasificados como de integración o humanos. Algunos autores afirman que las comunicaciones ascendentes sirven de feedback para la gerencia, proporcionando indicios del éxito conseguido por un mensaje dado.

Además las comunicaciones ascendentes pueden estimular la participación de los obreros en la preparación de políticas operativas aplicables al departamento o a la organización, sostienen que son cuatro las razones por las que la gerencia debe valorar las comunicaciones ascendentes (Trelles, 2001)

1. Indican la receptabilidad del medio ambiente para las comunicaciones descendentes.
2. Facilitan la aceptación de las decisiones tomadas alentando a los trabajadores, a que participen en el proceso de la toma de decisiones.
3. Proporcionan el feedback en la comprensión; por parte de los obreros de las comunicaciones descendentes.
4. Animar a la presentación de ideas valiosas.

Las actividades de comunicación que normalmente se incluyen en las comunicaciones ascendentes son, asesoramiento, sistemas de discusión y liquidación de quejas, charlas, políticas de puerta abierta, sistemas de sugerencias, encuestas de opinión, cartas de los obreros, reuniones sociales y mítines.

Comunicación horizontal y sus particularidades:

La comunicación horizontal consiste en el intercambio lateral de mensajes entre personas que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la organización. Los

mensajes que fluyen según el principio funcional siguen las redes horizontales. Tales mensajes están relacionados, por regla general, con la tarea o con factores humanos (por ejemplo, coordinación, resolución de problemas, arreglo de conflictos, información). Se tienen muy pocos conocimientos con respecto a la comunicación horizontal debido a la falta de investigaciones en esta área. Sin embargo, muy pocos se atreverían a negar su importancia para el sistema de comunicaciones de una organización (Massie, 1960). Algunos momentos de comunicación horizontal se relacionan a continuación:

1. Coordinación de la tarea, los jefes del taller pueden reunirse mensualmente para discutir la contribución de cada departamento para la consecución de los objetivos del sistema. Otro ejemplo de coordinación es el frecuente uso de los equipos para el trabajo.
2. Resolución de problemas. Los miembros de un departamento pueden reunirse para discutir cómo se enfrentarán a un posible corte en el presupuesto; quizás intenten solucionarlo utilizando la técnica de buscar sugerencias.
3. Participación en la información. Los miembros de un departamento pueden reunirse con los representantes de otros departamentos para facilitarles datos nuevos. Para informar a los otros departamentos de las revisiones más importantes (que afectaría varios segmentos del taller).
- 4, Resolución de conflictos. Los miembros de un departamento pueden reunirse para discutir un conflicto inherente a su departamento o a varios departamentos. La resolución de tales conflictos es especialmente importante para el desarrollo emocional y social de los miembros del departamento.

A despecho de la aparente importancia de la comunicación horizontal, varios factores tienden a limitar su frecuencia; rivalidad, especialización y falta de motivación en las actuales organizaciones competitivas, los datos no siempre son compartidos, debido a que la persona que los posee, no quiere perder la oportunidad de promocionar. Muchos trabajadores temen que si admiten la ignorancia de un tema, perderán el respeto de los demás empleados. Los cambios rápidos que tienen lugar en las organizaciones son la causa de que los miembros de la misma no tengan tiempo de confiar en que sí, lo cual podrían reducir la rivalidad (Trelles, 2001).

Es decir, hasta el momento se ha estudiado el flujo de mensajes a través de caminos formalmente prescritos. Cuando los mensajes se desvían de las redes tradicionales, los denominados mensajes informales.

Los canales de comunicación ascendente suelen tener entre otros los siguientes problemas: el riesgo de facilitar el excesivo control por parte de la dirección; provocar la ira del director cuando el mensaje es desagradable, por lo que a menudo, sólo se comunican a los jefes los mensajes favorables, lo que provoca el aislamiento de los ejecutivos; la poca receptividad de los directores e insuficiencia de canales.

Los medios o canales, de comunicación interna son los métodos de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos.

Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo, ejemplos de este tipo de canales lo constituyen la radio, la televisión, el teléfono, el télex, etc.

Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc.

El manejo de este elemento es el que más frecuentemente desarrolla prepositivamente el comunicador institucional. Muchas de las tácticas o actividades de comunicación que se implementan se relacionan precisamente con el establecimiento y manejo de todos los tipos de canales de comunicación. Como ejemplos de ello están los tableros de avisos, los periódicos, murales, las publicaciones internas los buzones de sugerencias, la organización de toda clase de eventos, los audiovisuales, las películas, los circuitos cerrados de radio y televisión, etc (Trelles, 2001).

Mensajes: En las instituciones los mensajes suelen fluir a través de dos tipos de redes de comunicación: formales e informales. Las redes formales son aquellas explícitamente señaladas en el organigrama o gráfica de la institución, que se puede concebir como una descripción de la estructura formal de la misma.

El sistema de Redding es el que mejor resume la exposición razonada del flujo de mensajes en la organización. La mayoría de los sistemas funcionales sugeridos anteriormente pueden incorporarse fácilmente en las tres categorías de Redding: tarea, mantenimiento, humanos.

Los mensajes de tarea guardan estrecha relación con aquellos productos, servicios o actividades que tienen un especial interés para la organización, por ejemplo, mensajes sobre la mejora del departamento de ventas, el mercado, la calidad del servicio, o la calidad de los productos. También se consideran mensajes de tarea aquellos que tienen la misión de informar a los empleados sobre la manera de realizar sus trabajos. Incluyen actividades como, capacitación, orientación, establecimiento de objetivos, resolución de problemas, sugerencia de ideas. Resumiendo, los mensajes de tarea están relacionados con la producción del sistema.

Los mensajes de mantenimiento ayudan a la organización a seguir con vida y a perpetuarse a sí misma. Entre los mensajes de mantenimiento se incluyen las órdenes, dictados, procedimientos y los controles necesarios para facilitar el movimiento de la organización para conseguir los objetivos previstos. Si los mensajes de tarea están relacionados con el contenido de la producción del sistema, los mensajes de mantenimiento lo están con la realización de la producción.

Los mensajes humanos están dirigidos a los individuos de la organización, considerando principalmente sus actitudes, su satisfacción y su realización. Los mensajes humanos se interesan por los sentimientos, las relaciones interpersonales, la moral y el concepto que tienen de sí mismos los empleados. Por ejemplo, los elogios del superior al empleado (caricias), las entrevistas con vistas a estimar el trabajo realizado; las sesiones para resolver conflictos, las actividades informales (charlas, almuerzos, actividades sociales, deportivas, etc) y sesiones de asesoramiento. Las organizaciones pueden generar muchos mensajes de tarea y de mantenimiento, pero si se ignoran los mensajes humanos, es muy probable que se presenten muchos problemas relacionados con la moral que pueden obstaculizar los objetivos de la organización.

1.2.2 Niveles de la comunicación

El sistema de comunicación interna existente en la organización debe propiciar la integración de dos niveles de comunicación:

Horizontal: es aquel que se desarrolla entre los empleados de un mismo nivel organizacional (comunicación plana) esta se da mayormente de forma informal.

Vertical: es aquella comunicación que se genera en los niveles altos de la estructura organizacional y se mueve hacia los niveles inferiores y viceversa. Es importante notar que se debe promover una comunicación vertical ascendente lo que facilitaría los procesos organizacionales y un clima de comunicación óptimo (Soslayo, 2002).

Estos niveles se desarrollan mediante los siguientes canales de comunicación: Formal: es aquella comunicación cuyo contenido está dirigido a aspectos de trabajo. En general, esta comunicación ocurre a través de encuentros, reuniones, y entrevistas programadas en los planes de actividades de las organizaciones con la escritura como medio (cartas, memorandos, informes, etc.) La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir con todas las formalidades burocráticas que ocurren en las organizaciones. Son verticales y se relacionan con la ejecución de tareas.

Informal: es aquel tipo de comunicación cuyo contenido utiliza canales no oficiales (pasillos, cafetería, etc). Es más rápida que la formal. Se realiza de forma horizontal, induce una información indirecta obtenida por el rumor y generalmente satisface necesidades sociales de los miembros del grupo (apoyo) facilitando la realización de tareas y solución de problemas.

El principal motivo de desarrollo de los sistemas de comunicación informal es la necesidad de información sentida por los miembros acerca de la organización y cómo les afectan los cambios que se produzcan. Los seres humanos poseen un apetito insaciable de conocimientos, que consiguen compartiendo información relevante, fiable profunda con otros miembros. Generalmente, los canales formales de comunicación fallan a la hora de proporcionarles información suficiente para satisfacer su curiosidad acerca de la vida en la organización, por lo que la deben buscar en otras fuentes.

La comunicación informal proporciona a los miembros una información que les interesa sobre lo que se está haciendo, qué cambios se están produciendo dentro de la organización que les pueda ayudar a comprender la vida en la misma y a dirigir estratégicamente sus propias actividades.

Los canales informales diseminan la información rápidamente, porque transportan con frecuencia mensajes que pueden calificarse de interesantes, actuales y sobresalientes. Los miembros de la organización están motivados más por la curiosidad que por la necesidad, cuando se comunican por medios informales.

Especial interés dentro de la comunicación informal se ha dado al estudio de los rumores, que se puede definir como la información vaga y confusa, procedente de fuentes no claramente identificadas, que corre a través de los canales informales, dando lugar a un conocimiento generalizado sobre temas que afectan a la organización.

Existe una relación directa entre la necesidad de información y el crecimiento del rumor. El rumor florece en climas de gran incertidumbre. Los sistemas de comunicación informal sirven también para que se lleve a cabo la muy importante función de diseminar información en las organizaciones (Kreps, 1990).

Contrariamente a la creencia popular, el rumor es un canal de comunicación muy poderoso y potencialmente útil en la vida organizativa. La información diseminada a través del rumor viaja con extrema rapidez por la organización.

Los canales de comunicación informal están relativamente libres de distorsión, y pierden poca precisión en comparación con los sistemas formales de mensajes. La red de comunicación del rumor se caracteriza por ser como una cadena de comunicación, a través de la cual los mensajes son distribuidos a un grupo de miembros de la organización, en vez de a una sola persona, acelerando la diseminación de la información al maximizar el tamaño de las audiencias del mensaje informal.

Los rumores falsos son tan peligrosos para los líderes informales como para los demás, ya que las mentiras pueden dinamitar la posición y el poder del líder informal. Es más, la dirección puede obtener información ascendente relevante y feedback de los líderes informales, que generalmente saben mucho acerca del acontecer diario de la organización.

1.2.3 Barreras de la comunicación

Cada sistema de comunicación en una organización presenta dificultades que interrumpen el flujo y la claridad de los mensajes; dentro de estos se destacan las barreras personales que son interferencias de la comunicación que provienen de las emociones, los valores y los malos hábitos de escucha. Estas incluyen con frecuencia, una distancia psicológica (la sensación de estar separado emocionalmente) entre dos personas.

Las barreras físicas que son interferencias que ocurren en el ambiente donde se realiza la comunicación; por ejemplo el ruido repentino, que distrae y temporalmente ahoga un mensaje verbal, las distancias entre personas, las paredes, etc.

Las barreras semánticas que surgen a partir de las limitaciones de los símbolos a través de las que se comunican las personas, suelen tener varios significados y se debe elegir uno de ellos, a veces se elige el significado erróneo y se producen malos entendidos.

Otras barreras:

1. Emisor y/o receptor tienen pocos conocimientos del tema o están inadecuadamente preparados.
2. El emisor y/o receptor no creen en el mensaje o en la política que está detrás del mensaje.
3. El receptor no está interesado en el asunto.
4. Tanto el emisor como el receptor están momentáneamente preocupados.
5. Una falla no intencional de las personas para decir lo que piensan.
6. Las diferencias culturales entre los comunicadores.
7. Las diferencias profesionales entre los comunicadores.
8. Los comunicadores parten de supuestos diferentes.
9. Interferencias externas o distracciones.

2. La comunicación en entornos grupales. Concepciones acerca de la formación de los grupos. Grupos de interés.

La manera de comunicarse tiene mucho que ver con los estilos comunicativos que imperen en los grupos a los que se vinculan o pertenecen los seres humanos. Para que se establezca una correcta comunicación en los mismos, se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Mantener una actitud positiva y constructiva. Esto presupone hablar con el ánimo sincero de contribuir al entendimiento y a la solución de problemas tratados.
- Querer entenderse. Esto supone: aportar la información suficiente y necesaria para que se entiendan, expresar ideas y argumentos que tengan que ver con lo que se discute, no salirse del tema, no hablar sin saber lo que quiere decir, pensar con anterioridad lo que desea expresar, no improvisar.
- Respetar la verdad. Según Sullivan, el principio colaborativo se caracteriza por la calidad (decir cosas veraces), la cantidad (dar información justa), y la relevancia (información oportuna, o a tiempo, y de modo pertinente, a fin de evitar la oscuridad y ambigüedad en el diálogo).
- Respetarse mutuamente. Esto presupone evitar prepotencia, autoritarismo, coerción. Se debe crear una situación de igualdad, en la que nadie acapare ni centralice la palabra y se deje hablar a todos.
- Implicarse personalmente en el intercambio de opiniones y razones, es decir, que se comprometan constructivamente en el discurso dialógico, considerando las razones ajenas, expresando las propias y modificándolas si es necesario.

Así, en el proceso comunicativo es relevante saber escuchar las ideas de los otros. En ocasiones cuando se observa trabajar a las personas en equipo, una de las mayores dificultades es lograr la correcta escucha, o la escucha atenta. Ojalvo (1999) expresa que una buena escucha implica la capacidad de: sentir lo que trasmite otra persona, interpretar, que es comprender el mensaje captado, este aspecto exige tomar conciencia de las posibilidades de tergiversación de los mensajes y tratar de diferenciar los hechos

de las suposiciones y las opiniones, evaluar o sea decidir la importancia y validez de lo escuchado en determinado contexto y responder el mensaje del interlocutor.

Después de analizar como debe establecerse la comunicación en entornos grupales, se hace necesario definir qué es un grupo:

Un grupo es un conjunto de personas que interactúan entre sí durante un tiempo determinado en la realización de una actividad común para alcanzar un objetivo grupal. Para Brembeck (1977), las características de todo grupo son: el tener una meta, un número de miembros, un liderazgo y una forma especial de relación entre sus miembros y con otros grupos sociales.

2.1 Los Actores sociales en el entorno de la comunicación entre grupos humanos.

Algunos autores consideran que los actores sociales son individuos, grupos, organizaciones o instituciones que actúan en un escenario concreto o fuera de éste representando sus intereses. Cada uno de ellos jugará un papel determinado y ejercerá una influencia específica. (Urrutia, 2004)

Fuera y dentro de cada escenario se manifiestan uno u otro tipo de relaciones que al consolidarse perfilan determinados pactos más o menos móviles que definen explícita e implícitamente poderes y roles específicos para cada actor social.

En Cuba puede definirse al individuo como actor social en su vínculo con el medio. Es decir, el ser humano como centro, fin y protagonista de su desarrollo, acciona y no espera que otros lo hagan por él. (Urrutia, 2003)

Se distinguen los siguientes actores sociales en el tránsito de la sociedad cubana hacia el desarrollo sostenible: El individuo, la familia, la escuela y las universidades, la comunidad, las organizaciones políticas y de masas, los centros científicos-educativos, las empresas de producción y servicios, los medios de comunicación y las organizaciones no gubernamentales.

La autora considera que esta categoría se ha utilizado con mucho énfasis en el entorno organizacional donde son entendidos como: personas, organizadas, que tienen un interés, que pueden demandar algo de ella, o que pueden verse afectados por sus actos

u omisiones. En muchas ocasiones está representado por organizaciones, instituciones, individuos etc. En la presente investigación se hace referencia al grupo de interés que está constituido por actores sociales encargados particularmente de la atención a los casos sociales críticos del municipio.

2.1.1 Los grupos de interés. Definiciones.

Un Grupo de Interés, o Stakeholder como se denomina en Inglés, está constituido por personas, organizadas, que tienen un interés en la organización, y pueden demandar algo de ella. En muchas ocasiones un Grupo de Interés está representado por organizaciones, por ejemplo, los consumidores pueden estar representados por una liga de clientes, una comunidad por la junta de acción comunal o los proveedores por el gremio que los agrupa. Esto puede dar lugar a la pregunta sobre la representatividad o legitimidad de estas organizaciones que actúan a nombre de un determinado Grupo de Interés. En cualquier caso, una organización socialmente responsable debe atender adecuadamente sus percepciones, expectativas y necesidades más relevantes. (Carvajalino, 2010:2).

Los llamados “Stakeholders”, también se conocen como “multistakeholders” o “constituciones”, por la similitud que existe en los ciudadanos con respecto a los asuntos del estado, sugiriendo que las organizaciones deben ser responsables por otros grupos.

Los “Stakeholders” son grupos con poder real o potencial para influir en las decisiones gerenciales. (Calderón, 2006:1).

Se entiende por “stakeholders” todas aquellas personas, grupos, empresas, la comunidad y la sociedad en cuanto tienen interés en la existencia y desarrollo de una organización. (Bleger, 2006:4).

Los “Stakeholders” son individuos o grupos de individuos que tienen intereses directos e indirectos en una organización que puede ser afectado en el logro de sus objetivos por las acciones, decisiones, políticas o prácticas institucionales, ya que estas tienen obligación moral con la sociedad y estas obligaciones se conocen como responsabilidad social. (Calderón, 2006:1)

En el análisis de tareas y responsabilidades se tiene en cuenta los grupos, organizaciones e instituciones que tienen que ver con las sociedades.

Los grupos de interés tienen un encargo o responsabilidad social en su entorno.

La responsabilidad social es la participación activa dentro de la comunidad donde desarrolla su actividad empresarial, prestando apoyo moral, económico, social y defendiendo los asuntos de la comunidad.” (Calderón, 2006)

Según (Carvajalino, 2010), cuando se habla de responsabilidad social empresarial se suele hablar de otro tema relacionado: los grupos de interés. En términos prácticos, se puede definir como la gestión responsable de los impactos de la organización sobre los individuos con que se relaciona para alcanzar un fin determinado.

Los grupos de interés en la organización son los encargados de llevar a cabo, todas y cada una de las tareas asignadas por la misma, para solucionar los problemas que se presenten ya sean internos o externos, de la calidad con que este desempeñe su trabajo dependerá en gran medida el resultado que se desee alcanzar. (Cuesta, 2005: 30)

2.1.2 Percepciones, expectativas y necesidades de los Grupos de Interés

Las expectativas y demandas de los Grupos de Interés incluyen elementos que podemos considerar altruistas o, al menos, no ligados directamente a los estrechos intereses particulares. En general, estos intereses pueden agruparse en cuatro categorías: los derechos humanos, la ética y la transparencia, el cuidado del medio ambiente y la inversión social en la comunidad.

No basta entonces con que atienda los intereses particulares del grupo de interés, no basta con que tenga una estrategia de relaciones públicas, no basta con gestionar que el proceso comunicativo sea eficaz. Se espera el compromiso con la sociedad a que pertenece, que contribuya a mejorar las condiciones éticas y morales de la sociedad, que aporte a la solución de los problemas de los casos críticos y que respete de manera universal los derechos de los seres humanos. El grupo de Interés es un reto para la

comunidad y, así mismo, una oportunidad para actuar responsablemente y actuar decididamente en la creación de una sociedad mejor.

En la presente investigación la autora asume como grupos de interés todos los organismos e instituciones que atienden directamente los casos críticos (juventud y adultez temprana) en el municipio de Cabaiguán tales como: Poder Popular, Órgano del trabajo, MINSAP, MINED, Programa de Trabajadores sociales, Vivienda, CDR y FMC.

Al investigar sobre la comunicación del grupo de interés con los casos críticos comprendidos en esta etapa de desarrollo humano, la autora considera oportuno abordar el concepto de casos sociales críticos y caracterizar brevemente las etapas de desarrollo humano (juventud y adultez temprana).

2.1.3 Casos sociales críticos comprendidos en las etapas juventud y adultez temprana.

Para considerar un individuo o núcleo familiar como caso social crítico, existe una comisión que se rige por determinados elementos como son: la combinación de factores de índole nutricional, de salud, educacional, satisfacción de necesidades materiales, atención familiar y de conducta social que imposibiliten una adecuada interrelación e inserción del individuo en su medio; así como, un desarrollo económico satisfactorio, y que por demás sea imposible hallar una solución viable a corto o mediano plazo. La presencia única de una de las situaciones anteriores no necesariamente determina un caso como crítico (Urrutia, 2004).

Se considera caso crítico a los efectos de brindar ayuda; los que presenten las situaciones siguientes:

- a) Cuando carece de apoyo familiar o de sus vecinos, requiriéndolo para su cuidado y manifestación.
- b) Padece de grandes problemas de salud.
- c) Tiene movilidad restringida o se encuentran encamados.
- d) Posee insuficientes ingresos económicos o ninguno.
- e) Se alimenta insuficientemente (1 comida al día).

- f) Posee malas condiciones de vivienda y/o higiénico sanitario.
- g) Carecen de artículos de uso personal y/o doméstico de primera necesidad.

La presencia única de una de las situaciones anteriores, no necesariamente determina un caso como crítico, ella queda sujeto a la valoración integral del mismo, después de evaluada en la dirección municipal por la comisión conformada para este evento.

Para los efectos de la Dirección de Trabajo, aunque el caso no sea evaluado como crítico, pero no tiene entrada económica o es insuficiente, y necesita de algún servicio debe evaluarse para su protección, ya que todos los núcleos que se benefician por la Asistencia Social no son críticos.

Dentro de los casos críticos que existen en el municipio se encuentran los comprendidos en las etapas de desarrollo humano juventud y adultez temprana, por estar dirigida la presente investigación al mejoramiento de la comunicación del grupo de interés con los mismos, se ofrece una caracterización de estas dos etapas.

2.1.4 La etapa juvenil

Muchos prefieren llamarla la segunda adolescencia y la conciben, junto a esta última como una etapa de transito entre la niñez y la adultez. En cuanto a sus límites hay una serie de criterios tenidos en cuenta para diferenciar estos grupos. Por ejemplo: Stanley Hall, considerado el padre de la psicología norteamericana la enmarca entre los 12 ó 13 años hasta los 22-25 años y la asocia con la etapa del romanticismo. (Domínguez, 2007).

Por su parte para L.I. Bozhovich la juventud transcurre entre los 14 a 18 años, mientras que para I.S. Kon se enmarca entre los 15 a 25 años de edad. También se expresaron en este sentido H.L. Bee y S.K. Mit(Soslayo, 2002).

chell estableciendo como límites de este período entre los 18 o 22 años o más. A juicio (Domínguez, 2003), se señala la existencia de una juventud temprana entre 15 y 18 años y una juventud tardía entre los 18 y 25 años aproximadamente.

Para otros autores, la edad juvenil también es comprendida como adultez temprana enmarcada entre los 21 y 30 años de edad. Suponen que los procesos biológicos del crecimiento determinan todo lo restante, pues este es el período de conclusión del desarrollo físico del hombre. La actividad rectora es la selección de la profesión. El joven se preocupa mucho por su futuro, su realización personal y social, por alcanzar un lugar en la sociedad y por su autoafirmación. (Casal, 2002)

En esta etapa se afianzan aquellos logros adquiridos en períodos anteriores lo que le permite al joven poseer una mayor autodeterminación, que surge como consecuencia de las necesidades de independencia que se manifiestan en la adolescencia. La misma también constituye unas de las actividades rectoras de esta edad. La antecedente numerosos cambios puberales que no rechaza la repercusión psicológica que trae aparejada.

Vygotsky no incluyó la etapa de la juventud en el desarrollo infantil, pues la consideró el eslabón inicial de las edades maduras. Y es que la juventud se ha caracterizado fundamentalmente por la formación de una concepción del mundo, la misma prepara al joven para sistematizar la información acumulada hasta ese momento y tomar partido ante problemas sociales y morales. Es el momento de los planes y proyectos de la vida y de la elección de una profesión. (Febles, 2006).

Las relaciones interpersonales se basan en compartir objetivos, motivos e intereses muy concientes y definidos. (Casal, 2002) Otros señalan que en el caso de la familia la comunicación disminuye por el desarrollo de la autodeterminación, y las necesidades crecientes de independencia y autonomía. En cuanto a la relación con los iguales, las nuevas formaciones adquiridas permiten al joven mostrarse como un ser relativamente independiente de las opiniones de su grupo, posibilitando el enfrentamiento abierto a determinados criterios. (Domínguez, 2003).

2.1.5 La adultez.

Esta etapa se inicia después de la juventud tardía y llega hasta el comienzo de involución, es decir, transcurre entre los 30 y 60 años de edad. En este período hombres y mujeres están plenamente capacitados para hacerle frente a la realidad. Han logrado el pleno desarrollo de sus capacidades físicas y mentales, y están en óptimas condiciones

para poder asumir las tareas, actividades y responsabilidades que se le asignen. Por estas razones se experimenta en esta etapa el clímax de las potencialidades biopsicosociales. Lo que le proporciona al individuo su ajuste familiar, laboral y profesional. (Casal, 2002).

Arribar a la madurez nos convierte inmediatamente en sujetos mas responsables y autónomos que en periodos anteriores. Se sobrepone el rol de padres sobre el rol de hijo. O sea, en esta etapa por lo general ya se conformó o se comienza a conformar una familia propia, por lo que el sujeto adulto deja de ser aquel individuo dependiente de sus progenitores para desempeñarse como el guía de una familia que recién comienza.

Según planteamientos de algunos autores, en el adulto, las fuerzas motrices del desarrollo se han formado en su personalidad, o sea, ya están dentro. La actividad del propio adulto está más orientada y determinada, por lo que las influencias externas no se convierten necesariamente en vivencias para su desarrollo. Consecuentemente una situación específica experimenta resultados diferentes entre un adulto y un niño. (Febles, 2006).

Señala G. Allport (Casal, 2002) que existen criterios de madurez o características de la personalidad madura que se alcanzan en la adultez. Comienza enunciando la amplitud que se experimenta del sentido de sí mismo, que favorece el logro de la autonomía funcional y ser partícipe de la construcción y ejecución de su propia vida social. Se establece una relación emocional con los demás donde prima la simpatía, intimidad, tolerancia y el logro de una estructura democrática del carácter.

Existe una mayor seguridad emocional, dada por la aceptación de sí mismo y la tolerancia a la frustración. El adulto posee una percepción realista del mundo que le rodea, de sus aptitudes y tareas además de una filosofía unificadora de la vida que direcciona sus acciones y lo orienta a valores teóricos, estéticos, sociales, políticos entre otros.

El trabajo constituye para el adulto la actividad principal que le proporciona nuevas relaciones interpersonales, vivencias, estilos de comunicación y acción y por tanto es promotora del desarrollo de autoconciencia y activismo por parte del sujeto. En esta esfera puede desarrollar aún más su motivación profesional lo que le garantiza su

realización personal. Se logra una mayor estabilidad laboral y una mayor creatividad lo que le permite tomar decisiones oportunas. Con la estabilización del status profesional se logra el sustento económico de la familia y el sujeto puede experimentar cierta confianza y seguridad. En esta esfera también se concientiza las relaciones interpersonales, y al percibir los resultados de su labor y sus logros se puede generar un nivel de realización o frustración. (Febles, 2006)

Para mejorar la comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos se diseñó una estrategia educativa encaminada a solucionar una de las dificultades del banco de problemas del municipio y contribuir al desarrollo local.

3. Fundamentación de la Estrategia Educativa.

La estrategia como concepto tiene su origen en las operaciones militares. Los elementos que la componen están presentes en la actividad militar. En la antigua Grecia la palabra estrategia se utilizó para designar el arte de los generales.

Ante un problema o conflicto con el enemigo surge la incertidumbre sobre la actividad del adversario y se hacía necesario proyectar la forma de coordinar las acciones en el espacio y en el tiempo, teniendo en cuenta los objetivos y recursos.

De ahí que la estrategia haya sido vista como manera de planificar y dirigir las acciones para alcanzar determinados objetivos.

La determinación de metas y objetivos a largo, mediano y corto plazo y la adaptación de acciones y recursos necesarios para alcanzar estas metas son los elementos claves para llevar a cabo la estrategia.

El propósito de toda estrategia es vencer dificultades con una optimización de tiempo y recursos. La estrategia permite definir qué hacer para transformar la acción existente e implica un proceso de planificación que culmina en un plan general con misiones organizativas, objetivas, objetos básicos a desarrollar en determinado plazo con recursos mínimos y los métodos que aseguren el cumplimiento de dichas metas.

De lo anterior se infiere que las estrategias son siempre conscientes, intencionadas y dirigidas a la solución de problemas de la práctica.

Labarrere (1998:28). plantea que “las estrategias son instrumentos de la actividad cognoscitiva que permiten al sujeto determinada forma de actuar sobre el mundo, de transformar los objetos y situaciones” En tanto que instrumento de la actividad cognoscitiva a la estrategia se le han atribuido las siguientes funciones:

1. Asegurar que la solución sea obtenida con certeza después de un mínimo de tentativas.
2. Minimizar el volumen de esfuerzos y recursos en el proceso de transformaciones del objeto.
3. Minimizar número de errores, previo a la solución del problema.

Actualmente la estrategia ha encontrado amplia utilización en las actividades productivas, educativas, sociales, políticas y de dirección. En el campo educativo, está vinculada a la actividad de dirección de escuelas, de dirección del proceso docente-educativo, de dirección metodológica, etc.

En este ámbito la estrategia se refiere a la dirección pedagógica de la transformación de un objeto desde su estado real hasta un estado deseado. Presupone por tanto partir de un diagnóstico en el que se evidencia un problema y la proyección y ejecución de sistemas de acciones intermedias, progresivos y coherentes que permiten alcanzar de forma paulatina los objetivos propuestos.

El plan general de la estrategia debe reflejar un proceso de organización coherente unificado e integrado, direccional, transformador y sistémico. (De Armas, 2003)

Elementos que están presentes en la estrategia:

1. Existencia de insatisfacciones respecto a los fenómenos, objetos o procesos educativos en un contexto o ámbito determinado.
2. Diagnóstico de la situación actual.
3. Planteamiento, objetivos y metas a alcanzar en determinados plazos de tiempo.
4. Definición de actividades y acciones que respondan a los objetivos trazados y más responsables.
5. Planificación de recursos y métodos para viabilizar la ejecución.

6. Prever la evaluación de los resultados.

En la actividad educacional frecuentemente se utilizan diferentes denominaciones para distinguir el tipo de estrategia que se aplica. Así se utiliza el término de estrategia metodológica, educativa, pedagógica, didáctica, etc.

El que una estrategia sea de uno u otro tipo depende del contexto o ámbito concreto sobre el cual se pretende incidir directamente y de la especificidad del objeto de transformación.

Estas recomendaciones se pueden organizar con flexibilidad a partir de los criterios específicos del investigador, por lo que no necesariamente tienen que asumirlas rígidamente.

Para la propuesta, se asumió la estrategia, dada las ventajas prácticas que esta posee en el cumplimiento de las acciones y la estabilidad de las transformaciones alcanzadas. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la define como: Arte de dirigir las operaciones militares. Arte, trazada para dirigir un asunto. En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

En la intervención educativa en el contexto concreto de la Pedagogía, la estrategia: establece la dirección inteligente, y desde una perspectiva amplia y global, de las acciones encaminadas a resolver los problemas detectados en un determinado segmento de la actividad humana. Se entienden como problemas las contradicciones entre el estado actual y el deseado, entre lo que es y debería ser, de acuerdo con determinadas expectativas que dimanen de un proyecto social y/o educativo dado. Su diseño implica la articulación dialéctica entre los objetivos (metas perseguidas) y la metodología (vías instrumentadas para alcanzarlas). (Armas, 2006)

La propuesta asume como método filosófico el materialismo-dialéctico, el mismo permitió comprender la realidad y describir las relaciones entre los actores sociales, grupos de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana) diseñando la estrategia, a través, del postgrado y las sesiones de trabajo para la socialización de conocimientos en su labor social.

Para su diseño, se tomaron las experiencias sociales como base del desarrollo de la personalidad, vistas como una compleja situación social del desarrollo que determinan en última instancia la expresión del ser humano. Concepción que se centra no solamente en el estado actual, sino que parte de definir lo potencial y a partir de los niveles de ayuda que se implementen ir alcanzando nuevos estadios del desarrollo.



CAPÍTULO II: ESTRATEGIA EDUCATIVA DIRIGIDA A LA PREPARACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN CON LOS CASOS CRÍTICOS (JUVENTUD Y ADULTEZ TEMPRANA).

2.1 Metodología:

Se siguió una estrategia investigativa mixta con una primera etapa, descriptiva, no experimental, de tipo transversal donde se realiza una descripción del estado del proceso de comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana) en el período comprendido entre julio y diciembre de 2010.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, Fernández, Baptista, 2006).

La utilidad de estos tipos de estudio está basada en la precisión con que describen las dimensiones de un suceso, contexto o situación. En fin, es dar un panorama sobre el asunto al que se refiere.

La presente investigación justifica su alcance descriptivo, pues tuvo como propósito describir cómo se comporta la variable estado del proceso de comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana) del municipio de Cabaiguán.

En un segundo momento y a partir de la descripción del estado del proceso de la comunicación, se elaboró una estrategia educativa para la mejora del proceso de comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana). Esta fue sometida a un criterio de validación externa a través del método de expertos propuesto por Delphi, de factura típicamente cualitativa.

Esta combinación de procedimientos, técnicas y enfoques cualitativos y cuantitativos permite una visión más profunda, detallada y al unísono rigurosa y confiable del objeto de estudio (Hernández, Fernández, Baptista, (2006)

Definición de la variable: mejoramiento del proceso de comunicación.

Se evaluaron tres categorías de análisis (cognitiva, procedimental y actitudinal) relacionadas con el proceso de comunicación.

Categorías de análisis	Indicadores	Escala o Tipología
Cognitiva	Canales de comunicación.	Cara a cara Telefónica Otros
	Amplitud del proceso comunicativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Intersectorial • Intrasectorial • Interpersonal
	Conocimientos que posee para llevar a cabo la tarea.	<ul style="list-style-type: none"> • Alto • Medio • Bajo
Actitudinal	Canales de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Cara a cara • Telefónica • Otros
	Naturaleza del contenido de los mensajes.	<ul style="list-style-type: none"> • Expresada. • No expresada
	Tipo de mensajes	<ul style="list-style-type: none"> • De tarea • De mantenimiento • Humano
	Ocultar intenciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Presente • Ausente
	Tiempo de duración del Intercambio comunicativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 15min • Más de quince

		minutos
Procedimental	Frecuencia e intercambio comunicativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Semanal • Quincenal • Más de quince días
	Canales de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Cara a cara • Telefónica • A través de terceros, por correo y otros
	Reglas o normas en el proceso.	<ul style="list-style-type: none"> • Existentes y conocidas • Inexistentes
	Amplitud del proceso comunicativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Intersectorial • Intrasectorial • Interpersonal

No	Escala valorativa	
	A – Aceptable	B – Con dificultad
1	Si emplea cara a cara o su combinación con cualquier otro	Si se prescinde de cara a cara aunque se emplea cualquier otra comunicación
2	Cuando se vinculan los tres niveles o al menos las tres primeras	Cuando solo se centra en las dos últimos o en uno de ellos
3	Si se permite la expresión de insatisfacción.	Si no se permite.
4	Cuando se manejan los tres o al menos no se prescinden de los mensajes humanos	Si se prescinden de los mensajes humanos
5	Si se está ausente el interés de ocultar intenciones	Si se presenta el interés de ocultar intenciones
6	Si es mayor de 15 minutos	Si es menor de 15 minutos

7	Si alguno de los casos grupos de interés intercambian con los casos críticos al menos una vez por semana	Cualquier otro caso
8	Si existe o se conoce alguna norma o regla que formalice el intercambio	Si no existe
9	Cuando se intercambia información ofreciendo espacio para el planteamiento de quejas o peticiones	Si el intercambio de información no ofrece espacio para el planteamiento de quejas o peticiones

2.2 Estudio diagnóstico acerca del proceso de comunicación.

La población seleccionada cuenta con 8 directivos que conforman el grupo de interés y 35 casos críticos, 8 pertenecientes a la edad juvenil para un 22,8% y 27 a la adultez temprana para un 77,1%.

Tabla No .1(a) Características de la población.

Grupo de interés en el territorio.	Total de integrantes.	%	Casos críticos existentes	Juventud	%	Adultez temprana	%
1	8	100	35	8	22,8	27	77,1

Tabla No .1 (b) Características de la muestra.

Grupo de interés	%	Casos críticos	%	J	%	AT	%
8	100	10	30	5	50	5	50

La muestra es intencional y está formada por los 8 integrantes del grupo de interés para un 100% y mediante un muestreo aleatorio simple 10 casos críticos que constituyen el 30% de la población, de estos 8 pertenecientes a la edad juvenil para un 28,8 % y 27 a la adultez temprana para un 77,1%.

Para dar respuesta a la segunda pregunta científica, se aplicó el estudio diagnóstico a la muestra seleccionada con la finalidad de constatar con objetividad la problemática planteada y de esta forma, diseñar la estrategia que es el objetivo esencial.

Análisis de la encuesta realizada al grupo de interés (Anexo1).

Tabla No. 2(a). Frecuencia, tipología de mensajes, contenido y reglas.

Indicadores.	Calificación (muestra 8).							
	Sem.	%	Quinc.	%	Más de quince días	%	A	B
Frecuencia de intercambio.	-	-	-	-	8	100		x
Tipos de mensaje.	Cara a cara	%	Telefónica	%	Otras	%	A	B
	1	12,25	-	-	-	-		x
Naturaleza del contenido de los mensajes.	Peticiones o solicitudes	%	Quejas	%	A	B		
	3	35,5	-	-			-	-
Reglas o normas en el proceso.	Existentes y conocidas.	%	Desconocidas	%	Inexistentes	%	A	B
	1	12,5	-	-	7	87,5		x

Tabla No. (2b). Nivel de conocimiento, satisfacción, amplitud del proceso, mensajes utilizados e intercambio comunicativo

No.	INDICADORES	Calificación (muestra 8)			
		ESCALA	Cant.	%	E
1	Nivel de conocimiento.	ALTO	2	25	B
		MEDIO	-	-	
		BAJO	6	75	
2	Estado de satisfacción.	Expresado		-	B
		No expresado	8	100	
3	Amplitud del proceso comunicativo.	Intrasectorial	-	-	B
		Intersectorial	1	12,5	
4	Tipos de mensajes.	Tarea	-	-	-
		Mantenimiento	1	12,25	B
		Humano	7	87,5	
		Menos de quince minutos.	7	87,5	B
		Más de quince minutos.	1	12,5	

Mediante la entrevista realizada a los 8 integrantes del grupo de interés, integrado por los organismos, organizaciones e instituciones del municipio que atienden los casos sociales críticos juventud y adultez temprana se pudo constatar lo siguiente: 7 opinan que **el proceso de comunicación para con los casos críticos no funciona**, para un (87,5 %).

El Poder Popular opina lo contrario para un (12,5 %), en las visitas a los casos críticos 8 opinan que se realiza con dificultad con una frecuencia de más de 15 días para un (100%) para comunicarse 7 opinan **que no usan ningún canal** para un (87,5 %) y uno **que utiliza el de cara a cara** para un (12,5 %) en las quejas que ellos plantean 3 consideran que lo hacen mediante peticiones y solicitudes para un (37,5 %) y los 5

restantes no opinan nada para un (62,5%), para atender los casos críticos 7 plantean que no existe ninguna legislación para un (87,5%).

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social opina que se rigen por la Gaceta Oficial pero está ausente este tema, para un (12,5%), los 8 opinan que no expresan el estado de satisfacción para un (100%), opinan 7 para un (87,5%) que no existe un trabajo intersectorial y uno que sí para un (12,5%), 7 reciben **mensaje de tipo humano** para un (87,5%) y uno de **mantenimiento** para un (12,5%), 7 le dedican al trabajo con los casos críticos menos de 15 min. para un (87,5%) y uno le dedica más de 15 min. para un (12,5%), y cuando cuentan una experiencia favorable 3 ocultan las intenciones para un (37,5%) y 5 están ausentes, las ocultan para un (62,5%).

En cuanto al nivel de preparación que poseen los integrantes del grupo de interés se pudo constatar que solamente poseen los conocimientos básicos necesarios para desempeñar la tarea 2 de los integrantes para un 25%. Todos consideran que es necesario la implementación de cursos de superación relacionados con el proceso de comunicación para un 100%. (Anexo 2 y 3). Los resultados de la encuesta coinciden con los de la entrevista.

Análisis de la entrevista realizada a los casos críticos (juventud y adultez temprana)

En la entrevista realizada a los 10 casos críticos (juventud y adultez temprana) que conforman la muestra seleccionada. los 10 casos críticos entrevistados plantean que no existe **comunicación entre las instituciones que deben atenderlos** para un (100%), manifiestan los 10 que no son visitados con frecuencia para un (100%), plantean los 10 que cuando se comunican lo hacen cara a cara y solo los Trabajadores Sociales, los 10 plantean quejas o peticiones, tienen insatisfacciones con las instituciones que los atienden, expresan que no existe ningún trabajo intersectorial, y solo **reciben mensajes humanos** de los Trabajadores Sociales, de los demás no, y solo le dedican menos de 15min. (Anexo 4, 5 y 6).

Frecuencia de intercambio comunicativo

Cantidad	Semanal	%	Quincenal	%	Mas de quince días	%
10	-	-	-	-	10	100

Canales para la comunicación

Cantidad	Tipos de mensaje					
	Cara a cara	%	Telefónica	%	Otras	%
10	10	100	-	-	-	-

Quejas planteadas

Cantidad	Quejas y peticiones	%	Solicitud	%
10	10	100		

Estado de insatisfacción

Cantidad	Expresado	%	No Expresado	%
10	10	100		

Amplitud del proceso comunicativo

Cantidad	Intrasectorial	%	Intersectorial	%	Interpersonal	%
10					1	12,5

Tipos de mensajes

Cantidad	Tarea	%	Mantenimiento	%	Humano	%
10					10	100

Tiempo de duración del intercambio comunicativo

Cantidad	Menos de quince minutos	%	Más de quince minutos	%
10	10	100	-	-

Análisis de la observación realizada (Anexo 7).

Tabla No. (2c). Condiciones de vida

Indicadores.	Calificación (muestra 10).									
	Buena	%	Mala	%	Regular	%	-	-	A	B
Condiciones de la vivienda.	-	-	8	80	2	20	-	-		x
	Buena	%	Mala	%	Regular	%	-	-	A	B
Higiene del hogar.	2	20	6	60	2	20	-	-		
	Buena	%	Mala	%	Regular	%	-	-	A	B
	3	30	7	70	-	-	-	-		x
Equipos electrodomésticos que poseen.	TV	%	Equipos de Cocción	%	Ventilador	%	Ref.	%	A	B
	7	70	6	60	5	50	4	40		
Situación económica.	Favorable	%	Desfavorable	%	-	-	-	-	A	B
	-	-	10	100	-	-	-	-		x
Estado de salud.	Buena	%	Mala	%	Regular	%	-	-	A	B
	4	40	6	60	-	-	-	-		x
Posesión de artículos de uso personal de primera necesidad.	Algunos	%	Ninguno	%	-	-	-	-	A	B
	7	70	3	30	-	-	-	-		x

La observación realizada en las visitas a los hogares de los casos críticos, fue otro instrumento de recogida de información utilizado, la misma arrojó los siguientes resultados: de los diez casos que componen la muestra, en 8 son malas las condiciones de la vivienda para un 80% y en 2 regular para un 20%, de igual forma en 6 hogares la higiene es mala para un 60%, en 2 regular para un 20% y en 2 buena también para un 20%, de ellos, 7 poseen TV para un 70%, equipos de cocción 6 para un 60%, refrigerador 4, para un 40%.

En todos los casos se manifiesta comunicación fluida en el momento de la visita, entre los miembros de la familia. Estos aspectos evidencian la falta de atención por parte de la comisión y la necesidad de establecer una buena comunicación con cada una de estas familias, en primer lugar para conocer su realidad y a partir de ella poder transformarla. (Anexo 22)

Análisis de los documentos muestreados (Anexo 8).

En el análisis de documentos se pudo constatar que es muy pobre la planificación de actividades dirigidas a desarrollar la comunicación para con los casos críticos, solo se planifica una visita mensual, no tienen en cuenta lo establecido por documentos normativos. El trabajo no está encaminado a la satisfacción de las necesidades afectivas de los casos críticos, solamente dirigidas a la satisfacción de algunas necesidades materiales, no se parte de las necesidades reales de los casos críticos, las acciones no contemplan la valoración periódica de los casos, no se tiene en cuenta la implicación de otros factores para la planificación de las mismas.

Se revisa la base de datos de los Trabajadores Sociales del municipio de Cabaiguán, se pudo constatar que existen 126 casos críticos en total, de ellos 28 niños, 63 adultos mayores y 35 juventud y adultez temprana. De los que pertenecen a esta última etapa se visitaron 10 que constituyen la muestra que representa un 30 % de la población. (Anexo 9)

2.3. Consideraciones finales de la etapa de diagnóstico.

Se constató que el grupo de interés del municipio de Cabaiguán, a pesar de estar constituido desde hace varios años no ha funcionado de forma estable y con encuentros periódicos.

Un elemento que conlleva a la disfuncionabilidad del grupo de interés es la falta de coordinación entre sus miembros, los que han descuidado el trabajo intersectorial como un aspecto vital que garantiza la cohesión y contribuye al logro de buenos resultados en la labor de atención social.

La comunicación que establece el grupo de interés con los casos críticos, no satisface las aspiraciones de estos, pues no responde totalmente a sus necesidades. Los canales que se utilizan son insuficientes y media entre una visita y otra un tiempo muy prolongado y no se logra la participación de todos los factores en ella.

2.4 Fundamentación de la estrategia.

La estrategia que se presenta en este capítulo se erige sobre la base de los fundamentos de las ciencias como la Filosofía, la Pedagogía, la Sociología y la Psicología, las cuales aportan postulados en el orden teórico metodológico imprescindibles y que se concretan de forma integrada e interdisciplinariamente, no obstante se considera oportuno realizar un breve análisis de algunos presupuestos teóricos que determinan sus particularidades, los que se presentan a continuación.

El Marxismo Leninismo desde la consideración del sistema de la dialéctica materialista, teniendo en cuentas sus propias leyes como pautas teóricas esenciales, proyecta al hombre como ser social históricamente condicionado, producto del propio desarrollo que él mismo crea, esto obliga a analizar la educación como medio y producto de la sociedad, donde se observa la necesidad del profesional en su capacitación continua para estar acorde con la dinámica del desarrollo social, y poder cumplir la función social que exige la sociedad.

Dentro de todo el proceso de capacitación humana se manifiesta la dialéctica entre teoría y práctica teniendo en cuenta la relación sujeto-objeto donde la actividad juega un papel importante. En el diseño de las acciones, se tuvo en consideración el carácter socio - histórico de la personalidad, considerando la unidad de lo afectivo y lo cognitivo, de lo instructivo y lo educativo.

En este sentido cobra especial relevancia lo abordado por LS Vigostky, pues se tiene en consideración en el diseño de las acciones el carácter mediatizado de la psiquis humana en la que subyace la génesis de la principal función de la personalidad: la autorregulación y su papel en la transformación de la psiquis, función que tiene como esencia la unidad de lo cognitivo y lo afectivo, elementos psicológicos que se encuentran en la base del sentido que el contenido adquiere para el sujeto, de esta forma el contenido psíquico sobre la base de la reflexión se convierte en regulador de los modos de actuación. Por estas razones la estrategia se diseña a partir de acciones que propician un ambiente favorable para diagnosticar el nivel de conocimiento que sobre el proceso de de comunicación poseen los integrantes del grupo de interés.

En su teoría es de gran importancia, el concepto de “la Zona de Desarrollo Próximo”, ya que posibilita determinar las potencialidades y necesidades del grupo de interés y llegar a decidir la ayuda necesaria en cada caso hasta alcanzar el nivel de preparación deseado. También en el orden psicológico la estrategia se basa en el enfoque Socio-Cultural, especialmente en el criterio sobre el papel de la enseñanza en el desarrollo psíquico del individuo. La educación y el desarrollo son dos procesos que interactúan dialécticamente. La enseñanza y la educación van delante y conducen al desarrollo, solo si tienen en cuenta sus propias leyes y el funcionamiento psicológico “La concepción histórico-cultural de LS Vigostky, plantea el papel de la actividad de la comunicación en la socialización del individuo desde una posición dialéctico materialista.

Para Nerelys de Armas (2003), estrategia en el campo pedagógico se refiere a la dirección pedagógica de la transformación de un objeto desde un estado real hasta un estado deseado. Ello presupone partir, por tanto, de un diagnóstico donde se evidencie un problema y la proyección y ejecución de sistemas de acciones intermedias, progresivas y coherentes que permitan alcanzar de forma paulatina los objetivos propuestos.

También la estrategia es considerada como sistema de acciones conscientes que permitan al educador y su colectivo dirigir el proceso pedagógico de forma óptima para alcanzar los objetivos propuestos en función de satisfacer las necesidades educativas diagnosticadas en los escolares en el contexto en que se desarrolla la personalidad.

Partiendo de las ideas analizadas, la estrategia educativa en este caso se concibe, como un conjunto de acciones que desde la preparación, permiten cerrar la brecha entre el perfil real y el perfil óptimo del desarrollo del desempeño del grupo de interés, orientándolo en la atención que deben ofrecer a los casos críticos.

Sus características se identifican con los elementos que a continuación se relacionan:

- Conduce a la transformación del estado actual al estado deseado.
- Está concebida de manera consciente, intencionada, dirigida a la solución de problemas relacionados con la comunicación que debe existir entre el grupo de interés y los casos críticos.
- Refleja un proceso de organización coherente, unificado e integrado.

La presentación de la estrategia educativa se organiza de la siguiente manera:

I. Introducción- Fundamentación. Se establece el contexto y ubicación de la problemática a resolver. Ideas y puntos de partida que fundamentan la estrategia.

II. Diagnóstico- Indica el estado real del objeto y la explicitación del problema en torno al cual gira y se desarrolla la estrategia.

III. Planteamiento del objetivo general.

IV. Planeación estratégica- Se definen metas u objetivos a corto y mediano plazo que permiten la transformación del objeto desde su estado real hasta el estado deseado. Planificación por etapas de las acciones, recursos, medios y métodos que corresponden a estos objetivos.

V. Instrumentación- Explicar cómo se aplicará, bajo qué condiciones, durante qué tiempo, responsables, participantes.

VI. Evaluación- Definición de los logros obstáculos que se van venciendo, valoración de la aproximación lograda al estado deseado.

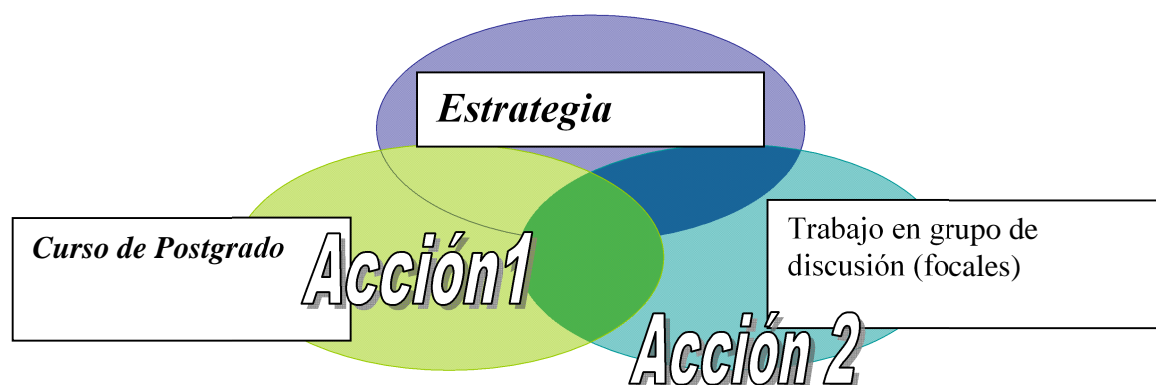
La estrategia educativa en función del tratamiento a los casos críticos está sustentada en las siguientes exigencias:

Credibilidad. Para lograr esto se parte del estudio de la actividad del grupo de interés y de realidad cotidiana de los casos críticos, lo que permite establecer con precisión la realidad estudiada, es decir, la situación del grupo de interés sobre el tratamiento a los casos críticos, determinar las necesidades de superación. Además, las acciones desarrolladas están encaminadas a resolver las necesidades de capacitación.

Participación de los actores implicados. Se tendrá en cuenta la participación de actores sociales y los que dirigen la estrategia educativa, lo que garantizará la transferencia, legitimación e implicación de los actores en el conjunto de acciones a desarrollar.

Contextualización. La estrategia educativa debe adecuarse a las características de los actores sociales, en su sistema de trabajo comunitario, siguiendo muy de cerca el ambiente social y la composición de los recursos humanos.

2.4.1 Estructura de la estrategia educativa. (Anexo: 10)



G

2.4.2 Etapa de Diagnóstico.

En la fase de obtención de la información se aplicaron un conjunto de instrumentos diagnósticos que permitieron penetrar en la esencia de la problemática objeto de estudio.

Se aplicaron diferentes métodos diagnósticos como: entrevistas, observación, encuestas y análisis de documentos a la muestra seleccionada y se procede a la evaluación de los resultados permitiendo obtener un diagnóstico de la realidad para poder operar con una información objetiva, a partir de las principales problemáticas que más están afectando la labor del grupo de interés en el proceso de comunicación con los casos críticos.

En el epígrafe anterior se realiza un análisis detallado del mismo

2.4.3 Etapa de planeación-instrumentación.

La determinación de las insuficiencias en el proceso de comunicación entre el grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana), sirve de base para la etapa de planeación. Es aquí donde se proyectan las acciones dirigidas a la determinación de los objetivos, las formas de organización de la estrategia, la

elaboración de los programas, y la evaluación de cada forma organizativa basada en la preparación de los actores sociales en el proceso comunicativo.

Seguidamente se presentan los objetivos de la estrategia.

Determinación de los objetivos.

1- Elevar el nivel de preparación de los actores sociales en el proceso de comunicación.

2- Implementar actividades que permitan el intercambio comunicativo entre el grupo de interés y los casos críticos juventud y adultez temprana

ACCIONES DE LA ESTRATEGIA.

ACCIÓN #1. CURSO DE POSTGRADO.

Título: La comunicación para actores sociales.

Objetivo general: Capacitar a los actores sociales en los conocimientos teóricos y prácticos de Comunicación, que permitan mejores relaciones con los casos críticos.

Fundamentación del Programa del Curso de Postgrado:

Para el presente curso se conceptualiza el problema de la aplicación de conocimientos relacionados con el proceso de la Comunicación para actores sociales en la atención de los casos críticos del municipio de Cabaiguán.

En relación a la capacitación del grupo de interés nos hemos propuesto organizar este curso de postgrado, para integrar los conocimientos relacionados con el proceso de comunicación, al brindar este nuevo conocimiento el cursista tendrá herramientas comunicativas para establecer la correcta comunicación con los casos críticos y así poder conocer sus verdaderas inquietudes y necesidades

Justificación del Programa: El desarrollo social, científico y técnico, hace que los actores sociales, tengan que enfrentar las constantes demandas de las nuevas necesidades comunicativas con niveles de exigencia hacia una mayor

profesionalización. Por lo tanto es necesario formar a un personal de perfil amplio, el sistema formación debe trazar estrategias que respondan a estos retos.

Los actores sociales cada día asumen nuevos roles, como son el trabajar en escenarios sociales nuevos y diferentes, además aceptar responsabilidades cada vez mayores donde en ello ocupe un papel esencial el proceso de comunicación con las diferentes esferas de la sociedad.

El postgrado de comunicación para actores sociales: posibilita la adquisición de los conocimientos y habilidades de carácter general y/o específicos inherentes a la esfera de la comunicación social como una herramienta imprescindible en las tendencias comunicativas actuales.

Método: Elaboración conjunta.

Síntesis de contenidos y actividades prácticas:

- Teorías de la Comunicación.
- Comunicación Organizacional.
- Comunicación Interpersonal.
- Estrategias comunicativas para facilitar el desempeño de los actores sociales.
- Preparación y defensa del trabajo final.

Evaluación: Se realizará un trabajo final.

A partir del banco de problemas del municipio elaborar una estrategia de comunicación para facilitar la solución de uno de estos.

Se orientará un trabajo por equipo de 5 estudiantes.

ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

Temas	TÍTULO	H P	H NP
1	Teorías de la Comunicación	4h	12h
2	Comunicación Organizacional	4h	12h
3	Comunicación Interpersonal	4h	12h
4	Estrategias de Comunicación	4h	12h
5	Preparación y defensa del trabajo final	4h	12h
	TOTAL	20h	60h

Material bibliográfico para el postgrado en general.

-Programa del curso.

-Materiales de apoyo en digital.

-Presentación en PPT de las temáticas.

-Recursos audiovisuales.

* El virus de la actitud.

* Video de trabajo para la comunicación en equipos GUNC-HO.

-Materiales bibliográficos en formato digital.

Duración: 60 (20 presenciales y 60 h no presenciales, 1 crédito)

Profesores: Joaquín Felipe Márquez Pérez MSc y profesor auxiliar

Irismaida Hernández Martínez. MSc y profesor auxiliar.

María del Carmen Morejón Hernández Lic y profesor asistente.

Ania Guelmes Cárdenas Lic y profesor asistente.

Fecha de inicio: junio del 2011. Frecuencia: (semanal)

Tema 1 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.

OBJETIVO: Interpretar los elementos esenciales de la comunicación que permitan su relación con los agentes.

Sistema de conocimientos

1. Breve reseña histórica de la comunicación.
2. Definiciones. Modelos de Shanonn, Berlo y Manuel Martín Serrano y teorías de la comunicación.
3. Niveles de comunicación.
4. Funciones de la comunicación.

CONTENIDOS:

Desarrollo histórico de la comunicación: definiciones niveles de comunicación interpersonal, grupal y masiva). Usos de la comunicación como instrumento de educación. . Proceso de la comunicación modelos y teorías, paradigma informacional, comunicación como intercambio de información. Barreras que interfieren en el proceso de la comunicación.

Orientaciones metodológicas:

Se comienza realizando una técnica de presentación entre los participantes y profesores del curso, luego se orienta como van a ser los encuentros y la evaluación, explicar el objetivo general del curso.

En este tema, se establecen y consolidan los espacios de orientación. Se presentó la propuesta de talleres con una frecuencia quincenal, se le dieron informaciones y bibliografías complementarias que permitieron elevar el conocimiento y preparación en estos temas.

Desde el punto de vista didáctico, se tuvo en cuenta las necesidades de cada uno de los miembros del colectivo, incorporándolo en cada actividad; se predeterminaron un conjunto de temáticas que fueron enriqueciendo su aplicación y finalmente se fueron evaluando los resultados de cada uno de manera sistemática, mediante la autoevaluación y la heteroevaluación de cada participante.

En el desarrollo del proceso, se mantiene una comunicación permanente a través de los debates que permitió darle un mayor dinamismo al sistema de influencias. Se orienta actividades para el taller próximo.

EVALUACIÓN:

Evaluaciones frecuentes de carácter formativo destacándose, trabajos prácticos por equipos y preguntas en clases relacionadas con las temáticas El trabajo final

consistirá en la elaboración, presentación y entrega por escrito de una situación educativa donde se pongan de manifiesto las barreras de la comunicación.

Tema 2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

OBJETIVO: Aplicar los elementos esenciales de la comunicación organizacional en la formación de los actores sociales

TEMAS.

- 1.-Comunicación organizacional.
- 2.-Tipos de mensajes.
- 3.- Medios o canales de comunicación interna, sus propósitos.
- 4.- Flujos, tipos o dirección de la comunicación interna en la organización.
- 5- Las barreras en la comunicación interna y cómo vencerlas.

CONTENIDOS:

Comunicación Organizacional. Definición. Diversas del término la comunicación organizacional como instrumento o como esencia del proceso comunicativo. Tipos de mensajes. Medios o canales de comunicación interna, sus propósitos. Flujos, tipos o dirección de la comunicación interna en la organización. Las barreras en la comunicación interna y cómo vencerlas.

EVALUACIÓN:

Evaluaciones frecuentes de carácter formativo destacándose, trabajos prácticos por equipos y preguntas en clases relacionadas con las temáticas. El trabajo final

consistirá en la elaboración, presentación y entrega por escrito donde se identifiquen los problemas de comunicación por parte de los actores sociales.

Orientaciones Metodológicas

Se comienza el encuentro motivando a los actores sociales a lograr el debate y emitir sus criterios que permitan la socialización de la experiencia sobre la comunicación organizacional. Como parte del trabajo en este tema debe darse tratamiento adecuado al concepto de comunicación organizacional, así como a los tipos de mensajes, canales y barreras en la comunicación interna. Se recomienda trabajar esta temática a través del trabajo en equipos, se les dará un material impreso donde resumirán las ideas básicas para posteriormente exponerlas, reflexionar sobre las mismas y demostrar la importancia de la comunicación en el accionar de los actores sociales, además el trabajo en equipo le permitirá el fortalecimiento de las habilidades comunicativas.

Tema 3 LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

OBJETIVO: Analizar y reflexionar sobre la importancia de la comunicación interpersonal para su labor como actores sociales.

TEMAS:

1. La comunicación interpersonal. Significado e importancia.
2. La comunicación como proceso de interacción sujeto-sujeto.
3. Principios para la auto expresión.
4. Habilidades en el comportamiento comunicativo personal.

CONTENIDOS:

Comunicación interpersonal, definición, importancia, comportamiento en los diferentes niveles: interpersonal, intragrupal, intergrupala, institucional .La comunicación como proceso de interacción sujeto-sujeto. Principios para la auto expresión: (respeto al criterio ajeno, comprensión, competencia vs. cooperación)

punto de vista personal vs. interactiva. Habilidades para la autoexpresión: Combinación de estilos, escuchar, hablar, comunicación bajo presión, crear estrategias de solución.

EVALUACION:

Se realizaran evaluaciones frecuentes de los ejercicios y trabajos de grupo, y como evaluación final la presentación de un análisis que de solución o permitan evitar los errores que se pueden presentar en la comunicación **interpersonal**.

Orientaciones Metodológicas

Se comienza la discusión de los trabajos prácticos por equipos y se debaten las ideas más importantes en el aula. Se propone para esta temática abordar los núcleos conceptuales de esta temática orienta el estudio independiente para realizar una dramatización acerca de la comunicación interpersonal

Tema 4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

OBJETIVO: Determinar los elementos que permitan diseñar una estrategia de comunicación en el ámbito social.

TEMAS:

1. Estrategias de comunicación. Generalidades.
2. Pasos en la elaboración de una estrategia.
3. Ideas para establecer una estrategia comunicativa.

CONTENIDOS:

La comunicación persuasiva como base teórica y metodológica de las estrategias de comunicación. Formas de estrategias: la transmisiva y la participativa. Pasos e ideas en la elaboración de una estrategia comunicativa.

EVALUACION: Se realizarán evaluaciones frecuentes de carácter formativo, destacándose trabajos prácticos por equipos. El trabajo final consistirá en la presentación y entrega por escrito de una estrategia de comunicación.

Orientaciones Metodológicas

En esta primera parte del encuentro se realizará la dramatización donde se pone de manifiesto la comunicación de los actores sociales con las personas que atienden.

Se orienta en equipos.

Bibliografía

Bonilla Chongo, Mirelis: "La Comunicación Organizacional o Institucional", en: López Viera, Luis (comp.). Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág. 52.

González Morales, Julio César: "Comunicación interpersonal. Criterios para una definición", en: López Viera, Luis. Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág 14.

González Morales, Julio César: "Comunicación interpersonal. Criterios para una definición", en: López Viera, Luis. Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág 18.

Ojalvo, V. Comunicación Educativa. en Comunicación Educativa. Colectivo de autores. CEPES. La Habana 1996.

Vidal Valdés, José Ramón: "Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación", en: López Viera, Luis (comp.). Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág. 5.

Vidal Valdés, José Ramón: "Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación", en: López Viera, Luis (comp.). Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág. 9.

Vidal Valdés, José Ramón: "Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación", en: López Viera, Luis (comp.). Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág. 11.

Vidal Valdés, José Ramón: "Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación", en: López Viera, Luis (comp.): Comunicación social. Selección de textos, ED. Félix Varela, La Habana, 2003, pág. 12

Acción #2 El grupo focal como vía de intercambio entre los miembros del grupo de interés y estos a su vez con los casos críticos (juventud y adultez temprana)

La actividad consiste en diferentes sesiones de trabajo que se desarrollarán en un ambiente libre y abierto, donde se intercambiarán sentimientos y percepciones sobre conductas e impactos en los demás.

OBJETIVOS:

- 1-Tomar conciencia de impactos de sus conductas.
- 2-Volverse más sensibles a reacciones emotivas y formas de expresarlas.
- 3-Mejorar aptitud, mediante la identificación de consecuencias de sus actos.
- 4-Propiciar cambios en conductas propias, de los demás y del grupo.
- 5-Mejorar interrelaciones en el grupo.
- 6-Aprender de las experiencias (propias y ajenas).

Primera sesión

Objetivo: Intercambiar acerca de cómo actuar, mediante la socialización del grupo y de sus ideas.

Esta sesión es particularmente importante porque garantiza el encuadre y motivación de los participantes en el trabajo. Se reúnen los integrantes del grupo de interés, se comienza con el fragmento del tema musical: Qué das para generar un sentimiento de compartir sin censuras procurando el mejoramiento mutuo. Comienza la actividad proponiendo la aplicación de una técnica de presentación: "El carné de

identidad”, primeramente se presenta el facilitador(a), expone su nombre, actividad que realiza, función que tiene dentro del grupo de interés y algún dato interesante de sí mismo, de igual forma continúan presentándose los integrantes del grupo. Este es el momento en el que se explica que el objetivo que se persigue es socializar ideas para el mejor funcionamiento comunicativo del mismo, se expone la esencia de un grupo de auto desarrollo a través de un mapa conceptual (que el facilitador ya lleva elaborado en papelógrafo) donde se exponen las premisas que se tienen en cuenta y las características de su funcionamiento.

Legalizado esto es la oportunidad de sondear las expectativas del grupo para tener criterio de sus reales y sentidas necesidades de desarrollo. Se establecen las reglas de trabajo en grupo, el cronograma de partida, frecuencia de intercambios y se distribuyen los roles: registrador, controlador del tiempo y se pone a consideración el de facilitador.

Seguidamente, cada uno de los miembros, a través de una ronda libre de criterios expresa su opinión respecto a la situación actual, sobre la necesidad de buscar vías para lograr la interacción del grupo, con la finalidad de mejorar la comunicación para que los casos críticos sean atendidos en este sentido de la forma más correcta, teniendo en cuenta sus particularidades individuales. Se escucharán diferentes criterios hasta arribar a un consenso grupal por inclusión de ideas que constituye el primer acercamiento a la situación actual de funcionamiento del grupo desde su perspectiva en cuanto a la comunicación. Se le darán como elementos de análisis para guiar el debate las dimensiones que se utilizan en esta investigación las cuales se colocan en la pizarra y los siguientes aspectos que servirán de guía para el análisis:

- Necesidad de buscar vías para lograr la interacción del grupo.
- Qué hacer para lograrlo.
- Cómo lograr la cohesión y dirección acertada en esta actividad.
- De cuáles presupuestos partir.
- La finalidad que se persigue: que los casos críticos sean atendidos de la forma más correcta, teniendo en cuenta sus particularidades individuales.

El facilitador aporta elementos del diagnóstico realizado y las exigencias legales en cuanto al funcionamiento.

Se orienta para la próxima sesión la selección de un caso crítico de los incluidos en la muestra y cada uno de los integrantes expresará la forma en que deberá ser atendido. Se cierra el encuentro con un PNI oral (valoración de lo positivo, negativo e interesante del encuentro).

Segunda sesión:

Objetivo: Determinar cómo operar para con un caso crítico seleccionado, mediante el análisis exhaustivo de este y la dilación de las ideas propuestas.

Comienza la actividad con el saludo y se utiliza la técnica motivacional: “Mi punto de apoyo para comunicarme en el grupo es: _____”, creando un ambiente de confianza y conocimiento mutuo.

Se recuerdan las reglas de trabajo grupal, se proponen los objetivos del encuentro: Caracterizar el estado deseado de funcionamiento de la comunicación con los casos críticos.

Para crear un espacio de intercambio grupal entre los integrantes del grupo, se propone la técnica: “Yo haría en este caso: _____” para que cada cual ofrezca su opinión acerca de cómo debe ser tratado el caso seleccionado, al cual se le da lectura. Se procede dividiendo el grupo en tres equipos, se unifican las ideas y posteriormente por votación, criterio grupal enriquecido buscando los puntos de contacto entre las tres propuestas; se arriba al criterio de cómo se debe funcionar en cuanto a los indicadores que tipifican el funcionamiento comunicativo del grupo para con los casos críticos.

Se escuchan las diferentes opiniones, se precisan entonces a través de una lluvia de ideas las barreras que como grupo se necesitan resolver para lograr un estado deseado como el aspirado. A partir de estas se trazan las pautas a seguir para que se realice un trabajo en equipo construyendo un programa de trabajo con sus

respectivos ejecutantes, responsables y fechas de cada actividad que garantice los objetivos.

Se orienta para el próximo encuentro invitar a familiares de los casos críticos para validar el programa de trabajo por ser los beneficiarios del mismo. Se culmina con un telegrama hablado que responda a la consigna: “Me sentí aquí: _____ porque: _____”.

Tercera sesión:

Objetivo: Socializar ideas entre el grupo de interés y familiares de los casos críticos, mediante la valoración de las situaciones existentes.

Esta sesión de trabajo tiene como característica, el intercambio entre el grupo de interés y los familiares de los casos críticos, también se desarrollará en un ambiente libre y abierto con el fin de escuchar opiniones tanto de los integrantes del grupo como de los familiares de los casos críticos, no con el fin de provocar una discusión, sino como oportunidad para que ambos expresen sus opiniones y buscar vías de solución a las dificultades que existen al respecto, se le dará la oportunidad a los familiares para que expresen sus necesidades, que generalmente son materiales, pero que en muchos de los casos también es de tipo espiritual y seguramente los integrantes del grupo deben de estar preparados y en total disposición para ofrecerla a partir del proceso comunicativo.

Se desarrolla una técnica de presentación en dúos combinando intencionalmente un familiar y un miembro del grupo, se presentan en privado y luego se intercambia la información de cada uno para presentarse uno al otro en el plenario, lo cual obliga a la integración. Se dejan precisadas las intenciones y los objetivos del encuentro y se les pregunta cuál es su criterio sobre las barreras que encuentran en la comunicación entre el grupo y el caso crítico, se toman los criterios y se marcan las coincidentes con relación a las definidas en el encuentro anterior, luego se presenta por el registrador el estado deseado definido por el grupo de manera gráfica. Se recogen opiniones al respecto.

Finalmente con lectura comentada se pone a consideración cada una de las actividades que se construyan en el programa de mejoras del grupo, entre todos se enriquecerá y validará la propuesta para su puesta en marcha.

Se le orientará para el próximo encuentro a cada uno de los integrantes el grupo de interés, que seleccionen un caso crítico de los incluidos en la muestra, visiten su hogar y traigan los resultados de la misma para en la próxima sesión que será la de cierre parcial, valorar de conjunto la forma en que se procedió, se intercambiarán ideas, y se arribarán a conclusiones sobre el modo de proceder en diferentes escenarios. También se invitan a los familiares a la sesión siguiente y se les da un pequeño papelito para que escriban su vivencia con relación al encuentro desarrollado.

Cuarta sesión.

La zorra y las uvas

El escritor griego clásico, Esopo, consiguió la universalidad gracias a las fábulas que tomó de la tradición oral y que por esta misma vía de transmisión se extendieron por Europa. En *La zorra y las uvas*, Esopo se burla y reprende a esa gente que cuando no consigue una cosa se consuela estúpidamente. Objetivo: Analizar cómo proceder ante una situación dada para con los casos críticos, partiendo de la revisión previa que realizaron y de las ideas adquiridas durante el desarrollo de estas actividades.

Esta será una sesión de cierre parcial antes de echar a andar el programa de trabajo sistemático desarrollado, en la que participará el grupo de interés con los familiares de los casos críticos. Se realiza una técnica motivacional a partir de la lectura comentada de una fábula de Esopo: *La zorra y las uvas*

Así una zorra que tenía hambre vio un racimo de uvas e intentó atraparlo para comérselo, pero como estaba demasiado alto y no podía, se alejó diciendo: "No

importa, están verdes". La moraleja de esta fábula viene a decir que a menudo se desdeñan las cosas cuando están fuera de nuestro alcance



diciéndose que no le interesa.

Se les pregunta a los miembros del grupo qué les enseña, qué les sugiere la misma.

Se presentan a continuación los casos visitados. Cada uno de sus miembros expresará las particularidades del caso, el modo en que procedió y su opinión al respecto, a partir de estas experiencias se escucharán diferentes criterios, se propone crear tres grupos y que se cambien los casos para ser valorados en otro de los equipos y se arribará a un consenso a partir de las siguientes preguntas de análisis: ¿qué pudimos hacer mejor? , ¿qué debemos mantener como buena práctica ¿qué puedo sugerir para perfeccionar la manera de proceder en términos de comunicación? Se ofrecen conclusiones generalizadoras para el grupo.

Finalmente se construye un mensaje comunicativo esperanzador para cada uno de los casos críticos con familiar allí representado de parte del grupo que se les envía. Se les da lectura en voz alta. Se recuerda el programa para trabajar en equipo, quedando establecidas las normas a seguir para atender de forma eficiente cada caso crítico, por constituir esta una de las prioridades del estado cubano.

Quinta sesión:

Objetivo: Evaluar el trabajo desarrollado por parte de los actores sociales, mediante la valoración individual y colectiva.

Se iniciará la actividad retroalimentando de forma general lo trabajado. Se precisará el objetivo de la misma, enfatizando hacia dónde se dirigirá la actividad. Se desarrollará a través de la técnica: Qué conocía y qué conozco. La misma consiste en precisar a través de una lluvia de ideas, de forma, primero individual y posteriormente de manera conjunta, lo que cada actor social dominaba antes de recibir la preparación y después, se les da un tiempo y se analizan los criterios, analizando qué les ha posibilitado, qué han logrado, con cuáles recursos cognoscitivos cuentan, con cuáles herramientas para hacer y actuar. Seguidamente se les aplica un instrumento que permitirá evaluar el trabajo desarrollado para con ellos, a partir de este análisis se arribará a conclusiones.

Instrumento evaluador:

1. ¿Cómo valora la preparación recibida?

Excelente_____ Muy buena_____ Regular_____ Mala_____

2. ¿Considera necesarias las acciones desarrolladas? Sí_____ No_____

2.1 Explique el porqué_____.

3. ¿Usted se considera preparado para la implementación de sus funciones para con los casos críticos? Sí_____ No_____

3.1 Explique el porqué_____.

4. La actuación de esta manera para con los casos críticos la considera:

Realizable_____ Irrealizable_____

4.1 Explique el porqué_____.

5. ¿Qué otras acciones considera que se pudieran instrumentar para lograr la atención y la comunicación adecuada para con los casos críticos?

Instrumentación de la estrategia.

Al concluir la planeación de la estrategia educativa se realiza la instrumentación de la misma, llevando a vías de hecho el desarrollo de las formas organizativas que se han concebido, es decir, la aplicación de dichas formas de organización. De modo que garantice la participación del grupo de interés en la determinación de las principales problemáticas respecto al proceso de comunicación que afronta su práctica, la búsqueda y propuesta de soluciones, todo lo cual propiciará una actitud de cambio ascendente, constante con su desarrollo, que se manifieste en la necesidad de desarrollar una preparación que propicie la efectividad de su labor social y humana. Las cuales se contemplan en el orden que muestra el cronograma que se presenta en el (Anexo 11)

.



2.4.4 Etapa de evaluación de la estrategia.

La evaluación está dirigida a comprobar la efectividad de las acciones implementadas en relación con la preparación de actores sociales y el grupo de interés para el proceso de comunicación con los casos críticos (juventud y adultez temprana del municipio de Cabaiguán. Mediante ella se determinan resultados positivos y negativos, para retroalimentar y rediseñar las formas de organización y la estrategia en general.

Durante el desarrollo de las acciones de la estrategia educativa se aplica la evaluación sistemática y la aplicación de entrevistas y encuestas al grupo de interés y los casos críticos (juventud y adultez temprana), observación; revisión de documentos normativos como: Ley No 105 de Seguridad Social, Decreto No 283 Reglamento de la ley de Seguridad Social, Gaceta Oficial 17 de marzo de 2007 del Ministerio de Justicia de la República de Cuba, Decreto Ley # 242 del Sistema de Prevención y Atención Social.

2.4.5 Validación por criterios de expertos.

Este método brinda la posibilidad de perfeccionar o enriquecer la propuesta, a través de especialistas conocedores de la temática, suele utilizarse en investigaciones, con un enfoque teórico, con el propósito de evaluar la calidad y efectividad de la propuesta. Las evaluaciones se realizan a través de un sistema de procedimientos organizados, lógicos y estadísticos-matemáticos, dirigidos a obtener la información procedente de los expertos y su posterior análisis, con el objetivo de tomar decisiones confiables.

Ventajas que ofrece:

- Criterios de mayor grado de complejidad.
- El consenso logrado es muy confiable.
- La toma de decisiones sobre la base del criterio de los expertos, obtenidos por este método tiene la probabilidad de ser eficiente.
- Permite valorar alternativas de solución.

-Evita conflictos entre los expertos, (al ser anónima) crea un clima favorable a la creatividad.

-Garantiza la libertad de opiniones.

Este método no requiere que se llegue a una aceptación. El objetivo es más bien obtener un número de opiniones que se haya reducido por la aplicación del método, esta información sirve después para validar el resultado. Como parte de la investigación es un proceso sistemático, formal y profundo.

Etapas que se siguen para la aplicación del método.

1-Elaboración del objetivo: Posibilita validar la propuesta, tanto la teoría como en la aplicación práctica. En este caso la validación de la propuesta de estrategia educativa para contribuir a la comunicación del grupo de interés con los casos críticos (juventud y adultez temprana) del municipio de Cabaiguán.

2- La selección de los expertos: En esta etapa se utilizó el criterio de selección, para ello se siguió la propuesta del Comité Estatal para la Ciencia y la Técnica. De esta manera se calculó el coeficiente de competencia **K**, el que se realizó recogiendo el criterio de 15 expertos que de alguna forma están vinculados al tema de la investigación (Anexo 12).

3-Selección de la metodología: Fue seleccionado el método Delhi. De acuerdo con los resultados de **K**, a los expertos seleccionados se les organizó un diálogo anónimo y fueron consultados individualmente.

4-Ejecución de la metodología: Se elaboró un cuestionario que se respondió de forma individual. De acuerdo con las respuestas del cuestionario aplicado a los expertos se calculó el coeficiente de competencia (**K**), el cual se calcula de acuerdo con la opinión del experto sobre su nivel de conocimiento acerca de la temática y con las fuentes que le permiten argumentar sus criterios.

$$K = 1/2 (Kc + Ka)$$

Donde:

Kc: Es el coeficiente de conocimiento o información que tiene el experto acerca del problema y **Ka:** es el coeficiente de argumentación o fundamentación del criterio del experto.

5-Análisis de los resultados: Los datos que se recogieron aparecen en anexos y tablas (**Anexo 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21**).

Se obtuvo como resultado que 10 tenían una competencia alta y 5 una competencia media. Dado que el coeficiente de competencia promedio de todos los posibles expertos fue alto, se utilizaron los criterios de todos ellos, es decir, se incluyeron también los de competencia media, tal como se permite en la utilización de este método estadístico.

6- Procesamiento de la información: Constituye el paso final y brindan los datos estadísticos necesarios para realizar la valoración de la propuesta.

Los instrumentos para la consulta fueron elaborados y validados, para ser aplicados por la autora, a partir de la metodología planteada por el método Delphi, para recoger información. Los expertos expresan su criterio sobre cada indicador.

Para ello se siguen las escalas de valores siguientes.

Muy Adecuada(o) (MA); Bastante Adecuada(o) (BA); Adecuada(o) (A); Poco Adecuada (o) (PA); e Inadecuada(o) (I).

Asimismo, se dio la posibilidad de exponer otras opiniones, críticas, recomendaciones u otro aspecto relacionado con la estrategia.

El 100% de los expertos coinciden en afirmar como muy adecuado la necesidad de introducir la estrategia educativa por lo que queda demostrado que es pertinente, factible y aplicable.

Los criterios expresados fueron:

La propuesta de la estrategia educativa ofrece tanto a los actores sociales como al grupo de interés, las herramientas para facilitar el desarrollo del proceso de comunicación en el desempeño de su labor.

A través de los contenidos abordados en el curso de postgrado y las sesiones de trabajo con el grupo focal se incrementan las relaciones entre la teoría y la práctica,

evidenciado el nivel de compromiso del grupo de interés, a través de una mayor implicación, en la solución de problemas sociales relacionados con su función en el territorio.

Centra el conocimiento práctico del grupo de interés para que sean transformadores de la comunidad y aumenta la motivación por su trabajo, rompiendo diseños tradicionales. La estrategia educativa diseñada es aplicable en la práctica, tiene potencialidad para cumplir con el objetivo propuesto y puede generalizarse a otros municipios.

Tiene rigor científico ya que se sustenta en postulados filosóficos, sociológicos, pedagógicos y psicológicos. Parte de las necesidades reales que poseen y con ellos se busca resolver esta deficiencia, de ahí la propuesta diseñada.

Posee gran nivel de creatividad porque está concebida a partir de la instrumentación de técnicas que validan y le aportan a la actividad una manera diferente. Por lo que cumple con los requerimientos establecidos.

Ofrece recomendaciones metodológicas que posibilita la preparación del grupo de interés para el desarrollo del proceso de comunicación, propiciando el intercambio de experiencias entre los participantes, la construcción y reconstrucción de saberes, la cooperación, la socialización de los conocimientos, la vinculación consciente con los problemas sociales.

Las acciones que contiene contribuyen a fortalecer los contenidos relacionados con el proceso de comunicación del grupo de interés, posibilitando el crecimiento espiritual de estos y de los miembros de la comunidad.

Los criterios emitidos por los especialistas favorecen el desarrollo de una comunicación eficiente, lo que posibilita el crecimiento y la transformación del grupo de interés desde el punto de vista personal para resolver problemas sociales y laborales.

CONCLUSIONES

La determinación de la teoría actualizada sobre la comunicación organizacional y la comunicación en entornos grupales, con énfasis en los grupos de interés y los casos críticos juventud y adultez temprana, sirvió de sustento a la estrategia educativa fundamentada, por la teoría marxista-leninista, la psicología, la sociología y ciencias de la educación.

Se pudo constatar, que el grupo de interés del municipio de Cabaiguán, conformado por 8 organizaciones, es disfuncional ya que existe falta de coordinación intersectorial, dificultades en los canales de comunicación e insatisfacción de las expectativas de los casos críticos (juventud y adultez temprana) respecto a la atención que reciben de este grupo.

La estrategia educativa está estructurada por un curso de postgrado y las sesiones de trabajo del grupo focal, responde a las insuficiencias del grupo de interés, para ampliar sus conocimientos teórico-prácticos acerca del proceso de comunicación. Se caracteriza por facilitar la comunicación y las relaciones interpersonales, es sistemática, reflexiva, creativa y socializadora, les posibilita ser protagonistas de su propia actuación y modificar sus actitudes para mejorar el proceso de comunicación, posibilitando su crecimiento espiritual.

La estrategia fue avalada satisfactoriamente por los expertos consultados, debido a su rigor científico, aplicabilidad, originalidad y potencialidades para su generalización en contextos sociales con similares características.

RECOMENDACIONES

1. Poner a disposición de los grupos de interés de los gobiernos locales y de la dirección de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, la aplicación de la propuesta para la optimización del proceso de comunicación.
2. Continuar trabajando con el grupo de interés en correspondencia con las necesidades de superación que estos posean, a medida que lo requieran las exigencias actuales.



BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, E. (1991). *Asertividad. Sé tú mismo sin sentirte culpable*. Ed. Pax México.

Álvarez de Zayas, C. (1992). *La Escuela en la vida*. La Habana: Colección Educación y Desarrollo.

Andrea Brentano y C. Domine. (1991). *La técnica de hablar en público*. Barcelona: Ed. De Vencchi. S. A.

Andreieva, G. M. (1984) *Psicología social*. Moscú: Editora de la Universidad.

Añorga, J. (1999). *Educación Avanzada; Paradigma educativo. Alternativas para el mejoramiento profesional y humano de los recursos laborales y de la comunidad*. La Habana: ISPEJ V (en soporte electrónico).

Aranguren, L (1990). *La Comunicación*. España: Ed. Barcelona, S.A.

Bleger I. (2006). *El enfoque de los Stakeholder para la alta dirección*. XX Congreso de ADENAG. Diccionario.html// www.rppwnet.com.ar/. Consultado Nov. 2010

Calderón N. (2006). Los *Stakeholder*. Diccionario.html//www.rppnet.com.ar/ Consultado Nov. 2010

Carvajalino, G. (2006) *Stakeholder*. XX Congreso de ADENAG. Diccionario. html // www.rppnet.com.ar/ Consultado Nov. 2010

Costa Joan. (2003) *Imagen Corporativa*. Argentina: Ediciones La Crujia. 2da Edición.

Cuesta Santos, A. (2005) *Tecnología de Gestión de Recursos Humanos*. La Habana. Editorial Academia.

De Armas, N. /et-al/. (2004). *Caracterización y diseño de los resultados científicos como aportes de la investigación educativa*. ISP. Félix Varela. En soporte digital.

Domínguez, L. (2003). *Psicología del desarrollo: adolescencia y juventud*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Domínguez, L. (2003). *Psicología del desarrollo: adolescencia y juventud*. La Habana: Editorial Félix Varela

- Domínguez, L. (2007). *Psicología del desarrollo. Problemas, principios y categorías*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Enrique Soslayo L. (2002). *Comunicación en las organizaciones*. Bogotá: UNBA.
- Febles, M. M. (2006). *La adultez media: una nueva etapa del desarrollo*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Goldhaber, G. (1984). *Comunicación Organizacional*. México: Editorial Diana, S.A.
- Gorow. (1983) *Ayudando al adolescente a aprender*. México: Editorial Prox.
- Katz D. y Kahn. R. (1998). *The Social Psychology of Organizations. Handbook of Organizational Communication. An Interdisciplinary Perspective*. California: Ed. Sage.
- Labarrere, R. G. (1988). *Pedagogía*. La Habana. Editorial Pueblo y Educación.
- Labarrere, G y Valdivia, G. (2001) *Pedagogía*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- López Viera, L. (2003). *Comunicación social*. Selección de textos. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Lucas Marin, A. (1997) *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Colección Bosch Comunicación.
- Mac Bride, S. /et-al/. (2001). *Un solo mundo, voces múltiples*. (Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación), Fondo de Cultura Económica, México: UNESCO.
- Medina Hernández, I. (2000). *Desde el otro lado*. La Habana: Ed. Pablo de la Torriente.
- Muñoz, T., Urrutia, L. (2004) *Trabajo Social en Cuba y Suecia*. En S. A. Mansson y C. Proveyer (Comp.) *El desarrollo del trabajo social en Cuba*. Suecia: Editorial Arcadia
- Ojalvo, V. (2001) *La ciencia de la comunicación*. Universidad de La Habana. Material docente

- Rivero Hernández, Magda. (2004) *Comunicación Organizacional*. INCOMEX.
- Calviño, M. (2000). *Actos de Comunicación. Desde el compromiso y la esperanza*. Ediciones Logo.
- Sampieri H, R. (2004) *Metodología de la Investigación*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Torquato G. (1986). *Comunicación Empresarial, Comunicación Institucional*. Sao Paulo: Ed. Summus.
- Trelles, I. (2001). *Comunicación organizacional. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Urrutia, Lourdes. (2003). *Sociología y Trabajo Social Aplicado*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Urrutia, Lourdes. (2004). El desarrollo del trabajo social en Cuba. En S.A. Mansson y C. Proveyer (Comp.). *Trabajo Social en Cuba y Suecia*. Editorial: Arcadia.
- Vidal, J. (2002). *Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación*. En López Viera, L. (comp.) *Comunicación social*. La Habana: Editorial Caminos.
- Vidal, J. (2004). *Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación*. En M. Alejandro y J. Vidal. *Comunicación y educación popular. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Caminos.
- Vigotsky, I. J. (1989). *Pensamiento y Lenguaje*. La Habana: Ed. Pueblo y Educación.
- Villafañe, Justo. (1993). *Imagen positiva: Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Editorial Pirámides, S.A.