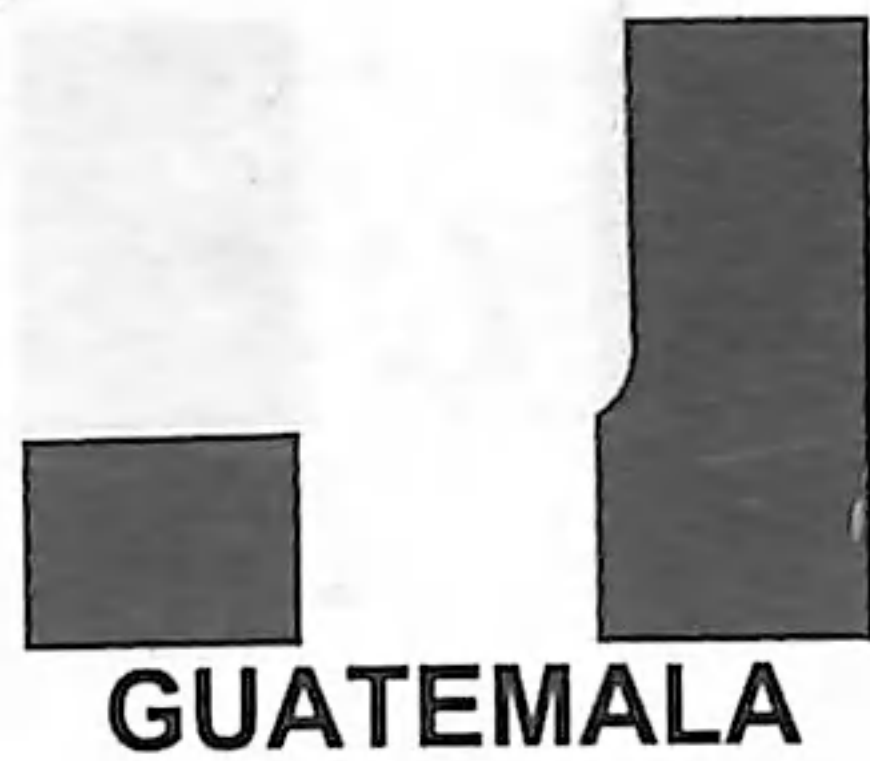


S.UE(DL)
F(84)



-TINAMIT-
PROYECTO FORTALECIMIENTO DE LA SOCIEDAD CIVIL EN GUATEMALA
GTM/B7-310/2001/0164
Unión Europea, por la paz y la cohesión social
Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia - SCEP -



Manual Comunicación Facilitación

CONTRATO K2
PROYECTO TINAMIT



Esta publicación se hizo gracias a:

El apoyo del Proyecto TINAMIT, el cual es parte del acuerdo bilateral entre la Unión Europea y el Estado de Guatemala, a través de la Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia -SCEP-, según convenio No. GTM/B7-310/201/0164.

“El contenido de la presente publicación es responsabilidad del autor y no compromete a la Comisión Europea”.

SE PROHIBE
Subrayar y/o marginar este libro,
en caso de devolverlo subrayado
SE COBRARA SU VALOR



-TINAMIT-
PROYECTO FORTALECIMIENTO DE LA SOCIEDAD CIVIL EN GUATEMALA

GTM/B7-310/2001/0164

Unión Europea, por la paz y la cohesión social

Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia - SCEP -



Manual
Comunicación y Facilitación

DIPLOMADO EN INTERCOMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA

PROYECTO TINAMIT

“Fortalecimiento de la Sociedad Civil en Guatemala”

Director Nacional: Ing. Orlan Rodas

Jefe de Asistencia Técnica Internacional: Lic. Graziano Tonello

Servicios de “Comunicación educativa e información ciudadana para la interacción democrática”

CONSORCIO: INYPSA-BDPA-DOSES

Coordinador Consorcio: Dr. Carlos Interiano

Manual de Comunicación - Facilitación

Autores: Dr. Carlos Interiano y Lic. Marco Tulio Araya

Primera edición

Febrero 2008

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Tinamit

B. UECDU
F(84)

Manual de Comunicación

Índice

	Página
Presentación	6
1. Principios de comunicación	7
2. Modelos de comunicación	22
3. La comunicación humana: simbólica, gesticular, oral, escrita, audiovisual	25
4. La comunicación popular	29
5. Producción de mensajes	31
6. Técnicas para relacionarse con la prensa	32
7. Análisis de mensajes	33
Bibliografía	41
Glosario	42

Presentación

El propósito de este manual es que las y los participantes tengan un espacio de análisis, discusión, reflexión y acción en dos grandes temas: la comunicación y la facilitación.

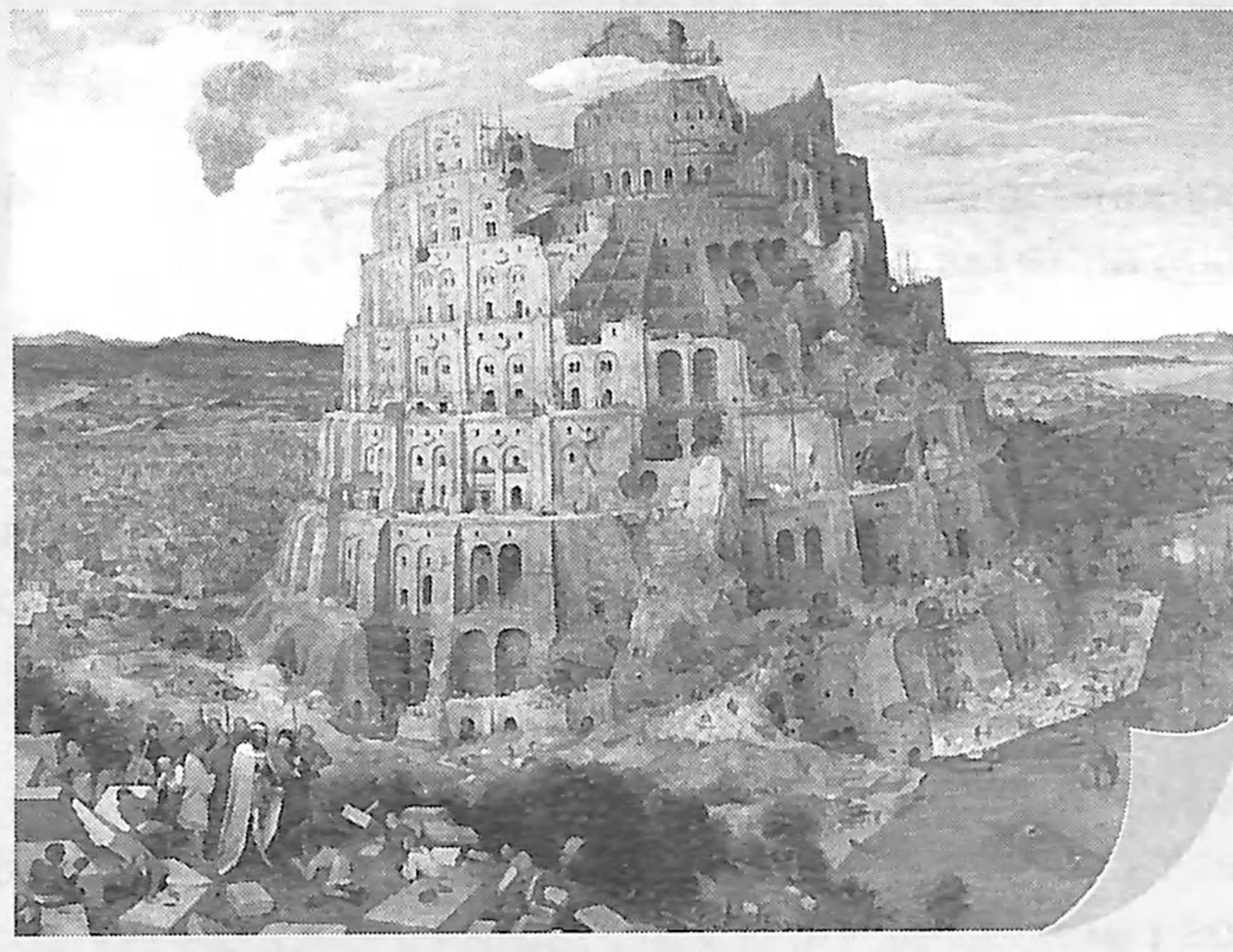
En el primer tema se expondrán asuntos relacionados con todo el proceso que conforma la comunicación, los modelos que existen en la sociedad, las formas de comunicarnos, y muy específicamente las técnicas para relacionarse con los medios masivos y obtener de éstos una buena cobertura. En este tema también se abordarán aspectos relacionados con la comunicación popular, la producción y el análisis de mensajes.

En el segundo tema se expondrá lo relacionado con el rol del facilitador o facilitadora, sus principios orientadores, las técnicas de facilitación, la planificación, ejecución y evaluación de actividades de capacitación y la dinámica de la comunicación grupal.

La intención es ayudar a líderes/as sociales y comunicadores/as a fortalecer sus capacidades y habilidades para conducir grupos y desarrollar actividades donde la comunicación y la facilitación son elementos claves.

Una anécdota ejemplar:

La Torre de Babel



Fuente: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/e1/Brueghel-tower-of-babel.jpg>

Según se narra en el capítulo 11 del Génesis de la Biblia cristiana, los hombres pretendían, con la construcción de esta torre, alcanzar el Cielo.

Jehová, para evitar el éxito de tal proyecto, hizo que los constructores comenzasen a hablar diferentes lenguas, luego de lo cual reinó la confusión y se dispersaron. Según la Biblia, Jehová se oponía al propósito de que la humanidad se extendiera por toda la superficie de la Tierra y la sometiera a su control.

Ejercicio

Preguntas para reflexionar:

- ¿Cuál es la ventaja, según su criterio, de que se pudiese hablar un idioma universal?
- ¿Cuál es el significado de la confusión de lenguas en la Torre de Babel, según su criterio?
- ¿Qué relación podría establecerse entre la multiculturalidad y la Torre de Babel?

Comparta con sus amigas y amigos sus comentarios a estas interrogantes.



La comunicación como instrumento de intercambio social

¿Puede la humanidad no comunicar? En distintos eventos científicos se ha discutido esta pregunta que parece no tener importancia, pero al analizarla, la respuesta es: no se puede no comunicar.

En efecto, todo cuanto decimos, incluso lo que callamos, comunica. También comunican la forma como vestimos, caminamos, nuestros gestos, movimientos, el espacio donde vivimos, nuestros muebles, nuestras calles, nuestra comunidad, los pueblos, los barrios, los caseríos. La cultura en general es un proceso de comunicación: todo comunica.

Ahora bien, para que exista comunicación debe darse un proceso, el cual consiste en una serie de pasos y elementos que hacen posible que entre las personas se produzca un intercambio de ideas, sentimientos, bienes y servicios de diferente clase.

Pero la comunicación no es un proceso de una sola vía. Es un dar y recibir mensajes, por ello se dice que es un instrumento de intercambio social. Si bien es cierto que para analizar este proceso haremos una enumeración de elementos que lo integran, debemos entender antes que nada que la comunicación es un proceso interactivo donde es casi imposible separar uno de esos elementos sin afectar significativamente el resto de éstos.

La comunicación es un proceso dinámico. Esto quiere decir que la humanidad no para de establecer vínculos que le permiten relacionarse entre sí. A través del uso de diferentes formas y medios, establecemos cada día una serie de mensajes que nos permiten conocer informaciones, situaciones sociales, políticas y de diversa índole, estados de ánimos, aspiraciones, esperanzas, puntos de vista, etcétera.

Amanecer



Fuente: fotos.euroresidentes.com/.../amanecer%20031.jpg

¿He visto un amanecer como éste?

- ¿Qué información me transmite?
- ¿Qué sentimientos o emociones me despierta?
- ¿Cuál creo que fue el propósito de quien tomó la fotografía?
- ¿Quien tomó la fotografía tuvo los mismos sentimientos o emociones que siento yo al contemplarla?





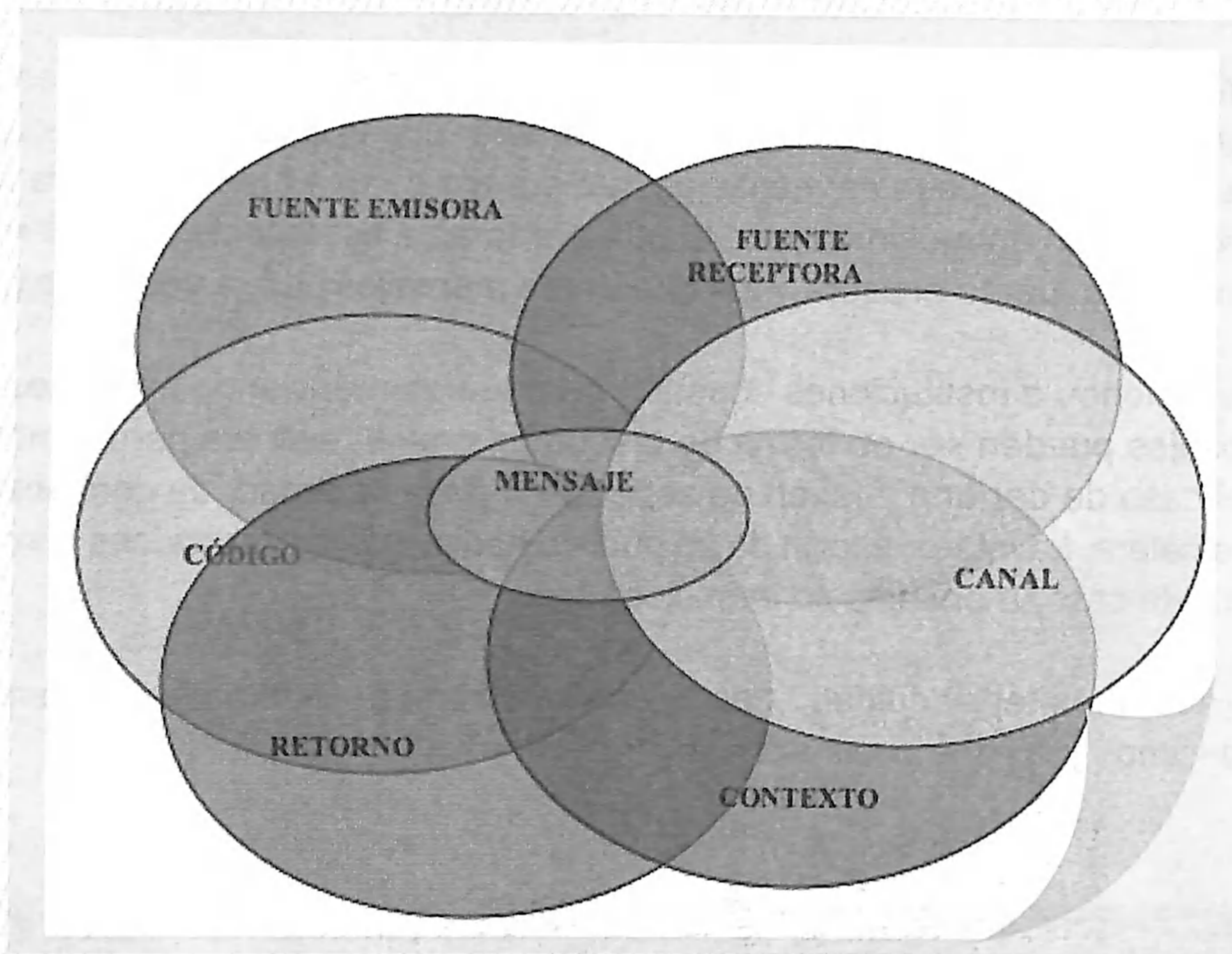
Cuando ejercemos el papel de comunicadores no nos damos cuenta que cometemos algunos errores constantemente y creemos que:

- Las demás personas perciben las situaciones igual que nosotros.
- Que todas y todos extraemos las mismas conclusiones.
- Que todas y todos asumimos las mismas actitudes y comportamientos respecto a los mensajes recibidos.
- Que la comunicación que enviamos no tiene ninguna relación con nuestros sentimientos o emociones, nuestras actitudes y comportamientos.
- Que todas y todos tenemos las mismas maneras de interpretación.

Elementos de la comunicación

Como proceso, la comunicación posee algunos elementos que, con fines didácticos, se ilustran en el siguiente esquema:

Proceso de comunicación



Fuente: elaboración propia

Dichos elementos, como puede verse, no están diseñados en forma lineal, por lo que puede concluirse que cada uno de ellos guarda, respecto a los demás, una misma importancia y función dentro del proceso. Así, por ejemplo, sin fuente emisora, no existe fuente receptora, sin medio o canal, no existe mensaje y sin mensaje, no tiene caso que exista canal o medio ni fuente emisora o receptora. De tal manera que la comunicación, como articuladora de mensajes, es el resultado de esta relación dinámica.



E
I
B
X



Como se puede observar en el diagrama anterior, el proceso de comunicación contiene varios elementos que le son propios y sin los cuales no es posible que dos o más personas puedan intercambiar mensajes. Como ya se explicó, todo proceso de comunicación efectiva no puede dejar de lado ninguno de estos elementos sin que se vea afectado el cumplimiento del propósito que conlleva intercambiar mensajes. Estos elementos son:

- Fuente emisora
- Fuente receptora
- Código
- Canal
- Contexto
- Retorno
- Mensaje

Fuente emisora:

Es comúnmente llamada emisor. En realidad la fuente emisora puede ser algo más que un emisor como persona. También puede constituir una institución, una organización, un pueblo o una familia.

La fuente emisora es quien emite o envía un mensaje. De allí se origina el mensaje, a veces con una intención establecida. Sin embargo, otras veces, un mensaje puede no tener una intención planificada y surgir en forma espontánea. También puede darse el caso de mensajes que surgen de una fuente emisora sin que ésta se dé cuenta que los está emitiendo. En este último caso, lo que predomina es “la lectura” o interpretación que una o varias personas hagan de una fuente emisora y los diferentes mensajes que, a veces sin querer, ésta envía.

En el caso de las organizaciones o instituciones constantemente están enviando mensajes no planificados a la población. Estos mensajes pueden ser en forma de discursos orales, escritos pero también de manera no intencionada como es el caso de dar una imagen de seriedad o poca seriedad, de confianza o desconfianza, de debilidad o fortaleza, etcétera. La interpretación de un público hacia sus organizaciones o instituciones también constituye mensajes, en este caso, mensajes no intencionados.

En un sentido práctico, debemos tener cuidado con lo que decimos, pero también debemos cuidar cómo lo decimos, a quién se lo decimos y en qué circunstancias lo decimos.

Ejercicio

Ejercito mi mente



Observo con atención la fotografía y reflexiono en lo siguiente:

¿De qué se trata la fotografía, según su opinión?

De cara a usted que la está interpretando, ¿quién es la fuente emisora? ¿Qué elemento o elementos le llaman la atención en la imagen? ¿Por qué? ¿Cree que quien tomó la fotografía tuvo la intención de que usted interpretara el mensaje que está interpretando? ¿Sí o no? ¿Por qué?

Comente sus impresiones con sus compañeras y compañeros.

Foto: Marco Tulio Araya



Fuente receptora

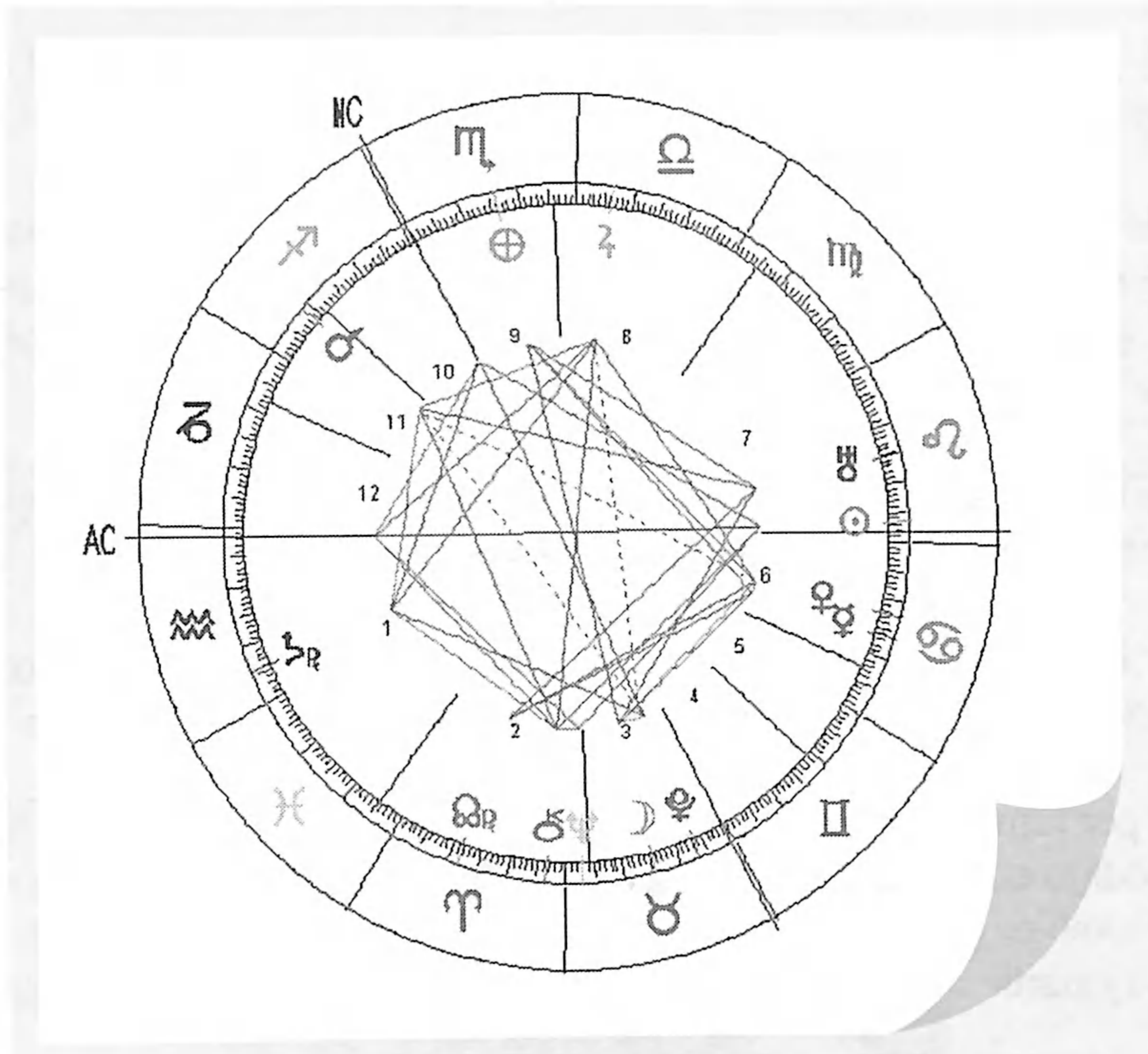
Igual que la fuente emisora, la fuente receptora puede estar conformada por una sola persona o bien, por un grupo de personas o una institución u organización. Fuente receptora es quien recibe un mensaje, lo almacena, lo analiza y a su vez está en la posibilidad de dar una respuesta. La respuesta que da una fuente receptora puede ser a través del lenguaje articulado, oral o escrito u otros tipos de lenguajes: señales, símbolos, actitudes, posturas corporales, mímica, gestos, etcétera. La humanidad se las ha ingeniado para producir múltiples formas de comunicación, desde las señales más rudimentarias de comunicación hasta las más avanzadas como el Internet y la comunicación vía satélite.

En un proceso de comunicación dinámico, la fuente emisora y la fuente receptora no son elementos pasivos, al contrario, constituyen una relación recíproca en donde ambos tienen la posibilidad de desempeñar papeles o roles alternos, esto quiere decir, a veces emisores y a veces receptores en un mismo acto de comunicación.

Por ejemplo, una amena charla entre amigas y amigos o compañeras y compañeros de trabajo sin más ánimo que pasar un momento de sano entretenimiento. En este caso, emisores y receptores desempeñan roles interactivos, dinámicos, sin el formalismo de una cátedra donde generalmente quien habla se convierte en “emisor privilegiado” y quien escucha es un “público pasivo.”

Código

Pongo atención el siguiente mensaje:



Fuente: <http://astrologiapsicologica.es/imagenes/NatalJung.gif>

Trato de entender lo que significa.



Pongo atención en este otro mensaje:

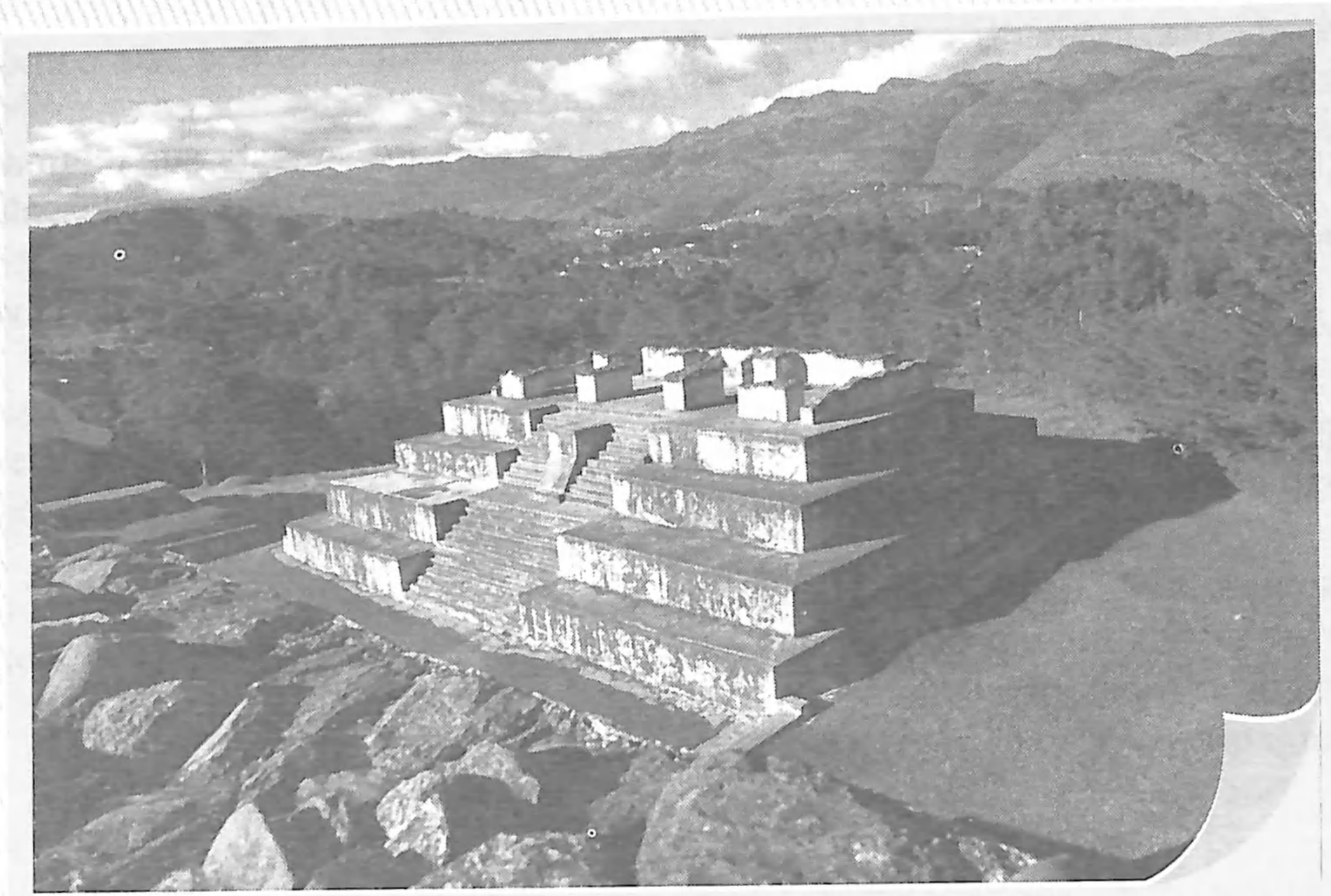


Foto: Marco Tulio Araya

¿Entiendo lo que significa?

El código es un conjunto de signos seleccionados y combinados en base a ciertas leyes o acuerdos establecidos entre los grupos sociales. Pueden existir códigos de diversa naturaleza: idiomáticos, visuales, olfativos (combinación de olores), gustativos (a través del gusto), gestuales (a través de gestos), mímicos (a través de señales corporales), y otros códigos sociales (a través de prácticas de costumbres, objetos, etcétera).

El Idioma Español, por ejemplo, es un código que está conformado por palabras, sílabas, sonidos y letras. Y aunque otros idiomas también utilizan básicamente las mismas letras, los sonidos, las sílabas, las palabras y la entonación cambian. En los idiomas mayas se usan letras comunes al español, el inglés, el italiano, pero la construcción de palabras, sílabas y sonidos son muy característicos de cada uno de esos idiomas guatemaltecos. En conclusión, son códigos de comunicación distintos al español, aunque se hablen en un mismo territorio.

Guatemala se caracteriza por tener diversidad de códigos idiomáticos, pero también existe diversidad de otros códigos; por ejemplo, el código culinario (la elaboración de comidas) es diferente en varias regiones del país. El código del vestuario es también bastante diferente; y aun en la cultura maya, los diversos grupos étnicos se diferencian por rasgos muy particulares en la elaboración de sus vestidos, especialmente en las mujeres.

Para entender una cultura, es preciso entender los códigos que en ella existen, y por supuesto, el contexto, tal como veremos más adelante.





Canal

Escribo en este espacio lo que significa para mí la palabra canal de comunicación:

Blank lined writing area for the student's response.

En teoría de la comunicación la palabra canal significa el medio que sirve para transportar la información, o sea, los mensajes que van de un emisor a un receptor y de éste último al primero.

Existe diversidad de canales: físicos, fisiológicos, electrónicos, ambientales, mediáticos. Los canales mediáticos son los que usan los medios masivos de comunicación, tales como la televisión, la prensa escrita, la radio y más recientemente la Internet.

En la comunicación oral humana el principal canal es el de las ondas sonoras y los aparatos de emisión y recepción de este canal es la voz a través de nuestro aparato de fonación (boca, lengua, laringe, cuerdas vocales) y los oídos.

¿Alguna vez ha unido un hilo fuerte a dos latas de jugo vacías? Haga el intento y tense (estire) el hilo entre dos personas. Una hablará a través de la lata vacía y la otra colocará la otra lata vacía al oído. Sostendrán una entretenida conversación usando como canal el hilo y como aparatos de emisión y recepción las latas vacías. Es un juego muy divertido.

Contexto

Observe la siguiente imagen y describa lo que mira en ella:



Foto: Marco Tulio Araya



Responda las siguientes preguntas:

¿Qué ve en el cuadro?

¿Puede identificar a través del vestuario, el origen étnico de las personas que allí se presentan?

Según el cuadro, ¿cuál es la condición socioeconómica de estas personas?

El contexto se define como el ambiente socioeconómico y cultural donde se lleva a cabo un proceso de comunicación. Para que un mensaje sea efectivo debe responder a un contexto determinado. Un mismo mensaje no producirá los mismos efectos en contextos diferentes, pues cada comunidad tiene particulares maneras de convivir en sociedad, y por lo tanto, sus maneras específicas de comunicarse.

Cada comunidad usa símbolos, signos y demás elementos comunicativos que les permite crear un sentido de identidad comunitaria; y aunque existen elementos de dominio más general, se conservan muchos elementos de uso muy peculiar de cada colectividad. Un mensaje puede producir un efecto contrario entre una y otra comunidad.

¿Alguna vez le ha sucedido algún malentendido con alguna persona como resultado de una conversación telefónica? Seguramente fue por problemas de contexto. A mayor contexto en un mensaje, se producirá un mejor efecto de éste. Por ejemplo, la conversación cara a cara tiene mayor efectividad que la conversación telefónica porque en la primera tenemos la posibilidad de ver los gestos, el comportamiento, los elementos que rodean a nuestra interlocutora o interlocutor; también tenemos la posibilidad de afianzar con gestos y ademanes, el mensaje oral. En otras palabras, esto quiere decir que la conversación cara a cara tiene un mayor contexto que la telefónica. Y la que se hace por escrito tiene un contexto más reducido que la telefónica.

El contexto de la comunicación genera también la capacidad para producir símbolos que sólo adquieren un valor específico en dicho contexto; al introducir dichos símbolos en otros contextos, valga decir, otras culturas, el significado puede cambiar. A veces un símbolo, en un contexto cultural, carece de un significado preciso en otro ámbito o contexto. Las diferentes culturas tienen significados particulares precisamente porque los símbolos que producen y usan (desde el lenguaje articulado hasta el vestuario, los objetos personales, las prácticas cotidianas y otras) son específicos.

Analizar la comunicación, desde la visión y posición del otro/otra es de suma importancia si deseamos que los mensajes que se transmitan produzcan los efectos deseados o estratégicamente planificados. En este sentido, es necesario asumir que detrás de cualquier público existe un contexto cultural (en términos generales) que se constituye en el factor de interpretación de todos los mensajes que recibe. En otras palabras, la primera tarea que, como comunicadores debemos asumir, es investigar el contexto del público meta al que deseamos llegar.

Retorno

El éxito de un buen mensaje y el éxito de un buen comunicador es que las personas que lo reciben proporcionan respuestas positivas. Un mensaje mal estructurado, enviado a través de un canal defectuoso, en un contexto distinto al de la fuente receptora, seguramente producirá un efecto contrario al deseado. Los mensajes de respuesta que damos a los mensajes que recibimos se llama retorno. Se le conoce también como retroalimentación y en inglés como feed back (fid bac).





Mensaje

Leamos el siguiente poema:

"Hay hombres que luchan un día
y son buenos,
hay otros que luchan un año
y son mejores,
hay quienes luchan muchos años
y son muy buenos,
pero hay los que luchan toda la vida,
esos son los imprescindibles".
Bertolt Brecht

- ¿Qué significa para mí el anterior poema?
- ¿Qué partes del poema no entiendo?
- ¿Qué lecciones puedo aprender de este poema?

El **mensaje** es el conjunto de ideas, sentimientos o actitudes que estructuramos en base a signos seleccionados previamente. Claro que existen mensajes que no son intencionales, como sucede por ejemplo, un grito repentino como expresión de angustia o miedo, o bien, la actitud de alegría por un hecho satisfactorio ocurrido.

Los mensajes se estructuran con base a códigos seleccionados. Ya vimos lo que es un código. Existen diversos códigos de comunicación. Los mensajes pueden expresarse a través de códigos lingüísticos, llamados también, verbales (orales o escritos). También pueden expresarse a través de códigos no verbales. Lo que decimos a través de gestos, movimientos, mímica, objetos, por ejemplo, son mensajes a través de códigos no verbales. Más adelante abordaremos el tema de la comunicación no verbal.

Para que un mensaje sea efectivo debe poseer ciertas cualidades que son fundamentales:

- Claridad
- Sencillez
- Concisión
- Precisión

Con la **claridad** se persigue que los mensajes no se presten a la confusión, como sucedió en el mensaje difundido del general a la tropa.

Con la **sencillez** se busca que los mensajes no contengan palabras de difícil comprensión. Se debe acudir al lenguaje de manejo común por el grupo objetivo al que va dirigido el mensaje.

La **concisión** consiste en elaborar los mensajes con la cantidad de palabras necesarias, sin abusar de mucha repetición. La repetición excesiva se denomina redundancia. Mucha redundancia produce aburrimiento en la fuente receptora, o sea, el público que recibe el mensaje.





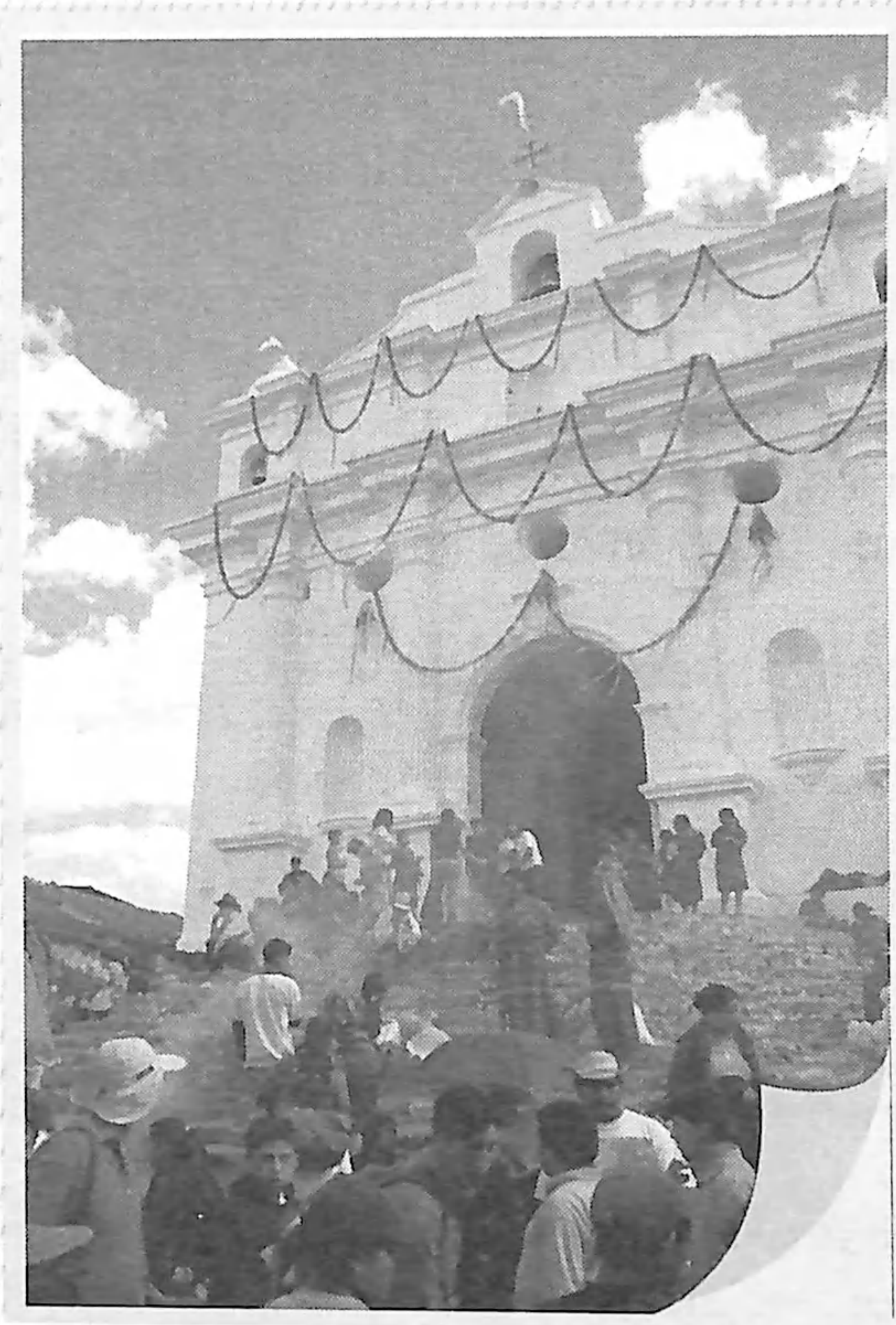
La **precisión** es la exactitud rigurosa en el lenguaje. Todas las palabras están elaboradas para decir algún concepto o idea. De esta manera, debemos buscar las palabras exactas que trasladen los conceptos o ideas. Expresar un concepto o idea con palabras inadecuadas da como resultado un mensaje vago e impreciso.


Por supuesto que también debemos establecer cuál es el objetivo que perseguimos al elaborar un mensaje. Hay mensajes que comunican y mensajes que informan.

Los mensajes que comunican son aquellos cuyo propósito es causar una reacción en las y los receptores. Estas reacciones pueden ser de alteración de estados de ánimo, de goce, de juego, de entretenimiento, de fortalecimiento de relaciones sociales, etcétera.

Los mensajes que informan tienen un solo objetivo: transmitir conocimientos o noticias desconocidas por la fuente receptora. Por esta razón se conoce al periodismo como una disciplina de la comunicación que se encarga de los mensajes informativos.

Veamos un ejemplo visual de estos tipos de mensajes a través de dos imágenes:



 Foto: Marco Tulio Araya





Los ruidos en la comunicación

Veamos el siguiente ejemplo:

Amor, amor to cor z n

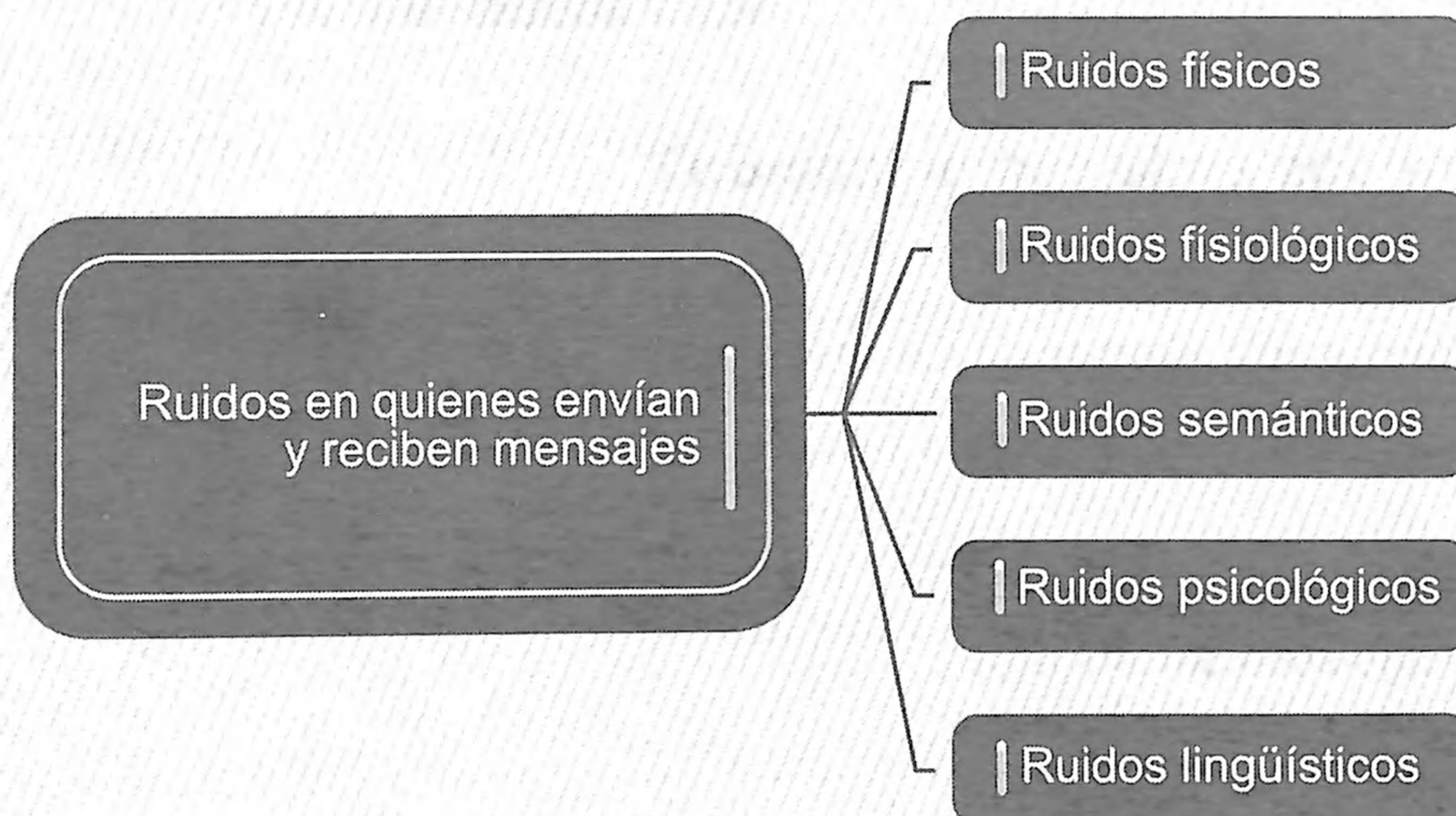
¿Se entiende muy bien el mensaje?
Si no se entiende bien, ¿cuáles son las causas?

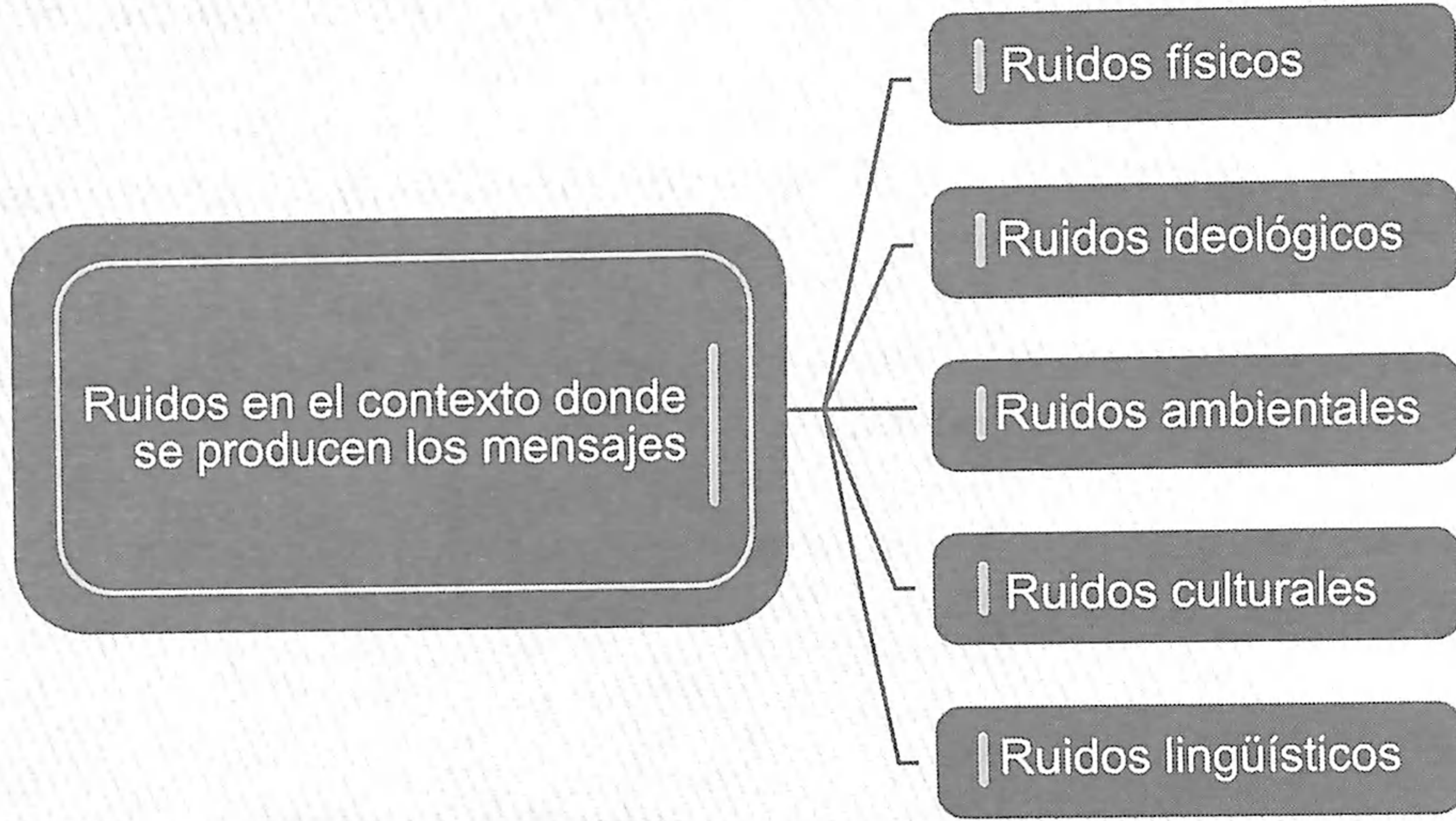
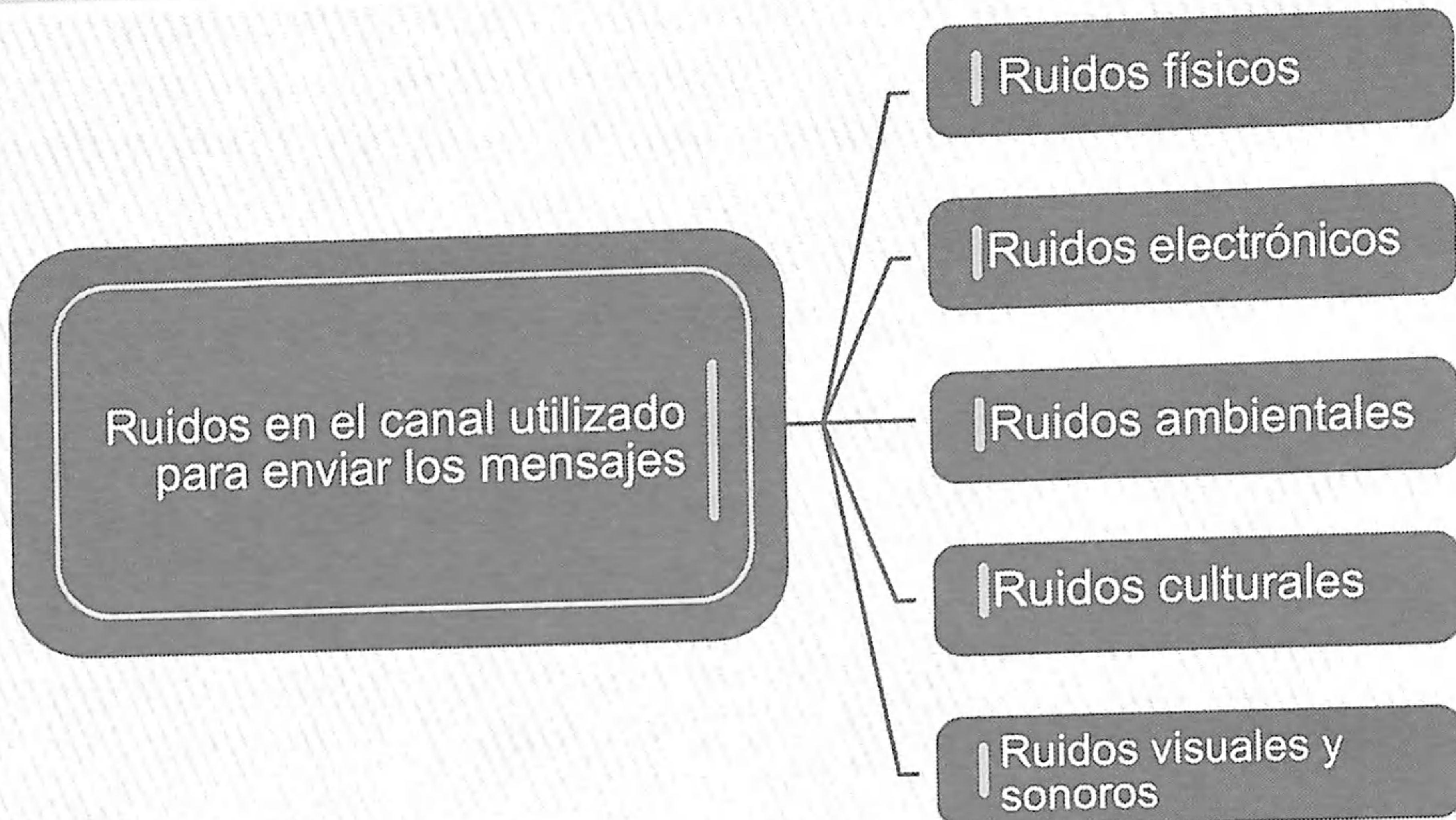
Llamamos ruidos de la comunicación a todos los factores que impiden un buen y acertado entendimiento entre dos o más personas. Los ruidos, sin embargo, son factores que, al hacer un poco de esfuerzo de entendimiento, pueden ser resueltos. Tal como en el ejemplo anterior que con un poquito de imaginación se puede entender qué se quiso escribir: Amor, amorcito corazón.

Algunas veces esos factores que impiden la comunicación no son superables y entorpecen casi en su totalidad la buena y acertada relación entre dos o más personas. Esos factores se denominan barreras.

Entre ruido y barrera entonces, la cuestión es de intensidad. Los ruidos son interferencias superables, resolubles; en tanto que las barreras son interferencias no superables.

Tanto los ruidos como las barreras pueden producirse en cualquier momento o elemento del proceso de comunicación. Veamos, a manera de ejemplo, algunos de estos ruidos:





¿Cómo superar los ruidos en la comunicación?

La comunicación misma nos provee de algunos recursos que pueden utilizarse para superar los ruidos e incluso algunas barreras. Mencionaremos sólo algunas de esas técnicas:

- Enfatizar el mensaje
- Validar el mensaje
- Diagnosticar el proceso de comunicación
- Usar la función metalingüística del lenguaje
- Usar lenguajes paralelos

Explicaremos brevemente en qué consiste cada una de estas técnicas:





Enfatizar el mensaje: Esto significa recalcar o repetir aspectos importantes del mensaje hasta comprobar que el receptor lo ha captado y entendido. Se puede enfatizar usando palabras clave dentro de un mismo mensaje, tales como ¿Me entiende?, ¡Recuerde! También puede hacerse repitiendo conceptos o ideas a lo largo del mismo. En este último se debe tener cuidado de no caer en mucha repetición para no aburrir a la gente.

Validar el mensaje: Una buena técnica para reducir la posibilidad de ruidos o barreras es validar los mensajes antes de difundirlos. Validar significa someterlo a análisis de personas que pertenezcan a un mismo grupo donde se difundirá el mensaje para establecer que el mensaje es bien entendido y no contiene elementos que puedan provocar distorsiones en la interpretación del mismo al momento de ser difundido. La validación se hace con representantes de grupos a los que se les enviará o difundirá el mensaje.

Diagnosticar el proceso de comunicación: Este paso es previo a la elaboración de los mensajes. Nos sirve para conocer las debilidades y fortalezas del grupo objetivo en cuanto al manejo de las técnicas, herramientas e instrumentos de comunicación. También se usa el diagnóstico para conocer todo lo relacionado con la cultura, las costumbres, las relaciones sociales y las formas de comunicación que practica el grupo o comunidad donde se difundirá el mensaje.

Usar la función metalingüística del lenguaje: Es útil que en un mismo mensaje se utilicen explicaciones, ejemplos, datos exactos, o bien narración de casos concretos para que en la mente de quienes reciben el mensaje quede bien fijada la idea o ideas principales que queremos transmitir. A este tratamiento del mensaje se le conoce como función metalingüística.

Usar lenguajes paralelos: Es aconsejable que a un mensaje escrito o hablado se le acompañen otros recursos que permitan que su contenido sea bien entendido y aceptado. En el caso de mensajes escritos pueden acompañarse de ilustraciones, fotografías, dibujos, cronogramas, diagramas, etc. En el caso de mensajes hablados puede recurrirse a sonidos, musicalizaciones, presentación de objetos reales, dramatizaciones, y toda una gama de recursos que se pueden utilizar en las conversaciones, tales como ademanes, gestos, uso de la mirada, etcétera.

Narro aquí mi experiencia

Narro un caso donde al expresarme no me di a entender con la o las personas a quienes me estaba dirigiendo.

Expongo los problemas surgidos de este problema de comunicación.

Expongo los pasos que seguí para resolver el problema. Finalmente, comparto en el grupo esta experiencia.



E I
B X
A



La comunicación, un conjunto de relaciones humanas

Como ya se explicó anteriormente, para fines didácticos hemos presentado varios elementos que intervienen en el proceso de comunicación. Sin embargo, en la comunicación humana, estos elementos son imperceptibles y más bien debe entenderse ésta como un conjunto de relaciones que condicionan no sólo el contenido del mensaje sino también el efecto que este pueda producir.

Las relaciones humanas, como comunicación están sujetas a una serie de situaciones que moldean o condicionan a emisores y receptores y a los mensajes mismos. Estas situaciones pueden ser de carácter emocional, actitudinal, económico, contextual-cultural (costumbres, idioma, objetos, ritos, etcétera).

A mayor cantidad de personas interviniendo en un proceso de comunicación, mayor complejidad producirá el intercambio de mensajes. En este sentido, las relaciones son más complejas a medida que los grupos se amplían. Por ejemplo, no es lo mismo intercambiar un mensaje y establecer acuerdos entre dos o tres personas, que hacerlo con cinco o más.

Desde una situación de comunicación intrapersonal (establecida consigo mismo, como un soliloquio), pasando por un proceso de comunicación interpersonal y llegando a la comunicación colectiva o masiva, el nivel de relaciones que se establece es cada vez más complejo, a tal grado que muchas veces es muy difícil poder controlar los resultados de un mensaje enviado.

Y aunque todo mensaje enviado producirá un efecto en alguien, resulta muy complicado verificar o medir este efecto. Por ello se dice con justa razón que la comunicación que se establece con grandes colectividades se denomina masiva, tomando en cuenta que el concepto masa abarca a conglomerados de personas con pocos lazos de identificación entre ellas.

La masa humana, dicen los teóricos, carece de identidad y cohesión. Es dispersa y sin forma en sus intenciones de relación entre sus diferentes miembros. En cambio la colectividad humana, si bien es cierto que también la integran cantidades considerables de personas, tiene cohesión, comparte normas y existe un conocimiento bastante profundo de todos sus miembros.

A un estadio, por ejemplo, asiste la masa humana; en tanto que a un servicio religioso, a una charla comunitaria, generalmente asiste un colectivo humano, porque todos se conocen, o al menos, se han visto más de una vez.

Las relaciones humanas están sujetas a códigos, llamados códigos de conducta social. Entre estos podemos mencionar los siguientes:

- Códigos de relación
- Códigos de selección
- Códigos de significado
- Códigos complementarios
- Códigos críticos





Códigos de relación: Los seres humanos desempeñamos una serie de roles o papeles durante todos los días de nuestra vida. Estos roles determinan el tipo de relación que establecemos entre las personas de nuestra comunidad. Pueden ser relaciones de subordinación (entre jefes y subalternos, relaciones de autoridad) o bien, relaciones complementarias, horizontales. En esta última clase de relaciones no se marca el sentido de autoridad sino de compañerismo; son relaciones más relajadas y a veces hasta informales.

Códigos de selección: Las personas aplicamos ciertos criterios personales para seleccionar de todos los elementos que nos rodean, los que despiertan en nosotros cierto grado de interés, ya sea profesional, personal o social. Así, seleccionamos de nuestro entorno, diferentes tipos de objetos, actividades, personas, hechos que nos garanticen una máxima satisfacción. Ello significa que no todas las personas seleccionamos los mismos elementos, dado que somos diferentes en nuestra forma de pensar, sentir y actuar.

Códigos de significado: Todo cuanto nos rodea posee para nosotros un significado. Pero este significado de las cosas es diferente para las personas. Así un mismo objeto puede ser aceptado por una persona y rechazado por otra. En estos códigos intervienen los gustos personales y también la experiencia que cada uno asocia a los objetos, hechos o sucesos con los que se enfrenta.

Códigos complementarios: El ser humano asume conductas sociales sin cuestionar la razón de éstas. O bien, a veces les da una explicación superficial, no científica o acomodada a su particular visión o interpretación. Muchos fenómenos de la naturaleza son explicados aplicando códigos complementarios, es decir, no científicos sino producto de la costumbre o resultado del temor o la esperanza.

Códigos críticos: Muchos fenómenos, ya sea físicos, sociales o de otra índole son explicados por las personas usando su capacidad de razonamiento científico, su experiencia técnica o profesional. Cuando entendemos la relación científica entre causa y efecto de un fenómeno, estamos usando un código crítico.

A la par escribo el código a que pertenece cada acción humana descrita:

El jefe de Mario se llama Daniel. A su vez el jefe de Daniel se llama Jorge. Entre las tres personas existen relaciones cordiales y de mucha cooperación.

Marta llega al mercado y se dirige a la vendedora donde siempre compra sus verduras preferidas. La vendedora le ofrece los mismos productos a precios módicos.

El hijo de Manuel está enfermo de hepatitis B. Manuel cree que la enfermedad de su hijo es producto de la mala suerte que ha tenido desde que éste nació.



E
I
B
A



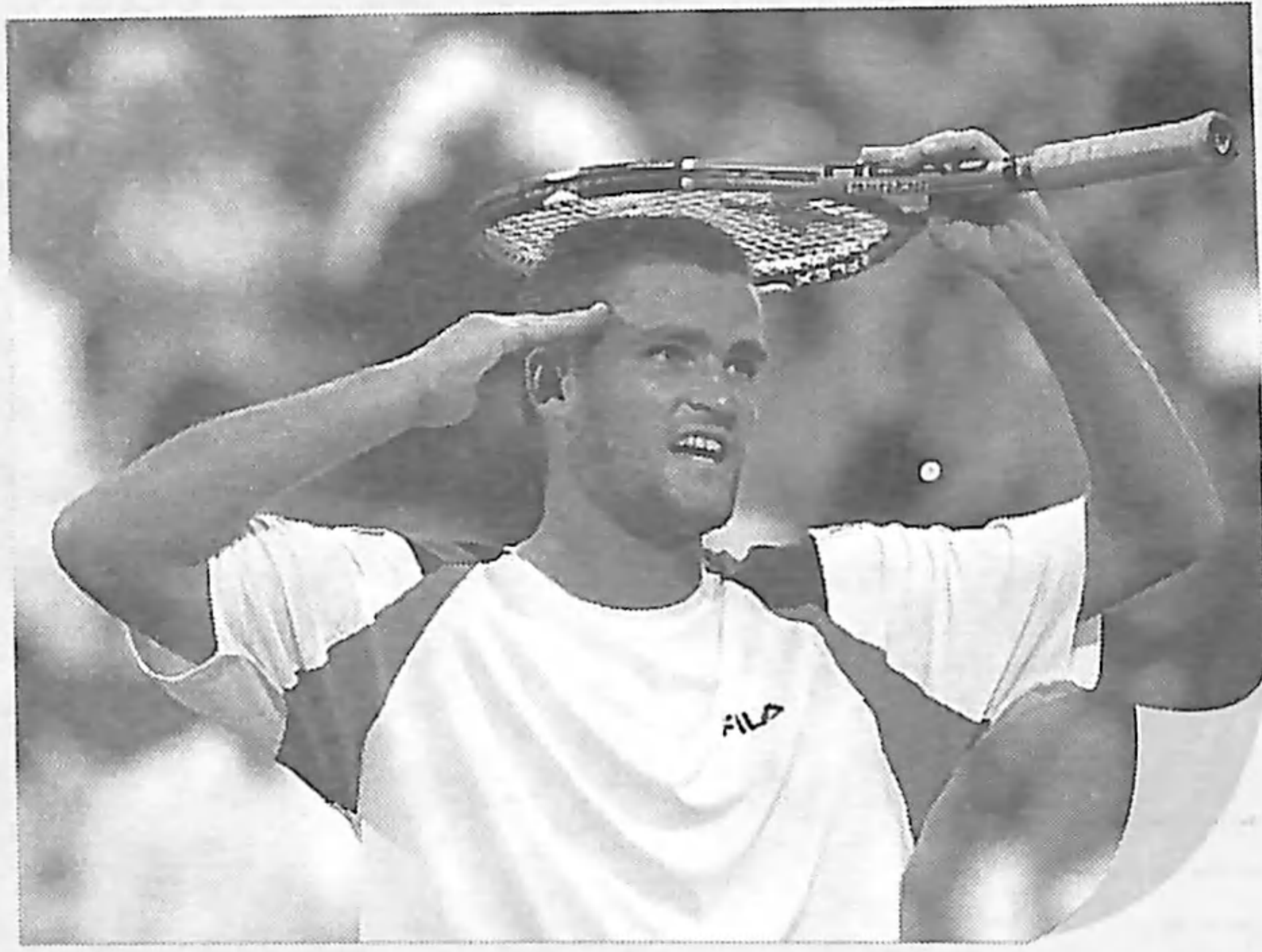
Modelos de comunicación

La comunicación es el reflejo de cómo se establecen las relaciones interhumanas en una sociedad. Todo lo que la humanidad produce pasa por los mecanismos de la comunicación. Ésta es la expresión de un estado económico, político, social e ideológico de las comunidades y del mundo en general.

Usualmente, en sociedades con regímenes autoritarios, los procesos de comunicación obedecen a modelos verticales. La censura y la autocensura es un mecanismo muy utilizado en estos tipos de sociedades. Mientras que en las sociedades que se expresan a través de regímenes democráticos, los procesos de comunicación pasan también por experiencias democráticas. En sociedades democráticas se fomenta mucho el diálogo, la discusión, la propuesta, la deliberación, entre otras expresiones sociales.

Por supuesto que la sociedad no se expresa sólo a través de mensajes escritos o hablados. Lo hace recurriendo a un sinnúmero de recursos: fotografías, pintura, teatro, monumentos, símbolos gráficos y sonoros, objetos, entre otros. Analizar los procesos de comunicación en una comunidad por ejemplo, requiere establecer todo un esfuerzo por clasificar sus recursos de expresión comunicativa.

Observe las dos fotografías que a continuación se le presentan:



Fuente: <http://images.google.com.gt/images>



Fuente: www.celtiberia.net

¿No le parece sospechosa la manera en que el deportista saluda?
¿A qué atribuye usted la actitud del deportista?





Los modelos de comunicación se incorporan a la cultura

Entendida la cultura como la suma de todas las actividades humanas en un espacio y tiempo determinados, sus costumbres, sus hábitos, la manera de relacionarse para producir bienes materiales e inmateriales, producirán también una manera muy especial de comunicarse.

De la forma como se estructuran los modelos culturales lo hacen también los modelos de comunicación. La comunicación es el reflejo de la cultura. Tal como se ve en las fotografías anteriores, puede verse que ambos individuos (un civil y un militar) tienen una manera igual de saludar: el estilo militar.

Observo y reflexiono

Observo un día de mercado en mi comunidad, las costumbres de las personas al hablar y la manera de relacionarse con los demás. En este cuadro anoto mis experiencias respecto a lo que significan para mí los modelos de comunicación que he observado en el mercado.

Modelos verticales, horizontales y circulares

En la sociedad persisten varios modelos de comunicación. Los más conocidos son: los verticales, horizontales y circulares.

Comunicación vertical

La comunicación vertical es la que surge de una fuente emisora de manera autoritaria. Pero también es la que se envía de una fuente receptora a una fuente emisora de manera autoritaria. Cuando decimos de manera autoritaria significa que no se producen procesos de consenso, acuerdos, acciones mutuas, sino de manera aislada. Un emisor decide algo y lo comunica a un receptor, o bien al contrario.

Aquí algunos ejemplos de comunicación vertical:

- comunicado
- memorando
- órdenes diversas
- quejas
- partes
- informes





Usualmente la comunicación vertical tiene su mayor uso en las empresas, instituciones militares, hogares autoritarios e incluso, en grupos sociales donde impera un clima de autoritarismo. El autoritarismo puede verse en diferentes grupos: partidos políticos, organizaciones sociales, grupos deportivos, etc. Donde hay alguien que manda y alguien que cumple órdenes, sin discusión ni consenso sino a ciegas, puede hablarse de un clima de comunicación vertical.

Una característica importante de la comunicación vertical es que no admite discusión sino su cumplimiento fiel. Su otro nombre es **comunicación autoritaria**.

Generalmente la comunicación vertical o autoritaria está asociada a líderes o jefes que ejercen el poder sin discusión ni consensos sino a través de órdenes o acuerdos unilaterales, es decir, sin consulta alguna.

Pero también la comunicación vertical puede estar **oculta o disimulada** cuando los mensajes no se nos envían de manera directa sino indirecta o encubierta, generalmente es a través de símbolos, colores, formas, juegos de lenguaje, etcétera.



Foto: Marco Tulio Araya

¿Qué lectura podemos hacer de este símbolo?

Comento con mis compañeras y compañeros mis impresiones

Comunicación horizontal

En este tipo de comunicación, si bien es cierto que, se reconocen los niveles jerárquicos no se toman éstos como parámetros para emitir y recibir mensajes. Generalmente la comunicación horizontal toma muy en cuenta el consenso y respeta el disenso aunque este sea minoritario. La comunicación horizontal no impone sino propone, provoca análisis y discusión. Los procesos de toma de decisiones mediante la comunicación horizontal son asumidos con mayor responsabilidad por parte de todos los actores involucrados. No hay un acto de ordenar y obedecer ciegamente, por el contrario, existe una toma de conciencia de nuestros deberes y obligaciones sin que medien las órdenes expresas.

La comunicación horizontal es reflejo de la democracia. En sociedades autoritarias los flujos de comunicación que se suceden son verticales. En las sociedades democráticas se practican los flujos de comunicación horizontal. El líder democrático provoca, pero no impone, estimula el diálogo, el análisis y toma de decisiones colectivas. La comunicación horizontal es llamada también **dialógica o diálogo**.



La comunicación humana

Una de las mayores virtudes de la humanidad es su capacidad para comunicarse. A su natural capacidad para expresarse en forma oral a través del lenguaje articulado, la humanidad ha inventado un sinnúmero de formas para establecer relaciones entre sí.

Sin duda lo que diferencia al ser humano de otras especies vivas es su capacidad comunicativa a través de múltiples códigos y sistemas, y a su cada vez más desarrollada fortaleza para multiplicar esas formas de comunicación e inventar nuevas. Sin lugar a dudas, toda la acumulación cultural de la humanidad se basa en todas sus herramientas de comunicación. Sencillamente no podría imaginarse que ninguna cultura pudiese subsistir y dejar huella de su paso por el planeta si no hubiese utilizado diversas formas de comunicar y de comunicarse.

A continuación se mencionan, a manera de ejemplo, dos grandes formas de comunicación humana:

- Comunicación verbal
- Comunicación no verbal

Comunicación verbal

Esta se establece a través del lenguaje articulado, ya sea en forma oral o hablada y en forma escrita. El código de la comunicación verbal es el idioma. Este código nos permite la utilización de una serie de signos y sus respectivos sonidos que, articulados, forman sílabas, palabras, frases, oraciones, párrafos y textos completos.

Cada idioma tiene su propia gramática, es decir, su particular manera de seleccionar y combinar sonidos y signos gráficos o escritos. Y a veces, de un mismo idioma se desprenden diferentes usos de éste, lo que constituyen los llamados dialectos, y restringiendo aun más este concepto, los regionalismos.

Un mismo idioma puede tener varios dialectos o regionalismos, a tal grado que muchas palabras no se entienden o tienen un significado diferente de un lugar a otro. En Guatemala existen 22 idiomas mayas, el garífuna, el xinka y el español. Pero además coexisten otros idiomas extranjeros que, aunque hablados por grupos minoritarios, conforman la realidad lingüística del país.

Ante esta realidad multilingüística de Guatemala, las y los guatemaltecos tenemos un reto que aún no se cumple: la intercomunicación entre las variadas expresiones culturales que habitamos el territorio nacional. La identidad nacional debiera caracterizarse por una efectiva mezcla de estas expresiones culturales y lingüísticas. Somos un país rico en idiomas y en culturas que aún no alcanza la plenitud de su convicción multicultural e intercultural.

Investigo y escribo

Realizo una pequeña investigación sobre los idiomas mayas que se hablan en Guatemala. Escribo aquí por lo menos 15 de ellos y los lugares donde se hablan.



Comunicación no verbal

Entendemos por comunicación no verbal toda la capacidad del ser humano para darse a entender mediante el uso de formas no lingüísticas. Todos los grupos humanos hacen uso de estas formas de comunicación de manera muy particular. Entre estas podemos mencionar:

- Lenguaje de gestos
- Lenguaje de movimientos
- Lenguaje de objetos
- Lenguaje de símbolos
- Lenguaje de espacios

El lenguaje de gestos es aquel que usamos para comunicar con nuestro rostro (incluyendo la mirada), ciertos mensajes, entre ellos, alegría, desagrado, aprobación o desaprobación, enojo, tristeza, arrepentimiento, desgano, etc. Algunas personas son artistas del lenguaje de gestos y se les llama mimos.



Foto: <http://perso.orange.fr/persona.grata/MIMOS.marceau.gif>

El lenguaje de movimientos es llamado también **kinésico** o **kinestésico**. Consiste en usar nuestro cuerpo para expresarnos. En realidad, los seres humanos usamos el lenguaje de movimientos en nuestras tareas diarias, unas personas más que otras. Es muy común el uso de lenguaje de movimientos cuando usamos nuestras manos para enfatizar o reforzar lo que decimos.






Siguiendo con el ejemplo de los mimos, nos damos cuenta que éstos lo usan muy a propósito. En la vida cotidiana se usa muchas veces como un recurso para enfatizar o reforzar una conversación o exposición oral.

El lenguaje de objetos constituye una de las formas de comunicación no verbal más usadas. La humanidad se las ha ingeniado para usar objetos con valor comunicativo. Estos objetos pueden ser tomados de la misma realidad o bien elaborados con un fin específico.



 Foto: Marco Tulio Araya

Escribo en este espacio lo que me comunica la anterior fotografía:

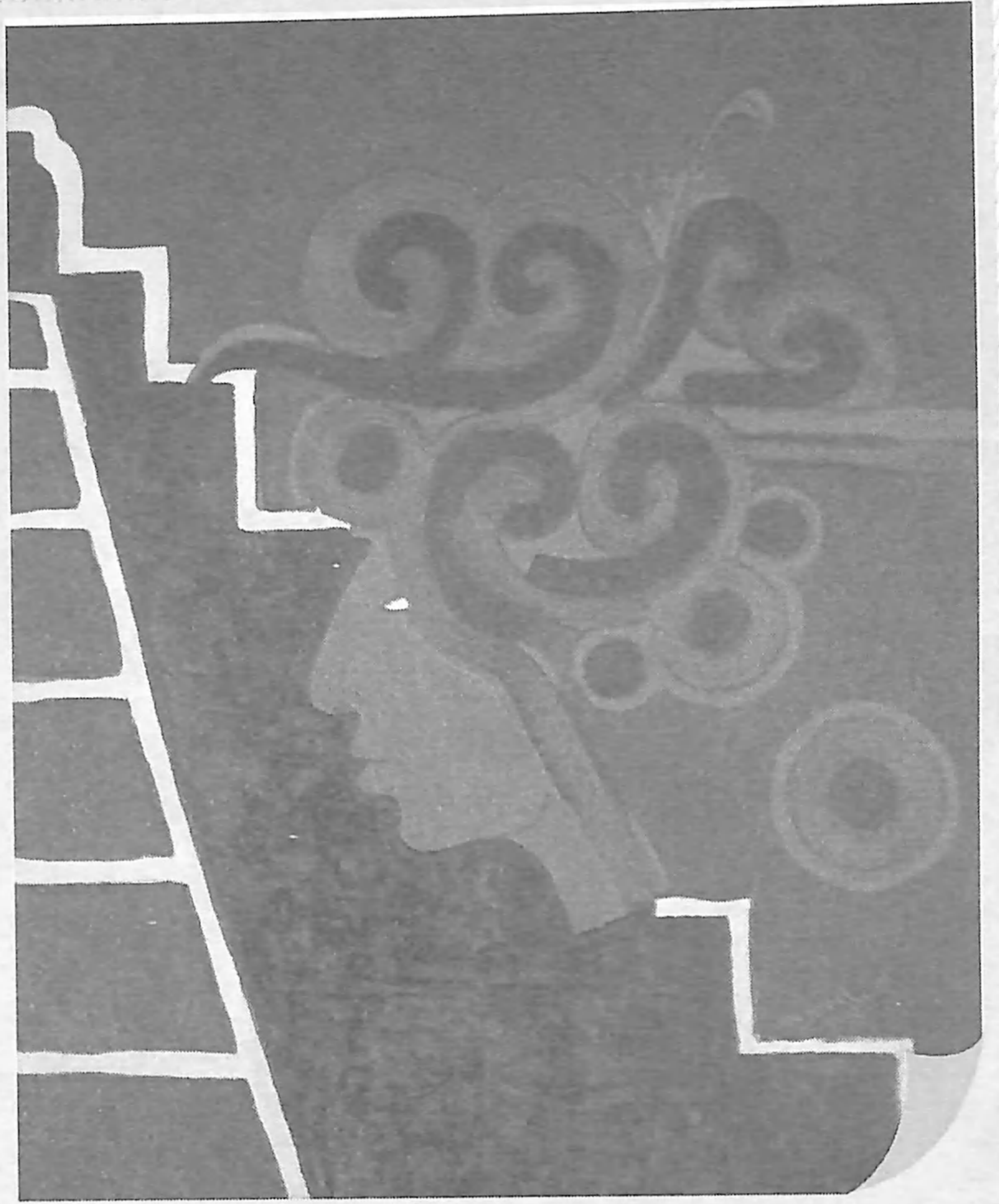
El lenguaje de símbolos es también un recurso muy usado por la humanidad. En realidad este lenguaje está conectado a la capacidad simbólica de las personas. Cada cultura ha creado una innumerable cantidad de símbolos. A veces no tienen ningún parecido con algún objeto de la realidad pero encierran un mensaje o concepto. Es conveniente indicar también que existen objetos de la realidad a los cuales los seres humanos les damos un valor simbólico.

Generalmente los símbolos se expresan a través de formas visuales, aunque también pueden tener otras manifestaciones, tales como: sonidos, olores y sabores. Es inmensa la capacidad simbólica de la humanidad y ha existido en todas las culturas y civilizaciones, desde las más primitivas hasta las más avanzadas tecnológicamente.





¿Qué simboliza para mí esta imagen?



Escribo aquí mis comentarios

A series of horizontal lines for writing comments, with a small circular icon on the left side of each line.

Fuente: <http://vonsechel.googlepages.com/Con-templo.jpg/Con-templo-full.jpg> -

El lenguaje de espacios o espacial es otro recurso de comunicación de la humanidad. Las diferentes culturas manejan el concepto de espacio o relación (cercanía/lejanía) de diferente manera. En algunas culturas las mujeres deben mantenerse a cierta distancia de los hombres, en otras, la distancia es un elemento sin importancia.

El espacio no tiene relación sólo con el concepto de distancia entre personas; es también un recurso que comunica cómo los pueblos manejan sus entornos vitales. El diseño de las calles y avenidas, el diseño y ubicación de las casas, los edificios públicos, la ubicación de las instituciones religiosas, políticas, etc., envían mensajes a veces sin algún propósito establecido por un emisor. Lo cierto es que cuando visitamos por primera vez una comunidad, una ciudad, un pueblo, lo primero que salta a la vista es cómo están diseñadas las calles y avenidas, sus edificios, y otros recursos de arquitectura.



La comunicación popular

Voy camino a mi trabajo. En el trayecto encuentro una manifestación con personas que portan pancartas, hablan a través de megáfonos, pintan las paredes de algunos viejos edificios con mensajes de protesta. Yo me uno a ellos en sus justas demandas y participo en la elaboración de mensajes que ayudan a elevar los estados de ánimo de los manifestantes. Estoy utilizando la comunicación popular.

La comunicación popular se distingue porque tiene un propósito y un emisor específico. En primer lugar sirve para manifestar puntos de vista, sentimientos, ideas y conductas de sectores que de otra manera no tienen acceso a medios masivos o comerciales. El emisor es casi siempre personas, líderes o sectores de la población que no tienen acceso a medios masivos comerciales o estatales.

No todo lo que parece es popular:

A veces los medios masivos de comunicación comercial utilizan recursos populares tales como: líderes de opinión, pintas, pancartas, etc., para promover sus ideas o propagar mensajes comerciales o institucionales. Esos, aunque parezcan, no constituyen comunicación popular.

Para que una comunicación sea considerada como popular debe reunir, al menos, las siguientes características:

- Quien emite el mensaje, o sea el emisor, debe ser una persona o personas de grupos procedentes de la población.
- Los mensajes que se transmitan deben responder a necesidades de comunicación de la población.
- Los medios de comunicación (radio, prensa, audiovisuales, pancartas, boletines, mantas, etc.) deben ser manejados por sectores provenientes de la población.
- Quienes manejan los medios deben permitir el proceso de retorno de la comunicación, o sea, las respuestas a los mensajes recibidos, usando el mismo medio o bien medios alternos.





Leo y reflexiono

La comunicación popular no es sinónimo de miseria. En este sentido la comunicación popular también debería utilizar los mejores canales, los mejores materiales, formas muy avanzadas como la Internet. Lo que define la comunicación popular es más bien, el propósito que se persigue con sus mensajes y el nivel de participación de los sectores ciudadanos en la planificación, construcción, difusión y socialización de sus contenidos.

La comunicación popular es un concepto muy amplio. No sólo son comunicación popular las pancartas, mantas y volantes que se muestran en una manifestación. También son comunicación popular los mensajes alternativos que se transmiten a través de radios comunitarias, radios cantonales, circuitos cerrados de mercados. Y por supuesto, son comunicación popular las artesanías, las ferias de barrio, los festivales indígenas, los días de mercado. Hay muchísimas formas de relaciones humanas que pueden ser calificadas como comunicación popular.

Observo la siguiente fotografía y explico lo siguiente:

- ¿Qué mensaje o mensajes transmite la fotografía?
- ¿Por qué es comunicación popular esta fotografía?
- ¿Qué elementos contiene que la convierten en un mensaje popular?



Foto: Hugo Interiano

Anoto aquí mis respuestas:



Producción de mensajes

La claridad en la comunicación es clave para lograr los objetivos propuestos. El alma de la comunicación son los mensajes. Entendemos por mensaje todo conjunto de ideas o sentimientos expresados a través de cualquier lenguaje: verbal, gestual, corporal, objetual, etcétera.

Los mensajes que se producen usando el lenguaje verbal, independiente de cuál sea el idioma utilizado, deben tener las siguientes cualidades básicas:

- Claridad
- Precisión
- Interés
- Mediación

La **claridad** en los mensajes se consigue usando las palabras adecuadas para estructurar el mensaje. Un mensaje claro es aquel que no se presenta con enredos o palabras rebuscadas. Esta cualidad permite una correcta interpretación por parte del usuario o público receptor.

La **precisión** se consigue seleccionando las palabras necesarias para elaborar un mensaje. Un mensaje preciso es aquel que no enreda ni se presta a interpretaciones equivocadas. Se utiliza el mínimo de palabras para expresar ideas completas y sentimientos completos.

En todo mensaje que se produce para provocar un efecto en la ciudadanía debe prevalecer un interés. **El interés** se conoce también como **motivación**. Es el conjunto de energías positivas que produce el mensaje para cumplir con el propósito del mismo. Por ejemplo, si se trata de un mensaje destinado a mejorar la salud de la ciudadanía, el interés está centrado en cuidar la salud de la niñez, las mujeres y la ancianidad. Podemos decir que el interés es el resorte que mueve la participación ciudadana en los asuntos sociales y comunitarios.

Pero también los mensajes deben tener un mínimo tratamiento didáctico que los haga más accesibles a la población, tomando en cuenta los diversos niveles de formación ciudadana en el plano educativo. Este tratamiento se conoce como **mediación**. Para lograr un buen nivel de penetración y aceptación de los mensajes, éstos deben estar mediados tomando en cuenta elementos multiculturales e interculturales, equidad de género, contexto social, educativo y cultural de los grupos a los cuales van dirigidos.



Técnicas para relacionarse con la prensa

La palabra prensa se usa para denominar a los medios escritos, radiales y televisivos que hacen periodismo. El periodismo por su parte es la disciplina de la comunicación que se encarga en difundir noticias sobre acontecimientos de reciente suceso.

Es necesario conocer cómo funciona la prensa para entender por qué algunas veces no se interesan en lo que hacemos o decimos. Conocer este funcionamiento nos permitirá tener mayor éxito en la cobertura periodística de nuestras actividades.

En este capítulo analizaremos algunos consejos que los expertos recomiendan para establecer relaciones con la prensa:

1. Es importante elaborar bien la información escrita que se da a los medios. Acompañela, siempre que pueda, con material gráfico, especialmente fotografías de buena calidad.
2. Redacte las notas de prensa periódicamente, como si fueran a publicarse.
3. Concentre toda la carga informativa en el primer párrafo de la nota periodística, en donde explique el qué, quién, cuándo, dónde del acontecimiento o noticia. En un segundo párrafo puede explicar el cómo y por qué. En un tercer párrafo puede hacer un cierre con un dato importante del hecho que se está dando a conocer.
4. Sea conciso y claro. Elimine lo que no sea estrictamente necesario para construir su mensaje y use frases cortas.
5. Una forma descuidada de redacción desprestigia un escrito. Asegúrese de que los comunicados de prensa conserven una correcta puntuación, redacción y demás requisitos ortográficos.
6. Evite, en lo posible, las generalizaciones y las opiniones. Destaque los hechos. Si tiene que dar una opinión, recurra a las citas.
7. Identifique bien el origen de las fuentes, datos, citas y declaraciones. Una fuente es la que nos proporciona la información para ser publicada. La fuente puede ser una persona en particular o una institución u organización que emite la información.
8. Cuide mucho su credibilidad. Asegúrese de que lo que informa tenga un origen real para no tener que inventar nada. Todo lo que diga debe tener un respaldo en documentos o declaraciones de otras personas confiables.
9. Los temas que más probabilidad tienen de ser acogidos por los medios son los que ya están siendo noticia. Téngalo en cuenta a la hora de seleccionar las cuestiones sobre las que conviene insistir en los comunicados enviados a la prensa. No insista en temas viejos o ya informados por la prensa porque no le darán importancia.
10. Las cartas al director pueden ser un medio para hacer llegar una opinión. Anime a sus compañeros y compañeras a que hagan uso de este procedimiento.
11. Facilite, de ser posible, una "carpeta de prensa", con datos sobre el tema acompañados de fotografías de buena calidad. Una mala fotografía no le sirve a la prensa y no la publican. También puede incluir en la carpeta boletines, folletos, informes especiales y otros materiales de interés público.
12. Cuando dé declaraciones a la radio o la televisión trate de informar al principio lo más importante. De una declaración suya el medio de comunicación recogerá sólo diez o quince segundos. En este tiempo usted tiene que decir lo más importante.



Organización de conferencias de prensa

Las conferencias de prensa son un recurso para que las organizaciones expresen a la opinión pública sus puntos de vista respecto a temas de interés social y nacional. Sin embargo, éstas deben organizarse siguiendo unos pasos que garanticen que los medios de comunicación asistirán al evento y difundirán sus mensajes.

Por tal razón, es importante establecer el tema en función de:

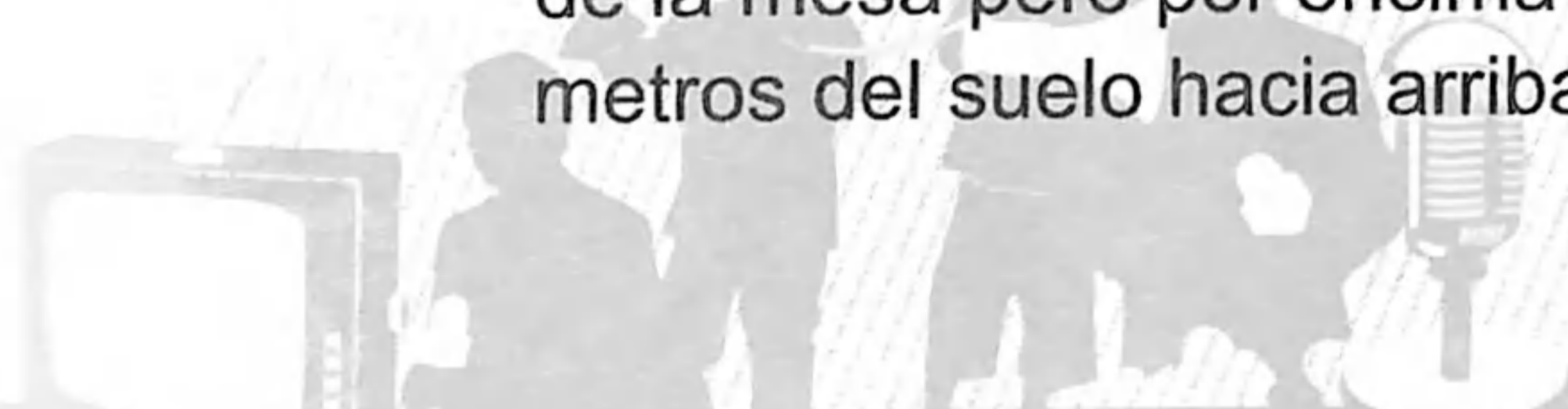
- Interés periodístico
- Interés social
- Objetivos
- Límites del tema
- Ángulos de información

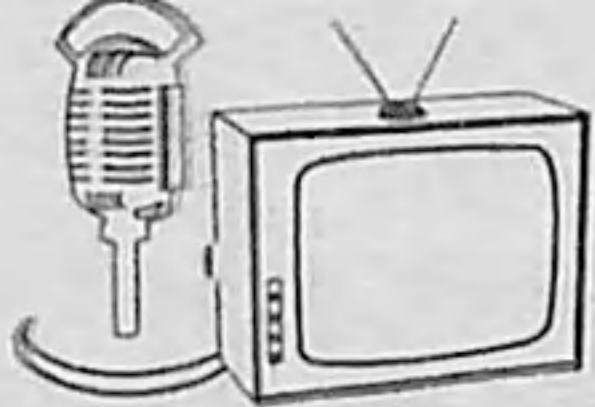
Antes de la conferencia:

- Elaborar listado de invitados
- Redactar una invitación con los datos siguientes:
 - Institución que convoca o invita
 - Nombre del tema
 - Sede o lugar del evento
 - Fecha y hora
- Enviar invitación con dos o tres días de anticipación
- Llamar por teléfono para confirmar que hayan recibido la invitación y luego
- Confirmar la asistencia
- Designar a personas encargadas de atender a los asistentes
- Designar la voz principal
- Designar el presentador-moderador/a

Preparando el escenario de la conferencia:

- Colocar una mesa con el número exacto de sillas que se necesitarán.
- Cubrir la mesa con un mantel limpio.
- Colocar en la mesa un pichel con agua y un número exacto de vasos de vidrio.
- No colocar flores ni otros elementos que distraigan la vista y le resten visibilidad a los fotógrafos camarógrafos.
- Se recomienda colocar pies de mesa (identificadores) con los nombres de la o las personas que darán declaración o bien, que darán la conferencia puesto que algunos periodistas no llegan al inicio de la presentación y no toman nota de los nombres e institución que representa cada persona.
- Si se va a hacer uso de micrófonos, proyectores u otros aparatos, tenerlos debidamente probados y listos antes de iniciar el evento.
- Colocar suficientes sillas de acuerdo al número de invitados y de ser posible, un poco más.
- Si se tiene manta u otra manera de presentación de la institución, colocarla detrás de los integrantes de la mesa pero por encima de sus cabezas, en la posición de sentados. Metro y medio o dos metros del suelo hacia arriba es una buena altura.





Durante la conferencia:

- Integrar la mesa con el/la presentador/a y la voz principal u otro invitado especial. Tres personas es un número ideal.
- Hacer la presentación de los integrantes de mesa por parte del presentador/a.
- Dar la palabra a la voz principal e indicar cuál es su cargo dentro de la institución.
- La voz principal hará la presentación del tema, haciendo uso de no más de diez minutos.
- Abrir espacio de preguntas y respuestas.
- Distribuir boletín informativo respecto al tema tratado.
- Agradecer la asistencia de los asistentes.
- Invitar al refrigerio, si hubiese.

Después de la conferencia:

- Como una cortesía y para mantener abiertos los canales de comunicación entre la institución y el medio o quien cubrió el evento, es conveniente enviar una nota de agradecimiento al director o directora del medio y al o la periodista que cubrió la conferencia.

¿Cómo elaborar comunicados de prensa?

Un comunicado de prensa es un documento que se redacta con el propósito de dar una información oficial sobre algún tema, problema o situación que interese a la organización o institución dar a conocer a los medios de comunicación.

Aspectos de forma:

- Usar papel membretado (hojas que contienen el logotipo que identifica a la organización)
- Identificar el comunicado con:
- Escribir el nombre "Comunicado de prensa"
- Título del tema
- Fecha de publicación
- Texto del comunicado

Aspectos de fondo:

- Referirse directamente al tema objetivo.
- Dejar sentada la posición de la organización respecto al tema.
- Ser claro, conciso y directo.
- No especular sino dar elementos probatorios: datos, cifras, hechos.
- Ofrecer el ángulo periodístico de la información.



Análisis de mensajes

El contenido de lo que decimos a veces es tan importante como la forma como lo decimos. Al estructurar un mensaje debemos tener muy en cuenta que las palabras y las representaciones gráficas son portadoras de mensajes que a veces pasan desapercibidos por quienes elaboran el mensaje pero que producen un efecto en la ciudadanía que los recibe.

En los mensajes impresos que transmitimos, por ejemplo, tienen importancia las formas, los colores, la distribución de los objetos en el espacio impreso y las palabras que se usan en la construcción de los mensajes. Lo que no se dice también tiene mucha importancia en algunos mensajes.

En la comunicación audiovisual son importantes aspectos tales como: iluminación, selección y combinación de elementos visuales, manejo de espacios, encuadres de cámara, entonación de la voz, etc. Cada uno de estos elementos a veces reafirman un mensaje; otras lo encubren o distorsionan.

Miro y comento

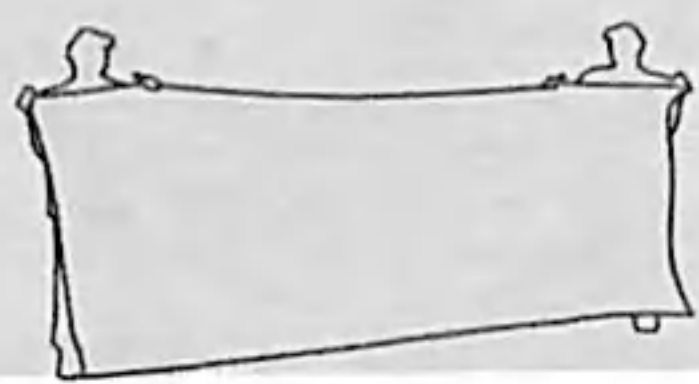


¿Qué significa para mí el Chavo del Ocho?

Cuando miro el Chavo del Ocho, ¿a qué realidad social me transporta?

A veces, en un mensaje aparentemente ingenuo y gracioso, puede ocultarse un mensaje encubierto, llamado metamensaje. Un discurso o mensaje puede contener varios metamensajes, los cuales son descubiertos sólo cuando hacemos un esfuerzo de interpretación. Es muy común encontrar metamensajes de carácter sexista, racista o de diversa índole.





Hay mensajes ya sea verbales, gráficos o de otra naturaleza que no necesitan mayor esfuerzo para encontrar sus metamensajes. En otros está tan bien disimulado el metamensaje que es preciso aplicar ciertas herramientas de análisis para establecer su contenido encubierto. Estas herramientas pueden ser tomadas de una ciencia que se llama Semiótica o Semiología.

Algunas de estas herramientas son los conceptos de denotación y connotación. Por denotación entendemos el significado directo, literal, de un signo o mensaje. Por connotación se entiende la cadena de interpretaciones que un signo, palabra o mensaje puede sugerir.

La Cenicienta

Hubo una vez una joven muy bella que no tenía padres, sino madrastra, una viuda impertinente con dos hijas, una más fea que la otra. Era ella quien hacía los trabajos más duros de la casa y como sus vestidos estaban siempre tan manchados de ceniza, todos la llamaban Cenicienta.

Un día el Rey de aquel país anunció que iba a dar una gran fiesta a la que invitaba a todas las jóvenes casaderas del reino.

- Tú Cenicienta, no irás -dijo la madrastra-. Te quedarás en casa limpiando el suelo y preparando la cena para cuando volvamos.

Así, llegó el día del baile y Cenicienta apesadumbrada vio partir a sus hermanastras hacia el Palacio Real. Cuando se encontró sola en la cocina no pudo reprimir sus sollozos.

- ¿Por qué seré tan desgraciada? -exclamó-.

De pronto se le apareció su hada madrina.

- No te preocupes -exclamó el hada-. Tú también podrás ir al baile, pero con una condición, que cuando el reloj de palacio dé las doce campanadas tendrás que regresar sin falta. Y tocándola con su varita mágica la transformó en una maravillosa joven.

La llegada de Cenicienta al Palacio causó honda admiración. Al entrar en la sala de baile, el Rey quedó tan prendado de su belleza que bailó con ella toda la noche. Sus hermanastras no la reconocieron y se preguntaban quién sería aquella joven.

En medio de tanta felicidad Cenicienta oyó sonar en el reloj de Palacio las doce.

- ¡Oh, Dios mío! ¡Tengo que irme! -exclamó-.

Como un rayo atravesó el salón y bajó la escalinata perdiendo en su huída un zapato, que el Rey recogió asombrado.

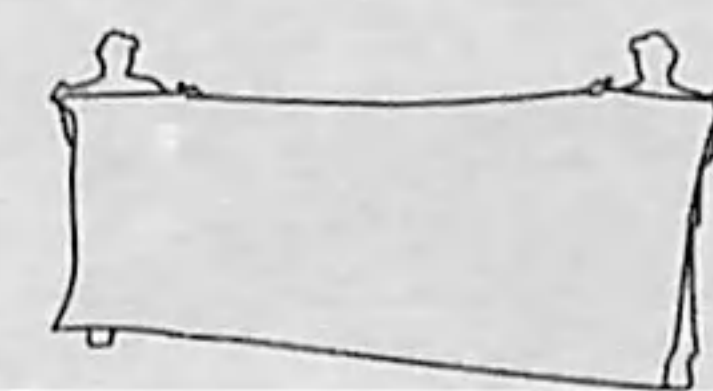
Para encontrar a la bella joven, el Rey ideó un plan. Se casaría con aquella que pudiera calzarse el zapato. Envío a sus heraldos a recorrer todo el Reino. Las doncellas se lo probaban en vano, pues no había ni una a quien le fuera bien el zapatito.

Al fin llegaron a casa de Cenicienta, y claro está que sus hermanastras no pudieron calzar el zapato, pero cuando se lo puso Cenicienta vieron con estupor que le entraba perfecto.

Y así sucedió que el Rey se casó con la joven y vivieron muy felices.

<http://personales.mundivia.es/llera/cuentos/cenicienta.htm>





Reflexiono

Después de leer el cuento anterior, respondo las siguientes interrogantes, según mi opinión:

¿Cuál es la lectura denotativa del cuento, es decir, de qué trata el mismo?

¿Cuál es la lectura connotativa del cuento, es decir, qué interpretaciones puede hacer de los personajes principales?

¿Cuál es, según mi criterio, el mensaje moral que encierra el cuento?

¿Cuál es el papel que representa la madrastra?

¿Cuál es el papel que representan las hermanas?

¿Cuál es el papel que representa el rey?

¿Cuál es el papel que representa el hada madrina?

En la vida real, ¿son todas las madrastras y hermanastras, malas y envidiosas?
Expreso mi opinión al respecto.

¿Puede una mujer sobresalir sobre las demás sólo por la vía del esplendor y la belleza sobrenatural? Expreso mi opinión.



Las trampas del lenguaje

La humanidad ha necesitado del lenguaje para comunicarse. De esta manera ha inventado múltiples formas de lenguaje. Sin embargo, las palabras, las imágenes y signos en general, a veces son usadas de manera tal que encierran conceptos diferentes a los pensados, distorsionando de esta manera el mensaje enviado.

Lo anterior sucede porque cada mensaje que estructuramos para ser enviado tiene el sello característico de nuestra forma de ver y percibir el mundo y también de nuestra cultura. Si vivimos en un contexto machista, los mensajes que elaboremos y enviemos reflejarán esa concepción machista. De esta misma manera se reflejan también otros esquemas sociales, tales como el consumismo, la objetualización o cosificación de la mujer, la discriminación étnica, etcétera.

Por supuesto que en estos problemas de comunicación se incurre a veces de manera inconsciente, no planificada. Lo vemos como lo más natural y en ese sentido se dice que hemos “internalizado nuestros esquemas”, o sea, hemos normalizado lo anormal.

Las trampas del lenguaje se descubren sólo después de una minuciosa lectura del mensaje. Esta lectura se hace atendiendo algunos criterios establecidos previamente. Entre estos criterios se encuentran:

Enfoque de género en el mensaje.
Uso del sujeto y formas de predicación.

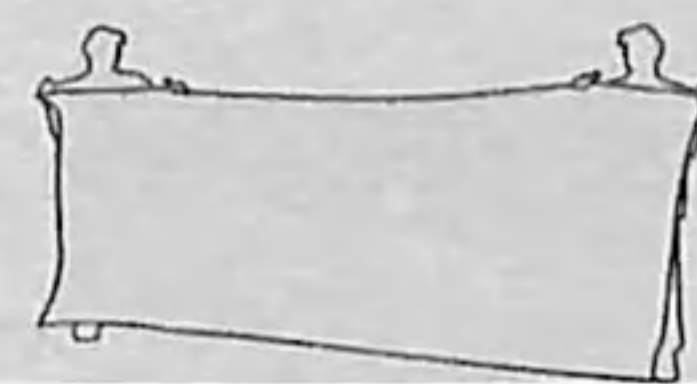
Ejemplo:

“El hombre apareció sobre la faz de la Tierra hace millones de años”. En este mensaje tan corto se invisibiliza a la mujer, con lo cual se podría pensar que se cae en un esquema machista.

Ejercito mi mente

Pienso en un caso de publicidad comercial donde aparezca el hombre predominando sobre la mujer.

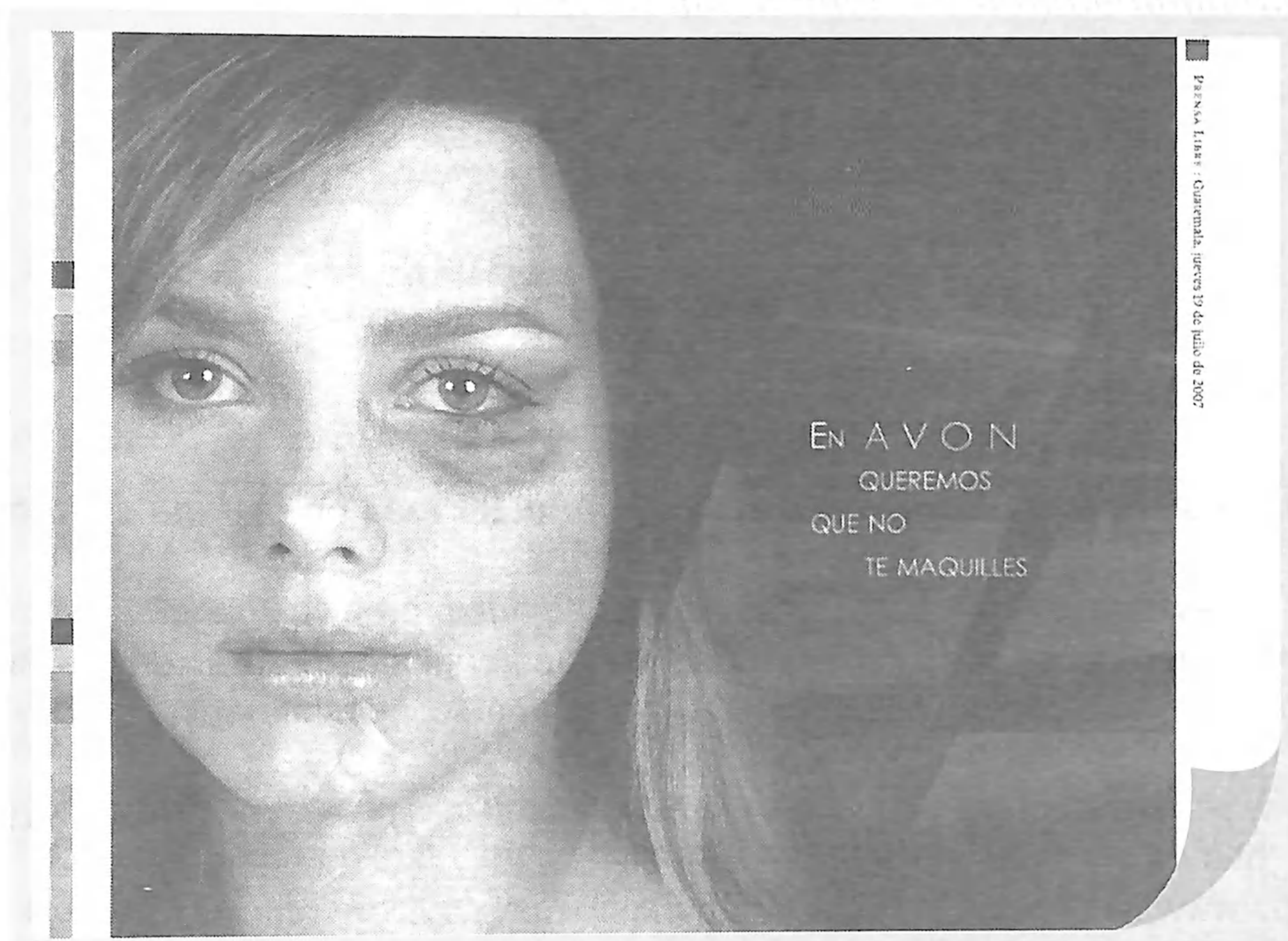




Enfoque cultural del mensaje. Qué cultura refleja el mensaje.

Un mensaje también puede reflejar situaciones culturales diferentes a las de su grupo objetivo.

Objetualización de la mujer. En algunos mensajes, verbales, visuales o conductuales, la mujer aparece como un objeto y no como actora. Especialmente la publicidad ha contribuido a fomentar esta situación. Sobre todo en la cultura occidental, las imágenes de mujeres son usadas para anuncios publicitarios de automóviles, licores, jabones, etcétera.



Observo la imagen anterior y analizo lo siguiente:

¿Cuál es el mensaje denotativo?

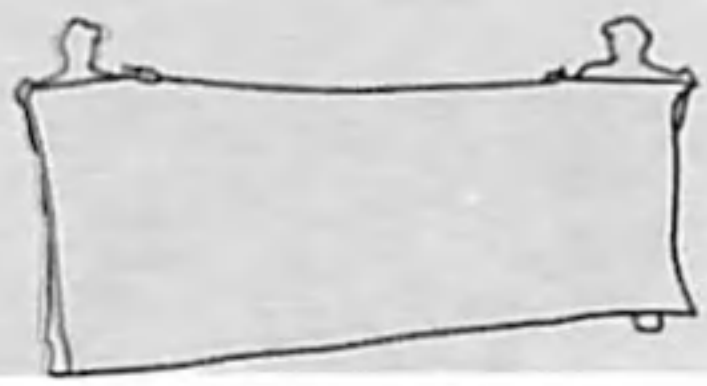
¿Cuál es el mensaje connotativo?

¿Qué relación existe entre la imagen visual y el mensaje verbal?

¿Qué conclusiones puedo sacar de este mensaje?

¿En qué otras situaciones de comunicación me siento utilizada, además de la publicidad comercial?





Sitios de Internet:

Sitios de Internet que pueden consultarse para profundizar más en el tema de la comunicación:

http://www.fortunecity.com/oasis/acapulco/2/index_archivos/page0007.htm

http://www.kellyservices.com.mx/web/mx/services/es/pages/comunicacion_efectiva.html

<http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-210-1-la-comunicacion-intercultural-como-base-para-una-comunicacio.html>

<http://www.policyproject.com/pubs/advocacy/Spanish/Policy%20Proj%20Sec%20I-2.pdf>

<http://www.fao.org/DOCREP/005/X0475S/x0475s0c.htm#TopOfPage>

<http://www.tendencias21.net/estrategar/index.php?action=article&numero=18>

<http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/comunicacion-estrategica.htm>

http://www.lacoctelera.com/com_estrategica

<http://www.sjsu.edu/faculty/fvarona/CoEstInter%20Adecin%201999.pdf>

<http://www.monografias.com/trabajos17/comunicacion-integrada/comunicacion-integrada.shtml>





Bibliografía

- Costa, Joan. La comunicación en acción. Editorial Paidós, México, 1999.
- Escarpit, Robert. Teoría General de la Información y la Comunicación. Editorial Icaria, España, 1977.
- Flores de Gortari, Sergio y Emiliano Orozco. Hacia una comunicación administrativa integral. Editorial Trillas, México, 1990.
- Hybels, Sanra y Richard Weaver. La Comunicación. Editorial Logos, México, 1979.
- Interiano, Carlos. Comunicación y cultura de masas en Guatemala. Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala, 2003.
- Interiano, Carlos. Manual del Discurso Político. Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala, 2004.
- Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación. Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala, 2004.
- Lerbinger, Otto. Diseños para una comunicación persuasiva. Editorial El Manual Moderno, México, 1999.
- Lucas Marín y otros autores. Sociología de la comunicación. Editorial Trotta, Valladolid, 1999.
- Martínez Selva, José María. Aprender a comunicarse en público. Editorial Paidós, España, 2001.
- Pardinas, Felipe. Manual de Comunicación Social. Editorial Edicol, México, 1978.
- Prieto, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Editorial Edicol, México, 1990.
- Reardon, Kathlenn K. La persuasión en la comunicación. Editorial Paidós, México, 1991.



Glosario:

- Autocensura:** Restricciones a la libre expresión impuestas así misma por la propia ciudadanía ante el temor de sanciones por parte de órganos de poder público o privado.
- Autoritarismo:** Actitud de quien ejerce con exceso su autoridad (DRAE).
- Barrera:** Es la interferencia que se produce entre la emisión y recepción de un mensaje. La diferencia entre ruido es que éste puede ser superado mediante algunos recursos técnicos; en tanto que las barreras son insuperables. La barrera no permite que el mensaje llegue; el ruido permite que el mensaje llegue con algún grado de deficiencia.
- Canal mediático:** Son los medios artificiales de alta tecnología por donde se transmiten los mensajes: Internet, televisión, radio, cine, teléfono y otros.
- Canal:** Es el medio que permite transportar un mensaje. El canal puede ser natural o artificial.
- Censura:** Restricciones a la libre expresión de la ciudadanía ejercida por órganos de poder público o privado.
- Código:** Conjunto de signos y reglas que sirven para estructurar los mensajes. Los códigos pueden ser verbales y no verbales.
- Comunicado:** Declaración pública que hace una persona, institución u organización respecto a un tema de interés.
- Contexto:** Es el medio socioeconómico y cultural, donde se produce y se recibe el mensaje.
- Describir:** Representar los objetos por medio del lenguaje verbal.
- Diagrama:** Representación gráfica de la distribución de los diferentes elementos que se colocarán en una página, antes de imprimirse.
- Discurso:** Conjunto de ideas que conforman un mensaje, ya sea verbal o no verbal.
- Distorsión:** Alteración que recibe un mensaje debido a distintas clases de ruidos.
- Emisor:** Es quien emite el mensaje. También se le llama fuente.
- Informes:** Descripción, oral o escrita, de las características y circunstancias de un suceso o asunto (DRAE).
- Logotipo:** Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., que identifican a una institución, organización, empresa, conmemoración, marca o producto.
- Memorándum:** Informe en que se expone algo que debe tenerse en cuenta para una acción o en determinado asunto (DRAE).
- Mensaje:** Conjunto de ideas, actitudes y comportamientos que se estructuran en base a códigos específicos.
- Ondas sonoras:** Las que propagan el sonido en el espacio o ambiente.
- Partes:** Informes especiales que se rinden a solicitud de una autoridad superior.
- Receptor:** Es quien recibe el mensaje. También se le llama destinatario.
- Resoluble:** Que puede resolverse.
- Retroalimentación:** Es la respuesta o conjunto de respuestas que se reciben por parte del receptor a los mensajes transmitidos. También se le llama retorno o feed back.
- Ruido:** Es la interferencia que se produce entre la emisión y la recepción de el mensaje. El ruido puede ser producido en el emisor, el receptor, en el canal, el contexto, el código, el receptor y en la retroalimentación. Los ruidos pueden ser físicos, fisiológicos, ambientales, electrónicos, ideológicos, psicológicos, etcétera.
- Semiología:** Teoría general que explica los sistemas de signos usados en las diferentes culturas.
- Semiótica:** Ciencia que explica los sistemas particulares de signos. Semiótica del cine, semiótica de la pintura, semiótica del teatro, etcétera.
- Unilateral:** Actitud o postura asumida sólo por una de las partes en un acto de comunicación.

Manual de Facilitación

Índice	Página
Presentación	46
1	
La enseñanza tradicional y la facilitación	47
Recomendaciones para facilitar un encuentro	49
Consideraciones para facilitar la enseñanza	51
2	
Planificación	
Diseño general	55
Diseño metodológico	58
3	
Ejecución del Plan General	61
Primera etapa: introducción	61
Segunda etapa: desarrollo	64
Tercera etapa: evaluación	67
4	
Técnicas, ejercicios didácticos y dinámicas.	69
Glosario	80
Bibliografía	81

Presentación

Hemos dedicado una parte del diplomado a ofrecerle a usted técnicas de facilitación con el fin de que tenga herramientas para que pueda enseñar con éxito los conocimientos técnicos que usted posee.

La idea del taller de facilitación es que usted aprenda a planificar, ejecutar y evaluar actividades de capacitación sea que usted facilite la actividad individualmente o forme parte de un grupo de facilitadores.

El punto de partida será diferenciar la educación “tradicional”, que maneja conceptos como: clase, lección, maestro, alumno, memorizar, aprender... con la “facilitación” que promueve otros conceptos como: encuentros, talleres, facilitador, participante, dialogar, pensar...

Luego veremos las diversas fases en las que se divide una actividad educativa como un taller, encuentro o reunión. Compartiremos técnicas, dinámicas y ejercicios didácticos, además le ofreceremos una serie de ejercicios y técnicas para mejorar las presentaciones de los materiales.

Esperamos que este esfuerzo sea aprovechado por usted para que crezca como facilitador o facilitadora.



La enseñanza tradicional y la facilitación

En este primer encuentro analizaremos el concepto, la práctica y las consecuencias de la enseñanza tradicional y estudiaremos algunas recomendaciones y consideraciones para facilitar la enseñanza.

Hay personas a las que les gusta enseñar -como dicen- tienen esa vocación o talento, pero hay otras que tienen dificultades para enseñar, sea porque les da temor enfrentarse a un grupo, sea porque no tienen paciencia o, porque carecen de técnicas.

Por un asunto de seguridad personal, casi siempre al enseñar tendemos a repetir nuestras experiencias de la escuela, colegio o universidad imitando la forma en que recibíamos clases. ¿Las recuerda?

El maestro o la maestra se colocaba frente a la clase, tenía un escritorio grande y una silla especial; a los estudiantes los colocaban en fila, un pupitre detrás del otro. La maestra o el maestro hablaban mucho o escribían en la pizarra y los estudiantes hablaban poco, sólo cuando le preguntaban y tenían que levantar la mano; los estudiantes escribían en el cuaderno, después aplicaban exámenes para ver cuánto habían aprendido.

Podríamos aventurarnos a decir que la forma en que se enseña en las escuelas y colegios es una mezcla de herencias culturales, actividades productivas económicas y dinámicas sociales. El anillo de graduación, las cintas de colores, la capa y toga que aún se utilizan en algunas graduaciones, son símbolos heredados de la Edad Media (*) donde los “sabios” se distinguían de los “ignorantes” y andaban en las calles pavoneándose y evitando mezclarse con la plebe.

La colocación de los pupitres uno detrás del otro, la arquitectura de la mayoría de centros educativos y la dinámica de clases y recreos es herencia de la Revolución Industrial (**) que buscaba preparar, o mejor dicho, condicionar las nuevas generaciones para la producción en fábricas.

En las fábricas se llama a los trabajadores mediante timbre o campana, se premia la puntualidad, la disciplina, la obediencia, la eficiencia en términos de producción. En las escuelas se reiteran estos conceptos y además se entrena a los niños y niñas desde muy pequeños para la competencia individual, para la repetición mecánica, para el conformismo.

Conceptos como la creatividad, solidaridad, iniciativa, innovación, diálogo, intercomunicación, etc., son muy escasos en los centros educativos.

* La Edad Media fue el periodo de la historia europea que se extiende del siglo quinto al siglo décimo quinto. Significa un periodo de estancamiento en todos los campos incluyendo el conocimiento y por supuesto la educación.

**La Revolución Industrial fue el periodo de la historia que se extiende entre la segunda mitad del siglo dieciocho y principios del siglo diecinueve en el que Europa, empezando en el Reino Unido, vive una gran transformación económica, social, tecnológica y cultural de la historia de la humanidad. La industria crece gracias a las nuevas máquinas que remplazan el trabajo manual y aumenta la producción en las fábricas.





Los tiempos cambian, la época de la revolución industrial ha quedado atrás, la tecnología y las ciencias evolucionaron, pero la educación no se renueva y sigue aplicando las mismas técnicas “formativas” y represivas; continúa inculcando los mismos conceptos desfasados, desarrollando materias que han sido ampliamente superadas por los descubrimientos tecnológicos. Prueba de esto es que un médico que haya nacido en el siglo pasado, si lo pusiéramos hoy en un quirófano, difícilmente podría realizar la misma operación porque los instrumentos y técnicas son muy distintos. En cambio si resucitáramos a un maestro que vivió en el siglo pasado y lo ponemos frente a un grupo de niños y niñas, jóvenes o estudiantes universitarios, no tendría mayor problema en dictar sus clases.

Vemos con preocupación el desfase entre lo que se enseña en las aulas y lo que ocurre en la cotidianidad. Lo que se enseña dentro de las aulas es ampliamente superado por los nuevos conocimientos que están a disposición de los estudiantes en bibliotecas virtuales, libros de investigación, periódicos especializados y en el gigantesco bazar digital llamado Internet. Así, mientras un educador sigue hablando de los nueve planetas del Sistema Solar, (porque así está en el programa de estudio), un estudiante de segundo grado de primaria puede mostrarle fotografías, no sólo de los planetas descubiertos sino de otros sistemas solares nuevos, e incluso puede mostrarle comparaciones del tamaño de diversos cuerpos celestes de las diversas galaxias.

El otro desfase que se evidencia en el sistema educativo tradicional es la forma en que se enseña. Mientras el maestro sigue escribiendo en la pizarra para que los estudiantes copien en el cuaderno, en las afueras del centro educativo están los videojuegos llenos de colores, luces y sonidos donde “la enseñanza” es a base de programas interactivos, multimediales llenos de dinamismo.

Uno de los retos más serios que deben enfrentar nuestras sociedades es adecuar los métodos, técnicas y currículo educativos a los nuevos descubrimientos tecnológicos con el fin de preparar a las nuevas generaciones para aprovechar al máximo estas oportunidades.

Lo que estamos planteando de entrada es la importancia de iniciar ese cambio proponiendo nuevas técnicas y métodos más efectivos y agradables en la enseñanza aprendizaje. Como ese cambio necesita muchas manos que lo empujen esperamos contar con las suyas.

Cambiando palabras para cambiar conceptos

Las palabras describen conceptos y los conceptos van formando modelos. Así palabras como “disciplinado”, “puntual”, “obediente”, “estudioso”... nos lleva al concepto del “estudiante ideal” en el sistema educativo tradicional.

Es importante entonces cambiar algunas palabras con el fin de renovar conceptos, por ejemplo, las palabras “lección” o “clase” refieren a la educación tradicional donde hay un “maestro sabio” que enseña a “alumnos ignorantes” que aprenden. En lugar de “lección” o “clase” podemos hablar de encuentros, contactos, o talleres, donde el facilitador o facilitadora construye conocimientos con las y los participantes de manera más alegre, participativa y animada.





Cada participante debe construir su propio conocimiento en conjunto con sus compañeros y compañeras de estudio y ayudados por el facilitador o facilitadora quienes tienen la misión de facilitar el aprendizaje. El facilitador participa y aprenda todos. La tarea del facilitador es lograr que los participantes conversen entre sí, que se interesen en el tema y construyan el aprendizaje.

En la educación tradicional las y los estudiantes son colocados en fila, uno detrás de otro con el propósito de evitar que estén conversando entre sí, se acostumbren a ordenarse en filas y se concentren en lo que están haciendo. Este es un entrenamiento para que más tarde, cuando sean trabajadores puedan ser más productivos y "no pierdan tiempo" conversando con los demás.

Para ser coherente con un cambio de este sistema tradicional conviene variar la forma en que se colocan los participantes de un encuentro, porque si la educación tradicional busca el aislamiento y el individualismo, lo contrario es participación, socialización, solidaridad. En una clase tradicional se colocan los pupitres o sillas una detrás de otra, así la comunicación entre las personas se hace muy difícil y ni qué decir de la participación. En el taller se colocan las sillas en círculo o en semicírculo con el fin de que todos se vean y haya mucha comunicación.

En cuanto a lugares se debe pensar no sólo en el aula sino en otros lugares donde también se aprende, por ejemplo sentados en el piso o a la sombra de un árbol, en la calle o en la plaza del barrio.

Presentamos algunas formas alternativas de colocar el mobiliario con el fin de motivar la participación.

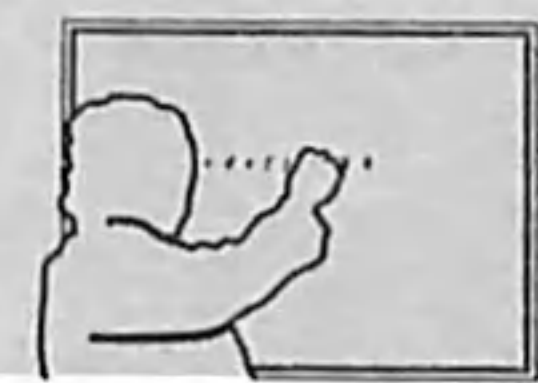


Algunas recomendaciones para facilitar un encuentro

El facilitador o facilitadora es quien planifica con detenimiento cada paso del encuentro taller. Es responsable de que las actividades se desarrollen según lo planificado, que los materiales estén a tiempo, que los temas queden claros, que el ambiente sea agradable y que se cumplan los objetivos. Es importante que la planificación que hace sea flexible para permitir la inclusión de contenidos y sugerencias de las y los participantes. Veamos algunas consideraciones a tomar en cuenta para el éxito:

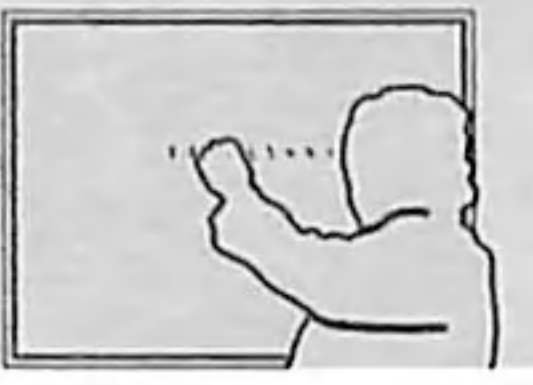
- Al dar instrucciones sea claro y preciso. Cuénteles al grupo para qué se va hacer la actividad, qué es lo que se espera de cada uno y del grupo.





- Explique la actividad paso a paso. ¿Qué es lo que el participante debe hacer (si es una actividad individual)? ¿Qué es lo que el grupo debe hacer (si la actividad es un trabajo grupal)? Repita las instrucciones y asegúrese de que todos y todas tienen claro lo que harán verificando con algunas expresiones que den confianza como: “¿está claro? ¿tienen dudas?”
- Si va a dividir el grupo en subgrupos trate de que queden grupos pequeños de 3 a 5 personas. Los grupos pequeños funcionan mejor ya que en los grupos grandes de 6 ó más personas, es posible que varios se quedan sin decir lo que piensan y de lo que se trata es de que todos/as estén activos/as y participando.
- Deje claramente establecido el tiempo que tienen los grupos para realizar la tarea asignada. Calcule bien el tiempo en que la actividad se puede desarrollar. Tome en cuenta que a cada grupo le toma tiempo organizarse, discutir, deliberar y preparar la exposición. Otorgue el tiempo adecuado de tal manera que los subgrupos no sientan ni angustia por terminar rápido ni aburrimiento porque les sobró tiempo.
- Indique la forma en que deben concluir el trabajo para la exposición. Por ejemplo, si van a hacer una síntesis escrita en papelógrafo de lo discutido o si van a utilizar alguna otra técnica como, sociodrama, programa de radio, u otra.
- Asegúrese de que cada grupo tenga el material necesario para preparar la exposición.
- Una vez que empieza el trabajo en grupos obsérvelos sin interferir. Asegúrese que las y los participantes han comprendido las indicaciones para realizar la tarea. Una visita breve al grupo será suficiente para saber si avanzan bien o si tienen dudas, si se han desviado del tema, etc., en tales casos intervenga y ayúdelos.
- Controle el tiempo. Cuando observe que los grupos están terminando sus trabajos avíseles a los otros que en algunos minutos se iniciará la plenaria.
- En las plenarios establezca el orden de presentación y el tiempo para cada grupo. Defina si la discusión se hará al terminar cada grupo o al final de todas las exposiciones. Establezca una agenda para las presentaciones asignando tiempo a cada grupo y haga que se respete ese tiempo.
- El papel como facilitador o facilitadora es conducir y aprovechar la actividad plenaria para fijar los aprendizajes. Esté atento y aproveche la exposición para remarcar, repetir, enfatizar las ideas centrales y no se olvide de felicitar y motivar.





Consideraciones para que facilite el aprendizaje *

Conocer el tema:

Por su experiencia, usted conoce los temas que va a enseñar, además cuenta con libros, manuales, guías, folletos etc., que conviene repasar para que muestre seguridad y confianza a las y los participantes. Si usted no conoce el tema y da respuestas inseguras, incorrectas o las palabras con las que usted explica son erradas, pierde la confianza de las y los participantes.



Conocer a los participantes:

Es importante saber con quiénes va a trabajar, la experiencia que tienen, en qué han trabajado, si han participado en talleres... y de ser posible los gustos, las costumbres, la forma de ser, si son tímidos o participativos. Entre más los conozca tendrá más facilidad para trabajar porque rápidamente puede lograr la identificación y confianza.

Cada participante es único:

Tome en cuenta que cada participante es diferente y cada uno merece y necesita un trato especial. Es importante que usted como facilitador o facilitadora respete y considere las diferencias individuales, así logrará motivar y abrir la mente al aprendizaje.





Haga el tema atractivo:

Si usted parte de las experiencias que viven día a día sus amigos y amigas, caminará por una senda segura. Lo que ocurre todos los días llama la atención y motiva. Cuando va a compartir un tema pregúntese antes ¿cómo puedo presentar el tema de la manera más atractiva de tal manera que motive y se convierta en una experiencia inolvidable?

Sea ejemplo de lo que predica:

Las y los participantes deben encontrar en usted el mejor ejemplo porque si usted enseña una cosa y hace otra muy pocos van a creer lo que usted dice.

Planifique el trabajo:

Si usted sabe para dónde va, si conoce el camino viaja seguro y confiado, por el contrario, si no sabe para dónde va entonces, cualquier camino parece correcto. Esto en la enseñanza significa planificación. Si usted ha planificado paso a paso el encuentro o el taller, todo saldrá bien; pero si no lo planifica entonces se presenta la improvisación, el salto de un tema a otro sin criterio alguno, enredando a las y los participantes.

Usted no es el único que enseña:

Hay muchas personas y ayudas - escritas y audiovisuales- que pueden colaborar con usted en el aprendizaje: una charla, entrevista o demostración de una persona con experiencia en el tema, una buena lectura, un programa de ejemplo, un vídeo. Nadie puede saberlo todo y los temas se vuelven más atractivos si son enseñados con diversas técnicas.

Hable para comunicar, no para impresionar:

Su misión es facilitar el aprendizaje por lo tanto es ineludible utilizar palabras sencillas porque si utiliza palabras pomposas, extrañas o técnicas, lo que hace es complicar. Recuerde que enseñar no consiste en mostrar lo que usted sabe sino ayudar a las y los participantes a descubrir lo que saben sobre el tema. A partir de ahí los dos empiezan a construir nuevos conocimientos.

Su cuerpo y actitud también educan:

La imagen que usted refleja es fundamental para entusiasmar o desanimar a las y los participantes. Como facilitador o facilitadora su imagen debe reflejar interés, optimismo, alegría, seguridad, confianza y responsabilidad.

Ejercicios

Compare en la parte física y en la dinámica un centro educativo con una fábrica donde maquilan ropa.

* Daniel Prieto Castillo. La mediación pedagógica.





INDICADORES	CENTRO EDUCATIVO	FABRICA MAQUILA
Edificio		
Salas		
Sanitarios		
Áreas recreativas		
Áreas para comer		
Iluminación		
Timbres		
Permisos		
Organigrama		

Compare una clase tradicional con un encuentro participativo

MATERIALES

Salón, mesas, sillas, tiza y pizarra, tabla comparativa.

DURACION

Hora y media

PROCEDIMIENTO

- Divida el grupo en dos subgrupos. El subgrupo A organiza una clase tradicional con una duración de 10 minutos. Eligen un director de escuela, una maestra y los demás serán estudiantes. Colocan las mesas y sillas una detrás de la otra, eligen el tema o los temas que van a tratar y representan esta clase tradicional. El subgrupo B será el público que observará con detalle cada uno de los signos o indicadores de la clase tradicional.
- El subgrupo B organiza un encuentro educativo, participativo, con una duración de 10 minutos. Elegirán el facilitador o facilitadora y los demás serán participantes. Organizan el salón, colocan las mesas y sillas en círculo y eligen el tema o los temas que tratarán. El subgrupo A será el público que observará la manera en que se desarrolla un encuentro educativo - participativo y anotará las diferencias que encuentra con una clase tradicional.
- Una vez concluidas las representaciones, en plenaria comparan ambas experiencias, analizan las diferencias y sacan conclusiones. Algunas preguntas para orientar la discusión pueden ser: ¿Cuál fue la actitud del profesor tradicional y cuál la del facilitador? ¿Cómo se comportan los alumnos o participantes en ambos casos? ¿Cuál de las dos experiencias motiva más al diálogo y el razonamiento y cuál al silencio y a la memorización?
- Al final entregue la siguiente tabla y sométala a discusión:



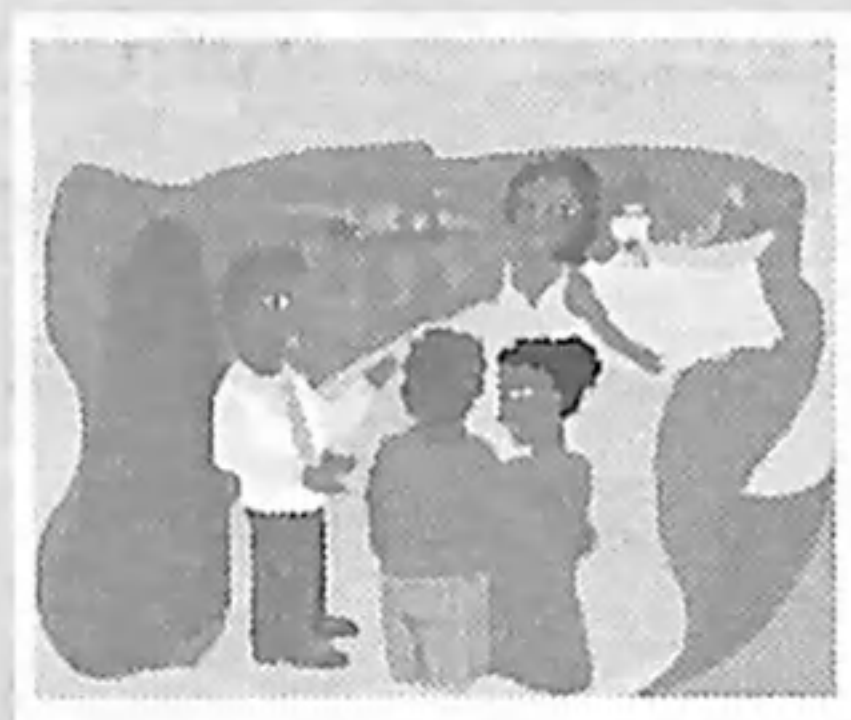
INDICADORES	CLASE TRADICIONAL	ENCUENTRO PARTICIPATIVO
OBJETIVO GENERAL	Instruirse	Construir conocimiento
CONCEPTO DEL EDUCANDO	Objeto	Sujeto
CENTRO DEL APRENDIZAJE	Profesor - texto	Participante - grupo
RELACION	Autoritaria - Paternalista	Autogestionaria
OBJETIVO EVALUADO	Enseñar - aprender (repetir)	Pensar - transformar
FUNCION EDUCATIVA	Transmitir conocimientos	Reflexionar - acción
TIPO DE COMUNICACIÓN	Transmisión de información	Diálogo
MOTIVACION	Individualista: premios, castigos	Social: solidaridad
FUNCION DEL DOCENTE	Enseñar	Facilitar - animar
GRADO DE PARTICIPACION	Mínima	Máxima
FORMACION DE LA CRITICIDAD	Bloqueada	Altamente estimulada
CREATIVIDAD	Bloqueada	Altamente estimulada
CONCEPTO DEL ERROR	Fallo	Camino, búsqueda
MANEJO DEL CONFLICTO	Reprimido	Asumido
VALORES QUE PROMUEVE	Obediencia, sumisión, individualismo	Solidaridad, cooperación
FUNCION POLITICA	Acatamiento	Acción - reflexión, transformación
OBJETIVO FINAL	Aprender (instruirse)	Pensar

Analizar los niveles de comunicación y la relación de la comunicación con la educación.

MATERIALES

*Láminas con dibujos que muestren diversas situaciones de comunicación.
Papelógrafos o pizarra.*

- ▶ *Pídales a los participantes que observen con detenimiento los siguientes dibujos:*



- ▶ *Guíe el análisis haciendo las siguientes preguntas:*

¿Dónde hay comunicación?

¿Se da la misma comunicación en todos los casos o hay diferencias?

¿En qué se parecen la comunicación y la educación?

- ▶ *Hagan entre todas y todos una síntesis escrita en el papelógrafo o pizarra.*

La planificación

En este encuentro estudiaremos la forma en que se diseña el Plan General de Encuentro o Taller y el diseño metodológico de una actividad.

El facilitador o facilitadora - o el equipo facilitador - debe realizar un plan del taller o encuentro. Un plan es un proyecto para llevar a cabo una acción.

Para planificar necesitamos pensar en la convocatoria, en quiénes van a participar, cuándo se va a realizar, cuánto tiempo, en qué lugar. Saber por adelantado lo que queremos lograr al final del taller o encuentro, es decir, debemos redactar los objetivos del taller, las tareas para lograr los aprendizajes, habilidades y destrezas; escoger los materiales y recursos que vamos a necesitar para que ayuden en la construcción del conocimiento. Es necesario prever el tiempo que durará cada tarea, los ejercicios o actividades y diseñar los instrumentos de evaluación que van a permitir saber si se lograron los objetivos o no.

Para desarrollar el plan, podemos dividir la tarea en dos grandes aspectos: A) Diseño general y B) Diseño metodológico o plan de taller.

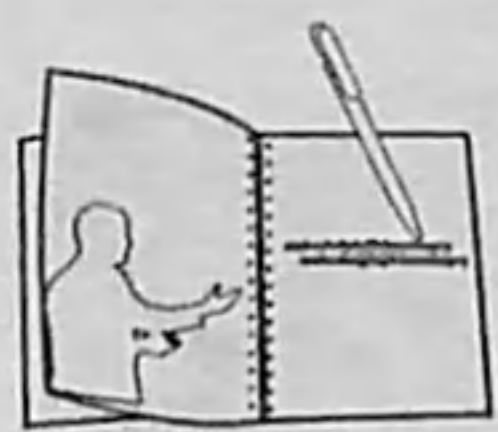
A. Diseño general

Entre los aspectos generales de un taller o encuentro en los cuales debe pensar el facilitador o facilitadora, sobre todo de cara a la convocatoria, encontramos:

- Nombre de la actividad, taller o encuentro.
- Tipo de técnica que se va a utilizar: reunión, taller, encuentro, seminario, conferencia de prensa, mesa redonda.
- Fecha.
- Duración, horario.
- Lugar, dirección.
- Participantes, cantidad, perfil.
- Instituciones responsables.
- Facilitadores.
- Objetivo general.
- Metodología.
- Resultados esperados.

Nombre del taller o encuentro

A las personas les gusta saber a qué se les convoca, a qué se les invita. Por tanto, es interesante bautizar el taller o el encuentro con un nombre atractivo y fácil de recordar, que describa la actividad principal.



Fecha

Debemos escoger una fecha apropiada, para ello es importante fijarnos en el calendario para que no choque con fechas o actividades especiales de la comunidad o del grupo que va a participar. Debemos tomar en cuenta las costumbres de la gente, si prefieren el fin de semana o a media semana. También debemos definir si el taller o encuentro será de un día o varios. Si es para conocer una nueva tecnología, quizá un día sea suficiente pero si se trata de un tema que requiere profundizar en la teoría y realizar prácticas, entonces hay que pensar en más tiempo: dos, tres días y hasta semanas.

Horario

Es necesario establecer un horario de trabajo pero también un horario de alimentación y descanso. Este horario no conviene imponerlo, lo mejor es que surja del grupo porque así las y los participantes se sienten más comprometidos en cumplirlo. Esta es una de las primeras actividades que realizamos después de las presentaciones personales. Es importante que el grupo participe pero que se mantenga el horario dentro de los parámetros razonables.

Local y lugar

De acuerdo al tipo de taller y número de participantes, debemos escoger el lugar apropiado, que tenga salones adecuados, que ofrezca comodidad y seguridad para las personas participantes, con buena visibilidad para todos y todas, que permita el trabajo en equipo. Si es un taller de radio, de televisión, cómputo que requiere prácticas especiales, es recomendable contar con las instalaciones adecuadas (emisora de radio, estudio de televisión, laboratorio de cómputo, etc.), donde se puedan realizar los ejercicios prácticos.

El lugar debe adecuarse a las y los participantes y al tipo de actividad en cuanto al clima. Muchos encuentros fracasan porque someten a las y los participantes a un clima que no están acostumbrados.

Lo ideal es que el lugar tenga un clima apropiado y espacios para la recreación y para el trabajo en grupo.

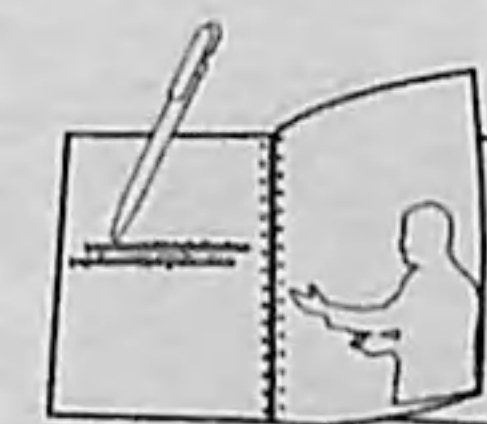
Participantes

Lo ideal es conocerlos antes del encuentro si no es posible al menos leer el perfil de cada uno; saber los nombres, lugares de donde vienen, organizaciones a las que pertenecen, grado de escolaridad, edades, gustos, preferencias y otros.

Es muy importante definir la cantidad de personas apropiada para desarrollar la actividad de forma exitosa.

Si por ejemplo la actividad es la presentación de los resultados de una investigación o una conferencia de prensa el número podría de 30 o más personas, pero si es para un taller, por ejemplo de radio, ese número debe ser menor, entre 12 y 15 participantes, ya que se necesita realizar prácticas individuales y si tenemos muchos participantes es muy difícil prestarle a todos la atención debida. Otra cosa, parece innecesario recordar esto, pero es conveniente tener igual número de hombres y mujeres. Así no solo hay representación pareja de los dos géneros, sino que demostramos en la práctica la equidad de género.





Organización responsable

Es la organización o las organizaciones interesadas en que la actividad se realice y la que pone los recursos económicos para pagar el transporte, local, alimentación, materiales. Conviene tener claras las políticas de visibilidad de la organización u organizaciones responsables con el fin de cumplir a cabalidad con sus pretensiones. Por ejemplo si piden colocar una manta en el salón, si los materiales que se entregan deben llevar algún mensaje especial, etcétera.

Facilitadores

A las personas que son convocadas a un taller, encuentro o cualquier actividad, les encanta saber quiénes serán sus facilitadores. Algunas personas van a los talleres movidas por los nombres de sus facilitadores. Esto también es importante en caso de actividades que se realizan con niños, niñas, adolescentes y jóvenes, por la confianza que los padres y madres de familia puedan tener en el equipo de facilitación.

Coordinadores

Los nombres de las personas coordinadoras despiertan confianza y seguridad. Aquí incluimos aquellas personas responsables de organizar la parte logística: transporte, alimentación, alojamiento, materiales y otros.

Objetivo general

La pregunta para redactar el objetivo general es **¿qué vamos a lograr en las y los participantes al finalizar la actividad o el taller?** La respuesta a esta pregunta nos dará el objetivo general.

Objetivos específicos

Para llegar a ese gran objetivo debemos lograr objetivos más pequeños. Veamos un ejemplo: usted quiere subir a un árbol, ese es el objetivo general, para lograrlo utilizará una escalera, debe subir paso a paso, pues cada peldaño es un objetivo específico.

Metodología

Es el camino a seguir, la hoja o mapa de ruta. Indica la manera en que las personas participantes van a adquirir los conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes. La metodología es la respuesta a la pregunta **¿cómo enseñó?** e indica las actividades que tienen que realizar las y los facilitadores y las personas participantes, así como los recursos materiales o intelectuales.

Temas o contenidos

Es lo que el grupo va a estudiar. Las personas participantes se apropiarán de los contenidos, alcanzando los objetivos por medio de las actividades de aprendizaje. Los contenidos responden a la pregunta **¿qué enseñó?**





Actividades

Una vez tenemos claro el objetivo general y los específicos pensamos en actividades dinámicas, sorprendentes, motivadoras que lleven al grupo al aprendizaje satisfactorio. Es importante balancear las actividades, por ejemplo mezclar un ejercicio didáctico con una charla, una actividad manual con una de análisis, una actividad larga con otra actividad corta. Lo importante es que las actividades sorprendan y que el encuentro se convierta en una experiencia inolvidable.

Responsables

Las actividades se distribuyen entre las y los facilitadores de acuerdo a su experiencia y al tipo de actividad. Cada facilitador o facilitadora debe saber, antes de iniciar el encuentro o taller, qué compromiso tiene, es decir debe saber quién hace qué y en qué momento.

Tiempo

Cada actividad debe ser calculada en el tiempo pero como es lógico surgen situaciones especiales que obligan a cortar o alargar una actividad. Lo recomendable es ajustarse a lo planificado pero siempre manteniendo flexibilidad para tomar en cuenta los imprevistos para que no sea el tiempo un factor que angustie al facilitador o estrese al grupo.

Resultados

Cuando hablamos de resultados, nos referimos a las metas que esperamos alcanzar en el taller o encuentro. La descripción de los resultados que se esperan es de gran ayuda para medir la eficacia y dirigir los esfuerzos a metas concretas. Con ello se ahorra tiempo, recursos y esfuerzo.

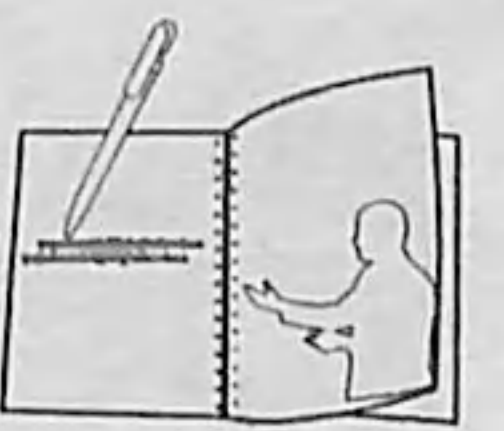
Recursos materiales

Cada actividad que se realice va a necesitar materiales que se entregarán a las y los participantes, que son de uso personal y los materiales que ocuparemos propiamente para el taller y los trabajos en grupo. Entre los recursos materiales, tenemos el local, sillas y mesas necesarias, pizarra, marcadores, tiza, papelógrafos, papel, tijeras, papel, cartulina, etc. Los equipos más comunes son proyector (cañonera), reproductor de DVD y CD, computadora, pantalla o televisor, equipo de amplificación, cámara fotográfica y otros equipos según el tipo de encuentro. En este rubro entra también el transporte, la alimentación (almuerzos, cenas y refrigerios).

B. Diseño metodológico de taller

Llamamos diseño metodológico a lo que los maestros y maestras suelen llamar Plan de Unidad o Plan de lección. Este plan nos permite obtener una visión general pero detallada de lo que va a ser el taller, encuentro o actividad. El plan ofrece a las y los facilitadores seguridad pues están planteadas de manera precisa las actividades. El Plan General es fundamental en la fase previa a la actividad, el diseño metodológico es una herramienta muy útil al poner en práctica el Plan General.





Generalmente para hacer el diseño metodológico se emplea un cuadro con seis columnas donde se redactan y describen los objetivos de aprendizaje, contenidos, actividades, tiempo, recursos o materiales necesarios y responsables.

Objetivos de aprendizaje	Contenidos	Actividades	Tiempo	Recursos Materiales	Responsable

Ejercicios

Ejercicio didáctico: Las Torres

Meta: ejercitar la capacidad de planificar y ejecutar un trabajo en grupo, construyendo una torre y alcanzar el mayor número de puntos posibles.

Materiales: legos o piezas de madera

Duración: dos horas.

Descripción: este ejercicio incluye dos fases: la planificación y la ejecución. Primero, cada grupo prepara su torre, pero no la presenta hecha. La descompone en sus elementos para montarla nuevamente, en plenaria, ante los ojos de los compañeros y compañeras. Durante la preparación lo que importa es un diseño que no sea complicado y que combine tres criterios: la altura, el número piezas utilizadas y el tiempo de construcción.

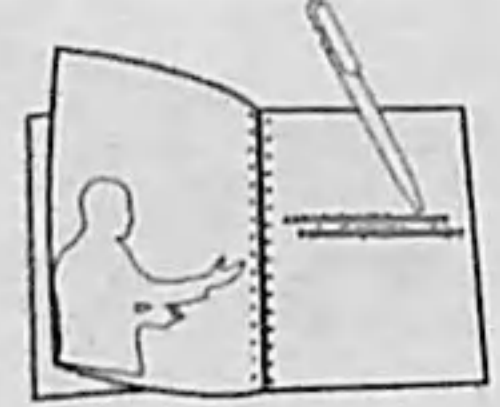
Usted puede adaptar las indicaciones y el tiempo al grupo.

El objetivo de cada grupo es construir una torre utilizando, como mínimo, 100 piezas de "Lego" y alcanzar como mínimo 50 cm. de altura.

Reglas:

- 1. Los grupos tienen 50 minutos de preparación para planificar y realizar la actividad.*
- 2. La realización se hará ante el plenario.*
- 3. Antes de la realización cada grupo tiene que entregar sus metas al facilitador:*

- Número de elementos que va a utilizar (100 o más de 100)*
- Tiempo de construcción (se mide en intervalos de 15 segundos)*
- Altura (50 centímetros o más de 50 centímetros.)*
- Después de la preparación, todos los elementos deben estar separados.*



- Para evaluar el ejercicio, se le pueden asignar puntos a cada criterio tomando en cuenta que el tiempo es uno de los aspectos más valiosos:
- Número de elementos: 25 puntos
- Altura: 25 puntos
- Tiempo: 50 puntos
- Por cada pieza de más o de menos utilizada, el grupo pierde un punto.
- Por cada centímetro de diferencia en la altura, el grupo pierde un punto.
- Por cada fracción de 15 segundos que fallaron con respecto al tiempo planificado, el grupo pierde un punto

Planeamiento de un encuentro o taller

Con el objetivo de ejercitar la planificación de un taller o encuentro participativo, complete los datos de un taller en que usted sería facilitador o facilitadora.

I. Datos generales del taller

- Nombre de la actividad:
- Fecha:
- Horario:
- Local:
- Participantes:
- Institución responsable:
- Instituciones ejecutoras:
- Facilitadores:
- Coordinación:

II. Objetivos del taller

- Generales:
- Específicos:

III. Estrategias metodológicas

IV. Áreas temáticas

V. Resultados esperados

VI. Materiales y equipos necesarios

Ejecución del plan general

En este contacto analizaremos los pasos necesarios para ejecutar un Plan General de Encuentro.

La ejecución la podemos dividir en tres etapas:

- . Primera etapa: introducción
- . Segunda etapa: desarrollo
- . Tercera etapa: evaluación

Primera etapa: introducción

Todos los talleres, encuentros y reuniones tienen una fase preparatoria. Es conveniente ir con anticipación al lugar donde se desarrollará el taller para preparar el local. En esta visita acomodamos las mesas y sillas, colocamos el material individual: libreta, lapicero, bolsa, nombre del participante y escribimos en la pizarra o cartel alguna frase de bienvenida. Nos aseguramos de que el lugar quede bien presentado con el fin de que las y los participantes se sientan cómodos al llegar. En esta visita hacemos un recuento del material y el equipo facilitador pone en común las actividades y los responsables.

Bienvenida

El equipo facilitador es el primero que debe llegar al lugar aún cuando dejó todo preparado. La idea es recibir con entusiasmo a cada uno de las y los participantes. Si son conocidos, basta recibirlos con el saludo habitual y una sonrisa cordial; y si son personas nuevas, es conveniente acercarse y autopresentarse y presentar al equipo facilitador. Esto es esencial porque así las y los participantes tienen la primera impresión no solamente de que vienen a algo que está bien preparado, sino que además son tomados en cuenta, bien recibidos y respetados. Esto les incentiva a sentirse seguros, en confianza y les predispone a salvar todos los obstáculos y así empezar un proceso de enseñanza aprendizaje fructífero.

Inscripción

Es importante que cada uno de los participantes se inscriba en el taller con el fin de registrar sus datos personales y así poder comunicarse con cada quien en particular para convocarlo/la a nuevos encuentros y también para enviarle materiales. Para ello se coloca una hoja que tenga los siguientes datos:





Nombres y apellidos

Dirección de la casa

Dirección del trabajo o lugar de estudio

Teléfono de casa o celular

Correo electrónico

El acto protocolario

En esta parte del taller se requiere la participación de un conductor o conductora al que se le llama también “maestro o maestra de ceremonias” que puede ser uno de los miembros del equipo de facilitación. En este acto se pueden realizar las siguientes actividades:

- Canto del Himno Nacional
- Invocación
- Motivación
- Palabras de invitados especiales
- Inauguración del taller

El Maestro o Maestra de Ceremonias que conduce este acto junto con el grupo organizador debe preparar el orden en que se irán presentando cada una de las partes del acto protocolario, así como los nombres y puestos de las personas que intervienen.

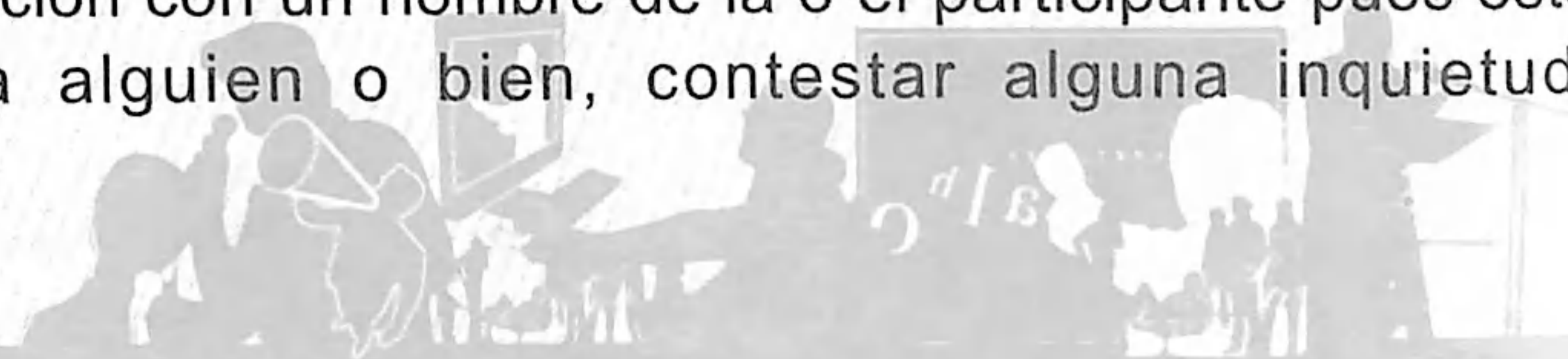
Refrigerio:

Terminado el acto protocolario, es decir inaugurado el taller, generalmente se pasa a un refrigerio con el fin de que algunas personas que vinieron puedan compartir de manera informal con las y los participantes y luego retirarse. También el refrigerio separa la introducción con el desarrollo propiamente del taller, reunión o encuentro.

Presentaciones personales

Una de las primeras actividades que se realizan al iniciar el taller es la presentación personal de las y los participantes. El nombre de cada persona es muy especial por lo que el equipo facilitador debe esmerarse en que esta primera actividad sea un éxito.

La presentación personal se puede realizar de muy diversas maneras, la más aburrida es que la gente se presente porque algunos participantes en lugar de decir sus datos personales pueden pronunciar un discurso varios minutos o hacer un comentario que nada tiene que ver con el taller, mientras que otros son muy tímidos y con suerte apenas puede pronunciar su nombre. Entonces debemos asegurarnos de que esta actividad no sólo sirva para conocernos mejor, sino para romper el hielo de esos primeros minutos y así todos y todas entren en confianza. Se sugiere preparar gafetes de identificación con un nombre de la o el participante pues esto facilitará al tallerista cuando desee referirse a alguien o bien, contestar alguna inquietud.





Ejemplo de presentación: *

Hola mucho gusto

Meta: Crear un ambiente de confianza conociendo los nombres de las y los participantes.

Duración: de 5 a 10 minutos

Desarrollo: las y los participantes tienen 3 minutos para presentar a unos con otros. Usted como facilitador inicia el juego sin presentarse solo diríjase a alguien y dígame:

FACILITADOR: "Hola ¿cómo te llamas?
Luis

FACILITADOR: Hola, Luis, ven, quiero que conozcas a alguien.

FACILITADOR: Hola, ¿cómo te llamas?
Berta

FACILITADOR: Hola Berta, te presento a Luis.

El facilitador sigue buscando participantes y presentándolos, igual hacen los que ya han dicho el nombre. Debe hacerse de manera muy real, como teatro, ver a los ojos a la persona, estrechar las manos, sonreír, que se sienta la alegría.

Al terminar esta actividad, tal vez no se recuerden todos los nombres pero sí se recordarán algunos y todos sentirán que los demás están encantados de conocerlos. Este juego crea un ambiente de amistad y de interés de unos por otros. Las y los participantes se liberan de la tensión al estar en un grupo desconocido.

Reglas del juego o reglamento:

Cuando nos reunimos para enseñar y aprender debemos seguir ciertas reglas que permitan un clima apropiado para la concentración y la comunicación, pero esas reglas no deben ser impuestas sino al contrario, deben nacer de las y los participantes, que sean ellos y ellas las que digan cómo se puede lograr éxito en el taller.

Nosotros como conductores y conductoras, también podemos hacer sugerencias si es que algunas reglas fundamentales quedan por fuera, pero aquí empieza el trabajo de facilitar que las y los participantes expresen lo que sienten. La persona facilitadora puede hacer la siguiente pregunta oral o escribirla en un papelógrafo: ¿qué creen ustedes que se necesita para que este encuentro tenga éxito? o ¿qué reglas creen ustedes que debemos seguir para alcanzar los objetivos del taller? También puede utilizar alguna otra técnica como escribir palabras claves en tarjetas, etcétera.

Es importante que las propuestas de las y los participantes sean concensuadas, es decir, que tengan la aprobación de la mayoría. Para ello, en cada propuesta usted puede pedirles que se pronuncien a favor o en contra. Por ejemplo, si un participante dice que la puntualidad es importante para el éxito del taller, dígame a los participantes ¿están de acuerdo con lo que propone el compañero o la compañera? Si todos o la mayoría opinan que sí entonces se anota como una regla que todos y todas debemos seguir.

*Otras dinámicas de presentación las describimos adelante.



Segunda etapa: desarrollo

Una vez completada la parte introductoria entramos a la primera actividad que hemos planificado.

Un aspecto fundamental es partir de lo que las y los participantes saben del tema. Para ello hay que ganarse la confianza para que cuenten sus propias experiencias sin ningún temor; cuando se logra empezarán a contar historias, testimonios, ejemplos, referencias y aquí es donde empezamos a construir el conocimiento. El aporte de las y los participantes puede ser equivocado o acertado, en este momento el objetivo es darnos cuenta si conocen o no el tema para basarnos en ese conocimiento y hacer nuestro aporte.

Para motivar a las y los participantes a conversar sobre el tema podemos echar mano a diversas técnicas como:

Uso de tarjetas

A cada participante se le da una tarjeta y un marcador (el tamaño de la tarjeta puede ser de 4 por 11 pulgadas). Se les pide que escriban, utilizando máximo tres palabras y con letra grande, lo que saben del tema. Si son dos temas se les da dos tarjetas de distinto color. Insista en que escriban como máximo tres palabras.

El facilitador debe colocar en la pizarra o pared la pregunta que están respondiendo o el tema que están tratando para que las y los participantes puedan colocar debajo de las preguntas las respuestas escritas en tarjetas. También debe tener a mano y cortados pedazos de masking tape, alfileres tachuelas o "chinchas" para que no se atrase la pegada de las tarjetas.

Cuando terminen de escribir entonces les pedimos que pasen y peguen la tarjeta en la pizarra y que busquen otras tarjetas que digan lo mismo o algo parecido.

Una vez pegadas todas las tarjetas el facilitador empieza a reordenar aquellas ideas similares y las coloca en grupos. Pídale a las y los participantes que le ayuden a ubicar las tarjetas que tengan conceptos parecidos o diferentes, así se vuelve el encuentro más participativo.

Después de ordenar las respuestas, el facilitador empieza a desarrollar el tema, sin olvidar la felicitación para las y los participantes por el conocimiento que tienen del mismo. También empieza a aclarar algunos puntos que pueden estar confusos y a reforzar los conceptos.

Las tarjetas se pueden usar de distinta manera y en diversas actividades, todo depende de su creatividad. Sin embargo, hay algunas indicaciones importantes para la utilización de esta técnica que se llama METAPLAN.

Metaplan

Es una técnica para hacer que los grupos puedan expresar sus opiniones, objetivos, recomendaciones y planes. Facilita que los grupos se expresen y pongan en común los objetivos, planes y soluciones. Para utilizar esta técnica, se utilizan tarjetas rectangulares, ovaladas, nubes de varios colores. Marcadores o plumones, masking tape y caballetes o pizarras.





El metaplan sirve para:

- Crear, recoger y estructurar las ideas.
- Analizar las ideas interconectadas.
- Analizar causas y consecuencias.
- Priorizar situaciones.
- Evaluar.

Pasos:

1. Introducir el tema.
2. Cada participante escribe en la tarjeta la idea del tema.
3. Se recogen y pegan las tarjetas.
4. El tema se divide en subtemas.
5. El grupo se divide en subgrupos, cada subgrupo discute un aspecto del tema y prepara la exposición en tarjetas.
6. En plenaria cada subgrupo presenta su trabajo en 10 minutos.

División de grupos

El trabajo en grupos se realiza con el fin de motivar la participación. Algunas personas se expresan mejor en grupos pequeños.

El trabajo en grupos es apropiado cuando queremos tratar un tema general, amplio, que se divide en subtemas y se cuenta con un material escrito de apoyo donde se desarrolla el tema.

Cada subgrupo conversa, discute, estudia y prepara una presentación para los compañeros y las compañeras. El facilitador debe orientar a los grupos para la exposición en cuanto a técnica y tiempo, es decir, fijar claramente cómo se va a exponer y en cuánto tiempo.

¿Cómo formar los grupos?

Hay varias técnicas para hacerlo, pero antes debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Que los grupos no queden demasiado grandes o muy pequeños. Grupos de 3, 4 ó 5 personas funcionan muy bien.
- Que los grupos reciban instrucciones claras para que sepan lo que tienen que hacer. Lo mejor es que se le entregue una guía a cada grupo para referencia.
- Que los grupos tengan los materiales apropiados y a tiempo. Que tengan a la mano el material de apoyo como textos para estudiar y también los materiales para realizar la presentación: marcadores, cartulinas, papelógrafos y otros.





- Que cada grupo sepa la forma en que se va a exponer y el tiempo de participación. Por ejemplo, “preparen una exposición utilizando la técnica de resumen en un papelógrafo, tienen una hora para prepararla y tendrán 10 minutos para exponer”. Entre las técnicas de exposición podemos citar: resumen en papelógrafo, exposición con tarjetas, sociodrama, crucigrama, laberinto, preguntas, mapa conceptual, investigación, estudio de caso, programa de radio, video, revista, historieta, etcétera. *
- Que al dividirse el grupo cada participante encuentre fácilmente el subgrupo que le corresponde. Para ello, puede colocar un número en cada esquina del salón, tendríamos cuatro números y el quinto grupo en el centro del salón. También puede organizar y rotular fuera del salón lugares para que cada grupo se dirija al sitio que le corresponda sin contratiempos.

a. Contando:

Es una técnica muy utilizada, si usted quiere dividir el grupo en 5 subgrupos entonces le pide a los participantes que cuenten de 1 a 5 y que recuerden el número. Una vez que todos han contado entonces los unos se reúnen con los “unos”, los dos con los “dos” y así se forman los cinco grupos.

La ventaja que tiene es que los grupos se forman a la suerte evitándose que participantes conocidos formen grupos afines. La desventaja es que los grupos pueden quedar desequilibrados en cuanto a género o liderazgo. Para superar estas desventajas el facilitador o facilitadora puede reacomodar los grupos siempre que conozca el perfil de las y los participantes.

Seleccionados:

Si el equipo facilitador conoce el grupo entonces puede distribuir a las y los participantes en grupos buscando que en cada uno haya equilibrio en género, liderazgo y talentos: mitad de hombres y mitad de mujeres, participantes activos y pasivos, introvertidos e extrovertidos, del campo y la ciudad etcétera.

En este caso el facilitador muestra al grupo la lista de los subgrupos que puede estar escrita en un papelógrafo e indica el lugar para que se reúnan.

b. Ensalada en la granja:

Otra forma de formar los grupos es a partir de juegos dinámicos. Por ejemplo, en un sombrero se ponen 5 tiras que digan lechuga, 5 que digan tomate, 5 que digan repollo y 5 que digan zanahoria. Cada participante toma una tira y se aprende lo que le correspondió. Todos se sientan en círculo. El facilitador quita una silla dejando a un participante sin lugar y llama a que se cambien “las zanahorias”. Entonces a los que les correspondió zanahoria tienen que levantarse rápido y cambiarse de silla lo que aprovecha el que no tiene para apropiarse de una. Luego puede llamar a los tomates, lechuga y repollos... también puede decir “ensalada”, entonces todos deben cambiarse. Una vez que han “calentado” el juego, cada uno se dirige al lugar asignado para su grupo.

También se puede hacer el ejercicio con frutas, flores o países.

Una variante con animales como insectos, aves, mamíferos, entre otros, es que los participantes en lugar de jugar con las sillas representan el animal que les correspondió y se buscan formándose los grupos. Por ejemplo un grupo le corresponde hacer como gatos, otros como pelícanos, otros como perros, otros como vacas.

* Estas técnicas se explican en el glosario



C. La evaluación

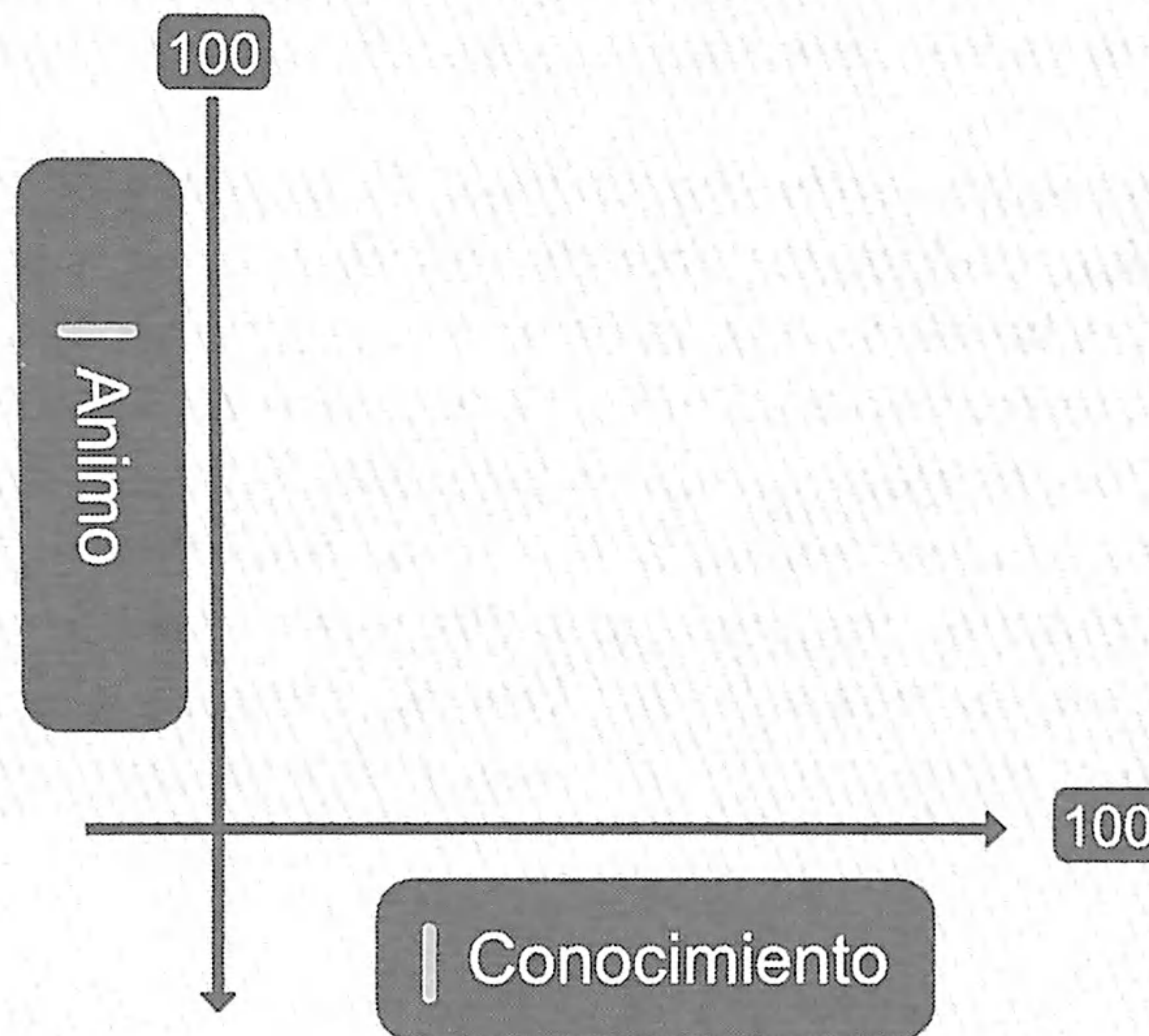
El facilitador o facilitadora debe saber en todo momento cómo anda el encuentro o taller. Para ello debe estar atento a los signos, gestos, posturas, expresiones de las y los participantes porque la evaluación es permanente.

Sin embargo, se pueden hacer evaluaciones parciales y al final una evaluación con mayor detalle para que el grupo pueda expresar lo que siente, su estado de ánimo y lo que ha aprendido.

Si el encuentro es de varios días conviene hacer una evaluación participativa al final del día. En un cartel dibuje tres caras con diversas expresiones (una alegre, una seria y otra triste), cada participante se levanta y marca debajo de la cara que mejor defina lo que ha sido el día de trabajo. Si se cuentan con etiquetas adhesivas la actividad puede resultar más fácil.

En lugar de caras puede dibujar un sol iluminado, otro medio nublado y otro totalmente oculto. También puede dibujar una regla marcada con 0 a la izquierda, 50 en el centro y 100 en el extremo derecho. Las y los participantes simplemente marcan o pegan la etiqueta donde consideran apropiado.

El “anemómetro” busca descubrir cómo estaba el conocimiento y el estado de ánimo.



Existen muchas dinámicas que ayudan a realizar actividades de evaluación.

He aquí un ejemplo:

Evaluación con tarjetas:

Meta: visualizar el criterio grupal con respecto a la actividad

Materiales: tarjetas verdes y amarillas, marcadores, cinta adhesiva.

Duración: 30 minutos

Descripción:

Se distribuyen entre las y los participantes tarjetas de colores. Se utiliza un color para cada aspecto a evaluar.



- Lo que le ha gustado del curso (por ejemplo tarjetas verdes)
- Los aspectos que se deberían mejorar (por ejemplo tarjetas amarillas)
- En cada tarjeta los participantes sólo pueden escribir una opinión utilizando como máximo cuatro palabras.
- El tamaño de la letra deber ser visible desde una distancia de aproximadamente ocho metros.
- El número de tarjetas para cada participante con respecto a cada uno de los aspectos es limitado según el número de participantes.

Como orientación podemos señalar la siguiente proporción:

- Hasta 10 participantes, seis tarjetas por persona
 - Entre 10 y 15 participantes, cuatro tarjetas por persona
 - Entre 15 y 20 participantes, de 2 a 3 tarjetas por persona
-
- Las tarjetas son entregadas manteniendo el anonimato de su autor. Se pegan en la pizarra o en paneles, donde previamente se habían rotulado los aspectos a tratar.
 - Los participantes agrupan las tarjetas en racimos. Estos racimos están formados por aquellas tarjetas que según su criterio hacen referencia a un mismo aspecto. A cada racimo se le atribuye un nombre que engloba el aspecto evaluado, por ejemplo aprendizaje, alimentación, compañerismo, materiales y otros.
 - El grupo propone posibles soluciones para solventar aquellos aspectos que podrían mejorarse.
 - La evaluación final puede contener preguntas más directas y espacios para que las y los participantes comenten. Es importante que sea una actividad fácil de realizar y que contenga aquellos aspectos que nos interesa evaluar como la alimentación, el local, el compañerismo, lo que aprendieron, etcétera.



Técnicas, ejercicios didácticos y dinámicas

Ofrecemos unas series de ejercicios didácticos, técnicas y dinámicas que podrían ser utilizadas en las diferentes etapas del proceso de facilitación.

El encuentro o el taller deben ser dinámicos de principio a fin. No se trata de hacer juegos a cada rato para que la gente se despierte o se estire. Se trata de planificar las actividades de tal manera que el taller tenga dinamismo físico y sobre todo mental.

Las actividades planeadas se deben ir alternando de tal manera que las personas participantes no se cansen físicamente de estar sentadas o de pie. El dinamismo mental se logra cuando las mentes de las y los participantes están activas, cuando se les reta a pensar.

En algunos encuentros o talleres, hemos notado que el grupo está resolviendo un problema y de pronto la persona facilitadora, creyendo que están aburridos, detiene el trabajo para hacer ejercicios de calentamiento, aplausos, cantos. Esto además de distraer la atención del tema y sacar a los participantes de la concentración es una inadecuada aplicación de las dinámicas o juegos.

Para lograr una dinámica apropiada al aprendizaje es necesario pensar en la mejor manera de abordar ese tema.

Le ofrecemos una serie de ejercicios didácticos, técnicas y dinámicas para que usted las pueda emplear cuando esté facilitando un encuentro o taller. Lo invitamos a que las transforme y adecue a la actividad que va a realizar.

Técnicas que incluyen experiencias personales

Se presentan situaciones reales para que las y los participantes reaccionen. Se trata de que reflexionen en torno a vivencias. Por ejemplo, invitar a una señora que cuente el sufrimiento que vive por causa de la violencia y el alcoholismo, puede provocar profundas reflexiones y cambios en las y los participantes.

Técnicas de actuación

Es posible que el tema sea difícil de tratar, entonces una alternativa es poner a los participantes a actuar, es decir, a presentar roles que no son propios pero que enseñan. Se puede representar una pequeña obra de teatro, un sociodrama, el juego de roles; todo depende del tema. Tome en cuenta que preparar la actuación requiere tiempo.

Obra de teatro:

Es una técnica muy llamativa y efectiva. Los actores y actrices se aprenden de memoria lo que está escrito en un libreto y se ensayan los movimientos, entradas, salidas. Requiere también vestuario y expresión corporal.





Sociodrama:

La diferencia entre el sociodrama y la obra de teatro consiste, entre otros aspectos, en que lo que dicen los actores y actrices no está escrito palabra a palabra, no hay un libreto. En el sociodrama se elige el tema, problema o situación social, y se distribuyen los personajes. El grupo crea una historia pero sin escribirla y cuando se realiza la presentación cada uno dice espontáneamente lo que le corresponde según su personaje.

El grupo representa una historia planificada que es actuada de manera improvisada.

Juego de roles:

Es interesante ver un adolescente actuando de papá o un joven actuando como si sufriera de una enfermedad terminal. En el juego de roles sale a flote lo que cada persona piensa de los demás y esto deja muchos aprendizajes si se hace una reflexión adecuada al final.

Además de estos formatos de actuación existen muchos otros y usted como facilitador o facilitadora puede elegir o inventar el que mejor le convenga al tema. Puede poner en escena un cuento, una historia, un chiste, un drama, una comedia, expresarse por medio de mimos, formar estatuas con los cuerpos de las y los participantes... etc., el límite es su imaginación.

Técnicas audio-visuales

De acuerdo al tema podemos echar mano al sonido, a las imágenes o a ambas. Actualmente existen muchas facilidades para conseguir programas de radio, películas, videos, fotografías que pueden volver atractivo un tema y dejarnos grandes enseñanzas.

También las y los participantes pueden elaborar sus propios materiales auditivos y visuales, utilizar las fotografías, recortes de revistas y periódicos para construir sus propios aprendizajes.

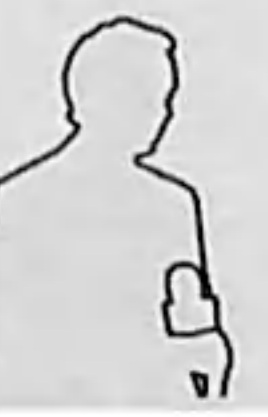
Cuando se presenta un programa en audio o vídeo, conviene seguir algunos pasos para sacarle el máximo provecho:

- ▶ Pruebe el material que va a utilizar y téngalo listo
- ▶ Haga una breve presentación de lo que van a ver o a oír
- ▶ Ponga el vídeo o el audio
- ▶ Una vez terminado pídale a los participantes que reconstruyan la historia
- ▶ Recuerde los personajes y las características
- ▶ Haga un repaso por los escenarios que se utilizan
- ▶ Compare lo que pasa en la historia con la realidad

Técnicas escritas

El facilitador o facilitadora deben esforzarse por escribir en carteles, tarjetas o en la pizarra con letra legible. Muchos de los materiales escritos deben prepararse con anterioridad. Enseñe a las y los participantes a escribir de manera legible y así las presentaciones serán más efectivas.





Técnicas expositivas

Algunos de los temas deben exponerse mediante una charla o conferencia invitando a especialistas en el tema. El abuso de una de las técnicas puede afectar el taller o el encuentro. Utilizar solo técnicas expositivas, de actuación, personales, o proyectar sólo películas o programas de radio, pueden resultar contraproducentes. Lo ideal es poder balancear las técnicas y no abusar de ninguna de ellas.

Otras técnicas

Charla educativa:

Una persona habla sobre un tema específico por 15 a 30 minutos o más según sea el tema y el grupo. Luego de la charla el expositor contesta pregunta de las y los participantes.

El expositor da la bienvenida al grupo, se presenta y expone enfatizando los temas más importantes. Al final resume los puntos más importantes.

La charla puede apoyarse en ayudas audiovisuales (un cartel, una presentación proyectada, tarjetas) con el fin de mantener el interés de las y los participantes y concretar mejor las ideas.

Simposio:

Un grupo de 3 a 6 conocedores de un tema opinan dándole énfasis al conocimiento específico que tienen del tema. Por ejemplo, en un simposio acerca del derecho a la tierra puede participar un líder campesino, una abogada especialista en derecho maya, el representante del estado en el tema de la tierra. Cada uno habla del tema pero desde su perspectiva.

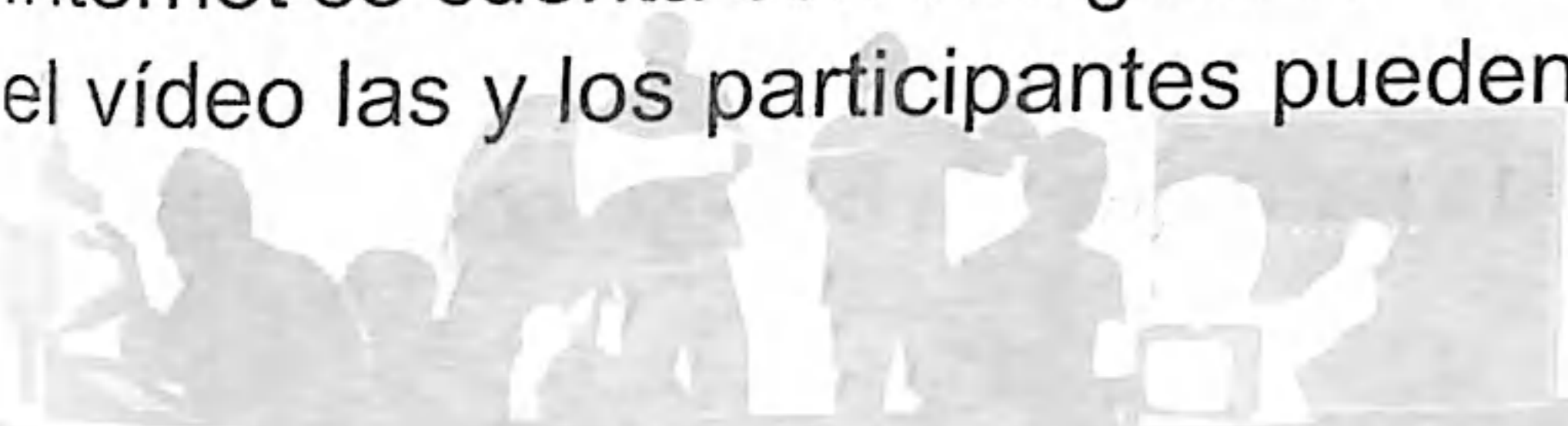
El simposio se debe preparar con anterioridad. Hay que limitar el tiempo de las exposiciones, así como, la participación de las y los asistentes. Es importante seleccionar a las y los expositores tomando en cuenta lo que saben del tema.

Títeres:

Permite presentar gran variedad de temas de manera indirecta. Permite el desarrollo creativo y la identificación con los personajes y los temas tratados. Utilice los títeres en grupos pequeños, menos de 15 personas. Asegúrese de que todos y todas tengan buena visibilidad de los títeres y de sus movimientos. Las personas que manejan los títeres deben ser hábiles y hablar de tal manera que puedan ser escuchadas por todo el auditorio.

Vídeo - foro:

El vídeo, con sus imágenes y sonidos, aproxima al tema. Actualmente con el uso de las computadoras y el Internet se cuenta con una gran variedad de temas elaborados en vídeo de manera atractiva. Una vez presentado el vídeo las y los participantes pueden analizar el mensaje, las escenas, los valores y contra valores, etcétera.





Jurado:

Es una excelente técnica de actuación basada en casos reales. En el juicio se discuten los aspectos positivos y negativos, se presentan hechos, testigos y pruebas. Al final se debe llegar a un veredicto donde se proponen sanciones o se absuelven las partes litigantes.

Es una técnica que requiere de mucha preparación y de varias personas que cuenten con información adecuada.

Todas las técnicas, dinámicas y ejercicios didácticos funcionan si están acordes con el tema a tratar, las y los participantes, el tiempo disponible y los materiales. Estas ayudas para la enseñanza se pueden combinar, y de hecho, la creatividad es fundamental para adaptarlas a la realidad de cada encuentro. Existe gran variedad y cantidad de técnicas, dinámicas y ejercicios didácticos, es importante que usted los conozca, los analice, los estudie y los tenga presentes para adaptarlos al taller o encuentro en donde usted será el facilitador o facilitadora. La imaginación es el límite.

Ejemplos de ejercicio didácticos

Los cuadrados:

El facilitador organiza al grupo y da las instrucciones para la dinámica de los cuadrados en donde 5 grupos se retan a armarlos en el menor tiempo. Se requiere un juez o jueza en cada grupo. Si hay menos participantes se puede adaptar.

Desarrollo:

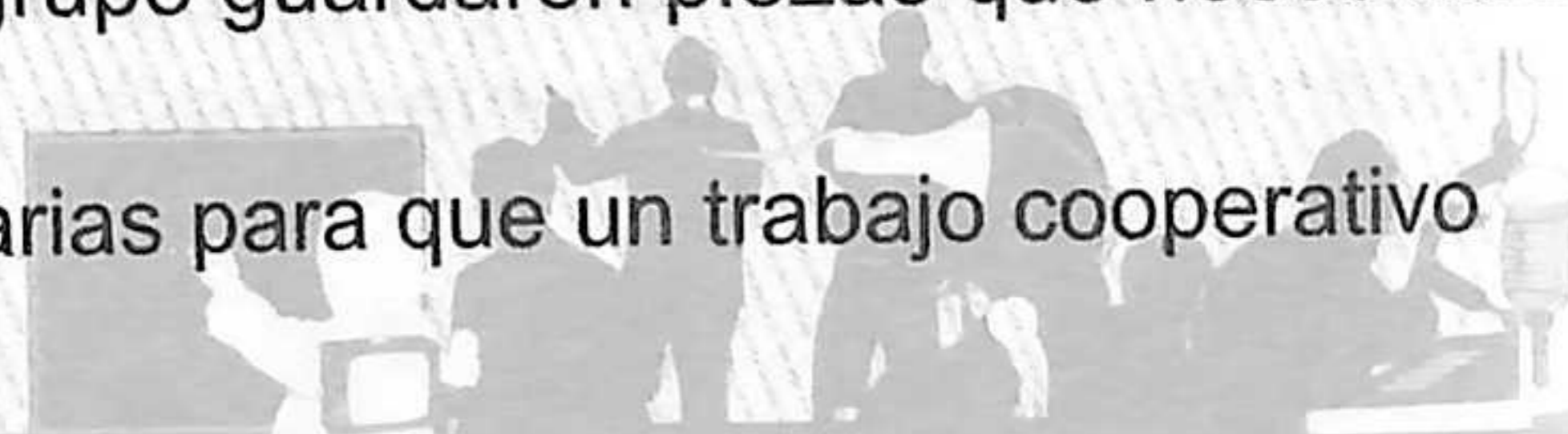
Sobre la mesa se encuentra un sobre grande. Dentro de él están cinco sobres pequeños. Cada uno de éstos contiene varias piezas de diferentes formatos para formar cuadrados. Una vez dada la señal de partida, la tarea de cada grupo consiste en formar cinco cuadrados de exactamente el mismo tamaño. La tarea sólo se considera terminada cuando frente a cada persona se encuentre un cuadrado del mismo tamaño que los demás. Durante el ejercicio se ruega respetar las siguientes reglas:

- nadie puede hablar
- nadie puede pedir al otro una pieza, ni señalar de cualquier forma, que alguien le pase una pieza determinada que necesite
- cada miembro puede colocar piezas en el centro de la mesa pero nadie puede interferir en las figuras de los demás
- cada miembro puede agarrar piezas que estén en el centro, pero nadie puede empezar a montar las piezas en el centro
- los observadores supervisan que las reglas sean respetadas.

Evaluación

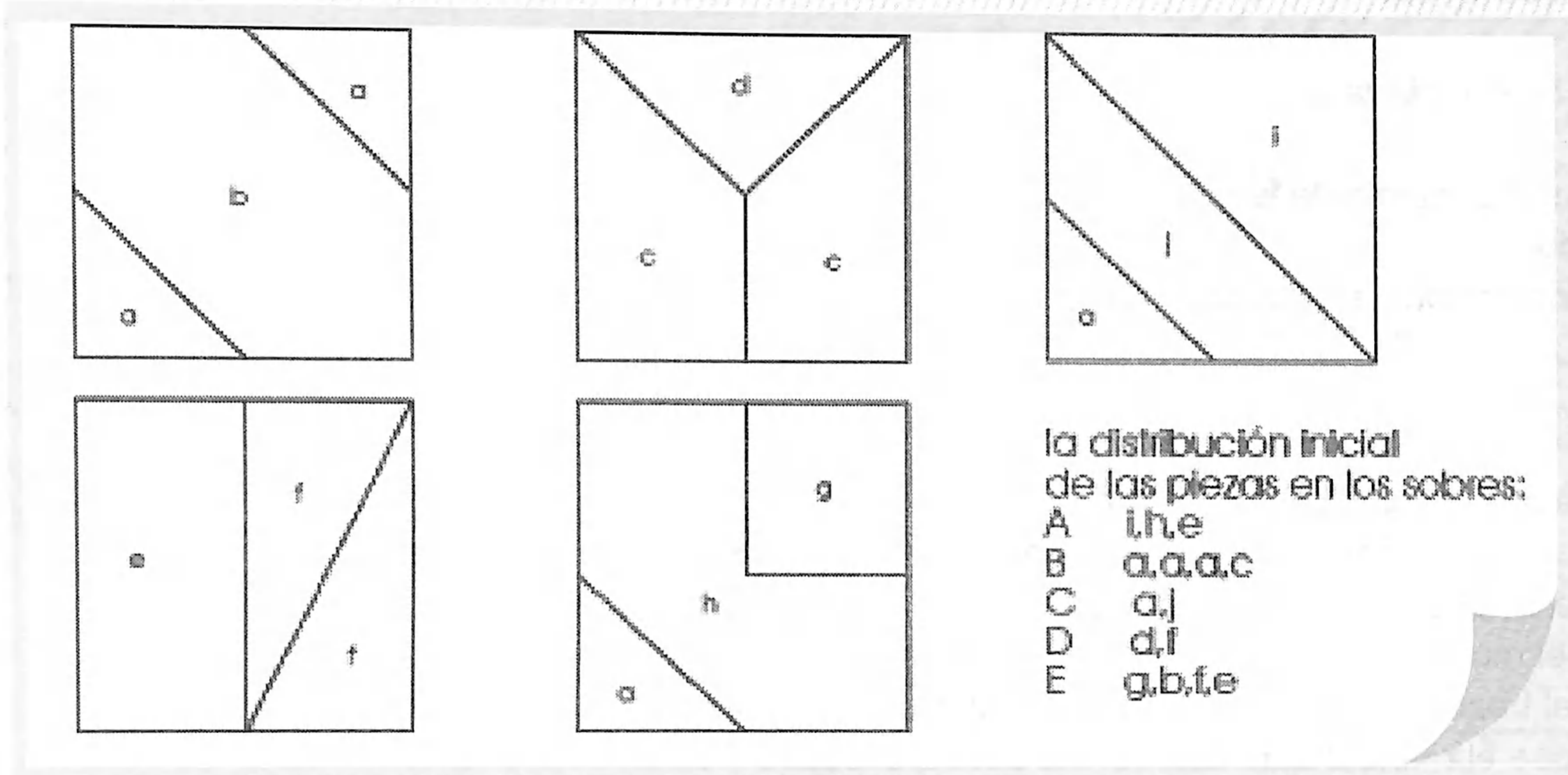
¿Cómo se sintió usted cuando había terminado su cuadrado y otros todavía no estaban listos?
¿Cómo se sintió usted cuando algunos de los miembros de su grupo guardaron piezas que necesitaba para su propio cuadrado?

En base a esta experiencia, ¿cuáles son las condiciones necesarias para que un trabajo cooperativo sea efectivo, según su opinión?





Diseño de los cuadrados



Ayudas audiovisuales

Los carteles:

Una de las ayudas audiovisuales más utilizadas es el cartel y el afiche por su bajo costo y accesibilidad. Para hacer un buen cartel hay que saber utilizar el marcador o pilot, algunos son de punta fina, otros de punta ancha. Es mejor utilizar los de punta ancha porque dándoles una pequeña vuelta también podemos hacer trazos finos.

La letra imprenta o de molde es la más conveniente para rotular, lo importante es que todas las personas la puedan leer sin dificultad.

Hay que preferir las letras mayúsculas y utilizarlas con creatividad de tal manera que el texto quede atractivo y llame la atención por el tamaño, el grosor o el color.





Ejercicios previos al rotulado

Material necesarios:

Papel blanco sin rayas

Lápiz

Regla suficientemente larga para trazar las líneas guías.

Borrador.

Marcador de punta redonda. Cuando se inicia en el rotulado no es conveniente usar uno de punta plana.

Pasos:

En una hoja haga reglones del grueso de la regla.

Haga un marco del grueso de la regla alrededor del papel en que trabajará.

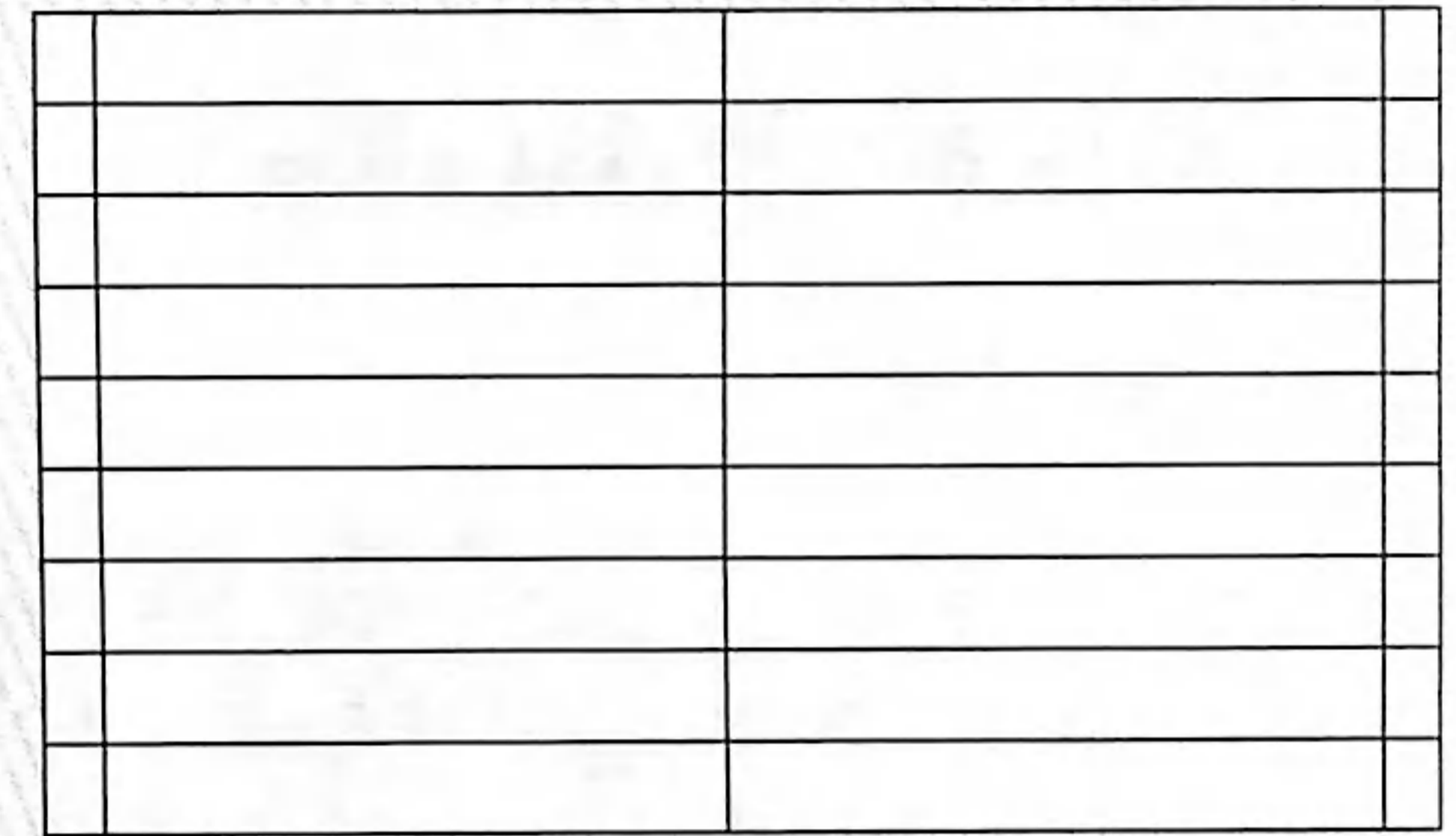
Enumere cada dos reglones. Usted utilizará los reglones numerados

Tome el marcador con suavidad, pero de manera firme.

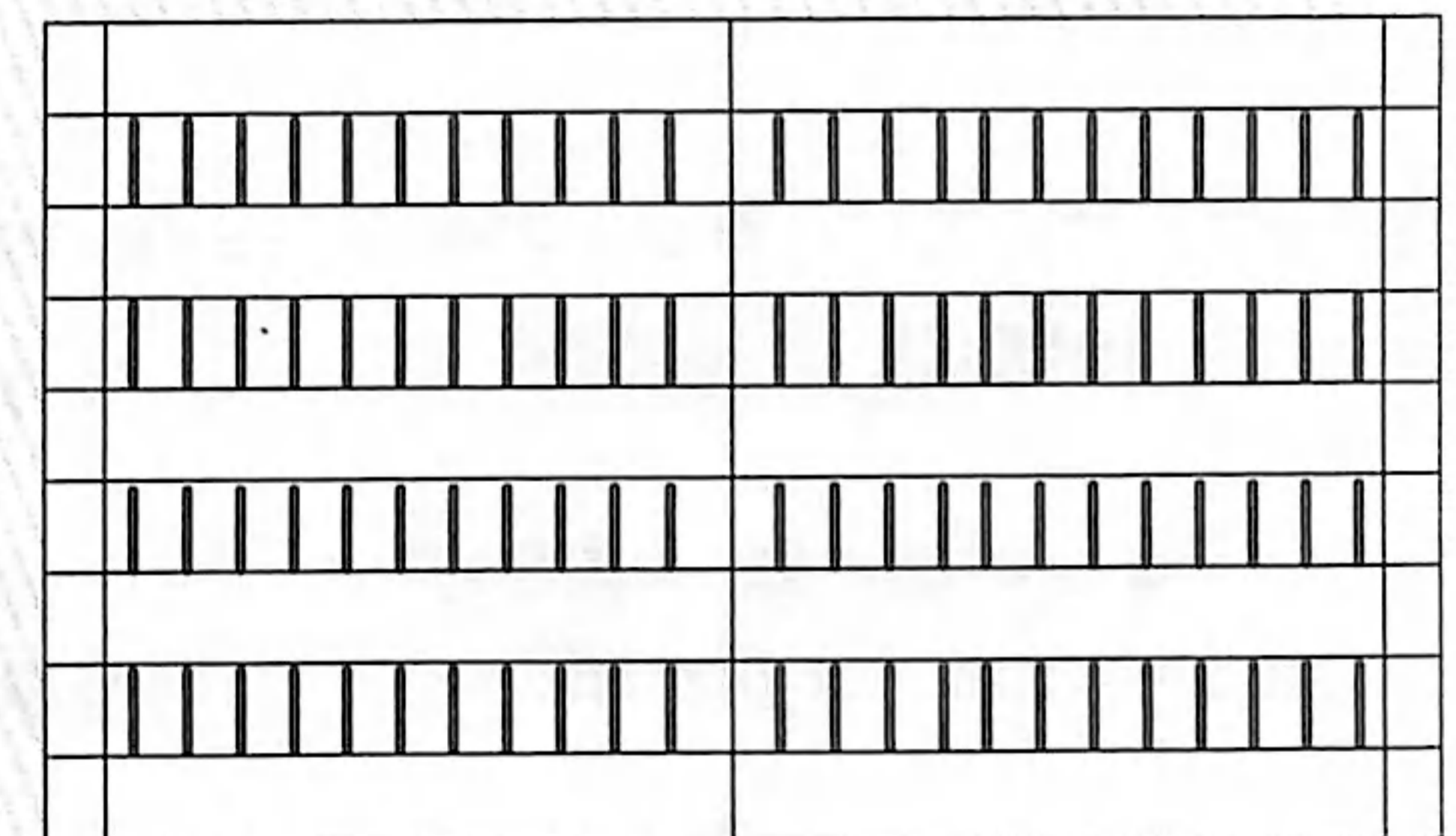
Haga el trazo de la línea de una sola vez, sin descansar el marcador sobre el papel.

No pegue el marcador, ni lo presione contra el papel.

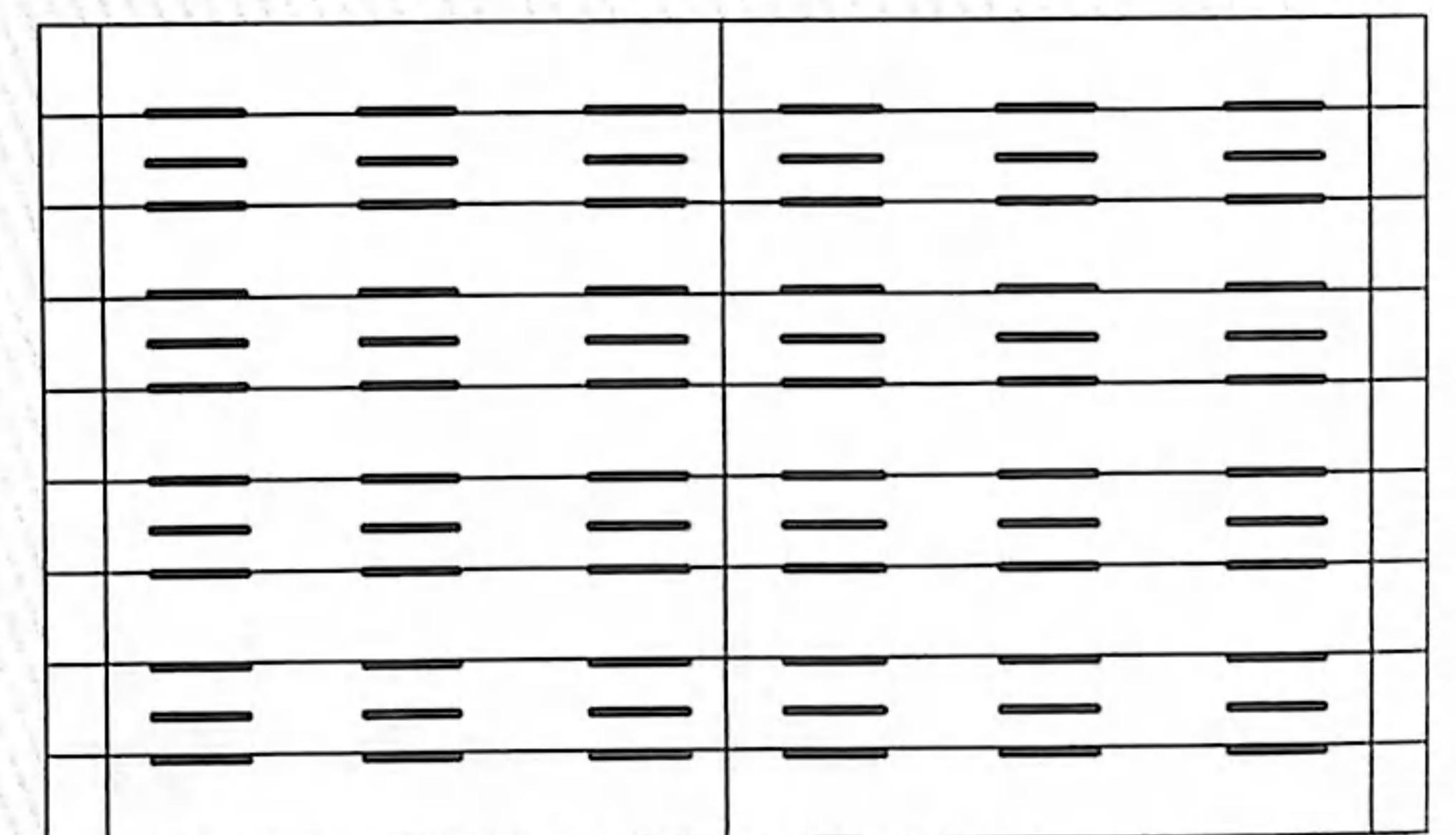
En la figura se ilustra como se debe quedar su papel de trabajo.



Haga líneas verticales llevando el marcador de arriba hacia abajo, estas líneas deben ser del grosor de cada reglón. De que su mano siga el trazo de manera suave.

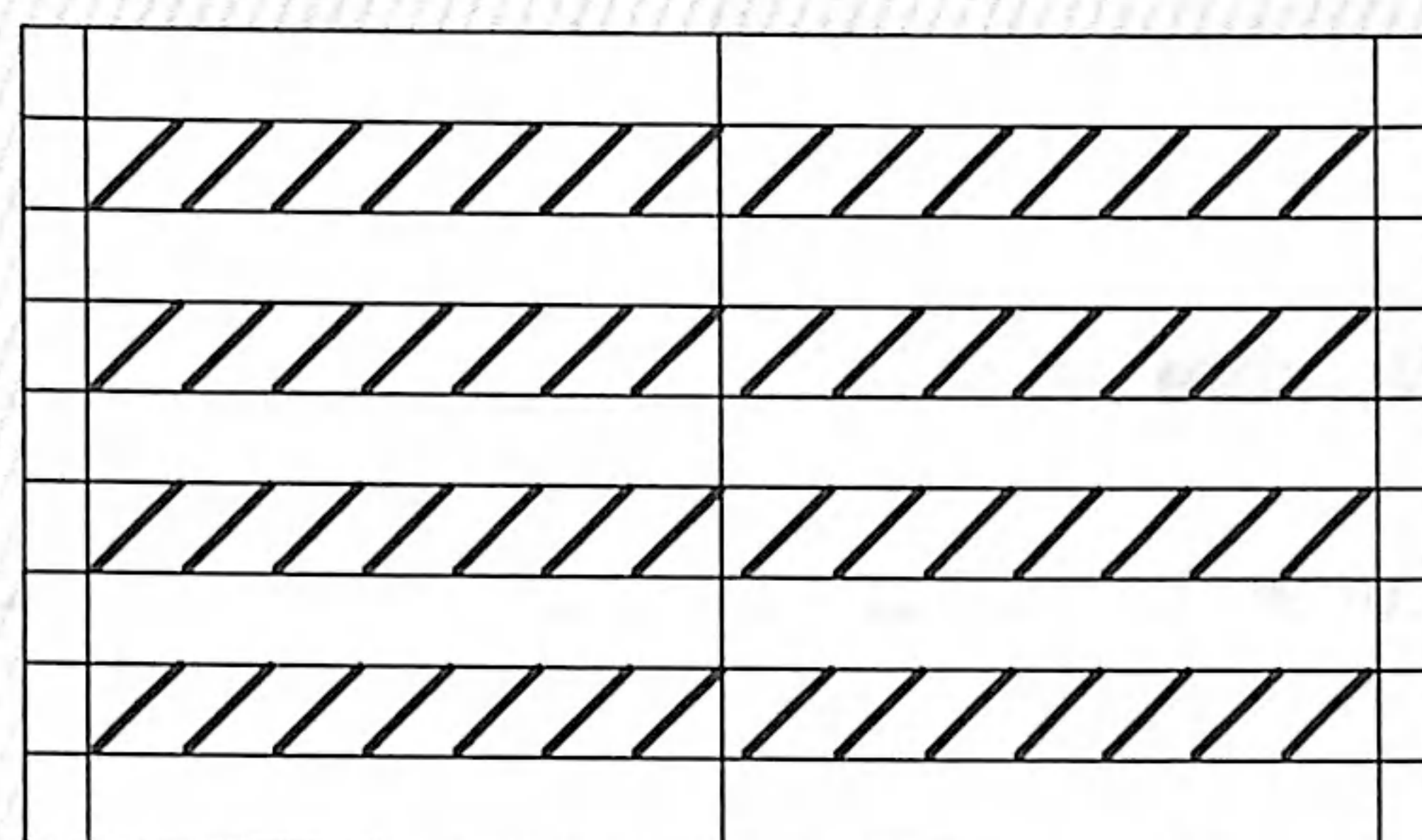


Cuando sienta que domina el trazo vertical, empiece con el trazo horizontal. Haga trozos cortos de tres líneas paralelas de cerca de dos centímetros, no haga uso de una regla sino que haga los trazos calculados. Esto le permite tener una mayor percepción visual y con el desarrollo del ejercicio podrá dominar mejor el espacio. El ejercicio solista hacer tres líneas horizontales por ser el máximo que ocuparemos para elaborar las diferentes letras.

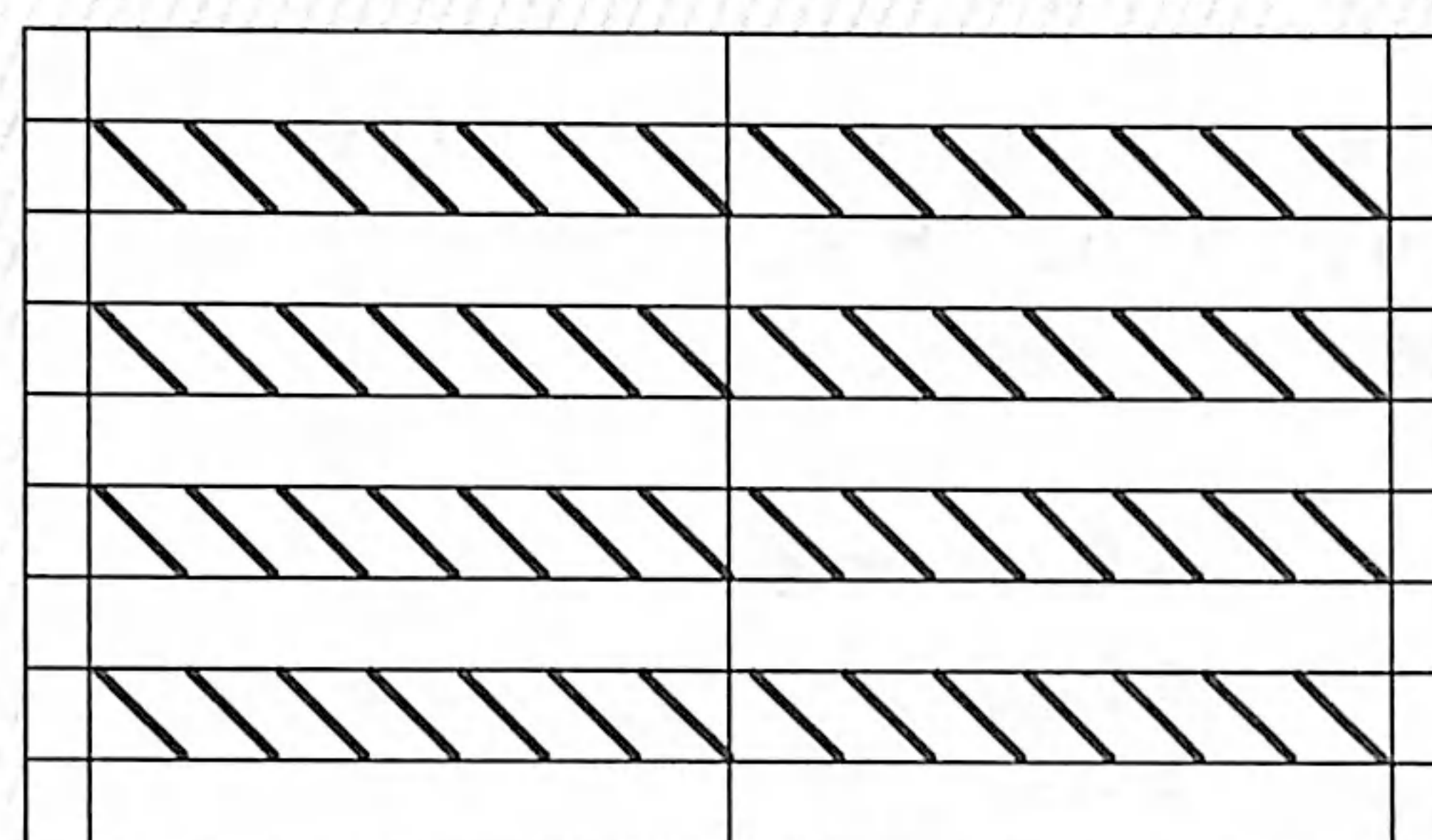




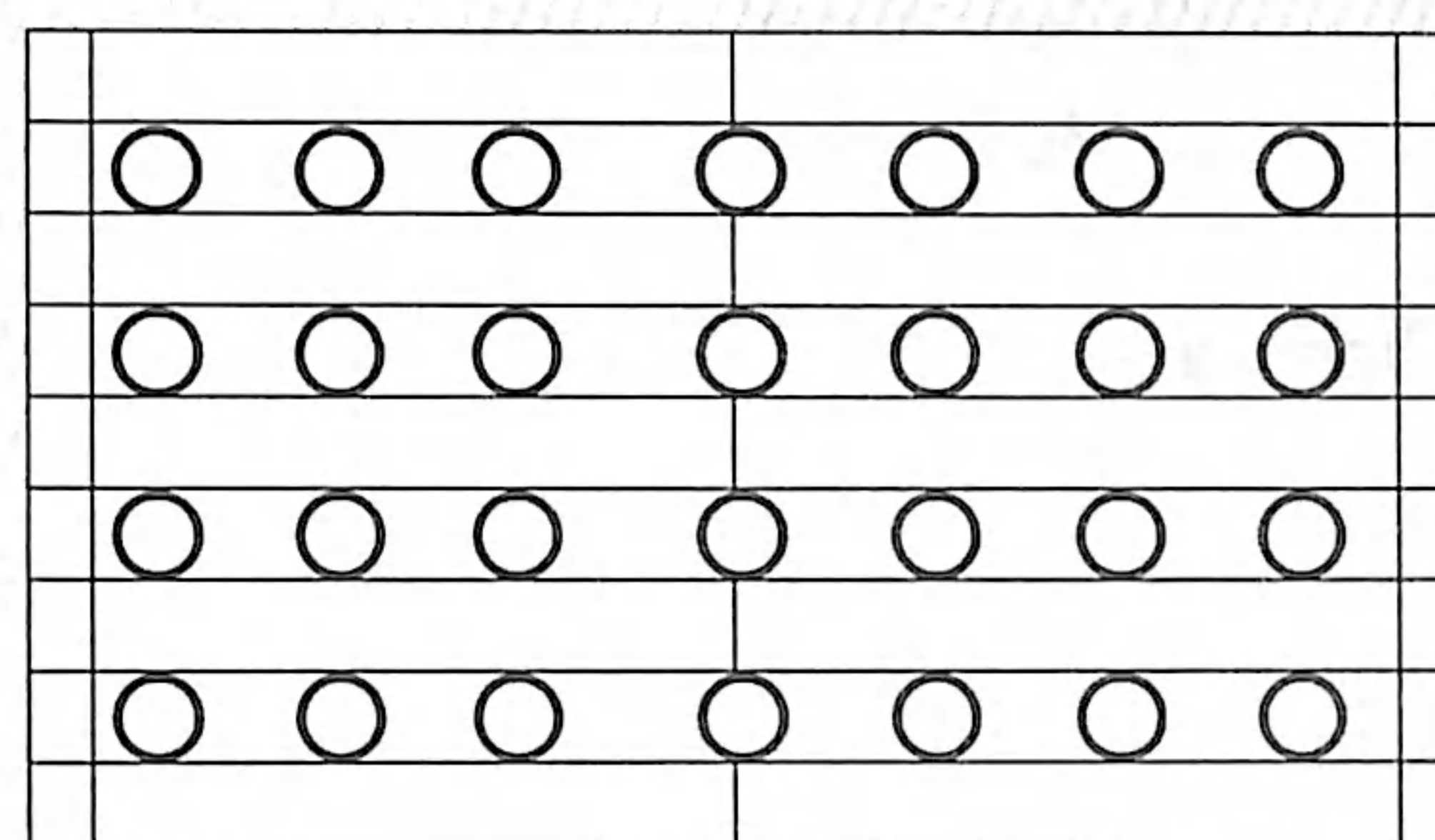
Ahora haga líneas inclinadas hacia la derecha. Parte del margen superior del renglón y en un solo trazo siempre de arriba hacia abajo y sin soltar el marcador, vea como se hace en la figura siguiente.



Dominando este ejercicio, inicie el de trazos inclinados hacia la izquierda. De nuevo recuerde que el trazo se inicie desde arriba y hacia abajo, de una sola vez y sin soltar el marcador. Repita el ejercicio hasta que sienta que domina el orden del trazo.

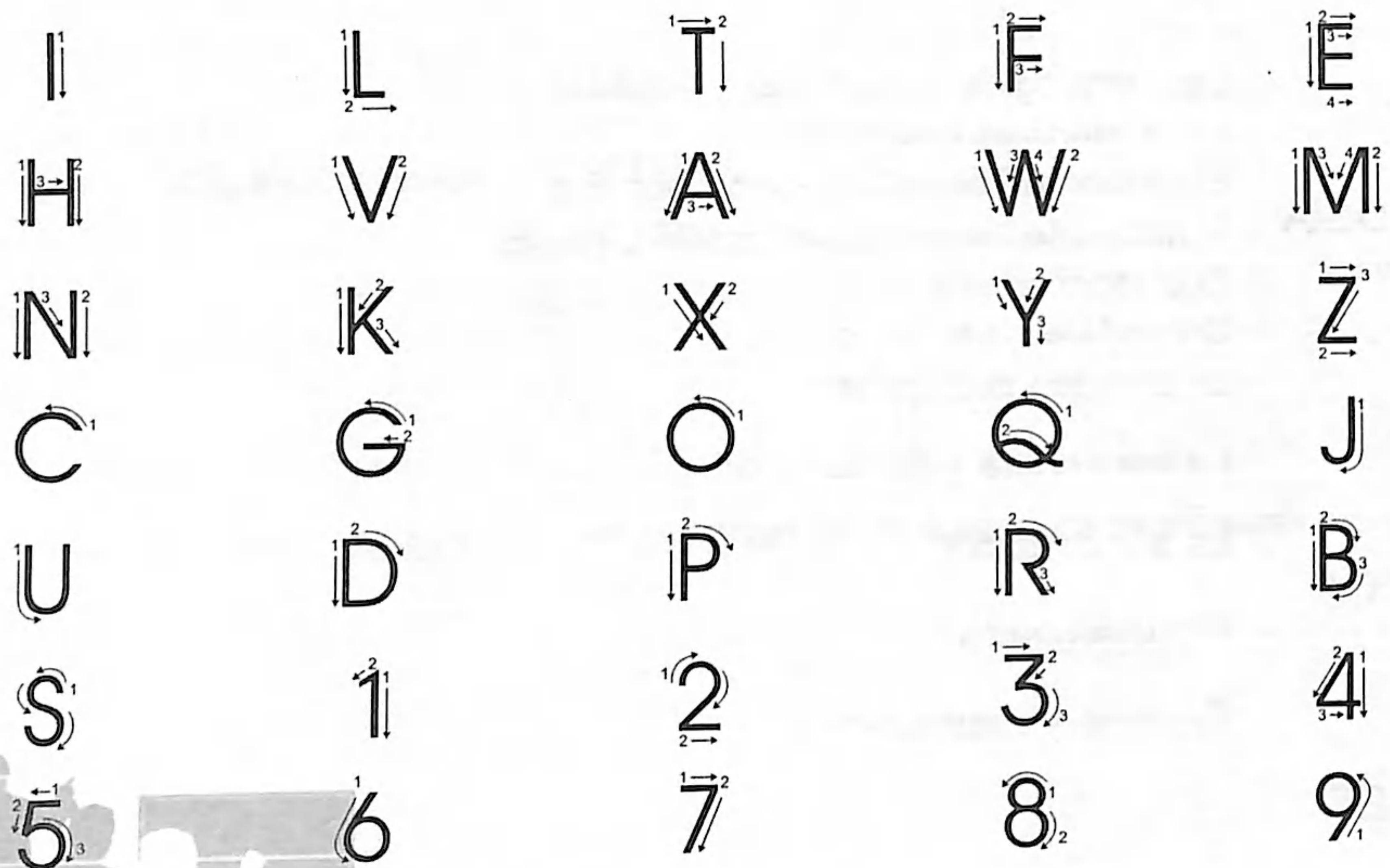


El ejercicio se repite hasta que domine el trazo. Si le salen círculos alargados o muy anchos, no se preocupe...recuerde que estamos aprendiendo y esto requiere mucha práctica .



En este momento, domino los trazos básicos y es hora de iniciar con el orden y trazos para formar cada letra y cada número. Recuerde que algunos tienen mayor dificultad que otros, y hacerlos depende de la práctica.

Rotular a mano alzada, que es lo que usted ha estado haciendo con estos ejercicios, es muy sencillo y permite al comunicador elaborar por sí mismo algunas ayudas audiovisuales que puedan facilitar su labor educativa, tales como carteles, transparencias y rotafolios.





Instrumento de evaluación

Nombre del taller _____ Facilitadores _____

Lugar _____ fecha _____

Estimado/a amigo/a

Hola, nos gustaría recibir su evaluación confidencial sobre la actividad de formación/capacitación en que acaba de participar. Responda a cada planteamiento de manera legible, marcando con una "X" donde corresponde según su parecer.

- 5 Excelente
- 4 Bueno
- 3 Regular
- 2 Deficiente
- 1 Muy deficiente

Después encontrará un grupo de preguntas que deberá responder con la mayor sinceridad posible. Gracias.

Áreas	Ítems	5	4	3	2	1
CONTENIDO DEL TALLER	La relación de lo esperado y lo recibido					
	La calidad del contenido					
	La utilidad que puede tener el taller					
	Cumplimiento de objetivos					
ACTUACIÓN DE FACILITADORES	El nivel de conocimiento sobre el tema					
	Claridad en la exposición de contenidos					
	El nivel de disposición ante las consultas					
	Capacidad para motivar y despertar interés					
	Puntualidad					
METODOLOGÍA Y AMBIENTE	Las estrategias y dinámicas empleadas					
	Los materiales de apoyo					
	El ambiente físico (iluminación, sonido)					
	El ambiente humano (participación, interés)					
	El compañerismo					
	Calidad de los trabajos					
	La duración de la jornada					
LOGÍSTICA	La asistencia y puntualidad					
	La alimentación					
	El alojamiento					
	Equipos y materiales					
TOTALES						



Comentarios

1. ¿Se alcanzaron los objetivos o propósitos iniciales del taller?

.....

.....

2. Los temas que se trataron ¿respondieron a las necesidades e intereses del grupo? ¿Por qué?

.....

.....

3. ¿Cuál le pareció qué fue el mejor resultado del taller? ¿Qué siente que hemos aprendido?

.....

.....

4. ¿Qué temas o aspectos necesitaron un mayor desarrollo o se quedaron sin desarrollar? ¿Hubo algún tema o punto tratado durante el taller que no quedó suficientemente claro? ¿Por qué?

.....

.....

5. Personalmente ¿en qué siente que este taller le ha beneficiado a usted y a su grupo? ¿Lo aprendido aquí afecta o cambia la forma en que usted hace las cosas?

.....

.....

Anota aquí tus principales quejas con respecto al taller

.....

.....

Sugerencias. ¿Qué temas le gustaría que se abordaran en futuras capacitaciones que sean de su interés y aplicación en su trabajo?

.....

.....



Dinámicas de presentación

1. Nombres en el sombrero

Duración: 30 minutos

Materiales: tres tarjetas y un lápiz para cada persona

Desarrollo: las y los participantes escriben su nombre en tres distintos pedazos de papel y los ponen en un sombrero, gorra o bolsa. Luego sacan tres nombres que no sean los de ellos y tratan de encontrar a las personas cuyos nombres están escritos en los pedazos de papel que sacaron.

Después de encontrar a las personas, las y los participantes investigan tres cosas acerca de ellas (lugar donde vive, canción preferida, nombre de la mascota, etc.). Luego comparten esa información con todo el grupo.

Esta actividad ayuda a que los miembros del grupo se sientan cómodos entre ellos y se interesan por aprender los nombres de las y los participantes.

2. Saluda y corre

Duración 30 minutos

Desarrollo: Forme un círculo de pie y con la cara hacia el centro. Un voluntario al que llamaremos “anfitrión” inicia el juego caminando por fuera del círculo hasta que escoge un jugador y lo toca en el hombro. El anfitrión le da la mano al que escogió y le pregunta tres veces seguidas ¿cómo te llamas? El escogido le dice el nombre también tres veces y a la tercera se pierde la formalidad y empieza la acción.

El anfitrión corre en la dirección que traía originalmente mientras que el escogido corre en dirección opuesta. La idea es llegar primero al lugar dejado por el anfitrión pero cuando los dos se topen deben detenerse y saludarse de mano otra vez, así lo harán tres veces más y luego continúan alrededor del círculo. El que pierde le toca ser anfitrión o anfitriona.

Se le puede dar otro giro al juego si en lugar de correr, brincan en un pie. También se puede tener dos anfitriones al mismo tiempo.





3. Crucinombre

Duración 40 minutos

Materiales: un lápiz y una tarjeta

Desarrollo:

Es un juego para 25 personas o más pero se puede adaptar a grupos más pequeños. Se le da a cada persona una hoja dividida en 25 cuadros o menos. En el centro escriben su nombre. Después, lo más rápido posible, todos deben conseguir que los demás le escriban sus nombres en los cuadros en blanco. Se le debe dar un pequeño premio a la persona que complete de primero todos los cuadros, por ejemplo un aplauso.

Cuando las hojas de todos están llenas, se le pide a las y los participantes que tomen asiento y el facilitador señala una persona quien debe ponerse de pie y decir fuerte el nombre, luego señala a otra persona. Las y los participantes ponen una cruz sobre el nombre si es que lo tiene en su tarjeta. Las presentaciones continúan hasta que alguno tenga 5 cruces seguidas y entonces deberá gritar: gané, bingo o lotería.

Como en los grupos puede ocurrir que dos o tres personas tengan el mismo nombre, entonces se pide que pongan el nombre y un apellido o el nombre y el lugar donde viven de tal manera que no se preste a confusión cuando juegan al bingo. Lo otro que se puede hacer es entregar fichas o granos de maíz para jugar varias veces.

Este es el crucinombre:

CRUCINOMBRE

		X Su nombre		

4. Aprendiz de nombres

Duración 20 minutos

Desarrollo:

Se forman en un círculo de 8 a 10 personas viendo hacia el centro. Se selecciona una persona como el principiante de cada círculo. Esta persona empieza presentándose por su nombre y un calificativo, es decir, una palabra que lo describa como persona pero esa palabra empieza debe empezar con la misma letra de su nombre. Puede ser algo serio o humorístico como: Inteligente Irma, Juguetona Julieta, Bueno Benito, etcétera.

La persona que sigue a la derecha debe presentar a las personas que le presidieron y también su propio nombre hasta que llega a la persona que empezó y tendrá que decir todos los nombres que están en el círculo.

Evite que elijan nombres despectivos, anímelos a escoger nombres positivos.



Glosario

Crucigrama: después de estudiado, analizado y discutido un tema, se puede sintetizar los principales conceptos elaborando un crucigrama que consiste en colocar palabras horizontales y verticales en casillas de tal manera que se crucen y calcen en sus letras. Las orientaciones para completar el crucigrama se colocan al pie o al lado de las celdas.

Estudio de Caso: el estudio de casos debe partir de una situación o problema que debe ser solucionado. En esta técnica el grupo analiza un caso hipotético o real que muestre elementos importantes de un tema y del que se pueden deliberar conclusiones para ser llevados a la práctica.

Exposición con tarjetas: es una técnica que permite conocer el pensamiento grupal a partir de las anotaciones individuales de palabras claves. A cada participante se le entrega una tarjeta de color y en ella deben escribir lo que piensa utilizando máximo tres palabras. Todas las tarjetas se colocan y se organizan por respuestas similares de tal manera que queda visible el pensamiento del grupo.

Historieta: se trata de representar por medio de dibujos una historia que tiene relación estrecha con el tema estudiado. Una vez analizado, estudiado y profundizado el tema se le pide al grupo que construyan una historieta donde plasmen los principales conceptos estudiados.

Laberinto: aunque es una técnica utilizada en el aprendizaje de niños y niñas, también se puede adaptar a grupos de personas adultas. Se trata de elaborar en un papelógrafo una ruta con muchas bifurcaciones de tal manera que las orientaciones que se colocan en las intersecciones ayudan a llegar a la meta. La elaboración de un laberinto por parte de un grupo ayuda a fijar y a evaluar el conocimiento adquirido del tema.

Mapa conceptual: es una técnica para aprender y exponer un tema ya que se construye en forma grupal. Las y los participantes construyen, exploran, organizan, interrelacionan y fijan el conocimiento del tema estudiado. Al elaborar un mapa conceptual las y los participantes reflexionan, analizan y crean.

Para elaborar el mapa conceptual se utilizan cuadros, óvalos, líneas y otras formas, de tal manera que los conceptos quedan resumidos y relacionados. Conceptos como Democracia, Cultura de Paz, Equidad de Género y muchos otros, se pueden presentar en mapas conceptuales una vez estudiados, discutidos y analizados.

Sociodrama: es una de las técnicas didácticas más gustadas por los grupos, pues permite desarrollar su creatividad en el tratamiento de un tema. El grupo organiza una representación asumiendo los roles de los personajes involucrados en la situación social que se elija. El sociodrama, a diferencia del teatro es planificado pero no tiene un guión o libreto. Los personajes actúan de manera espontánea pero siguiendo la situación a representar. Los temas elegidos para ser representados en sociodramas deben ser conflictivos para que generen interés en la audiencia.

Video-foro: es una de las ayudas audiovisuales que les gusta más a las personas por su familiaridad con la televisión. Permite ofrecer información de manera que las personas la consideran veraz por la oportunidad de apreciar imágenes de manera directa. Además por el tipo de recurso se puede abordar muchos temas que no son fáciles de desarrollar usando solo palabras. Lo ideal sería que el grupo pueda con una cámara realizar su propio video y luego proyectarlo en plenaria.

Bibliografía

Juegos de ambiente adaptados para uso en América Latina. Lisa Anderson.

Díaz Bordenave, Juan y Martins Pereira, Adair. Estrategia de la enseñanza-aprendizaje. San José de Costa Rica, editorial IICA, 1998.

Gutiérrez Pérez, Francisco y Prieto Castillo, Daniel. La mediación pedagógica. Colección RNTC No. 1. San José de costa Rica, 1991.

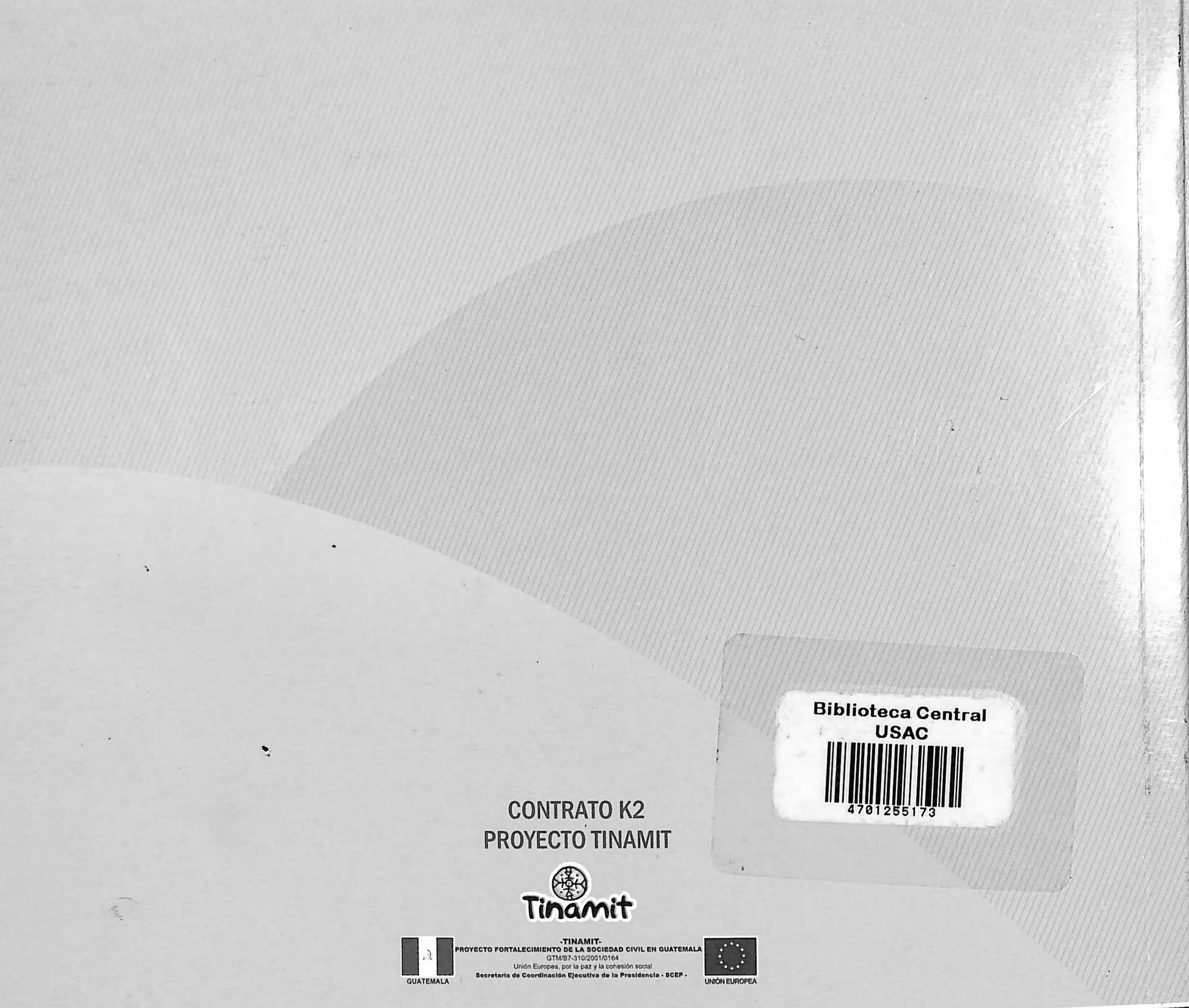
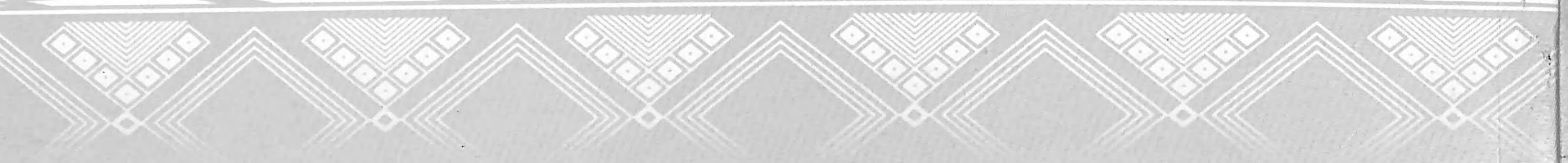
Galacho, Horacio R. Planeamiento escolar. Buenos Aires, Editorial Kapelusz, 1973.

Kaplún, Mario. El comunicador popular. Colección Intiyán. Quito, Editorial Belén, 1985.

Barros de, Nidia A., Gissi, Jorge y otros. El Taller. Buenos Aires, Editorial Humanitas, 1977.

Mello Carvalho. El proceso didáctico. Buenos Aires, Editorial Kapelusz, 1974.

Foto documentación. Taller Nacional de Didáctica, Métodos y Planificación de la Formación de Funcionarios en los Sectores de Finanzas y de Contraloría. Panamá, 2004.



**CONTRATO K2
PROYECTO TINAMIT**



-TINAMIT-
PROYECTO FORTALECIMIENTO DE LA SOCIEDAD CIVIL EN GUATEMALA
GTM/B7-310/2001/0164
Unión Europea, por la paz y la cohesión social
Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia - BSEP -

