

COMO FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL DE MANERA QUE SE CONVIERTAN EN ESTRATEGIA
CLAVE PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS INSTITUCIONALES
DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS DEL
MUNICIPIO DE BELLO - ANTIOQUIA

Presentado por:

UBER AUGUSTO ORTEGA ORTEGA

C.C. 98 575 054 de Bello

Asesor

Jhon Jorge Santafé Zapata

MAGISTER

UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES

Manizales – Caldas

2012

COMO FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL DE MANERA QUE SE CONVIERTAN EN ESTRATEGIA
CLAVE PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS INSTITUCIONALES
DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS DEL
MUNICIPIO DE BELLO - ANTIOQUIA

Presentado por:

UBER AUGUSTO ORTEGA ORTEGA

C.C. 98 575 054 de Bello

Trabajo de grado para optar al título
Especialización en Gerencia Educativa

Asesor

Jhon Jorge Santafé Zapata

MAGISTER

UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES

Manizales – Caldas

2012

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, Marzo 17 de 2012

AGRADECIMIENTOS

A los educadores, estudiantes y padres de familia de la comunidad educativa Fontidueño "Jaime Arango Rojas" del municipio de Bello, quienes facilitaron la realización de este trabajo de grado.

Al profesor John Jorge Santafé Zapata, quien asesoró el proyecto de tesis con sus conocimientos, paciencia y dedicación.

CONTENIDO

	Pág.
1. DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	15
1.1 Ubicación Geográfica	15
1.2 Características Poblacionales.....	15
1.3 P.E.I.....	16
1.4 Misión	16
1.5 Visión.....	16
1.6 Modelo Pedagógico	17
2. EJECUCIÓN DE PROYECTOS INSTITUCIONALES	18
3. ANTECEDENTES.....	21
3.1 PEDAGOGIA Y EDUCACIÓN EN COLOMBIA:	21
3.2 En Colombia:	25
4. ANALISIS SITUACIONAL	27
4.1 Estrategias para afrontar el conflicto escolar:	28
4.1.1 Desarrollo comunicacional:	28
4.1.2 Comprensión Colectiva:	28
4.1.3 Relaciones interpersonales:	28
4.1.4 El respeto y el trato:	29
4.1.5 El enfoque administrativo:	29
5. Análisis de las entrevistas aplicadas a los educadores.....	30
6. Análisis de las encuestas aplicadas a los padres de familia.....	33

7. Análisis de las encuestas aplicadas a los alumnos de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas.....	36
8. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	41
9. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	42
10. JUSTIFICACIÓN.....	43
11. OBJETIVOS	45
11.1 OBJETIVO GENERAL	45
11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	45
12. REFERENTE TEÓRICO.....	47
12.1 LA COMUNICACIÓN.....	47
12.2 Elementos técnicos de la comunicación.	50
12.2.1 Mensaje:	50
12.2.2 El código:	50
12.2.3 El canal:	51
12.2.4 El feedback:	51
13. ELEMENTOS PSICOLÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN	53
13.1 El emisor:.....	53
13.2 El receptor:	54
13.3 El proceso de la comunicación:	54
14. CATEGORÍAS DE COMUNICACIÓN	57
14.1 Comunicación verbal	57
14.2 Comunicación no verbal.	58
14.3 Comunicación asertiva.....	59

14.4 Comunicación efectiva.....	59
15. NIVELES DE COMUNICACIÓN	61
16. TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	63
16.1 Auditiva.....	63
16.2 Visual.....	63
16.3 Táctil.....	63
17. FORMAS DE COMUNICACIÓN	64
17.1 Directa	64
17.2 Indirecta.....	64
17.3 Indirecta/personal	64
17.4 Indirecta-colectiva.....	64
18. LA COMUNICACIÓN INTERNA	65
18.1 Tipos de comunicación interna.	65
18.1.1 Formal.....	65
18.1.2 Informal.....	66
18.1.3 Vertical	66
18.1.4 Horizontal.....	67
18.1.5 Rumores	67
18.2 Formas de comunicación interna. Asertividad en la Comunicación.....	67
18.2.1 Interna (proactividad vs. reactividad).....	67
18.2.2 La imagen corporativa. La imagen deseada y la imagen real: "Una .	68
18.2.3 La empresa y su entorno. (El impacto de la crisis)	69
18.2.4 La información como base para la toma de decisiones	69

18.2.5	La comunicación eficiente.	70
18.2.6	Comunicación en los grupos.	70
	Es uno de los facilitadores más importantes de las actividades administrativas. Sin este.....	70
	se dificulta el intercambio de ideas y experiencias. Un gerente transmite ideas e.....	70
	información de su mente hacia otras mentes, lo que piensa, cree y sabe lo transmite y	70
	condiciona las realizaciones administrativas. En la vida diaria, la mera presencia de otra	71
	persona estimula la comunicación.....	71
18.2.7	Propósitos de la comunicación.	71
18.2.8	Redes de comunicación.	73
19.	METODOLOGÍA.....	75
20.	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO DE DESARROLLO.....	78
21.	PROCEDIMIENTO	80
21.1	Observación directa.....	80
21.2	Revisión de documentos.....	80
21.3	Conversatorios	81
21.4	Encuestas y entrevistas	81
22.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	82
23.	FACTORES SOCIALES	83
24.	PROPUESTA DE INTERVENCION.....	84
24.1	TÍTULO.....	84

24.2 DESCRIPCIÓN GENERAL.....	84
25. JUSTIFICACIÓN.....	86
26. OBJETIVOS	87
27. CATEGORÍAS QUE SUSTENTAN LA PROPUESTA.....	88
27.1 La comunicación en la empresa.	88
27.2 La comunicación en los grupos.....	92
27.3 Medios para la comunicación en la institución educativa.	93
28. Orientación En Valores	97
28.1 La Familia	97
28.2 Liderazgo.....	97
28.3 Autoestima.....	98
28.4 Trabajo en equipo.....	98
28.5 Ecología y medio ambiente.....	99
28.6 Disciplina.	99
28.7 Entusiasmo.....	100
28.8 Compromiso.	101
28.9 Deseo de superación.....	102
28.10 Organización del gobierno escolar.	102
29. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA	104
29.1 Proyecto No. 1	104
29.2 Proyecto No. 2.....	111
29.3 Proyecto No. 3.....	117
30. CONCLUSIONES	124

31. BIBLIOGRAFIA.....	125
32. FUENTES ELECTRÓNICAS	127
33. ANEXOS.....	129

TABLA DE ANEXOS

	Pág.
33.1 Anexo A.....	129
33.2 ANEXO B.....	131
33.3 ANEXO C	133
33.4 ANEXO D	135
33.5 ANEXO E.....	138
33.6 ANEXO F.....	139
33.7 ANEXO G	140
33.8 ANEXO H	141
33.9 ANEXO I.....	142
33.10 ANEXO J.....	143

GLOSARIO

CANAL DE COMUNICACIÓN: Elemento de la comunicación.

COMUNICACIÓN: Medios empleados para relacionar o poner en contacto unas personas con otras.

COMUNIDAD: junta o congregación de personas que viven en unidad y bajo ciertas reglas, como los colegios.

CONCLUSION: resolución a la que se llega después de haber tratado algo.

CONVERSACIÓN: lo que hacemos al hablar con alguien.

CONVERSAR: hablar entre si las personas.

CONVIVENCIA: convivir en compañía de otro u otros, cohabitar.

DEMOCRACIA: Gobierno en el que la mayoría de las personas toma las decisiones.

EMISOR: lo que emite o arroja algo fuera de sí.

EMPATIA: capacidad que tiene el individuo para identificarse y compartir las emociones o sentimientos con otros.

ESTRATEGIA: arte para dirigir las operaciones.

ESTRUCTURA: distribución y orden de las partes que compone un todo.

HABILIDAD: capacidad, inteligencia, disposición que tiene alguien para hacer una cosa.

INTEGRACIÓN: incorporación de elementos étnicos o religiosos dispares de una determinada población a una sociedad uniforme que proporciona igualdad de oportunidades a todos sus miembros.

MOTIVACION: causa del comportamiento de un organismo o razón por la que un organismo lleva a cabo una actividad determinada.

RECIPROCIDAD: modo más igualitario de intercambio de bienes y servicios, puede ser directa en forma de regalo o indirecta por distribución, en la que cada cual contribuye según sus posibilidades y recibe según sus necesidades.

TRANSMISIÓN: Trasladar, transferir, hacer llegar a alguien mensajes o noticias. Difundir noticias, programas.

INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas más complejos dentro de las organizaciones es el de la comunicación ya que muchos procesos pueden estancarse si no se cuenta con una buena formación en esta dimensión humana. En la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas en el Municipio de Bello – Antioquia, se presentan diversos inconvenientes debido al impacto del medio, la historia y el desarrollo de una comunidad en busca de un desarrollo integral.

El propósito del presente proyecto de desarrollo es llevar a cabo una propuesta que genere un clima organizacional sostenible basado en principios comunicativos eficaces para el crecimiento individual y colectivo de una institución dedicada a prestar un servicio educativo y donde el potencial humano es de suma importancia, ya que intervienen profesionales en su labor docente, padres de familia con formación académica incompleta en su ciclo básico o sin escolaridad, niños y jóvenes ávidos de conocimiento pero con múltiples problemáticas de carácter social por la violencia en la región, cultural por que no cuentan con ambientes académicos propicios para un sano aprendizaje y el constante influjo de los medios de comunicación que distraen y generan una cultura facilista, basada en la obtención de dinero sin ningún esfuerzo y formación intelectual.

Desde este panorama, el proyecto de fortalecimiento de los canales de comunicación en la institución educativa a nivel externo e interno surge de la necesidad de mejorar, no simplemente las relaciones interpersonales ya que esto estaría más dentro de la formación ética y social de los que participan en los procesos, sino de la comunicación en un sentido más amplio y cuyo propósito es fortalecer y afianzar los procesos institucionales impactando la comunidad educativa y el contexto en el que se desarrollan sus procesos.

Es a través de una comunicación eficaz como se mejoran los procesos curriculares pedagógicos, de gestión, organización y de convivencia para encontrar respuesta a las diferentes situaciones que se presentan debido a la mala información o descuido en los canales y el conducto regular necesario para que los mensajes lleguen con eficacia y seriedad a quienes corresponda.

Desde esta perspectiva Savater plantea que “la tarea actual de la escuela resulta doblemente complicada. Por una parte, tiene que encargarse de muchos elementos de formación básica de la conciencia social y moral de los niños que antes eran responsabilidad de la socialización primaria llevada a cabo en el seno de la familia... y todo esto conseguirlo con los métodos característicamente modernos de la escuela, más distanciados y menos afectivos que los del ámbito familiar”¹. Esta investigación es pertinente para el mejoramiento de valores como el respeto, la cooperación, el trabajo en equipo, el liderazgo y la confianza; permitiendo el desarrollo de ambientes sanos que conduzcan al crecimiento humano integral. A su vez la institución crecerá en sus procesos organizacionales de gestión y participación comunitaria, en la permanente búsqueda de estrategias que respondan a las necesidades más apremiantes de la comunidad educativa.

Los temas que se van a tratar son de trascendental importancia, ya que fueron seleccionados de acuerdo a las necesidades e intereses de los integrantes de la comunidad educativa cuyo referente teórico y metodológico busca no sólo la comprensión de la problemática a un nivel académico, sino adelantar procesos concretos que beneficien la comunidad educativa y el medio en el que ésta se proyecta.

¹ SAVATER, Fernando. *El valor de educar*. Barcelona: Ariel, 1997, p.72.

1. DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO

1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Dirección: Diagonal 44 No. 32 – 84
Barrio: Fontidueño
Municipio: Bello
Departamento: Antioquia
Jornada: Diurna y Nocturna

1.2 CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES

Cantidad de Docentes Administrativos: 5
Cantidad de Docentes: 60
Cantidad de Estudiantes: 2.300

La institución ofrece: Preescolar, Básica, Media y el nocturno; con una cobertura aproximada de 2300 estudiantes distribuidos en 52 grupos.

La planta física está distribuida de la siguiente manera: 23 aulas de clase, biblioteca, laboratorio de física y química, sala de informática, auditorio, restaurante escolar, sala de profesores, cuatro patios, zonas verdes, tienda escolar.

Además cuenta con secretarías, una persona encargada de la biblioteca y una maestra de aula de apoyo.

1.3 P.E.I



1.4 MISIÓN

La Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas forma personas competentes en las dimensiones del desarrollo humano, liderando procesos de formación integral cimentada en valores, proporcionando un ambiente educativo armónico, preventivo y multicultural; mediante la investigación y el desarrollo de habilidades comunicativas, para formar personas responsables de su proyecto de vida y comprometidas con la construcción de la sociedad.

1.5 VISIÓN

En el año 2015, la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas será reconocida y acreditada por la calidad de la formación humana, ética y moral de seres humanos trascendentes, creadores y transformadores de la realidad en

interacción con la familia y el entorno, por medio de currículos pertinentes que faciliten el acceso a la educación superior y/o al mundo laboral.

1.6 MODELO PEDAGÓGICO

Inicialmente se consideraba abierto a todas las tendencias y enfoques de la educación y lo denominaron “Modelo pedagógico integracionista”, nombre que nació del subjetivismo, relativismo y pragmatismo de quienes estructuraron el PEI, ya que sostenían que cada maestro trabajaba su concepción, con su visión, metodología y su didáctica.

Luego se resuelve optar un modelo pedagógico como línea general del PEI, pero se hizo sin bases de estudio y sin metas claras.

Se elige por el constructivismo, pero la mayoría del trabajo directivo y docente no rompe con el sistema convencional y tradicional de educación. No hay una real ruptura epistemológica, ni construcción cognitiva; los nuevos planteamientos quedan en la teoría y continúan las mismas prácticas de repetición memorística, evaluaciones descontextualizadas, poca innovación en las estrategias metodológicas, conocimientos basados en la transmisión de contenidos, las acciones pedagógicas no resuelven problemas educativos, de formación y aprendizaje.

2. EJECUCIÓN DE PROYECTOS INSTITUCIONALES

- **Proyecto de educación sexual:** Este toma la sexualidad como parte integral de la persona, dimensión fundamental del ser humano que propende por la formación en y para la vida, de los niños, niñas, y jóvenes.
- **Proyecto de democracia:** Permite la vinculación y participación activa de los padres de familia y/o acudientes en la organización del gobierno escolar.
- **Proyecto de educación para la resistencia al abuso de las drogas (DARE):** Dirigido a la población estudiantil en edades comprendidas entre los 9 y 12 años con el objetivo de enseñarles habilidades para resistir la presión y oferta de consumo de drogas; capacita en habilidades sociales; ayuda a fortalecer la autoestima, la asertividad y la toma de decisiones autónomas responsables; busca además que tengan fundamentación clara sobre los peligros de la adicción desde el punto de vista de la salud.
- **Proyecto de teatro:** Busca estimular la imaginación, creatividad y fantasía, partiendo de sus mundos, lo que piensan de su entorno, de las vivencias que han tenido, posibles soluciones a sus conflictos mediante dramatizaciones y trabajo lúdico.
- **El proyecto de tiempo libre, recreación y deporte:** Las actividades propuestas están diseñadas para mejorar los aspectos socio afectivo, psicomotores, artísticos, culturales, deportivos, lúdicos y recreativos con el fin de

estar siempre captando la atención de los niños y jóvenes en sus diversas etapas de desarrollo.

- **Proyecto de ética y valores:** Pretende fomentar el proyecto de vida que fortalezca los valores, las actitudes, y los compromisos morales para consigo mismo, para con el entorno físico, para con Dios y especialmente para con los demás.

- **Proyecto de medio ambiente:** Se pretende crear una cultura ambiental y ecológica desde la formación de unos conceptos claros acerca del compromiso y la responsabilidad con el medio en el cual se vive y debe ser cuidado.

- **Proyecto de instrucción cívica:** Es fundamental porque la participación cívica y comunitaria es la base de toda organización social y la convivencia es la base fundamental de la sociedad.

- **Proyecto de red de jóvenes:** Busca que cada miembro de la comunidad educativa retome actitudes positivas, potencialidades, capacidades, conocimientos y recursos del medio que lo rodea. Es un taller permanente para motivar el ánimo y obrar en consecuencia con las grandes convicciones de lo que es bueno y óptimo, en tanto le permita descubrir su dignidad y sus valores como persona y como comunidad, pues son las demostraciones tangibles de aquellos valores que permite compartir, comunicar y expresar sentimientos y esperanzas.

- **El proyecto de periódico institucional:** Pretende fortalecer los canales de comunicación entre los diferentes miembros de la comunidad educativa. Dar

participación a los estudiantes para que expresen sus sueños, sean críticos frente a la sociedad y se diviertan aprendiendo a través de la noticia, del reportaje y las diferentes posibilidades que ofrecen los medios de comunicación.

3. ANTECEDENTES

3.1 PEDAGOGIA Y EDUCACIÓN EN COLOMBIA

La pedagogía es un saber que ha de permitir que el maestro se convierta en un profesional, por eso hay que construir un campo conceptual para que este sepa de qué trata. Debido a la importancia del tema muchos expertos se han dedicado a él tratando de encontrar una definición que se adecue bien a lo que realmente es pedagogía.

- **Mockus, Granes, Charum y Castro** dicen de la pedagogía que este es un saber propio de una profesión que esta históricamente situada con un sistema de mensajes que ayuda a regular las relaciones entre sus participantes.²
- **Olga Lucía Zuluaga** que estudió Historia de las prácticas pedagógicas dijo que la pedagogía es una disciplina que ayuda a aplicar los conocimientos que se tienen a la enseñanza de los saberes específicos en las diferentes culturas.³
- **Eloísa Vasco** distingue entre la enseñanza como concepto y la enseñanza en la práctica lo que se da en cualquier ciencia donde siempre hay problemas para relacionar teoría y práctica. Porque la formación del maestro debe permitir el reconocimiento de la complejidad de lo que

² Límites del cientificismo en la educación en “El problema de la formación de una actitud científica a través de la enseñanza de las ciencias y de las matemáticas en la escuela primaria” Universidad Nacional y Colciencias.

³ Zuluaga, Olga Lucía. (1987). *Pedagogía e Historia*. Bogotá: Ediciones Foro Nacional por Colombia.

acontece en la cultura y el todo social, por lo que el maestro debe pensar en sí mismo como alguien capaz de transformar la realidad social.⁴

- **Alberto Echeverri** en 1993 dice que esta ciencia es la disciplina en la que se mueven coherentemente múltiples paradigmas donadores de lógicas heterogéneas.⁵

Reuniendo todos estos conceptos se puede decir que la pedagogía más que un conocimiento profesional es uno socialmente relevante.

Para lograr esto las escuelas deben transformar su estructura formal y cada alumno trabajara de acuerdo a sus intereses, aunque no se pueden evitar las restricciones que existen como siempre al asociar la pedagogía al quehacer del maestro, y también hay restricción con respecto a las metodologías de estudio utilizadas y sus propias limitaciones.

- **Bernstein y Diaz** consideran la pedagogía como un discurso en la cual el sujeto se constituye, ubica y reubica, lo que involucra relaciones de poder tomando en cuenta el complejo conjunto de relaciones entre los diferentes campos y contextos.⁶

Como se ve la pedagogía y su concepto han tenido una gran evolución y trayectoria no solo en Colombia sino en el mundo, pues los diferentes modelos que esta establece para enseñar van cambiando de acuerdo a como cambian las circunstancias y la sociedad. Cuando se dan cambios en la producción y consumo económico y cultural, los dispositivos transforman o rompen los límites

⁴ ELOISA DEL SOCORRO VASCO MONTOYA, "La investigación en el aula: una alternativa"(1988) . En: Colombia Investigación Educativa : p.99 - 107 ,1988

⁵ Tezanos , Aracelly. El maestro y su formación: tras las huellas y los imaginarios. (2006) Cooperativa de Maestros

⁶ Bernstein y Diaz. Hacia una teoría del discurso pedagógico. Tomado de "Towards a Theory of Pedagogic Discourse" en CORE, Vol. 8, No. 3, 1984. Carlos Ossa

entre lo público y lo privado. Aparecen también otras prácticas educativas, pero en general la pedagogía debe buscar cumplir siempre ciertos objetivos en la labor de la enseñanza como son:

- Fundamentar la formación en la investigación educativa
- Integrar esta fundamentación a su práctica pedagógica escolar
- Vincular tal fundamentación a la lectura, interpretación y análisis del contexto de la escuela

Olga Lucia Zuluaga tiene claro que la subordinación de la pedagogía es algo que tiene importancia aunque poca dentro de las propias Ciencias de la Educación. Esto puede perjudicar a la pedagogía pues esta puede no tener un objeto común y se toma en cuenta más el mercado que la preparación académica lo que imposibilita las relaciones de conceptos y no permiten que los que tengan que ser educados sean capaces de pensar en sí mismos.⁷

A través del tiempo la concepción de pedagogía toma en cuenta el aprendizaje escolar y la intervención educativa con aproximaciones a problemas como:

- Desarrollo psicológico del individuo
- Identificación de intereses y necesidades
- Replanteamiento curricular.
- Reconocimiento de existencia de diversos tipos de aprendizaje escolar
- Búsqueda de alternativas para lograr el conocimiento escolar
- Promoción de interacción entre docente y alumno
- Revalorizar el papel del docente

⁷ Zuluaga, O.L. op cit

En la actualidad la pedagogía tiene nuevas formas de enfocar la educación sobre todo bajo las luces del constructivismo que dice que hay existencia y prevalencia de proceso activo en la construcción del conocimiento, de esta manera la concepción constructivista del aprendizaje escolar se basa en la idea de que la finalidad de la educación es promover procesos de crecimiento personal del alumno dentro del marco cultural del grupo al que pertenece.

La pedagogía necesita de una interacción de alumnos y profesores, pero hay que tomar en cuenta que en el aprendizaje de contenidos curriculares hay que establecer bien que es lo hay que aprender, y también hay que tomar en cuenta el conocimiento factual, conceptual que lleva a una memorización.

Cuando se trata de contenidos procedimentales se establece que hay que aprender los procedimientos tomando en cuenta:

- Meta a lograr
- Secuencias de acciones
- Evolución de las mismas

Cuando es un aprendizaje de contenido de actitud y valores, hay que tener en cuenta la influencia de elementos previos, más que todo las influencias previas que haya tenido el alumno.

Ha habido grandes cambios en los paradigmas de la educación que privilegiaron en su momento competencias ideales a desarrollar en los seres humanos, a cada cambio generado por un paradigma nuevo se le asocian competencias específicas. Pero de pasar por una educación en donde la memoria era lo más importante, se ha ido evolucionando buscando objetivos y

competencias y en la actualidad dadas las condiciones y momentos que demanda la sociedad, se requiere desarrollo de habilidades mentales de nivel superior para formar personas con competencias de conocimiento e información. La pedagogía es la llamada para esta respuesta, especialmente la pedagogía del conocimiento o sea aquella que articula las dinámicas del desarrollo cognitivo, con las dinámicas del desarrollo científico conceptual.

Ya desde 1980 se veía de acuerdo a la pedagogía que el papel del maestro venía cambiando con el tiempo y es así como puede decirse que en los tiempos actuales la pedagogía ha entrado en el campo de las mediaciones con lo cual ha cambiado su significado tradicional, transformando las relaciones estado-sociedad civil, se puede afirmar que es un dispositivo de control, pero sin embargo que toma en cuenta los cambios en la misma sociedad que hacen que ella asuma una nueva forma de presentarse.

3.2 EN COLOMBIA

Las políticas educativas en lo regulativo (formación) y en lo instruccional (conocimiento), se han alimentado del conductismo, la eficiencia, el rendimiento, las habilidades fragmentadas y su énfasis en los métodos de aprendizaje no han permitido un acceso, ni mucho menos un posicionamiento frente a estos nuevos dispositivos. Las reformas curriculares se han quedado en lo regulativo y no han profundizado en los saberes y disciplinas para superar el asignaturismo.⁸

⁸ Tamayo Valencia, Luis Alfonso. Tendencias de la pedagogía en Colombia. (2007) latinoam.estud.educ. Manizales (Colombia), 3 (1): 65 - 76, enero-junio

Pero más que mirar al pasado es preciso analizar no solo la actualidad sino el futuro de la educación en Colombia la cual tiene que enfrentar los siguientes desafíos:

- Conducir la sociedad colombiana hacia la equidad, en el sentido de igualdad de oportunidades para sus jóvenes.
- Formar a niños y jóvenes para el ejercicio de una ciudadanía participante, tolerante, solidaria, justa y honesta.
- Preparar a niños y jóvenes para ser parte de una economía global competitiva, creadora de riqueza y bienestar

Se espera que esto se cumpla porque sin lugar a dudas según “la incapacidad de construir un sistema educativo eficaz y generador de equidad es quizá la mayor deuda con la sociedad de las elites que han dirigido a Colombia durante sus casi dos siglos de vida republicana”⁹.

Ahora, cuando la sociedad del conocimiento y la globalización disparan los indicadores de inequidad en el mundo, la inequidad del sistema educativo colombiano en acceso, permanencia, y calidad sólo empeora la situación para los niños y jóvenes de los grupos sociales más desprotegidos.

⁹ <http://www.eduteka.org/RetosEducacionColombianaFPP.ph> consultado el 3 de noviembre de 2011

4. ANALISIS SITUACIONAL

La Institución Educativa brinda espacios de participación mediante la conformación de los organismos institucionales: Consejo Directivo, Académico, de Padres, y la Personería Estudiantil. Organiza y realiza programas culturales, deportivos, cívicos, religiosos y educativos para buscar la integración entre los componentes de la comunidad educativa fortaleciendo el sentido de pertenencia y el aprovechamiento del tiempo libre.

Con estas posibilidades y limitaciones, en la Institución se presentan algunas situaciones complejas en la comunicación interpersonal y sobretodo en el desarrollo de procesos a nivel institucional. Se manifiesta a través de malos entendidos, comentarios mal intencionados, rumores y hasta chismes que afectan la sana convivencia.

No hay capacidad para el manejo y la resolución del conflicto. Este aspecto es muy importante en la comunicación ya que sirve como estrategia para moderar los conflictos efectuando una intervención de escucha y diálogo que propicie una alternativa que incluya la tolerancia en la capacidad de convivir, aceptación de las diferencias, respeto en el desacuerdo, etc. Es además necesario aclarar que aunque los conflictos no sean resueltos, una actitud respetuosa y una búsqueda de acuerdos, fortalece los procesos de convivencia y cooperación al interior de la institución, pero esto muy pocas veces se da.

Al no ver soluciones tangibles y efectivas, los maestros en ocasiones, solicitan fórmulas, pasos y estrategias puntuales para resolver los conflictos de manera inmediata y eficaz deseando siempre la erradicación total del conflicto.

En la institución se presentan algunas situaciones incómodas que llevan a lanzar juicios de valor sobre otros, denuncias o quejas por hechos pasados o presentes

que en ocasiones afectan la integridad moral de las personas. Entre alumnos y maestros hay pequeños enfrentamientos porque se ofenden los derechos, hablar del otro, desobedecer órdenes, ignorar a las personas y poca capacidad de escucha del interlocutor.

4.1 ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR EL CONFLICTO ESCOLAR

4.1.1 Desarrollo comunicacional

Es básicamente la interlocución entre dos partes, entre maestros-alumnos, alumnos-directivos, maestros-directivos, aquí el mediador debe asumir una capacidad de escucha, pues permite a ambas partes la construcción de una significación propia sobre la actitud frente a los otros, redundando en la construcción y promoción de su identidad, la escucha y el diálogo abierto entre dos es el eje que dinamiza y permite una actividad de acercamiento.

4.1.2 Comprensión Colectiva

Es frecuente que los maestros deleguen las situaciones de conflicto a otros compañeros, y aún más grave cuando se hacen comentarios malintencionados deteriorando la imagen del otro debido a los celos profesionales.

4.1.3 Relaciones interpersonales

Para que haya unas buenas relaciones interpersonales se hace necesaria una buena comunicación como medio de conocimiento con el otro para fortalecer la empatía, entendimiento, cooperación, la satisfacción, logros de metas, objetivos y

evitar la distorsión del mensaje. Esta se manifiesta en la institución a través de grupos de trabajo, grupos de amigos y de colaboración.

4.1.4 El respeto y el trato

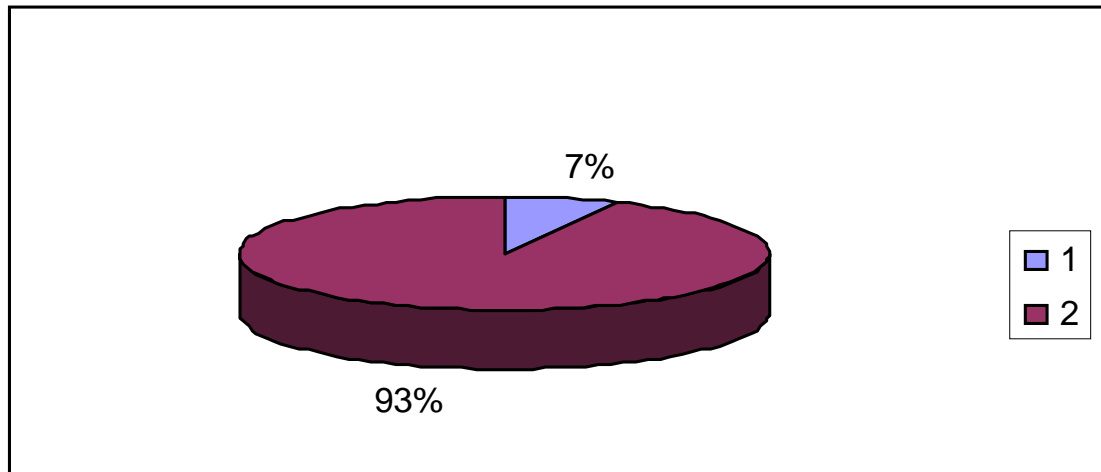
Entre los integrantes de la comunidad educativa el respeto y el trato, se pueden observar a través de la actitud que manifiestan ante una orden, una sugerencia o una recomendación. Aunque todo esto es acorde con el medio donde se desenvuelve la persona; las palabras que hieren y algunas acciones se vuelven y esto hace daño en la formación de la cultura.

4.1.5 El enfoque administrativo

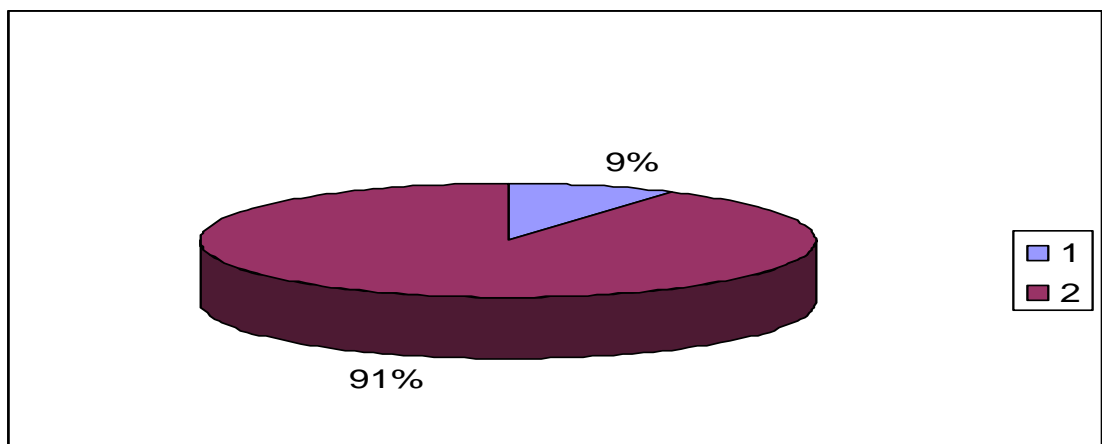
El direccionamiento administrativo de la institución es democrático porque favorece una convivencia sana, respetuosa entre los integrantes de la comunidad. No obstante, esto requiere estar atento a no confundir la democracia con la autocracia, por ello es importante un ejercicio permanente de participación y de crítica a la forma de ejercer la autoridad, esta se evidencia en el gobierno escolar.

A nivel barrial y local la Institución se integra a través de la participación y proyección de eventos deportivos, culturales y educativos, diseñando y aplicando instrumentos (entrevistas, encuestas, conversatorios, tertulias, entre otras) que permiten el análisis de la realidad institucional y de los problemas interpersonales, no obstante se carece de medios técnicos, humanos y materiales para implementar un buen sistema de comunicación. La información que se recolectará en la propuesta, tiene como base la aplicación de encuestas, observaciones directas, consultas y entrevistas entre otras estrategias, realizadas con los integrantes de la comunidad educativa de la Institución.

5. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS EDUCADORES

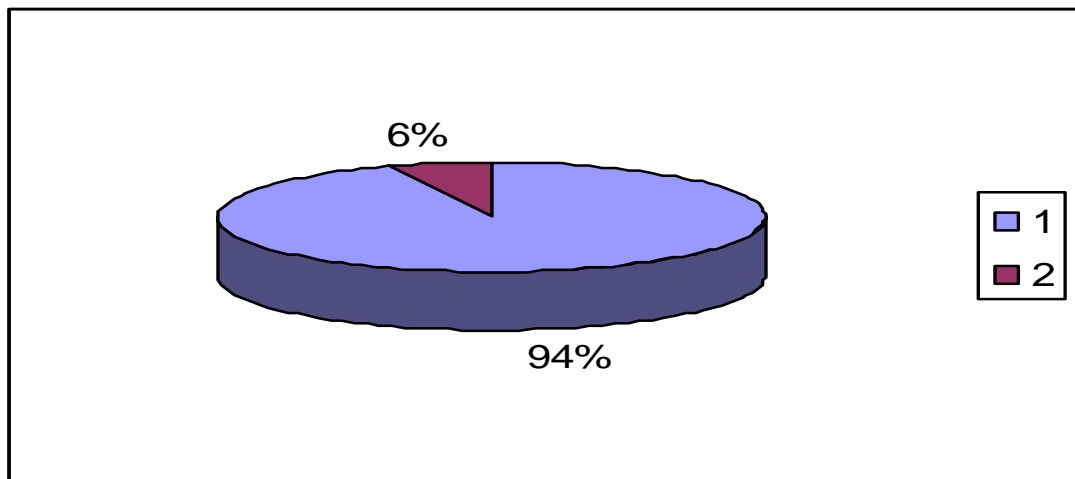


- El 93 % de los docentes consideran que la comunicación en la institución es buena porque es pertinente, eficaz y que además permite compartir ideas y experiencias laborales.
- 7% de los docentes creen que la comunicación debe mejorar para que la información sea oportuna.

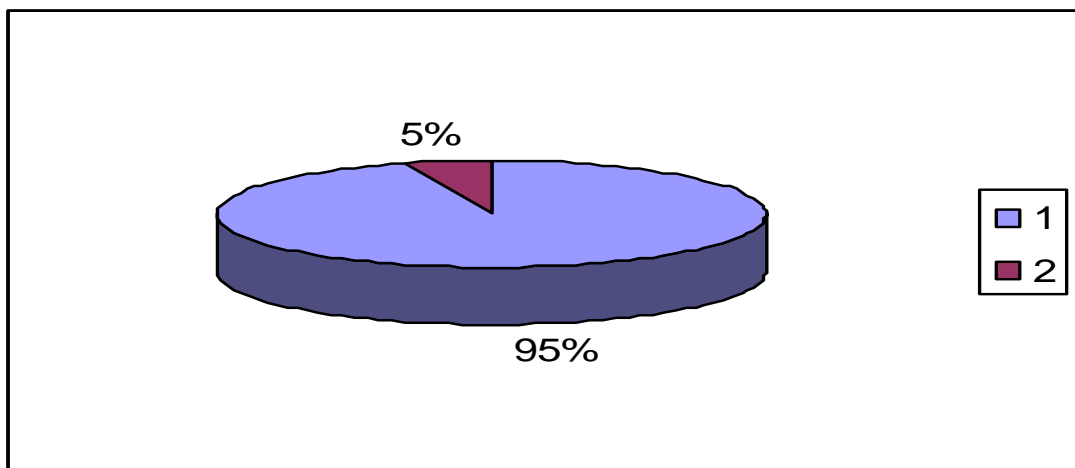


- El 91 % de los docentes manifiestan que la comunicación en la institución es buena, solo que es un proceso complejo que siempre debe mejorar.

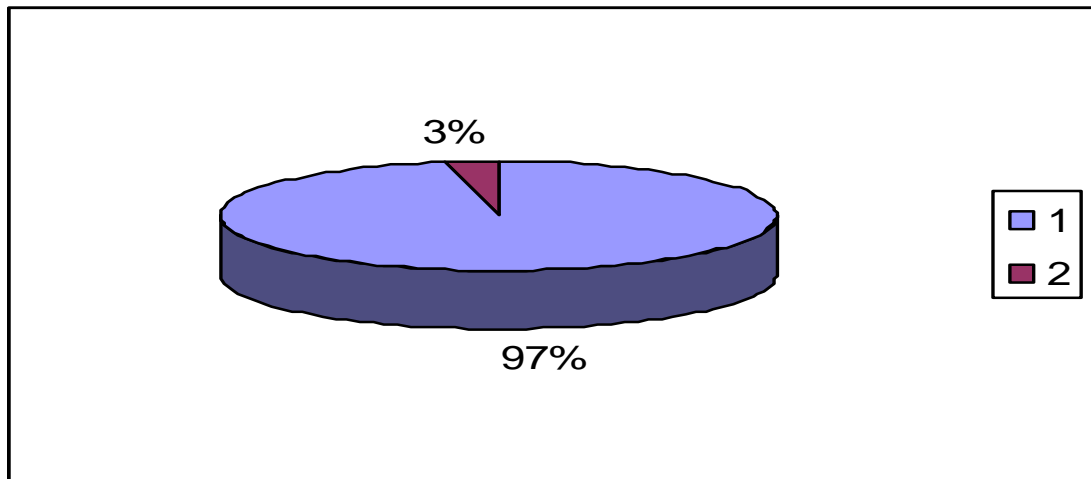
- El 9% de los docentes opinan que la comunicación en la institución debe mejorar, porque a veces se distorsionan los mensajes debido a los canales utilizados.



- El 94% de los docentes consideran que la comunicación en la institución es oportuna, precisa, objetiva, concreta, que propicia la reciprocidad.
- El 6% de los docentes expresan que la comunicación es buena pero que es necesario implementar otros medios.

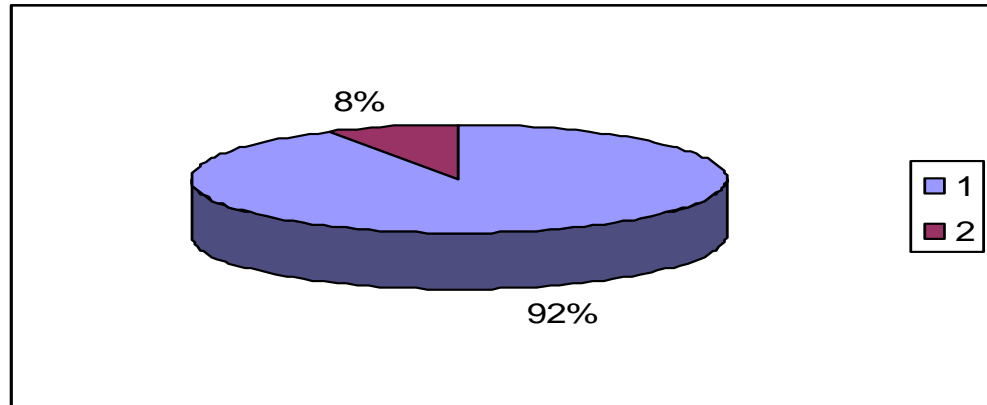


- El 95% de los docentes responden que los medios existentes se difunden por todas las dependencias y lugares de la institución.
- El 5% respondió que los medios existentes no llegan a ser difundidos por todas las dependencias y lugares de la institución.

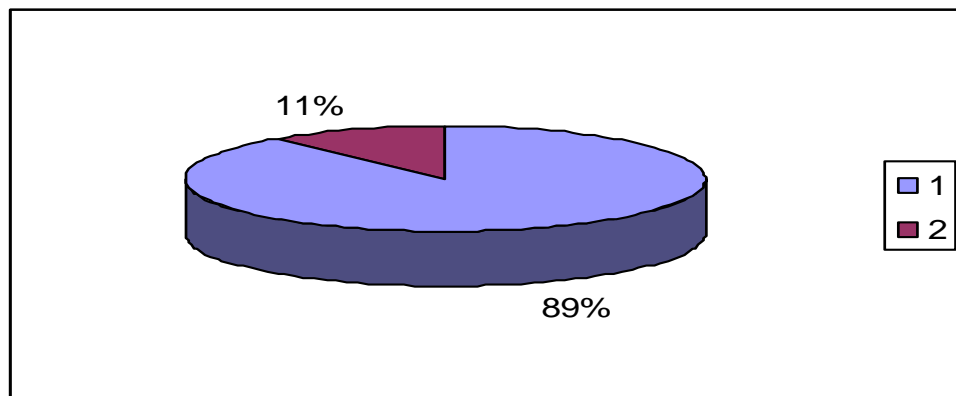


- EL 97% de los docentes piensan que para mejorar la comunicación se hace necesario capacitar a profesores y estudiantes en la elaboración de medios escritos y poner en marcha campañas publicitarias.
- El 3% manifiesta que es necesario motivar a todos los integrantes de la comunidad educativa para que hagan uso de los medios de comunicación que ofrece la institución.

6. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS PADRES DE FAMILIA

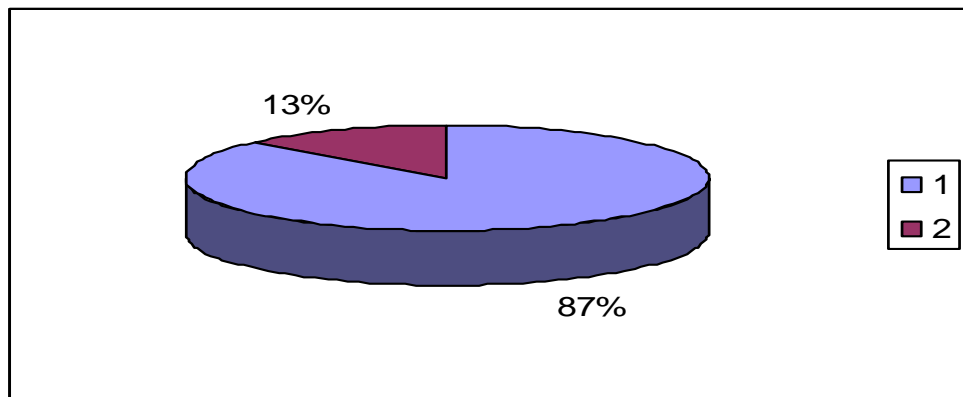


- El 92% de los padres de familias considera que la institución satisface las necesidades de comunicación porque los estudiantes participan en la elaboración y la lectura de la información.
- 8% de los padres de familia expresan que en el aspecto comunicativo es importante aprovechar mejor cada uno de los medios existentes.

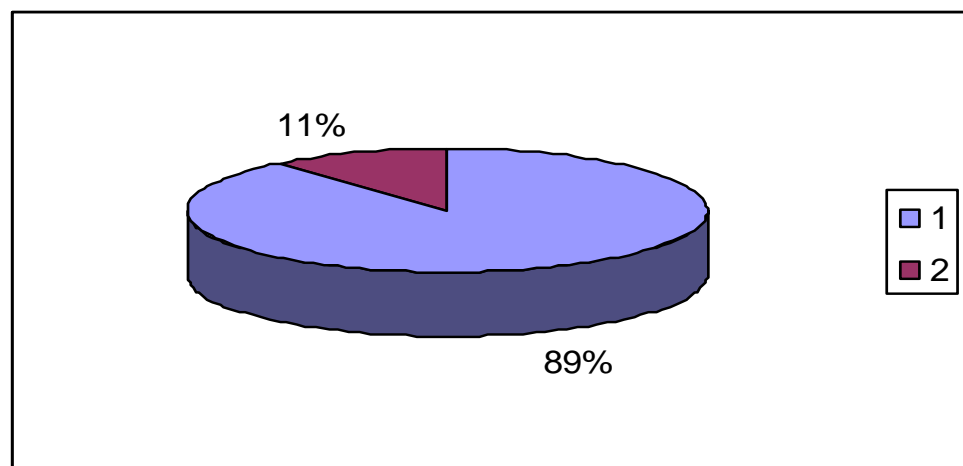


- El 89% de los padres de familias responden que la comunicación de la institución es adecuada ya que aporta la información necesaria para todos.

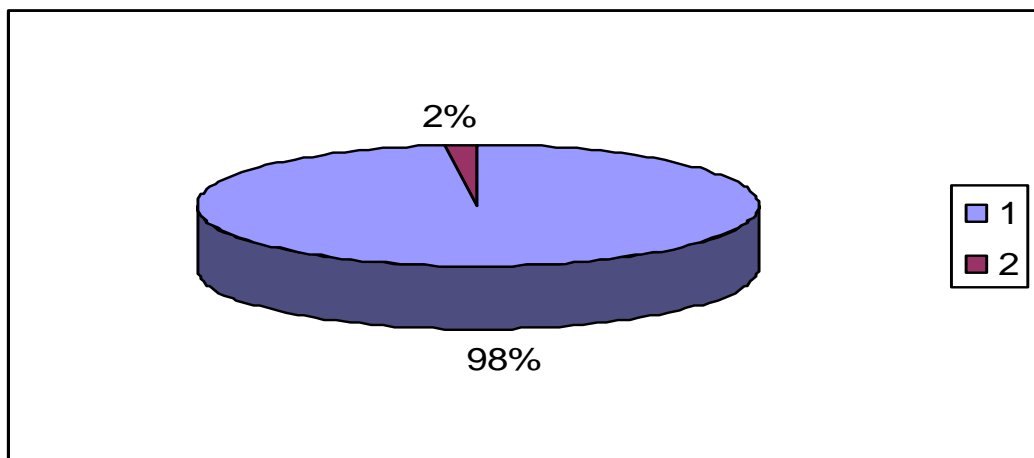
- El 11% de los padres expresa que se deben mejorar los medios existentes procurando el mejoramiento de los procesos pedagógicos, curriculares, organizacionales y de gestión.



- El 87% de los padres de familia manifiestan que la comunicación que se envía a los hogares es buena ya que los avisos de programas y eventos que organiza la institución llegan a tiempo.
- El 13% de los padres de familia opinan que la comunicación debe ser impactante con la forma de difundir la información para que haya un verdadero cambio de actitud frente a las propuestas hechas en la institución.

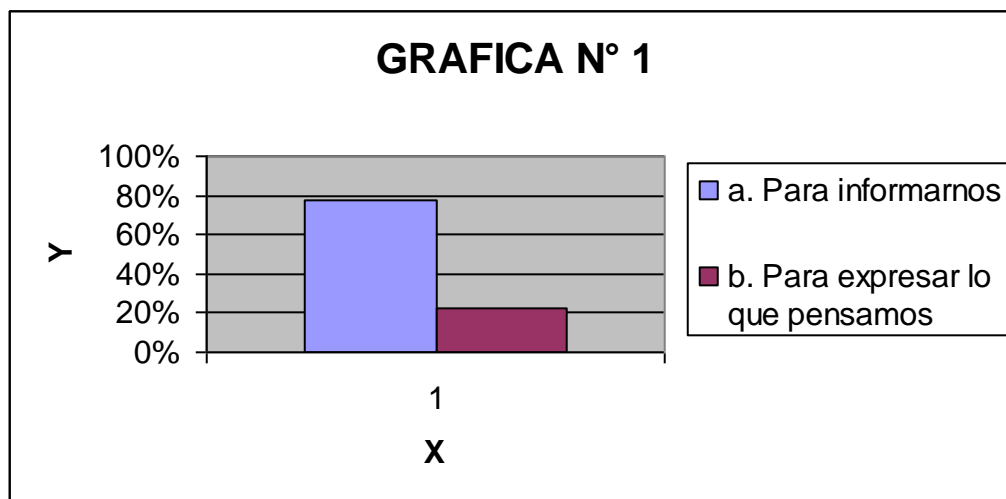


- Frente a la forma de comunicarse el 89% de los padres de familia responden que es buena ya que permiten una relación cercana con los hijos.
- El 11% opinan que es necesario convertir la comunicación en un canal para mejorar las relaciones entre alumnos, padres y maestros brindando comprensión, diálogo, y confianza.



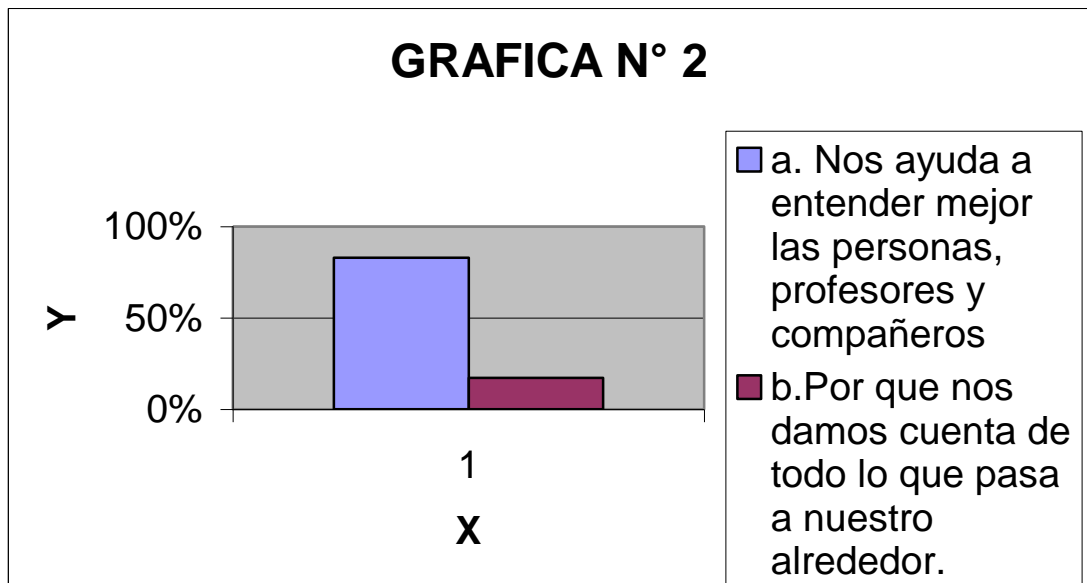
- El 98% responde que es un factor indispensable en el proceso educativo ya que por medio de esta se dan los procesos de formación, socialización y expresión de pensamiento de ideas contribuyendo al crecimiento personal, profesional e institucional.
- El 2% de los padres de familia manifiestan que si es un aspecto interesante porque permite el fortalecimiento de las buenas relaciones entre los integrantes de la comunidad.

7. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS



- a. Para recibir información** **78%**
- b. Para expresar lo que pensamos** **22%**

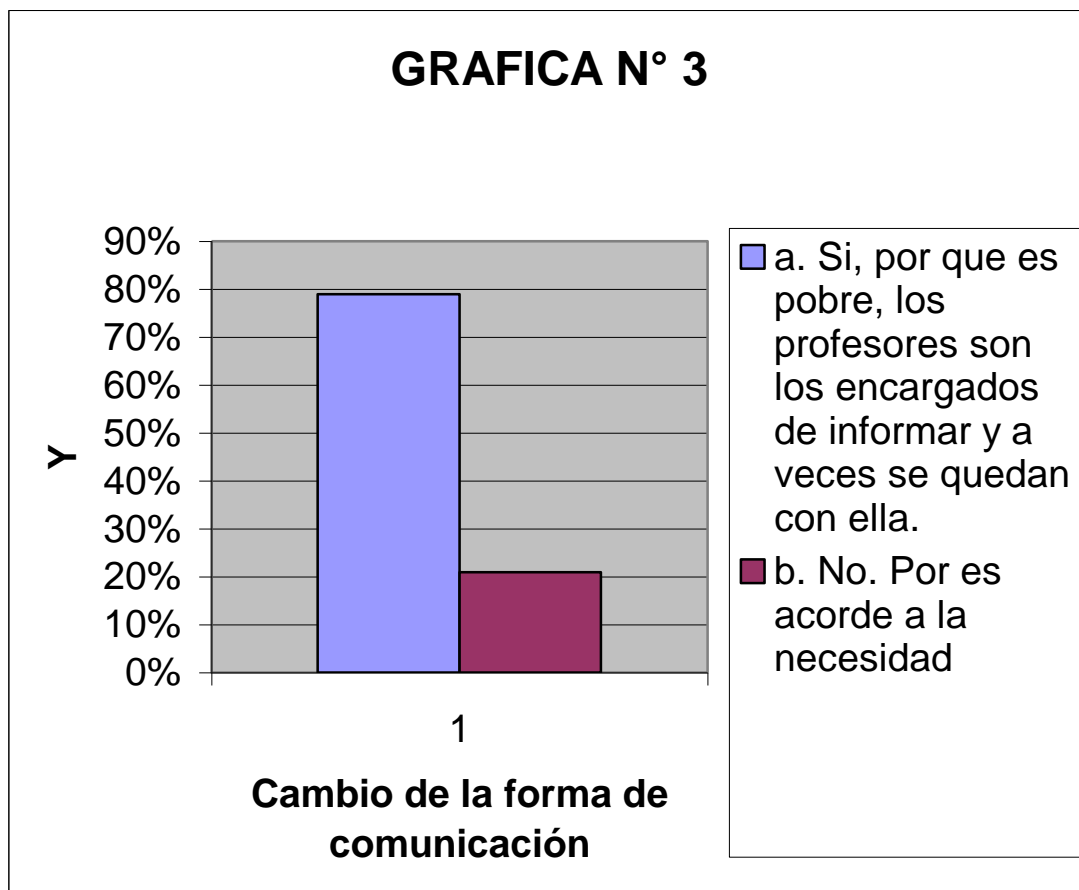
- El setenta y ocho por ciento (78%) de los alumnos consideran que la comunicación es importante porque los informa y al mismo tiempo los forma en los procesos educativos, pedagógicos y curriculares. Además se mantienen actualizados de las diferentes actividades que se realizan en la Institución.
- El 22% restante, opina que es importante porque les brinda oportunidad de conversar, expresar y decir las cosas que cada uno siente.



- a.** Ayuda a entender mejor las personas, profesores y compañeros **83%**
- b.** Porque nos damos cuenta de todo lo que pasa a nuestro alrededor **17%**

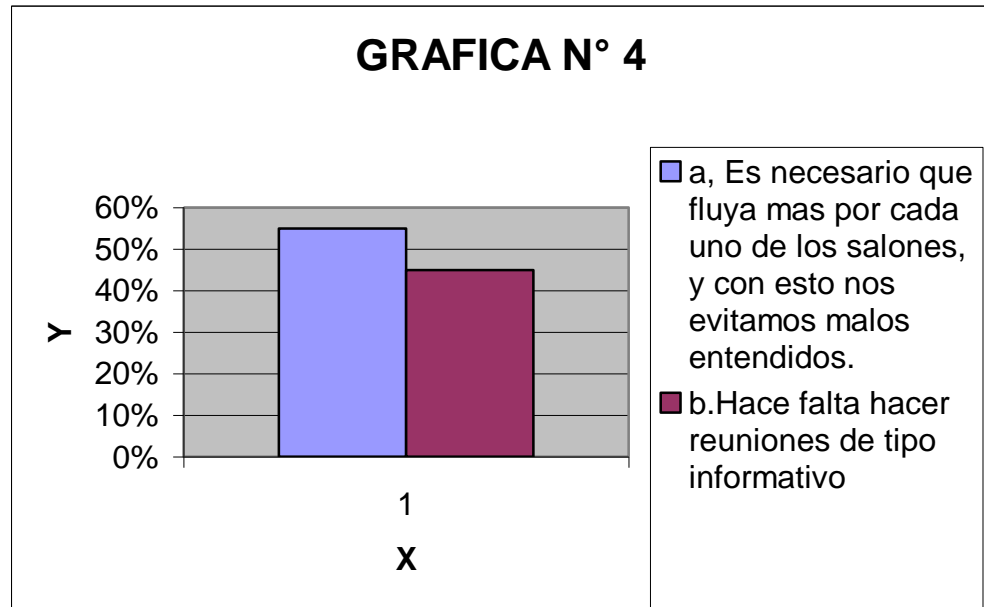
- El ochenta y tres por ciento (83%) expresa que la comunicación es importante porque permite un intercambio de ideas, la socialización de experiencias, la transmisión de sentimientos y vivencias.
- El diecisiete por ciento (17%) piensa que es una manera de vivir la vida como estudiante y disfrutar de todo sanamente; es decir, respetando, escuchando al otro, ya que por este medio nos damos cuenta de la realidad.

GRAFICA N° 3



- a. Si (azul), porque es pobre, los profesores son los encargados de informar y a veces se quedan con ella **79%**
 - b. No (violeta). Por es acorde a la necesidad **21%**
-
- El 79% de los alumnos responden que les gustaría que la Institución cambiara la forma de comunicación porque es insuficiente, los profesores son los encargados de informar y a veces no la transmiten a tiempo afectando el desarrollo de actividades lúdicas, recreativas, deportivas y pedagógicas.

- El 27% de los alumnos dicen que es necesario un cambio en la comunicación de la Institución que sea eficaz y de esta manera se propicia un ambiente de armonía y entendimiento entre los integrantes de la comunidad educativa.



- a. Azul. Es necesario que fluya más por cada uno de los salones, y con esto se evitan malos entendidos **55%**
- b. Violeta. Hace falta hacer reuniones de tipo informativo **45%**

- El 55% de los alumnos expresan que se hace necesario implementar otros medios y formas de comunicación: como la emisora, el periódico mural, el impreso y el digital.
- El 45% opinan que se deben fortalecer las carteleras, los carteles, los volantes como medios para mantener informada a toda la comunidad educativa.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados en la aplicación de las encuestas y entrevistas, a padres de familia, docentes y alumnos se puede reflexionar que es necesario organizar un programa para fortalecer los medios, canales y sistemas de comunicación existentes en la institución que conduzcan a la buena marcha de todos los procesos institucionales.

Según esto se puede concluir que:

- Para que en una institución educativa se lleven a cabo los procesos educativos con eficacia se necesitan la implementación y educación de medios de comunicación existentes.
- Es necesario posibilitar la capacitación a los integrantes de la comunidad educativa en cuanto a temas que se refieran a la importancia de una buena comunicación en la institución.
- A través de la utilización de diferentes instrumentos como entrevistas, diálogos, encuestas, visitas, observación directa y reuniones se puede detectar rápidamente las falencias más sentidas por los integrantes de la comunidad educativa y también promover aquellos valores que por no tener un canal adecuado de comunicación se quedan en lo escondido y no se proyectan en la comunidad.

8. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las problemáticas alrededor de la comunicación en la I.E Fontidueño Jaime Arango Rojas afecta de manera directa e indirecta el desarrollo de los procesos institucionales como el trabajo en equipo, el desarrollo de actividades pedagógicas curriculares, gestión y organización.

Todo esto debido a la falta de implementación, fortalecimiento, sostenimiento y adecuación de los canales de comunicación existentes.

Además se carece de los medios de información en las dependencias correspondientes que permitan que la difusión del mensaje llegue con eficacia a quien corresponda en el momento preciso.

- Lo que interesa precisar, no es tanto la capacitación esporádica, sino lograr una motivación permanente para que estos medios impacten a los integrantes de la comunidad educativa.
- Se requiere del compromiso permanente de cada uno de los involucrados en los diferentes procesos aportando sugerencias, disponibilidad, ganas, entrega y sentido de pertenencia para lograr la excelencia a donde se quiere llegar.

9. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo fortalecer los procesos de comunicación organizacional de manera que se conviertan en estrategia clave para el mejoramiento de los procesos institucionales de la comunidad educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas del municipio de Bello – Antioquia?

De acuerdo a los problemas generados en torno a la comunidad, las diferencias entre las formas de comunicación en los integrantes de la comunidad educativa y la búsqueda de la excelencia en la prestación del servicio educativo en la institución, es importante precisar lo central de la problemática y la posibilidad de la respuesta a través de este proyecto.

10. JUSTIFICACIÓN

Según la Ley General de educación, Ley 115 de febrero 8 de 1994 en su artículo 21, se formula este objetivo: “La formación en los valores fundamentales para la convivencia en una sociedad democrática participativa y pluralista. Teniendo en cuenta este objetivo se ve la necesidad de inculcar la importancia de la comunicación entre los integrantes de la comunidad educativa como un medio para el mejoramiento de la enseñanza-aprendizaje y el desarrollo de las actividades pedagógicas, curriculares y de gestión, si se tiene en cuenta que la comunicación es el proceso que facilita la articulación del trabajo en equipo, que contribuye al logro de las metas, expectativas y ante todo en la gestión escolar buscando un acercamiento, entendimiento, empatía, comprensión y credibilidad sobre lo que se transmite”.

Así mismo en el decreto reglamentario 1860 de 1994, y el decreto 0230 de 2002, se le brinda la facultad a la comunidad educativa de participar en el Consejo Directivo, Comisiones de Evaluación y Promoción, Consejo de Padres de familia, Consejo de Estudiantes, asociación de Padres de Familia, personero estudiantil. Lo que interesa aquí, es el papel que cumple la comunicación como medio para fortalecer las relaciones interpersonales y la forma más eficaz de comprensión del entorno escolar. Por esto puede decirse que la comunicación es la facultad que tiene el ser humano de transmitir a otros, informaciones, sentimientos y vivencias.

Además existen otras directrices del Ministerio de Educación Nacional, sin duda alguna los estándares lo afirman cuando se refieren a que el lenguaje es la facultad del ser humano por excelencia y es la que ha permitido apropiarse del mundo a través de la comunicación significativa, verbal y no verbal, leer y escribir forman sentido en los actos de la comunicación.

Este proyecto de desarrollo tiene algunos ejes fundamentales, en primer lugar el compromiso con la comunidad frente al fortalecimiento de los niveles y canales de comunicación existente.

En segundo lugar la novedad de la propuesta, ya que en la institución se ejecutan proyectos que contribuyen a la formación del individuo pero no existe una propuesta encaminada directamente al mejoramiento o sostenimiento de una adecuada comunicación en beneficio de los procesos humanos y académicos que se adelantan allí.

11. OBJETIVOS

11.1 OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar una propuesta para el fortalecimiento de los niveles, medios y canales de la comunicación existentes en la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Roja del Municipio de Bello donde se planteen estrategias para el fortalecimiento de la comunicación entre los integrantes de la comunidad educativa y se preste un servicio eficaz a la comunidad educativa.

11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar un programa de capacitación para los integrantes de la comunidad de la institución educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas para el fortalecimiento de ambientes escolares por medio de mesas de trabajo.
- Capacitar a los docentes, padres de familia y estudiantes en la importancia del adecuado uso de los medios de comunicación.
- Reconocer la importancia de una adecuada comunicación en el desarrollo de los procesos curriculares, pedagógicos y gerenciales a través de talleres y medios audiovisuales para el fortalecimiento de una sana convivencia.
- Capacitar a los integrantes de los diferentes estamentos del gobierno escolar en la importancia de ser líderes y como ejercer esa labor.
- Realizar dos bazares en la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas, con el fin de recolectar recursos económicos para la compra de materiales y medios de comunicación.

- Sensibilizar a la comunidad educativa sobre la importancia de una buena comunicación a través de la utilización de las técnicas de grupo que permitan el mejoramiento de las situaciones comunicativas.

12. REFERENTE TEÓRICO.

12.1 LA COMUNICACIÓN

La comunicación es la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro u otros, informaciones, sentimientos y vivencias. En toda comunicación tiene que haber un emisor, un mensaje y un receptor.

Cuando se habla de seres vivos, no se refiere tan sólo a los humanos, ya que desde los insectos hasta los grandes mamíferos tienen dicha facultad, siendo el hombre el único ser que puede comunicarse por vía oral; mientras que los demás, lo hacen por sonidos (pájaros, cuadrúpedos, delfines, ballenas), fricción de elementos de su cuerpo (grillos, chicharras) o por acción (formación de vuelo de las abejas, posición del cuerpo de perros o venados, formación de nado de los peces).

Los mamíferos, incluido el hombre, también tienen la característica de comunicarse por el tacto (contacto corporal). “La comunicación pone en movimiento, inquieta, dinamiza a todas las estructuras sociales del más variado orden, ya que se trata de la familia, escuela, el club, la fábrica, el taller, el equipo deportivo o la organización Gubernamental. No importa el tamaño o las funciones. Es la fuerza que dota de cohesión a los grupos para darles la solidez que garantiza su permanencia”¹⁰

¹⁰ FLÓREZ D., Sergio. *Hacia una comunicación Administrativa Integral*. Edit. Trillas. México. 1990. P.25

Es indiscutible que el hombre como ser social necesita vivir en continua relación; esto implica que en la mayoría de las relaciones, este se encuentra “comunicado”, es decir, emitiendo y recibiendo mensajes, lo cual posibilita el contacto y conformación de diversos tipos de relaciones.

La comunicación es el acto esencial de los seres que les permite expresar lo que perciben, piensan o sienten. La comunicación no sólo es un intercambio de información, sino que a su interior se dan juegos simbólicos, se exponen criterios de creación y se formalizan y prefiguran nuevas formas de pensamiento. Desde la perspectiva sistemática, la comunicación está en el orden de la interacción. Esta línea de pensamiento puede articularse con la visión de Montagu (1983) quien expone que la comunicación es también el nombre que se le da a las innumerables formas que tienen los humanos para mantenerse en contacto: las palabras, la música, las pinturas y letras. Como también los gritos y susurros, las inclinaciones de cabeza, las señales, las posturas y los atuendos, es decir, es un encuentro de símbolos y abarca una multiplicidad de signos.

La comunicación puede considerarse entonces, como el centro de todas las actividades de hombre, es el factor fundamental para el establecimiento de nuevos contactos sociales y para el mantenimiento de estos, por ello se trata de una actividad compartida, que de acuerdo con Gonzalo Cabal (1989), permite satisfacer un deseo primario, que es el de informar ya que se dirige a la razón humana, y además responde a la necesidad de persuadir, dirigiéndose esta última a la efectividad. En síntesis la comunicación abarca cualquier tipo de conducta que tiene como propósito suscitar una respuesta específica en otro individuo o grupo determinado.

El término comunicación, proviene de la expresión latina “Comunicare”, que se refiere a un intercambio, a hacer partícipe de algo y a la interacción, es por esto,

que se presentan algunas definiciones de comunicación obtenidos a partir de diferentes autores. Serrano y Mortense (1980), definen la comunicación como un proceso por medio del cual, emisores y receptores de mensajes interactúan en con texto social dado. Esta definición, incluye los tres elementos básicos de la comunicación sin hacer énfasis específico en ninguno de ellos, lo que podemos deducir que la comunicación es un proceso integrado. Por otra parte, Dávila G. y otros (1981), sostienen que “la comunicación es un proceso mediante el cual, los individuos o grupos se relacionan e interactúan. A través de él, se intercambian y transmiten significados en forma de mensajes; es un proceso que implica mutua participación y que exige respuestas o reciprocidad”¹¹

Lo anterior resalta la idea, que uno de los principales requisitos, es que cada una de las partes involucradas en la comunicación estén sintonizadas y se produzcan un intercambio mutuo.

Acosta y Serrat (1985), También se refiere a la comunicación como “una comunidad de experiencias, una mutualidad de influencias y conjuntos especificables de conductas verbales y no verbales, pues la persona se comunica porque tiene algo que expresar a los demás; información, sentimientos o argumentos”¹²

Aquí se enfatiza en la comunicación como una conducta recíproca y necesaria en la vida del hombre, que es empleada para transmitir un sin número de mensajes y que se constituye en un proceso que involucra diversos elementos, los cuales serán abordados a continuación.

¹¹ Ibid-Pág. 28

¹² ACOSTA, Miguel y Carmen. *Terapia de pareja. Un enfoque conductual*. Madrid: Alianza, 1985. P. 33

Desde una perspectiva ética la comunicación también está enraizada en la “Ética comunicativa” y a su vez se basa en el diálogo y la comunicación donde la preocupación por la justificación y fundamentación de la ética en una sociedad pluralista y democrática como la actual, colocan el énfasis en el procedimiento para llegar entre todos a una normativa moral universal¹³.

12.2 ELEMENTOS TÉCNICOS DE LA COMUNICACIÓN

El proceso de la comunicación está formado por varios elementos básicos sin los cuales sería difícil que la comunicación se llevara a cabo de forma productiva dicho elemento son los siguientes.

12.2.1 Mensaje

Está constituido por toda aquella intención o propósito del emisor, de enviar información que pueda ser interpretada de manera significativa.

12.2.2 El código

Todo código se compone de un conjunto de signos que entran a conformar el vocabulario, y de una serie de procedimientos para poder así efectuar las diversas.

Combinaciones de los signos, utilizados en el proceso de la comunicación; dicho procedimientos constituyen la sintaxis.

¹³ GONZALEZ ÁLVAREZ, Luis José. *Ética latinoamericana*. Bogotá: USTA, 1994, p.38.

Berlo (1985), plantea que tanto el previo conocimiento de los signos, como la correcta interrelación de la sintaxis, garantizan que el mensaje pueda ser comprendido de manera objetiva.

12.2.3 El canal

Este es el único elemento meramente técnico involucrado en el proceso de la comunicación. El canal es el medio a través del cual el mensaje llega al receptor. La comunicación es directa, cuando el canal une a los dos interlocutores lo hace sin ningún intermediario, es decir cuando se logra establecer un dialogo o comunicación existencial entre él yo y él tú.

La comunicación es directa, cuando se interpone un medio o un instrumento determinado entre los interlocutores, Este tipo de comunicación por lo general es masiva y de ella hacen parte todos los diversos medios de comunicación utilizados actualmente.

12.2.4 El feedback

Este se define como “Todas aquellas respuestas verbales y no verbales de un individuo o grupo a una comunicación inicial que deben ser retomadas por el emisor, con el objeto de constar la interpretación de sus mensajes y de continuar con el proceso comunicativo”¹⁴

¹⁴ AVENDAÑO, Noemí. *Elementos de la Comunicación*. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó, 1990, p. 32

Es así como el Feedback, cobra importancia cuando las personas involucradas en el proceso comunicativo, intentan evaluar las reacciones del sujeto receptor (expresión del rostro, gestos, etc.) o también sus opiniones.

Al mismo tiempo que observa el impacto que la información emitida ha producido, lo cual marca la pauta acerca de los nuevos mensajes que la fuente ha de emitir, dándose así un dialogo bilateral o una comunicación completa, la cual implica que exista un retorno de la información.

13. ELEMENTOS PSICOLÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es el fundamento de la interacción social; desde las experiencias tempranas, los individuos comienzan a comunicarse, en una primera instancia para buscar satisfacer sus necesidades primarias. Posteriormente se responde mediante la comunicación a una segunda necesidad mucho más compleja, que implica tanto ofrecer como recibir información, lo cual conlleva a persuadir, con el fin de lograr modificaciones comportamentales en un individuo o en un grupo específico. Además, la posibilidad de expresar sentimientos y emociones, hace que la comunicación sea un proceso interdependiente, donde todos sus elementos se influyen conjuntamente y toda la actividad que constituye dicho proceso está sujeta al campo de la experiencia total del individuo.

Es por lo anterior, que Watzlawick (1967), plantea que la comunicación no tiene lugar nunca en el vacío y que tanto el emisor como el receptor, en todo acto comunicativo van a intervenir de acuerdo a aspectos, tales como: la experiencia, el medio socio-cultural y las estrategias cognitivas que median el proceso de comunicación.

13.1 EL EMISOR

Es el factor más decisivo en el proceso de la comunicación, ya que es quien codifica y emite los mensajes en función de unos determinados objetivos. También este elemento cobra importancia en relación con el interlocutor, debido a que la interpretación de los mensajes, dependen de alguna manera, de la forma como estos sean emitidos por el emisor.

13.2 EL RECEPTOR

Es la persona o grupo de personas, que decodifica, capta o recibe los diferentes mensajes enviados por el emisor.

El receptor es quien da la información de retorno o respuesta al mensaje recibido, lo cual permite al emisor corroborar si fue comprendida o interpretada correctamente la información.

Tanto los elementos técnicos (mensajes, código, canal, feedback), como los elementos psicológicos (emisor y receptor), deben concurrir adecuadamente dentro del proceso de la comunicación, con el fin de que ésta se produzca exenta de perturbaciones que puedan llegar a deformarla.

13.3 EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

El proceso de la comunicación comienza cuando la fuente o emisor codifica el mensaje, esto es, toma la información o sentimiento que desea compartir y la dispone de tal forma, que pueda ser transmitida. Una vez codificado y enviado el mensaje se vuelve independientemente del emisor y cualquier cosa que haga el mensaje está más allá del poder del emisor para modificarlo.

Si la fuente no tiene una información clara y adecuada, conduce a que el mensaje no esté completo y correctamente codificado en signos transmisibles apropiados, finalmente llevara a que el destinatario o receptor no sea capaz de manejar o decodificar la información enviada, impidiendo de esta manera que se produzca la respuesta esperada, entonces, obviamente el sistema de comunicación funcionará por debajo de su máxima eficacia.

De lo anterior puede considerarse que no se puede establecer una relación predecible entre el contenido del mensaje y el efecto que pueda lograr por sí mismo. Sin embargo es posible describir algunas condiciones de éxito en la comunicación, las cuales hacen referencia a los requisitos que se deben cumplir para que el mensaje obtenga la respuesta deseada.

Las cuales se establecen a continuación

- El mensaje se debe diseñar y transmitir de tal forma que se logre la atención del destinatario escogido.
- El mensaje debe ser acorde con las necesidades del receptor de modo que dichas necesidades se vean satisfechas de algún modo en el proceso de la comunicación.
- En el mensaje se deben emplear signos que hagan alusión a experiencias comunes del emisor y del receptor, de modo que se logre transmitir el significado.
- Sólo en función de la experiencia, es posible codificar y decodificar los mensajes.
- Si las experiencias del emisor y receptor han sido evidentemente diferentes, es posible que no se logre una comunicación significativa.

El emisor trata de codificar de tal forma que sea fácil para el receptor relacionar el mensaje con partes de su experiencia, que deben ser similares a los del emisor. Es así como los mensajes llegan a las personas en forma de signos y si estos se han aprendido, también ciertas respuestas a las cuales se les denomina “mediadoras”, ya que intervienen en lo que le sucede con el mensaje al ser procesado por el individuo.

Estas respuestas son el significado de lo que el signo representa para los sujetos que intervienen en el proceso comunicativo. Las respuestas mediadoras son aprendidas a través de la experiencia, pero se ven afectadas por el estado en que se encuentre el organismo.

Según Fernández y Dahnke (1986), las respuestas mediadoras determinan lo que se haga en relación con el signo. Esto se debe a que se han aprendido otras series de relaciones asociadas con las respuestas mediadoras. En otras palabras, el significado resultante de la codificación, iniciará una nueva codificación, la cual dependerá de las respuestas disponibles en determinada situación y que estas estén conectadas con el significado.¹⁵

En síntesis, el proceso de la comunicación implica una decodificación continua de señales provenientes del medio ambiente, las cuales son interpretadas y codificadas nuevamente como respuesta de lo anterior. Es un error suponer que el proceso de la comunicación tiene lugar en un momento y sitio determinado, en realidad, dicho proceso es interminable ya que está en constante cambio debido a las interpretaciones, hábitos, habilidades y capacidades de los sujetos que intervienen en el proceso comunicativo.

¹⁵ FERNANDEZ COLLADO, Carlos y GORDÓN L., Dahnke. *La comunicación humana*. Bogotá: Ariel, 1985, p. 101.

14. CATEGORÍAS DE COMUNICACIÓN

14.1 COMUNICACIÓN VERBAL

Esta forma de comunicación parte de la necesidad del hombre de expresar lo que piensa, dar a conocer sus emociones, transmitir sus conocimientos y recibir otros. Es por ello que a continuación, se expone varios planteamientos propuestos por diversos autores que plantean la relación con la interacción que se establece a partir del lenguaje articulado.

Jaramillo (1983), define la comunicación verbal como “La que se lleva a cabo cuando se expresa una idea, sentimiento o acción, por medio de la voz”¹⁶.

Skinner (1981), define la conducta verbal como aquel comportamiento que está reforzado por mediación de otras personas. Es decir, la comunicación verbal es considerada como un movimiento capaz de afectar o producir modificaciones en otro organismo. Para Coronas (1983), es el producto resultante de la interrelación de la conducta del emisor con la del receptor. El emisor pretende el logro de un objetivo, mediante lo que verbaliza y el receptor fortalece la conducta verbal del hablante, a través del adecuado reparto de reforzamiento. Estas funciones se intercambian de manera constante.

De los anteriores planteamientos, es posible exponer que la comunicación verbal implica un compromiso y por lo tanto, define una relación. Una comunicación verbal no sólo trasmite información, sino que al mismo tiempo impone algunas conductas o actitudes morales en quienes intervienen en este proceso porque se

¹⁶ JARAMILLO, A. *Técnicas de comunicación*. Medellín: Universidad San Buenaventura, 1983, p. 28.

transmiten ideas que llegan al cerebro como información pero después son premisas que transforman al individuo.

14.2 COMUNICACIÓN NO VERBAL

La comunicación no verbal no se expresa con palabras, sino con otros signos como gestos y otras acciones¹⁷. A través de la comunicación no verbal, el ser humano puede expresar actitudes, emociones e incluso transmitir mensajes a través de diversos signos que cobran significados para el receptor. Además, la comunicación no verbal, juega un papel de reforzador ante de comunicación verbal.

Mediante la comunicación no verbal se pueden evidenciar algunos estados emocionales concretos que pueden llegar a conferir un significado tal a lo que se verbaliza, que la comunicación verbal puede llegar a invalidarse, ya que del contenido no verbal depende la interpretación y credibilidad de lo que se dice.

Dentro de las conductas no verbales, existen algunas que se destacan por su impacto en el estilo de comunicación y su influencia en el mensaje.

Aspectos como: El contacto ocular, la expresión facial, el tono y el timbre de la voz, la gesticulación y la postura, puede marcar los diversos estilos de relación y además son indicadores explícitos en la comunicación que puede llegar a producir diversas respuestas, de acuerdo al significado que se le asigne a cada signo no verbal.¹⁸

¹⁷ Ibid p.30

¹⁸ FELIU y GÜELL. *Técnicas de comunicación*. Programa de profesionalización. Departamento de publicaciones U.S.B. Medellín, 1983 p. 54

14.3 COMUNICACIÓN ASERTIVA

Goldstein (1976) Hace referencia a la asertividad como una conducta interpersonal que implica la comunicación y expresión honesta, directa y adecuada de opiniones, creencias, sentimientos y deseos personales, tanto positivos como negativos"¹⁹. El ser asertivo, implica contar con un repertorio de habilidades básicas, las cuales favorecen la comunicación efectiva.

Dentro de estas habilidades están el aprendizaje de habilidades de expresión de sentimientos; el desarrollo implica tanto la expresión de sentimientos positivos como la de sentimientos negativos, de modo que la expresión de dichos sentimientos a través de la emisión de mensaje efectivos, de modo tal que sea posible, en primera instancia producir cambios constructivos en la conducta del interlocutor, así como también, lograr que los mensajes logren un impacto favorable en el receptor de modo que no se den interferencias que impidan el desarrollo óptimo del proceso comunicativo.

Las habilidades específicas a desarrollarse para la expresión de sentimientos, serán mencionadas en capítulos posteriores.

14.4 COMUNICACIÓN EFECTIVA

Es importante aclarar que una de las dimensiones de la comunicación asertiva, mencionada anteriormente, implica la expresión directa, honesta y adecuada de sentimientos, lo cual hace parte de la comunicación efectiva. No obstante, ésta categoría comunicacional, enfatizada aún más en el intercambio informal inherente a la relación de pareja, propiamente dicha.

¹⁹ Ibid p. 54.

Para Andreyeva y Guzmán (1981), los intercambios “afectivo - amorosos”, son un fenómeno multifuncional y tanto sus valores como sus funciones, están interconectadas con diferentes aspectos sociales, los cuales adquieren gran impacto sobre el componente de la atracción. Es así como los diversos parámetros que intervienen en el contexto social se ven estrechamente asociados a los hábitos de comunicación que le sujeto ha aprendido, los cuales determinan y facilitan las relaciones afectivas que le sujeto establece”²⁰

Mc. Adams (1984), plantea que las personas que se muestran altamente motivadas por ejercer poder, presentan relaciones conflictivas e inestables. Por lo general se presentan conductas verbales y no verbales poco adecuadas como tonos de voz irónico, poco contacto visual o mirada desafiante, volumen de voz inadecuado y pocas expresiones de afecto, entre otros. Estas actitudes manifiestan deficit en la comunicación influyente tanto en la recepción como en la emisión del mensaje, dando lugar así, a un proceso de comunicación deteriorado y a una relación de pareja marcada por la insatisfacción, el distanciamiento y el poco ajuste marital.

²⁰ Andreyeva y Guzmán (1981), En: www.Quality.consultant.com/gerentita/libro-0015 (Consultado el 14 de agosto de 2005)

15. NIVELES DE COMUNICACIÓN

Los factores motivacionales que incitan al establecimiento de una relación de pareja, llegan a determinar en gran medida las características de comunicación, lo cual implica que la comunicación se da de forma profunda o no, de acuerdo a la disposición que se tenga para establecer una relación afectiva con el otro.

El modelo teórico de Powell (1969), propone que toda relación interpersonal compromete cinco niveles de comunicación, los cuales abarcan desde los niveles profundos hasta los niveles superficiales en la comunicación. Estos niveles son:

- Profundo
- Emotivo
- Condicional
- Lacónico
- Superficial

En el primer nivel de comunicación (profundo), se da un intercambio basado en la apertura absoluta y la honestidad.

La apertura es básica para el compromiso en el proceso de comunicación y se centra básicamente en la pedagogía del encuentro, Powell sostiene que la comunicación es la única vía para la comunión, en donde se permite revelar la intimidad, sentimientos, emociones, pensamientos y demás. Se da la posibilidad y el deseo de reflexionar sobre los mismos, pero lo más importante aún, es el poder tener una expresión libre de emociones y pensamientos sin el temor a que se realice juicios de valor, de modo tal, que el acto comunicativo profundo permita a sus participantes sentirse como personas íntegras.

El segundo nivel de comunicación (emotivo), permite, a los individuos revelar sus ideas, juicios, sentimientos y emociones como factor relevante de la comunicación. En este nivel de comunicación, el análisis objetivo de las situaciones cobra poca o ninguna importancia.

Esta forma de comunicación se encuentra determinada por algunos rasgos de personalidad y demás elementos cognitivos, que la diferencian e individualizan a cada sujeto en particular, haciendo que la comunicación sea una revelación del interior de la persona.

En la comunicación condicional o tercer nivel de comunicación, existe un déficit en la honestidad y sinceridad. Existe una expresión de ideas, juicios, decisiones y sentimientos, pero siempre sujeta a la aceptación y aprobación de los demás, y sin esta condición no se da una apertura en la comunicación que permita la el acercamiento al otro. La comunicación se da en función de la aprobación que las otras personas den a sus ideas, opiniones y decisiones, es así como la persona permanece bajo la presión de la censura, lo cual le limita la posibilidad de expresión. En la comunicación condicional subyacen algunas estrategias cognitivas inadecuadas y un déficit en cuanto a la comunicación asertiva.

El cuarto nivel de comunicación se caracteriza por un estilo de comunicación "lacónico". Se observa una interacción pobre, en donde no hay manifestaciones de la interioridad del individuo. La comunicación se limita a reportar lo que ha hecho o dicho sin favorecer la emisión de opiniones por parte del receptor.

En general, se observa una comunicación deficiente ya que existe poco deseo de compartir con el otro, deseo, emociones y pensamientos. En este nivel de comunicación no se evidencia un deseo de aceptación y aprobación.

16. TIPOS DE COMUNICACIÓN

16.1 AUDITIVA

Es la comunicación desarrollada a través de sonidos producidos por el emisor.

16.2 VISUAL

Consiste en la comunicación que el receptor percibe por la vista.

16.3 TÁCTIL

Se considera aquella donde el emisor y el receptor entran en contacto físico.

17. FORMAS DE COMUNICACIÓN

17.1 DIRECTA

Es la comunicación que se desarrolla entre el emisor y el receptor en forma personal, con o sin ayuda de herramientas. Es llamada también comunicación boca-oído. (Hablar frente a frente, charlas, conferencias, etc).

17.2 INDIRECTA

Es aquella donde la comunicación está basada en una herramienta o instrumento ya que el emisor y el receptor están a distancia. La comunicación indirecta puede ser personal o colectiva.

17.3 INDIRECTA/PERSONAL

Se desarrolla con la ayuda de una herramienta o instrumento (hablar por teléfono, enviar una comunicación impresa, radioaficionados, correo electrónico, Chat por Internet, etc.)

17.4 INDIRECTA-COLECTIVA

El emisor se comunica con un grupo de receptores ayudado por una herramienta o instrumento (periódicos, televisión, radio, cine, libros, página Web, videos, etc.). Se le conoce también como comunicación social o de masas.

18. LA COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal de determinada institución. El clima organizacional dentro de una empresa se puede definir como la calidad duradera del entorno interno que tienen sus miembros; lo cual influye en su comportamiento. Ese entorno puede ser medido en términos de valores, basado en el conjunto de características o atributos que se plantean, y puede ser orientado con la utilización planificada de motivaciones (mensajes)²¹.

Esta debe estar dotada de mensajes positivos que exalten la emoción y motivación de quien recibe el mensaje de tal manera que siempre esté con actitud positiva y se convierta en una persona emprendedora con espíritu de servicio y compromiso.

18.1 TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

La interrelación personal puede ser catalogada de acuerdo a su tipología en:

18.1.1 Formal

Es aquella comunicación cuyo contenido está referido a aspectos laborales. Sigue la cadena de mando de la organización formal. Para cualquiera, la transmisión está prescrita y estipulada la designación formal y la sanción oficial. Esto puede incluir órdenes ejecutivas respecto a nuevos sistemas de bonos o planes de

²¹ Tagiuri. 1968. En: Procesos organizacionales, www.quality.consuktant.com/gerentica/libro-0015 (Consultada el 3 de julio de 2004)

acción, información técnica para propósitos de la toma de decisiones y políticas sobre procedimientos y las reglas fijadas por los manuales o compañías. En general, esta comunicación utiliza la escritura como medio (Comunicados, memorandos, plegables y volantes, etc.)

La velocidad depende de la organización pero en muchas ocasiones es lenta debido a que tiene que cumplir todas las formalidades y protocolos que interfieren la comunicación.

18.1.2 Informal

Es aquel tipo de comunicación cuyo contenido, a pesar de ser de aspectos laborales, utiliza canales no oficiales. (Reunión alrededor del botellón de agua, encuentros en los pasillos, etc.). Es comúnmente llamada rumor o telégrafo secreto, lo utilizan los gerentes para comprender la comunicación formal. Este tipo de comunicación informal puede ser útil y precisa o dañina para el manejo de las personas. -Se dice que hay un 80 o 90 % de exactitud en los rumores, para saber las controversias en las organizaciones. Además es más veloz que la formal.

18.1.3 Vertical

Es aquella comunicación que se genera en las áreas directivas de la empresa y desciende utilizando los canales oficiales. En una comunicación corporativa óptima, debería existir la comunicación vertical ascendente.

18.1.4 Horizontal

Se desarrolla entre los empleados de un mismo nivel corporativo. Muy pocas veces utiliza los canales oficiales y es totalmente informal. También es conocida como comunicación plana.

18.1.5 Rumores

Es la comunicación informal que recorre la institución sin respetar canales y a la velocidad de la luz. Se le llama también bolas o "radio bomba", chismes y comentarios.

18.2 FORMAS DE COMUNICACIÓN INTERNA. ASERTIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN

18.2.1 Interna (proactividad vs. reactividad)

Al hablar de asertividad se entiende no sólo de comunicación eficiente, sino que la comunicación sea motivacional; es decir, que la respuesta del perceptor esté orientada hacia la sinergia.

Alcance de la Comunicación Interna: La comunicación interna no está relacionada solamente con los empleados. Aquí hay que incluir desde los accionistas, pasando por el Directivo Ejecutivo, llegando hasta los distribuidores y puntos de ventas de un determinado producto.

18.2.2 La imagen corporativa. La imagen deseada y la imagen real: "Una

Imagen es el conjunto de significados por los que se llega a conocer un objeto, y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que una persona tiene sobre un objeto". (Dowling, 1996)"²²

Lo anterior refleja la importancia de la comunicación para la creación de significados, para descubrir, manifestar, conversar, tratar con alguien de palabra o escrito, consultar, conferir; porque esta es mucho más que la simple transmisión de información o que la transferencia causa- efecto de ideas, cuyo principal objetivo es acordar o coo-recrear un significado mediante los símbolos (palabras, gestos, tonos) que se usa.

“La imagen de la empresa es crucial y los programas de comunicación empresarial bien concebidos, bien organizados y presentados en forma efectiva ciertamente generarán muchos beneficios. También es importante que el programa de comunicación empresarial reciba el apoyo de la alta gerencia; de igual trascendencia es comunicarse con la fuerza de trabajo para que apoye con su fuerza muscular. Además, es también crucial cerciorarse de recibir el impulso de la buena voluntad de los accionistas y que las audiencias objetivo vean la realización de un esfuerzo coordinado”²³.

²² Dowling, 1996, En: www.Quality.consultant.com/gerentita/libro-0015 (Consulta: 10 jun. de 2005)

²³ WORCESTER, Robert. *Market and opinion researchers*. En: Gerencia de proyectos, Modulo 4. Pag. 103

18.2.3 La empresa y su entorno. (El impacto de la crisis)

Toda institución, cualquiera que sea su objetivo (comercial, institucional, gubernamental, de producción, servicios, educacional, etc.), es creada para satisfacer necesidades sentidas, creadas o reales de una comunidad (local, regional, nacional o global).

De ahí que cada institución vive por y para la comunidad destinataria; y sea cual fuere la situación económica, política o social imperante, la institución necesita detectar cuáles son los escenarios en que la comunidad se está moviendo, para crear las bases motivacionales a proyectar, con el fin de mantenerse allí en un espacio, un posicionamiento o un nicho productivo.

La dinámica es una sola: La institución requiere amoldarse a las condiciones existentes en la comunidad, sin ver hacia atrás, sólo hacia el futuro.

18.2.4 La información como base para la toma de decisiones

Una imagen se forma como resultado de una serie de estímulos que un perceptor recibe de un emisor directa o indirectamente, y su interpretación o evaluación pueden estar influenciadas por muchos factores psico-sociales. Para comprender cómo tiene lugar esa interpretación o evaluación, debemos estudiar la forma en la que el individuo procesa la información.

Según McGuire, el procesamiento de la información se divide en cinco fases y como puede observarse, los estímulos recibidos sólo se retienen si se completan todas las fases del procesamiento de la información.

La memoria del ser humano se compone de tres elementos: Memoria sensorial, memoria a corto plazo y memoria a largo plazo, siendo en ésta última donde se efectúa la fase final de procesamiento de la información por el individuo.

18.2.5 La comunicación eficiente

Una comunicación eficiente está basada en el establecimiento de un puente donde el emisor tenga detectado el objeto, el lenguaje y el contenido correcto, conociendo previamente quién es el receptor y previendo cuál será su feedback (hacer las cosas correctas correctamente).

La comunicación corporativa eficiente se basa en dos escenarios fundamentales:

- La estructura de una buena política de comunicación, donde se identifican los puntos de partida reconocidos, el establecimiento de estándares de calidad en la proyección y una coordinación para integrar toda la comunicación que se proyecta.
- Unas características específicas de la campaña, donde se identifica los elementos relacionados con el análisis del problema, el desarrollo de la estrategia comunicacional, los planes de implantación y el cálculo de la efectividad del programa de comunicación corporativa.

18.2.6 Comunicación en los grupos

Es uno de los facilitadores más importantes de las actividades administrativas. Sin este se dificulta el intercambio de ideas y experiencias. Un gerente transmite ideas e información de su mente hacia otras mentes, lo que piensa, cree y sabe lo

transmite y condiciona las realizaciones administrativas. En la vida diaria, la mera presencia de otra persona estimula la comunicación.

El gerente astuto, sabe que la gente está influenciada por muchos factores y los toma en cuenta al interactuar con alguien. La comunicación es necesaria en todas las relaciones humanas y esto conlleva a enfrentarse con la influencia e importancia del comportamiento humano.

Y puede llegarse el caso de que la comunicación es difícil entre dos personas que no se respeten o agradan una a la otra.

La comunicación capacita al gerente para obtener datos para la toma de decisiones, para ayudarse a identificar problemas y saber qué acciones son necesarias. Es importante comprender que la comunicación es un medio, no un fin, que hace posible el proceso administrativo, ayuda a que la planeación administrativa sea bien ejecutada eficazmente y se cumpla con diligencia para que el control administrativo sea aplicado con efectividad.

18.2.7 Propósitos de la comunicación

Aumentar la aceptación de las reglas organizacionales de los subordinados.

- Obtener mayor dedicación en los objetivos organizacionales.
- Proporcionar los datos necesarios para la toma de decisiones.
- Clasificar las responsabilidades de tarea, identificar los puestos de autoridad y fincar responsabilidad para el desempeño.

Shannon y Weaver intentaron aplicar el proceso general de la comunicación para todas las situaciones. Su modelo incluía los elementos básicos de un comunicador, un codificador, un mensaje, un medio de transmisión, un decodificador, un receptor, retroalimentación y ruido"²⁴

El gerente debe considerar los costos y consecuencias de la comunicación eficiente contra la efectiva, al elegir usar los canales formales o informales para lograr la maximización de la empresa y madurez de los empleados.

Es importante para un gerente entender al detalle lo que está sucediendo, en cuestión de segundos al comunicarse con un individuo o grupo de empleados. La interacción puede ser ampliamente establecida como cualquier tipo de comunicación, tanto escrita como oral, además de los gestos y/o expresiones faciales. Es además comunicación directa.

Las relaciones entre los miembros del grupo se reflejan en los patrones y procesos de la comunicación tanto formal como informal. La mayor parte de las investigaciones sobre comunicación en grupos pequeños ha puesto interés en las relaciones informales que parecen desarrollarse espontáneamente. Sin embargo, ciertos tipos de patrones de comunicación en grupos generalmente revelan un centro de comunicación que no fue planeado.

Los fines de la comunicación incluyen la transmisión de información, la persuasión a otros de un punto de vista personal del desarrollo en la comprensión mutua. La comunicación clara es un proceso difícil; la probabilidad de que coincida lo que escucha una persona con lo que dice otra es muy limitada. Los principales problemas de la comunicación son la transmisión desarticulada, dificultades

²⁴ SHANNON y WEAVER, En: www.Quality.consultant.com/gerentita/libro-0015 (Consulta: 21 jul.2005)

semánticas y falta de preparación en el que escucha. La claridad, repetición y retroalimentación pueden ayudar a eliminar los peligros de la comunicación. La comunicación bilateral y la verificación del significado son generalmente procesos que consumen tiempo. Sin embargo, la precisión de los mensajes transmitidos así como la confianza de los receptores aumenta cuando se utiliza este proceso.

La comunicación es entonces lo que permite a cada persona crear su propia realidad cerca de un objeto, el rol que desempeña, los beneficios y responsabilidades.

Así es que se facilitan o dificultan los procesos de auto motivación y satisfacción del trabajo que corresponda y se puedan tomar las decisiones adecuadas.

18.2.8 Redes de comunicación

Uno de los problemas en el diseño de las estructuras apropiadas de organización es obtener y procesar información para la toma de decisiones. Conforme las organizaciones se tornan más complejas, también deben manejar intercambios internos de información a mayor escala. Muchas de las relaciones estructurales están asociadas con la comunicación y el procesamiento de la información.

Los avances tecnológicos contribuyen en la integración de los miembros de una organización y en la capacidad de la organización para procesar información; sin embargo, estas tecnologías de información no pueden sustituir las redes de comunicación creadas a lo largo de la estructura, como pueden ser: reuniones de personal, los memorandos de rutina, el intercambio de minutas de las juntas importantes, la emisión de informes de computadoras, programas de video y boletines semanales o mensuales. Al desarrollar redes de comunicación más

eficientes las organizaciones se esfuerzan por crear una coordinación efectiva de las diversas actividades.

Se definen a las redes como personas que hablan entre sí y que comparten ideas, información y recursos. Estas fueron creadas para fomentar el auto dependencia, intercambiar información, cambiar la sociedad, mejorar la productividad y la situación laboral y para compartir recursos. Están estructuradas para transmitir información de la manera más rápida, con mayor tacto y más eficiencia que cualquier proceso que se conozca. Las redes pueden extenderse por los departamentos, las organizaciones y la sociedad, estableciendo un vínculo horizontal entre la gente que intercambia información.

19. METODOLOGÍA

Este proyecto de desarrollo se enmarca dentro de la investigación social, que exige ubicar el contexto socio histórico de los fenómenos sociales de referencia, reconocer los referentes de sentidos, situaciones y condiciones en las cuales se constituya y estructuran las realidades sociales, en este caso, de la institución como escenario de desarrollo y formación del tejido social.

Los supuestos de la investigación social se remontan o corresponden a: la coexistencia de múltiples realidades sociales como construcciones históricas; el acercamiento a un contexto particular (el ámbito educativo) que por sus especificidades no permite hacer generalizaciones a cualquier otro ámbito; el interrelacionamiento de las diversas realidades a medida que se avanza en la construcción del conocimiento.

La interacción del investigador y los actores involucrados en un mismo proceso, donde se pone en escena el ser; los pensamientos, las posturas y las formas de concebir el mundo; el reconocimiento de la dimensión intersubjetiva en la construcción social de la realidad, privilegiando la comprensión de las dinámicas y los cambios sociales a partir de la descripción de situaciones y prácticas sociales cotidianas en las instituciones educativas en cuanto a la formación, la gestión, la convivencia escolar y el reconocimiento de la subjetividad. Los actores son concebidos como sujetos sociales que se reconocen a sí mismos, con otros y por los otros, inmersos en el mundo del lenguaje, de lo simbólico, de lo cultural, construyendo su propia realidad.

La participación de maestros y padres de familia brinda la posibilidad de una comunicación directa proporcionando entendimiento, concertación, diálogo y ante todo un mejoramiento en las relaciones entre directivos y padres de familia, directivos y estudiantes, profesores entre sí, profesores y directivos, profesores y estudiantes, padres de familia y profesores.



Este esquema sirve para romper las barreras comunicativas y encontrar el apoyo en el proceso investigativo, educativo; sirve además, como método del conocimiento de la realidad institucional y su contexto como practica desde la perspectiva de nuevas acciones que buscan transformar la mentalidad, actitud de la comunidad educativa para hacer de la comunicación un proceso de intercambio de ideas, experiencias y sentimientos que forman sanamente en el ser, hacer y saber del individuo.

- El proceso metodológico se conformó a partir del dialogo, observación, revisión, análisis de cada uno de los Proyectos Educativos que forman el

(PEI) Proyecto Educativo Institucional de la Institución. Este proceso dio como resultado que la Institución se acoja a la reglamentación de la Ley General de Educación y demás directrices del MEN y que los docentes se cuestionen en el mejoramiento de las relaciones interpersonales, propiciando canales de comunicación eficaces, ya que, esto redundará en el buen desempeño de cada uno y en la armonía frente al trabajo de los demás. Aportando, además, un clima organizacional eficiente donde todos crecen a medida que la institución se proyecta y le da a la sociedad lo que ella demanda en cuanto al servicio educativo que se brinda.

20. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO DE DESARROLLO

El enfoque de investigación de este proyecto está dado de acuerdo con el fundamento teórico y filosófico que se asuma; los métodos y técnicas que utiliza van desde la observación hasta las entrevistas formales e informales, que ofrecen riqueza y variedad en el dato, los que son muy útiles en el análisis y la interpretación. Su carácter holístico le permite estudiar el objeto de forma integral y tratar de descubrir su realidad histórica, ideológica y psicológica.

Se considera por los propios etnógrafos como una "herramienta rara", engorrosa de aplicar, pues requiere mucho tiempo, es necesario familiarizarse con el grupo y recoger toda la información válida en períodos largos de observación y de entrevistas; en ellas no se pueden usar ayudantes para la recolección del dato, pues se perdería su riqueza, el dato tiene que ser recogido por el propio investigador. En el presente caso se cuenta con experiencia y recorrido en la institución para un mayor acercamiento a la realidad.

Se debe ser fiel a la realidad que se observa, a las palabras escuchadas, a los tonos que se utilizan; conservar los hechos y los documentos que se presenten, por lo que es fundamental el registro de la observación y de las entrevistas, para tratar de ofrecer una ambientación de la realidad. Cada vez que se concluya una observación o una entrevista, se requiere de una transcripción de lo sucedido para enriquecerlo con el recuerdo y añadir todo aquello que pueda ayudar para el análisis posterior. Si las entrevistas se graban deben ser transcritas inmediatamente y hacer énfasis en la fidelidad con respecto a tonos y gestos que hayan sido utilizados por los entrevistados.

Las entrevistas de carácter profundo requieren de reiterados encuentros "cara a cara", entre investigadores e informantes. Estos son dirigidos a la comprensión de sus vidas, experiencias o situaciones, como la expresan con sus palabras y profundizar cada vez más en sus experiencias y sentimientos, como dice Gary Anderson para "escuchar la propia voz del informante". "Las prácticas escolares callan la voz de los alumnos..., además el temor al señalamiento".

El enfoque de este proyecto está conformado por investigación acción y participación con un proceso investigativo democrático horizontal debido a que la información adquirida salió de educadores, estudiantes de los grados 6°, 7°, 8° y padres de los estudiantes.

21. PROCEDIMIENTO

La observación se inició teniendo en cuenta las orientaciones dadas en la estructura curricular de gerencia educativa con énfasis en gestión de proyectos y especialmente las bases contenidas en el módulo N° 2 y, mediante el cual se llegó a hacer un estudio detallado en el desarrollo de los diferentes procesos institucionales detectándose algunas falencias existentes en los niveles y canales de comunicación, todo esto se logró a través de:

21.1 OBSERVACIÓN DIRECTA

Permitió mirar los comportamientos y actitudes comunicativas de los integrantes de la comunidad educativa en la realización de diferentes actividades como jornadas pedagógicas, reunión consejo estudiantes, reunión de profesores, asamblea de padres de familia y en el acompañamiento que se hace en las horas de descanso.

21.2 REVISIÓN DE DOCUMENTOS

A través de la lectura y reflexión crítica de los componentes del proyecto educativo institución como: el teleológico, curricular, organizacional y de gestión comunitaria, además se recibió y se analizó cada uno de los proyectos que se ejecutan en la institución, aspecto que brindó pautas para organizar la propuesta pedagógica comunicativa para el fortalecimiento de los procesos institucionales.

21.3 CONVERSATORIOS

Se hicieron en tres momentos. El primero se realizó con los docentes en mesas de trabajo, carruseles y dinámicas de grupo. En el segundo momento participaron los representantes de grupo a través de reuniones y talleres participativos. En tercer lugar el trabajo se ejecutó con los padres de familia a través de una convocatoria a una conferencia taller con el tema “La autoridad”.

21.4 ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Fueron aplicadas al 15% de los integrantes de la comunidad educativa entre docentes, padre de familia y estudiantes a través de una reunión realizada con el fin de diagnosticar las necesidades e intereses en el aspecto comunicativo.

22. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Se tuvo en cuenta como paso metodológico la observación **directa** de los diferentes miembros que integran el equipo de trabajo. El **diálogo** fue otro método utilizado para intercambiar ideas y para que hubiese una mejor empatía entre los miembros del grupo. Además la revisión de **documentos** como los proyectos que integran el PEI.

Se aplican **entrevistas** y **encuestas** por escrito y jornadas pedagógicas utilizando una técnica de grupo (**mesa redonda**), foros, tertulias, comentarios de pasillos. Se realizaron acciones tales como entrevista y encuesta escrita entre los integrantes de la comunidad educativa de los grados 6°, 7° y 8° para realizar una descripción acerca de la realidad de la comunicación, tema de estudio.

23. FACTORES SOCIALES

Comunidad educativa de los grados 6°, 7° y 8° de la institución educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas

- Profesores 17
- Estudiantes 30
- Padres de Familia 30
- Padres de familia de los estudiantes (ver anexo)

24. PROPUESTA DE INTERVENCION

24.1 TÍTULO

COMO FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE MANERA QUE SE CONVIERTAN EN ESTRATEGIA CLAVE PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS INSTITUCIONALES DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS DEL MUNICIPIO DE BELLO – ANTIOQUIA

24.2 DESCRIPCIÓN GENERAL

La propuesta educativa planteada en el proyecto de desarrollo está encaminada a proponer soluciones a una de las necesidades prioritarias de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas, como es el fortalecimiento de los procesos de comunicación organizacional para que se conviertan en estrategia clave para el mejoramiento de los procesos institucionales tales como:

- Implementación de medios educativos, escritos y audiovisuales.
- Fortalecimiento del trabajo en equipo.
- Capacitación a los integrantes de la comunidad educativa en re-orientación en valores, dinamización y organización del gobierno escolar.

Por lo tanto, con el desarrollo de estos tres (3) proyectos se pretende brindar alternativas de solución a las situaciones comunicativas planteadas.

Por esto se hace necesario sensibilizar, motivar, realizar talleres, jornadas pedagógicas, encuentros recreativos y culturales, conferencias, mesas de trabajo, foros, adecuación e implementación de medios educativos, escritos y visuales.

25. JUSTIFICACIÓN

La propuesta para afianzar los medios, canales de comunicación y la orientación en valores entre los integrantes de la comunidad educativa, es prioritaria y urgente, ya que el proceso comunicativo es el hilo conductor de toda fase formativa y productiva, logrando una participación activa de todos.

Con la realización de este proyecto de desarrollo se pretende ofrecer una solución a las situaciones antes descritas, facilitando la armonía, entendimiento, mejoramiento de las relaciones familiares, institucionales y grupales, además permite un acercamiento del padre de familia y/o acudiente con la institución, concientizándolos que de este proceso también dependen los resultados esperados en el proceso educativo de sus hijos; también contribuye al mejoramiento del ambiente escolar, facilita el buen desarrollo en las actividades de gestión administrativa.

26. OBJETIVOS

- Estructurar un programa de capacitación para los integrantes de la comunidad educativa de la institución educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas para el fortalecimiento de ambientes escolares por medio de mesas de trabajo.
- Sensibilizar a la comunidad educativa sobre la importancia de una buena comunicación a través de la utilización de las técnicas de grupo que permitan el mejoramiento de las situaciones comunicativas.
- Reconocer la importancia de una adecuada comunicación en el desarrollo de los procesos curriculares, pedagógicos y gerenciales a través de talleres y medios audiovisuales para el fortalecimiento de una sana convivencia.
- Capacitar a los docentes, padres de familia y estudiantes en la importancia del adecuado uso de los medios de comunicación.
- Identificar los canales de comunicación más eficaces dentro del ambiente escolar para el fortalecimiento de una sana convivencia.
- Organizar actividades que permitan la consecución de recursos para la implementación de medios y canales de comunicación.
- Gestionar los recursos para el sostenimiento de los medios de comunicación que existen en la institución.

27. CATEGORÍAS QUE SUSTENTAN LA PROPUESTA

27.1 LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

Los procesos empresariales se encuentran mediados por la comunicación habitual, interdependiente y deliberada de todos sus miembros y se va constituyendo en eje central que permite crear una realidad social coherente en cuanto a su propia identidad y subsistencia.

La nueva visión de la comunicación organizacional debe partir del supuesto de que las empresas son realidades en construcción, que permiten visiones integrales y posibilitan intervenciones deliberadas y a la vez sistemáticas para adecuarlas a lo que pretenden ser.

Se debe pensar en la comunicación organizacional como una estrategia integral que posibilita proyectar identificadores para crear una imagen coherente de la empresa, relacionar sus necesidades e intereses con los de su personal, con los consumidores, con el contexto en el que actúa y con las necesidades sociales"²⁵

Partiendo de ésta visión, podría decirse que: “el proceso de comunicación es el que permite interrelacionarnos, interactuar, desarrollar comportamientos, supervisar y tomar decisiones estratégicas. Es el fenómeno que produce la ligazón entre las distintas partes de la organización y el medio”²⁶. Desde allí, la comunicación se constituye en la esencia y en una de las herramientas

²⁵ VALLE FLOREZ, Mónica. *La comunicación organizacional de cara al siglo XX*. En: Razón y Palabra, Bogotá, Abril-mayo 2003, p.32.

²⁶ KRIEGER, Mario. *Sociología de las organizaciones*. Buenos Aires: Pearson Education, 2001, p223.

estratégicas más relevantes para todos los procesos que se desarrollan al interior de las empresas.

Por ser la comunicación algo fundamental dentro de las empresas, es importante partir de unos cuestionamientos básicos con relación a la definición misma de comunicación.

La Real Academia define comunicar como hacer partícipe a otro de lo que uno tiene; descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa; conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito; consultar, conferir. Todas estas definiciones le dan a la comunicación un significado lineal de transmitir ideas o de transferirlas. Sin embargo, los descubrimientos de la semántica general de Havakawa, la cibernética de Norbert Weiner y otros, y las obras ya clásicas de Paúl Watzlawick donde se postula que no podemos NO comunicarnos, que la comunicación es un proceso cibernético (no lineal) permanente entre personas.

Tradicionalmente la comunicación ha sido definida en términos lineales de estímulo respuesta. Este concepto ya ha sido totalmente revaluado... La comunicación es mucho más que la simple transmisión de información o que la transferencia lineal causa efecto de ideas: es un proceso cibernético complejo, cuyo principal objetivo es acordar o co-crear un significado mediante los símbolos (palabras, gestos, tonos, etc.) que usamos"²⁷

Es así como la comunicación permite que cada persona se reconozca así misma y a los demás, evidencie su ser, su pensar, su hacer y su sentir a través de múltiples códigos, gestos y hasta silencios que le permitirán al otro comprender realidades propias más allá de las palabras. Esta puede observarse en aquellas

²⁷ BRENSON, Op. Cit; p. 101-102.

circunstancias donde la persona expresa en palabras a su interlocutor sentirse muy bien, aunque sus gestos reflejan una cierta inconformidad que muestran posibles situaciones de malestar o tristeza.

Mercedes Lolás Nazralla menciona que la palabra comunicación pertenece a una variada familia semántica y el término es polisémico, ya que en él, se encuentra el adjetivo común y los sustantivos comunidad y comunión que nos llevan a la idea de algo poseído en común, solidariamente compartido o participado. “Por ser la comunicación una necesidad consustancial del hombre, éste solo llega a ser él mismo, a realizarse en plenitud, si es un ser abierto a la alteridad, un ser en comunicación con otros. La vida humana y la esencia de los humanos se hallan en la interrelación del hombre con los hombres”. Desde esta perspectiva, la comunicación toma una dimensión totalmente humana, a través de la cual se propicia la posibilidad de crecimiento y desarrollo de las personas.

Por lo tanto, la comunicación es un aspecto clave dentro del desarrollo de cada uno de los roles que las personas ejercen a lo largo de su vida, como por ejemplo el rol laboral, donde las personas requieren adaptarse a la cultura y estructura de la organización y aprender los esquemas a través de los cuales las personas se relacionan.

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales; ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo específico.

La comunicación cumple una serie de funciones dentro de la institución como: proporcionar información de procesos internos, posibilitar funciones de mando, toma de decisiones, soluciones de problemas, diagnóstico de la realidad"²⁸

La comunicación organizacional es entonces la que permite a cada empleado crear su propia realidad acerca de la organización a la cual pertenece, el rol que debe desempeñar y los beneficios y responsabilidades asociadas al encontrarse vinculado a la empresa, así como también, es la que facilita ó dificulta los procesos de auto motivación y satisfacción en el trabajo, permitiendo que cada miembro conozca la información al nivel que le corresponda y pueda tomar las decisiones adecuadas.

De otro lado, la comunicación afecta y se ve afectada por los procesos de definición de estrategias, políticas, objetivos, metas y expectativas de desempeño que hace o deja de hacer la parte administrativa en los procesos de toma de decisiones y que se relaciona con procesos psicológicos naturales, como las necesidades, intenciones, motivaciones y percepciones de las personas involucradas.

Son múltiples los factores que influyen en las relaciones humanas en el trabajo y que determinan nuestro comportamiento. De ahí deriva la complejidad para contar con un sistema de comunicación efectivo dentro de las empresas, haciendo difícil su estudio y comprensión. "Se entiende que las organizaciones no son entes funcionales ni pragmáticos que requieren únicamente optimizar la comunicación o simplemente medirla con instrumentos, se piensa en la empresa como constructor

²⁸ LOLAS, Nazralla. Mercedes. "camino para un eficaz encuentro interpersonal". Revista Enfoques Educativos Vol. 1 #1. 1998. En: www.csociales.uchile.cl/publicaciones/enfoques. Universidad de Chile

humano, con significados, hechos y eventos ambiguos que dan pie ala distorsión comunicativa”²⁹.

La comunicación en las organizaciones es más que el hecho de transmitir mensajes de un emisor a un receptor, es el mecanismo para intercambiar información, lograr metas individuales y grupales, permite entender e interpretar la empresa, recolectar datos y transformarla influyendo sobre otros individuos. Es importante comprender la importancia de la comunicación para la creación de significados y acuerdos que faciliten el logro de metas individuales y grupales, influir directa o indirectamente sobre las personas y hasta interpretar su mensaje.

27.2 LA COMUNICACIÓN EN LOS GRUPOS

Es uno de los facilitadores más importantes de las actividades administrativas. Un gerente transmite ideas e información de lo que piensa, cree y sabe, condicionando las realizaciones administrativas.

El gerente astuto, sabe que la gente está influenciada por muchos factores y los toma en cuenta al interactuar con ella. La comunicación es necesaria en todas las relaciones humanas y esto conlleva a enfrentarse con la influencia e importancia del comportamiento humano. Y puede llegarse el caso de que la comunicación es difícil entre dos personas que no se respeten o agradan una a la otra.

La comunicación capacita al gerente para obtener datos para la toma de decisiones, para ayudarse a identificar problemas y saber que acciones son necesarias. Por lo que la comunicación es un medio, no un fin, hace posible el proceso administrativo, ayuda a que la planeación administrativa sea adecuada.

²⁹ VALLE, Op.cit; Abril de 2003

27.3 MEDIOS PARA LA COMUNICACIÓN EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.

Los medios de comunicación como estrategia pueden ser útiles en varios sentidos: para reforzar lo que se comunica a través de la relación directa, para promover y enseñar nuevos conocimientos y conductas, para impulsar nuevas estrategias y recibir retroalimentación de todas las personas de la empresa. De acuerdo con esto, se hace necesario que los medios trasciendan la visión informativa con la cual fueron creados, y se conviertan en reforzadores de los procesos estratégicos empresariales.

Algunos de los medios más utilizados en la empresa son los medios escritos y los medios orales. Los medios escritos son aquellos a través de los cuales se trasmite información sin necesidad de que el interlocutor se encuentre simultáneamente en contacto con el emisor.

Utilizan una serie de códigos paralingüísticos que permiten la expresión de las ideas con la virtud de que lo dicho puede mantenerse en la historia bien sea a través de medios físicos como la carta, el fax, el memorando y la cartelera, o de medios electrónicos como el correo electrónico y la Internet. Tanto los medios físicos como los virtuales se han constituido en elementos fundamentales para las organizaciones, en la medida que posibilitan la circulación continua de información. Estos medios permiten difundir mensajes específicos de forma masiva y ágil, buscando que el contenido sea interpretado por las personas de la misma manera. La utilización de estos medios por parte de la empresa es promover la adopción de conductas y pensamientos entre los empleados que se encuentren acordes con la estrategia empresarial.

Es importante observar la relevancia que estos medios tienen dentro del establecimiento de relaciones de confianza y cercanía entre las personas, ya que

dependiendo del tipo de lenguaje que se emplee en ellos y de la utilización de efectos de escritura como son los tipos de letra, subrayados, negrillas, centrados, entre otros, denotan la carga emocional del mensaje.

Así mismo, el contenido y el lenguaje utilizado pueden servir para lograr la claridad del mensaje u ocultar aspectos claves si este es el interés. También permite la posibilidad de direccionar el mensaje hacia el tipo de público al cual va dirigido, aspecto que incide en las relaciones en la medida en que se involucren personas que a primera vista pueden ser destinatarios directos de la información, sin embargo pueden recibir datos que afecten la imagen de las personas asociadas a lo comunicado.

Los medios orales son aquellos en los que media la palabra hablada y donde los mensajes se transmiten entre las partes de una manera más personal y directa.

Entre los medios orales más utilizados, están las reuniones, las presentaciones, los talleres, las entrevistas, las conversaciones telefónicas y personales. Si bien, los medios orales permiten ampliar y aclarar la información comunicada, la utilización óptima de este medio puede resultar compleja dadas las múltiples variables que se encuentran presentes en este tipo de comunicación como es la entonación de la voz, los gestos, la rapidez con que se habla, los niveles de confianza existentes entre las personas, las diferencias jerárquicas, entre otros. La utilización de este medio propicia la comunicación interpersonal que será uno de los elementos centrales de esta propuesta.

Algunos autores han considerado la comunicación interpersonal como una de las variables claves dentro del desarrollo de la organización, ya que se encuentra íntimamente ligada a los resultados obtenidos en términos de productividad, eficiencia y satisfacción laboral, al igual que en el cumplimiento de los objetivos

estratégicos organizacionales. De otra parte, esta comunicación es la que coloca en escena el verdadero sentido de pertenencia organizacional de cada persona, la asimilación de la cultura y su compromiso con metas y objetivos y se constituye en un factor importante de la calidad del clima relacional en la organización.

La comunicación interpersonal se entiende como la acción que se da a partir de las relaciones que dos o más personas establecen en un mismo momento y lugar.

Tiene como característica fundamental que propicia una conversación y permite el reconocimiento de sensaciones, pensamientos y reacciones del otro.

Las relaciones interpersonales se van estructurando a partir del lenguaje que empleamos, en las cuales se vuelve fundamental que cada una de las personas desarrolle un gran interés por la reflexión, por la observación de sí mismo, haciendo de esta manera posible la conciencia sobre el efecto que las palabras y los mensajes tienen en cada uno de los demás.

Lo anterior, abre de esta manera, un sinnúmero de posibilidades de crecimiento, cambio e innovación que permitirán la homologación de metalenguajes corporativos en la búsqueda de una visión compartida para el logro de los objetivos y de un proceso de mejoramiento continuo que beneficie el quehacer y el ser de sus colaboradores.

El abordaje de la comunicación interpersonal, entonces, se hace indispensable y también difícil, por ser un elemento intangible de las relaciones humanas. Las personas usan la comunicación y a su vez le imprimen ingredientes de interpretación, incertidumbre, ambigüedad y distorsión que exigen un mayor nivel de profundidad y alcance que el que se le puede imprimir a otro de los aspectos empresariales. “Con el lenguaje oral se produce la circularidad de la relación

comunicativa por la cual cada uno es, al mismo tiempo, emisor y receptor, actor y espectador, y la secuencia comunicativa se va estructurando, poco a poco, como relación interpersonal, sujeta siempre a interpretaciones y modificaciones”³⁰.

La comunicación lingüística entre los seres humanos puede realizarse a través de la palabra hablada o escrita. La lengua oral utiliza sonidos articulados y la lengua escrita emplea signos gráficos.

La radio, la televisión, la prensa, las vallas publicitarias envían mensajes para una inmensa mayoría de personas. Por eso se les llama medios masivos de comunicación o difusión. Este tipo de comunicación es parcializada e incompleta puesto que el receptor no puede responder directamente al emisor.

³⁰ POLANIA VARGAS, Rubiela. *Proyecto comunicativo 8*. Bogotá: Educar Editores, 2003, p. 149

28. ORIENTACIÓN EN VALORES

28.1 LA FAMILIA

Al hablar de familia podemos imaginar a un grupo de personas felices bajo un mismo techo, el valor de la familia nace y se desarrolla cuando uno de sus miembros asume con alegría el papel que le ha tocado desempeñar en el grupo familiar procurando con su amor, respeto, tolerancia y disciplina contribuir al bienestar, desarrollo y felicidad de todos los demás.

En el hogar todos son importantes, no existen logros pequeños, nadie es mejor o superior; se valora el esfuerzo y aporte de todos los miembros de la familia: como por ejemplo el trabajo de los padres para conseguir el sustento, la dedicación de los hijos para lograr buenas notas en el estudio y la ayuda en las labores de la casa; toda familia unida puede vivir feliz en condiciones mínimas cuando las necesidades básicas están suplidas.

28.2 LIDERAZGO

El líder es una persona que va adelante poniendo sus conocimientos y su capacidad de dirección en beneficio de todo el equipo, por lo general se reconoce la figura de un líder por ser una persona emprendedora y con iniciativa, con la habilidad de transmitir sus pensamientos a los demás, siempre da buen ejemplo con sus actuaciones, tiene una gran facilidad para entablar relaciones y comprender a las otras personas; además está siempre dispuesto a motivar y empujar al grupo para conseguir objetivos trazados. Los líderes sobresalen también por poseer buenos hábitos y valores: Alegría, amabilidad, honestidad,

orden, perseverancia, despertando en nosotros admiración y respeto. En otras palabras: son un digno modelo y ejemplo de personalidad.

28.3 AUTOESTIMA

La autoestima es conocer a fondo nuestras fortalezas, es decir, nuestras cualidades para cultivarlas y también ser conscientes de las debilidades que tenemos y poner de nuestra parte para corregir los aspectos que debemos mejorar. La autoestima nos da seguridad en nuestras capacidades, pero sin apartarnos de la sencillez, sin considerar al otro superior o inferior ya que toda persona vale por lo que es, y no por lo que aparenta ser o por lo que tiene.

La autoestima consiste en la aceptación de la apariencia física y las capacidades que tiene para desenvolverse en el medio, lo que lleva dentro y los valores que practica en lo cotidiano de la existencia.

28.4 TRABAJO EN EQUIPO

Trabajar en equipo significa aprovechar las capacidades y conocimientos de cada persona para el servicio de un grupo que está motivado para la búsqueda de un objetivo común.

Un partido de fútbol es un buen ejemplo de trabajo en equipo porque cada jugador pone lo mejor de sí en la cancha para lograr el triunfo o la satisfacción de participar en un torneo. Un objetivo que no se logra con el buen trabajo de un solo miembro. Trabajar en equipo requiere respetar otras ideas, aceptar posiciones diferentes, valorar y comprender cuál es el mejor punto de vista para realizar una

tarea que nos ha sido encomendada y que seguramente será más sencilla si unimos los esfuerzos y las ideas de todos y al final reconocer que el triunfo no se debe a una sola persona si no a un trabajo en conjunto. Los equipos deben aprender a explotar el potencial de muchas mentes para ser más eficaces que una sola mente.

28.5 ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE

El respeto por el medio ambiente se convierte hoy en un valor de supervivencia, se palpa en el aseo de nuestra casa, las zonas verdes del barrio, cuidando el manejo de las basuras y cuando se destruye la flora y los se cuida el bosque. Es cuando se le enseña a otro a no tirar basura a las quebradas, cuando se separan las basuras que se producen en nuestro hogar colocando en bolsas diferentes cartones, vidrios, plásticos y desechos de alimentos. Si hoy se cuida la tierra se garantiza un futuro más digno y un lugar agradable para vivir.

28.6 DISCIPLINA

La disciplina es la capacidad que tienen los seres humanos que se mueven a actuar por encima de las dificultades, los contratiempos y el estado de ánimo; es hacer labores o deberes que aunque no sean del mayor agrado, reportan beneficios o enseñanzas útiles para la formación. La disciplina da la fortaleza para no dejarse llevar por lo fácil y cómodo, a cambio de obtener algo más grande y mejor en el futuro.

Son disciplinados quienes se esfuerzan por cumplir las responsabilidades: estudiar la asignatura que no es de su preferencia o parece más difícil. Recoger las cosas

que están fuera de su lugar, levantarse temprano a pesar del sueño, practicar un deporte, etc.

La disciplina es fundamental para obtener resultados positivos. Se Podría comparar la disciplina con cualquiera de los músculos de nuestro cuerpo éstos se atrofian cuando dejan de moverse. Lo mismo ocurre con la disciplina: cada situación que requiere esfuerzo es una magnífica oportunidad para cultivarla, de otra forma, se adormece y se convierte en falta de carácter, irresponsabilidad, pereza, inconstancia, las personas disciplinadas consiguen grandes triunfos en su vida.

28.7 ENTUSIASMO

Es la fuerza interior más poderosa del ser humano, es el sentimiento que ayuda a alcanzar todo lo que se desea; es el ingrediente de una vida plena; es tener ganas de trabajar, de ser, de hacer, de dar, de vivir, de servir, de amar, de disfrutar. Las personas entusiastas sienten una gran fuerza, seguridad interior para realizar cualquier actividad propuesta. El entusiasmo es como una batería que carga el organismo.

Todo el mundo tiene oportunidades, pero el entusiasmo mantiene la persona hasta el final; las dificultades se vuelven retos a superar. Esa experiencia de Dios está dentro del ser humano.

28.8 COMPROMISO

Compromiso es entregarse totalmente a lo que se realiza aportando lo mejor de cada uno para logra metas y objetivos personales y de equipo. Una persona comprometida es aquella que cumple con sus obligaciones y responsabilidades dando un poco más de lo esperado porque vive, piensa y sueña con sacar a delante su familia, su trabajo, su estudio y todo aquello que gira alrededor de su vida.

Este proyecto de desarrollo es necesario para el mejoramiento del respeto, entendimiento, cooperación, trabajo en equipo, liderazgo, confianza permitiendo el desarrollo de la personalidad en un ambiente amable y así tenerse confianza para actuar en un momento determinado. Todos tenemos compromisos: como padres de familia, hijos, trabajadores, estudiantes, amigos. La persona comprometida es generosa, da más afecto, cariño, esfuerzo, bienestar, trabaja más y es feliz con lo que hace; no ve el compromiso como una carga si no como el medio ideal para perfeccionarse sirviendo a los demás.

El hijo tiene el compromiso de ser sincero, obediente, ayudar en el hogar y esforzarse en los estudios, los padres también necesitan cuidados, detalles de cariño y pequeños servicios. Compromiso significa cuidar el buen nombre de nuestra familia, amigos, instituciones y empresas con las que se establece una red de relación.

28.9 DESEO DE SUPERACIÓN

El deseo de superación consiste en querer ser cada día mejor persona y hacer todo lo que está al alcance para lograrlo; el deseo de superación se alimenta desde los primeros años queriendo ser el primero en clase, o el mejor jugador del equipo, o estudiando para llegar a ser un profesional, para tener un mejor futuro, ayudar a la familia y a la sociedad.

El deseo impulsa a ser mejores hijos, hermanos, amigos, compañeros cultivando cualidades y virtudes y haciendo todo lo posible por abandonar los malos hábitos y corregir los defectos. Superarse es aprender cada día algo nuevo, conocer nuevas limitaciones aceptarlas con humildad y trabajar duro para erradicarlas.

28.10 ORGANIZACIÓN DEL GOBIERNO ESCOLAR

Las Instituciones Educativas establecerán en su reglamento un gobierno escolar para la participación de la comunidad educativa a que hace referencia la Ley General de Educación 115 de febrero 8 de 1994, capítulo II artículo 142.

En el gobierno escolar serán consideradas las iniciativas de los estudiantes, de los educadores, de los administrativos y padres de familia en aspectos tales como: la adopción y verificación del reglamento escolar, la organización de las actividades sociales, deportivas, culturales, artísticas y comunitarias, la conformación de organizaciones juveniles y demás acciones que redunden en la práctica de la participación democrática de la vida escolar.

Los voceros de los estamentos constituidos de la comunidad educativa podrán presentar sugerencias para la toma de decisiones de carácter financiero,

administrativo, técnico-pedagógico, lúdicos y de capacitación. Tanto en las instituciones públicas como en las privadas, la comunidad educativa debe ser informada para permitir una participación seria y responsable en la dirección de las mismas³¹.

³¹ VÉLEZ WHITE, Cecilia María et al. *Ley General de Educación y normatividad reglamentaria*, Bogotá. MANRIQUE BERRÍO, Gabriel Raúl. *Compendio de Legislación Educativa documento IX*: Bogotá: Nuevo Horizonte, 2004 p. 95-97.

29. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

La propuesta pedagógica está estructurada en la planeación, organización, ejecución y evaluación de tres (3) proyectos:

29.1 PROYECTO NO. 1

- **Título: Orientación** y formación en valores
- **Descripción del Proyecto**

Desarrollar un programa de capacitación para docentes, padres de familia y estudiantes en la orientación y formación de valores.

- **Justificación**

Es necesario desarrollar programas de capacitación para los integrantes de la comunidad educativa para el mejoramiento de situaciones comunicativas que vienen afectando el normal desarrollo de las actividades administrativas, pedagógicas, curriculares y organizacionales.

La formación y orientación en valores pueden contribuir al mejoramiento de las actitudes entre los integrantes de la comunidad educativa y así elevar el nivel de proyección, calidad y participación.

- **Marco Institucional**

La Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas es de carácter oficial, está ubicada en el Municipio de Bello Antioquia. NIT. No. 811 039481-0. Registro en el DANE No 105088002918, resolución de aprobación 14053 de septiembre 26 de 2002.

- **Finalidad del proyecto**

Orientar en la formación de valores a los integrantes de la comunidad educativa.

- **Objetivo General**

Contribuir a la superación de los problemas de relaciones interpersonales a través de la implementación y adecuación de medios de comunicación en la Institución.

- **Objetivo Específico**

Realizar talleres de capacitación en valores con los integrantes de la comunidad educativa.

- **Meta**

Capacitar en valores a los integrantes de la comunidad educativa.

- **Beneficiarios**

Los beneficiarios de esta propuesta son todos los integrantes de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas.

- **Operacionalización de las actividades y tareas**

TALLER NO.1.

META	PRODUCTO	ACTIVIDADES	TAREAS	TECNICAS
Explicar a la comunidad de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas en qué consiste el programa de capacitación y formación, cuáles son sus contenidos y	Participación de la comunidad educativa en la ejecución del programa de capacitación	-Dinámica de integración y acercamiento: 'los nudos humanos' -Presentación de los objetivos y contenidos de todo el programa mediante diapositivas. - Sabor social. - Conferencia: vivamos los	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de los conferencias. • Sabor social. repartición del almuerzo. 	Este taller realiza por medio de dinámicas, exposiciones, talleres participativos, socialización en mesa redonda.

las funciones que van a desempeñar dentro de estos.		valores		
--	--	---------	--	--

TALLER NO 2.

META	PRODUCTO	ACTIVIDADES	TAREAS	TECNICAS
Realizar actividades pedagógicas que contribuyan al cambio aptitud frente al trabajo en grupo.	Capacitación en valores para los integrantes de la comunidad educativa.	<ul style="list-style-type: none"> - Dramatización de los diferentes roles de la familia. - Dinámicas de integración. - Narraciones de anécdotas. - Mesa de trabajo 	- Delegar funciones al líder de cada grupo.	<ul style="list-style-type: none"> - Los participantes asistirán con ropa cómoda. - Los participantes se organizaran teniendo en cuenta los aspectos en común. Ejemplo: las personas que les gusta bailar, cantar

MARCO LOGICO DEL PROYECTO N° 01

DESCRIPCIÓN	INDICADORES DE GESTIÓN	INDICADORES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>Desarrollar un plan de capacitación para docentes, padres de familia y estudiantes en la orientación de valores que mejoren las situaciones comunicativas entre los integrantes de la Institución Educativa Jaime Arango Rojas.</p>	<p>La población que participa en la aplicación de encuestas y entrevistas. 17 docentes, 30 estudiantes del grado 6° a 8° y 30 Padres de familia</p>		<p>Poco interés para participar en las actividades planeadas.</p>
<p>Capacitar a los docentes, padres de familia y estudiantes en la importancia del cambio de aptitud frente al trabajo en grupo.</p>	<p>Capacitación a 10 docentes 20 padres de familia y 20 estudiantes en la importancia del cambio de actitud.</p>		<p>Cambio de actitud de las personas que participan en el proyecto.</p>
<p>Resultados: Un buen entendimiento entre los integrantes de la comunidad educativa</p>		<p>El proyecto se está ejecutando.</p>	

<p>- Mejoramiento en el proceso pedagógico, curricular y administrativo.</p>			
<p>-Dinámica De integración y acercamiento: los nudos humanos</p> <p>- Presentación de los objetivos y contenidos de todo el programa mediante diapositivas.</p> <p>- Sabor social, conferencia.</p>	<p>3.conferencistas \$ 450000</p> <p>2 Talleristas \$ 240000</p> <p>Refrigerios \$ 500000</p> <p>Día de Campo \$ 200000</p>		<p>Aceptación e interés para participar en las diferentes actividades</p>

29.2 PROYECTO NO. 2

- **Título: Desarrollo Humano y Liderazgo**
- **Descripción del Proyecto**

En la aplicación de este se busca el mejoramiento de las relaciones interpersonales fortaleciendo las actividades de liderazgo, autonomía, autoestima, lealtad y compañerismo entre los integrantes de la comunidad educativa, logrando con ello el buen desempeño en lo relacionado con organización curricular, pedagógica y de gestión, ubicando las personas de acuerdo a su perfil y ocupación profesional.

- **Marco Institucional**

La Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas es de carácter oficial, está ubicada en el Municipio de Bello Antioquia. NIT. No. 811 039481-0. Registro en el DANE No 105088002918, resolución de aprobación 14053 de septiembre 26 de 2002.

- **Justificación**

Es fundamental la implementación de actividades que permitan detectar las actitudes y aptitudes en cada uno de los integrantes de la comunidad para luego asignarles responsabilidades según su conocimiento y habilidades que contribuyan al logro eficaz del funcionamiento institucional.

- **Objetivo General**

Descubrir los valores de las personas que integran la comunidad educativa a través del desarrollo de actividades lúdicas, recreativas y culturales para que lideren procesos según su habilidad.

- **Objetivo Específico**

Capacitar a los integrantes de los diferentes estamentos del gobierno escolar en la importancia de ser líderes y como ejercer esa labor.

- **Finalidad del proyecto**

Descubrir líderes y asignar responsabilidades según su habilidad.

- **Metas**

Realización de tres “seminario–taller” con los integrantes de la comunidad educativa.

- **Beneficiarios**

Los beneficiarios de esta propuesta son todos los integrantes de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas.

- **Operacionalización de las actividades y tareas**

TALLER No. 1

META	PRODUCTO	ACTIVIDADES	TAREAS	TECNICAS
Motivar a los integrantes de la comunidad educativa para que participe en la conformación del gobierno escolar y demás grupos institucionales.	Conformar un gobierno escolar interdisciplinario	-Realizar reuniones por estamentos -Seleccionar los posibles candidatos. - Conformación del gobierno escolar y demás grupos.	-Convocar asamblea general de padres, docentes, alumnos, ex alumnos y el sector productivo.	Trabajo en mesa redonda. Socializaciones puestas en común. Asambleas generales.

TALLER No.2

META	PRODUCTO	ACTIVIDADES	TAREA	TECNICAS
Capacitar a los integrantes del gobierno escolar en valores, liderazgo	Formar lideres	-Invitaciones -Desarrollo del seminario taller	-Gestionar los talleres - Contratar las personas encargadas de realizar el taller	Se realizara un foro, una conferencia y un seminario taller.

MARCO LOGICO DEL PROYECTO N° 02

DESCRIPCIÓN	INDICADORES DE GESTIÓN	INDICADORES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>Objetivos Generales.</p> <p>- Organizar un programa de capacitación para los integrantes del gobierno escolar y demás grupos de la institución.</p>	<p>-La población que participa en la capacitación es de 100 personas</p>		
<p>Objetivo del Proyecto.</p> <p>Capacitar a los integrantes del gobierno escolar en valores y liderazgo</p>	<p>Se capacitará el 10% de los integrantes de la comunidad.</p>	<p>-Fotos</p> <p>-Grabaciones</p> <p>- Folletos</p> <p>-Lista de asistencia</p>	<p>Emotiva participación de los integrantes de la comunidad.</p>
<p>Resultados:</p> <p>Personas democráticas</p>	<p>Capacitar a 300 personas en proceso de</p>	<p>El proyecto se está ejecutando</p>	

activas, con sentido de pertenencia.	liderazgo y democracia		
Actividades a desarrollar:	2 Talleristas		
-Asambleas generales.	\$ 300.000		
-Foros.	-Recreacioncitas		
-Dinámicas de grupo	\$ 200.000		
-Mesa de trabajo			
-Jornadas lúdicas			
-Seminario-Taller			

29.3 PROYECTO NO. 3

- **Título: Adquisición de recursos didácticos**
- **Descripción del Proyecto**

La propuesta contempla el diseño y realización de una campaña para la consecución de recursos didácticos con el fin de dotar la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas de medios audiovisuales y escritos que faciliten el mejoramiento de la comunicación.

- **Marco Institucional**

La Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas es de carácter oficial, está ubicada en el Municipio de Bello Antioquia. NIT. No. 811 039481-0. Registro en el DANE No 105088002918, resolución de aprobación 14053 de septiembre 26 de 2002.

- **Justificación**

Se hace necesario realizar campañas para la consecución de recursos financieros con el fin de dotar y adecuar los medios de comunicación ya que los ingresos propios de la Institución no son suficientes para satisfacer estas necesidades.

- **Objetivo General**

Organizar actividades que permitan la consecución de recursos financieros para adquirir la implementación de medios escritos y audiovisuales que mejoren la comunicación dentro de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas.

- **Objetivo Específico**

Realizar dos (2) bazares en la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas, con el fin de recolectar recursos económicos para la compra de materiales y medios de comunicación.

- **Finalidad del proyecto**

Consecución de medios audiovisuales y escritos que contribuyen al mejoramiento de la comunicación en la institución.

- **Meta**

Adecuar los medios audiovisuales y escritos en las diferentes dependencias y lugares de la institución.

- **Beneficiarios**

Los beneficiarios de esta propuesta son todos los integrantes de la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas.

- Operacionalización de las actividades y tareas

BAZAR No. 1

META	PRODUCTO	ACTIVIDADES	TAREAS	TECNICAS
Realizar un bazar para recolectar dinero para la adecuación y consecución de medios de comunicación para la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas	Se recolecta dinero, hay una participación activa de la comunidad, los profesores se apropian de la actividad	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un bazar en la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas. Las actividades que se desarrollarán van en función de recoger dinero, por ello se plantea: <ul style="list-style-type: none"> Bingos, venta de empanadas Venta de ropa usada Presentacione 	<ul style="list-style-type: none"> Organización de un reinado. Realizar una rifa de una nevera. Un bazar 	<p>Se hará un boletín de convocatoria para toda la comunidad y se distribuirá en todas las tiendas del barrio.</p> <p>Dentro de la Institución se encargará a los educadores del proyecto de Medio Ambiente y</p>

		s culturales		de Escuela de Padres para que Coordinen y planteen las actividades del bazar.
--	--	--------------	--	---

BAZAR No. 2

META	PRODUCTO	ACTIVIDADES	TAREAS	TECNICAS
<p>Realizar una fiesta cultural y de la alegría en la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas.</p>	<p>Hay buena participación de los estudiantes, padres de familia y educadores.</p> <p>Se realizan diferentes actividades culturales</p> <p>Se recolecta dinero</p>	<p>* Se realizarán diferentes actividades culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concursos de canto • Reinados populares • Juegos deportivos y recreativos • Exposiciones de artesanías <p>Venta de empanadas, arepas, chorizos, morcilla etc.</p>	<p>- Realizar los volantes</p> <p>- Organizar los juegos deportivos y recreativos.</p> <p>- Exponer las artesanías.</p>	<p>Se convoca a un Festival de la alegría para toda la comunidad a través de los estudiantes; a éstos se les entrega una volante para que sea difundida por todo el barrio.</p> <p>En este festival participan todos los educadores preparando las actividades con los alumnos y padres de familia</p>

MARCO LOGICO DEL PROYECTO N° 03

DESCRIPCIÓN	INDICADORES DE GESTIÓN	INDICADORES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>La propuesta contempla el diseño y realización de una campaña de consecución de recursos financieros para dotar la Institución Educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas de medios audiovisuales y escritos que faciliten la comunicación.</p>	<p>Se beneficiaran alumnos, docentes, padres de familia y demás personas que laboran en la institución.</p>		
<p>Objetivo: Realizar campaña de recolección de recursos financieros.</p>	<p>Se beneficia el 100% de la comunidad educativa.</p>	<p>Equipo de amplificador, grabadora, parlantes, material auditivo como: CD, micrófonos, cableado,</p>	<p>Conseguir más de lo presupuestado .</p>
<p>Resultados: Mejorar la comunicación en la institución.</p>	<p>Consecución de los medios auditivos y escritos.</p>	<p>Fotos, videos, filmaciones, transmisiones.</p>	
<p>Actividades a desarrollar: Realizar un carnaval en el aula múltiple de la</p>	<p>Educadores, padres de familia y alumnos.</p>		

<p>institución.</p> <p>Las actividades que se desarrollaran tienen como función recolectar dinero, para ello se plantea:</p> <p>-Bingos, venta de empanadas y comestibles.</p> <p>Concurso de disfraces y reinado de valores.</p>	<p>\$ 2' 000. 000</p>		
---	-----------------------	--	--

30. CONCLUSIONES

Cuando se logra la motivación y participación de los integrantes de la comunidad educativa en el proceso de formación, se influye positivamente en el mejoramiento de las relaciones interpersonales y en un clima de trabajo agradable donde cada persona se siente importante porque recibe y da lo mejor en función de una labor con calidad. Una comunicación más eficiente, asertiva y emotiva, conlleva a que las relaciones con la comunidad educativa y sus estamentos sean mayormente fluidas, superando las barreras que dificultan unas buenas relaciones con estos sectores carentes de oportunidades y de formación académica.

Los talleres y encuentros fueron participativos ya que los miembros de la comunidad tuvieron la oportunidad de expresar lo que sentían aportando alternativas de solución a la problemática planteada. El desarrollo del proyecto lleva a reconocer la importancia de implementar medios y canales de comunicación de acuerdo a las necesidades de la institución para el mejoramiento de los diferentes procesos curriculares, pedagógicos y de gestión.

Otro de los puntos importantes es que se logró involucrar a todos los actores de la comunidad delegándoles responsabilidades según su habilidad y sentir, en pocas palabras según el talento de cada uno y el compromiso adquirido con el plantel. A su vez se pudo analizar y priorizar necesidades sentidas en la comunidad, buscando soluciones a largo plazo y no simples decisiones para salir al paso de cualquier dificultad. En cuanto al trabajo personal, fue trascendental el descubrir que el liderazgo se fortalece cuando se tiene la capacidad de llegar a los demás valorando su opinión en cuanto igual y semejante. Que la autoridad hay que ejercerla con el testimonio y la responsabilidad que compromete a los demás con una causa común.

31. BIBLIOGRAFIA

ACOSTA, Miguel y SERRAT Carmen. *Terapia de pareja. Un enfoque conductual*. Madrid: Alianza, 1985, 208 p.

AMADO Guilles y GUITTET, André. *La comunicación en los grupos*. Buenos Aires: Ateneo, 1978, 270 p.

AVENDAÑO, Noemí. *Elementos de la Comunicación*. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó, 1990, 290 p.

CAÑAVERAL NOREÑA, Noemí. *La comunicación*. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó, Módulo Comunicación, 1990, 112 p.

DANCE, Frank. *Teorías de la comunicación humana*. Buenos Aires: Losada, 1973. 456 p.

FELIU Y GÜELL. *Técnicas de comunicación*. Medellín: Universidad de San Buenaventura, 1992, 280 p.

FERNANDEZ COLLADO, Carlos y GORDÓN L., Dahnke. *La comunicación humana*. Bogotá: Ariel, 1985, 135 p.

FREDERIC, Francois. *La comunicación*. Buenos Aires: Alianza, 1973. 184 p.

GONZALEZ ÁLVAREZ, Luis José. *Ética latinoamericana*. Bogotá: USTA, 1994, 326 p.

GUERRA, Jaime. *Técnicas de la comunicación*. Medellín: Universidad San Buenaventura, 1983, 239 p.

HOCHMAN, Helena y MONTERO, Maritza. *Técnicas de la investigación documental*. México: Trillas, 1979. 197 p.

JARAMILLO, A. *Técnicas de comunicación*. Medellín: Universidad San Buenaventura, 1983, 280 p.

KRIEGER, Mario. *Sociología de las organizaciones*, 1ª ed. Buenos Aires: Pearson Education, 2001, 223 p.

LOLAS N., Mercedes. *Camino para un eficaz encuentro interpersonal*. En: Revista Enfoques Educativos Vol. 1 #1. 1998. Universidad de Chile.

MANRIQUE BERRÍO, Gabriel Raúl. *Compendio de Legislación Educativa documento IX*. Bogotá: Nuevo Horizonte, 2004.

POLONIA VARGAS, Rubiela. *Proyecto Comunicativo 8*. Medellín: Educar Editores, 2003, 158 p.

VALLE, Flórez. Mónica. *La comunicación organizacional de cara al siglo XX*. En: Razón y Palabra, Bogotá, Abril-mayo 2003, p.32-38.

VÉLEZ WHITE, Cecilia María. et al. *Ley General de Educación y normatividad reglamentaria*, Bogotá: Nuevo Horizonte, 2004.

32. FUENTES ELECTRÓNICAS

www.Quality.consultant.com/gerentita/libro-0015

[www.csociales.uchile.cl/publicaciones/enfoques.](http://www.csociales.uchile.cl/publicaciones/enfoques)

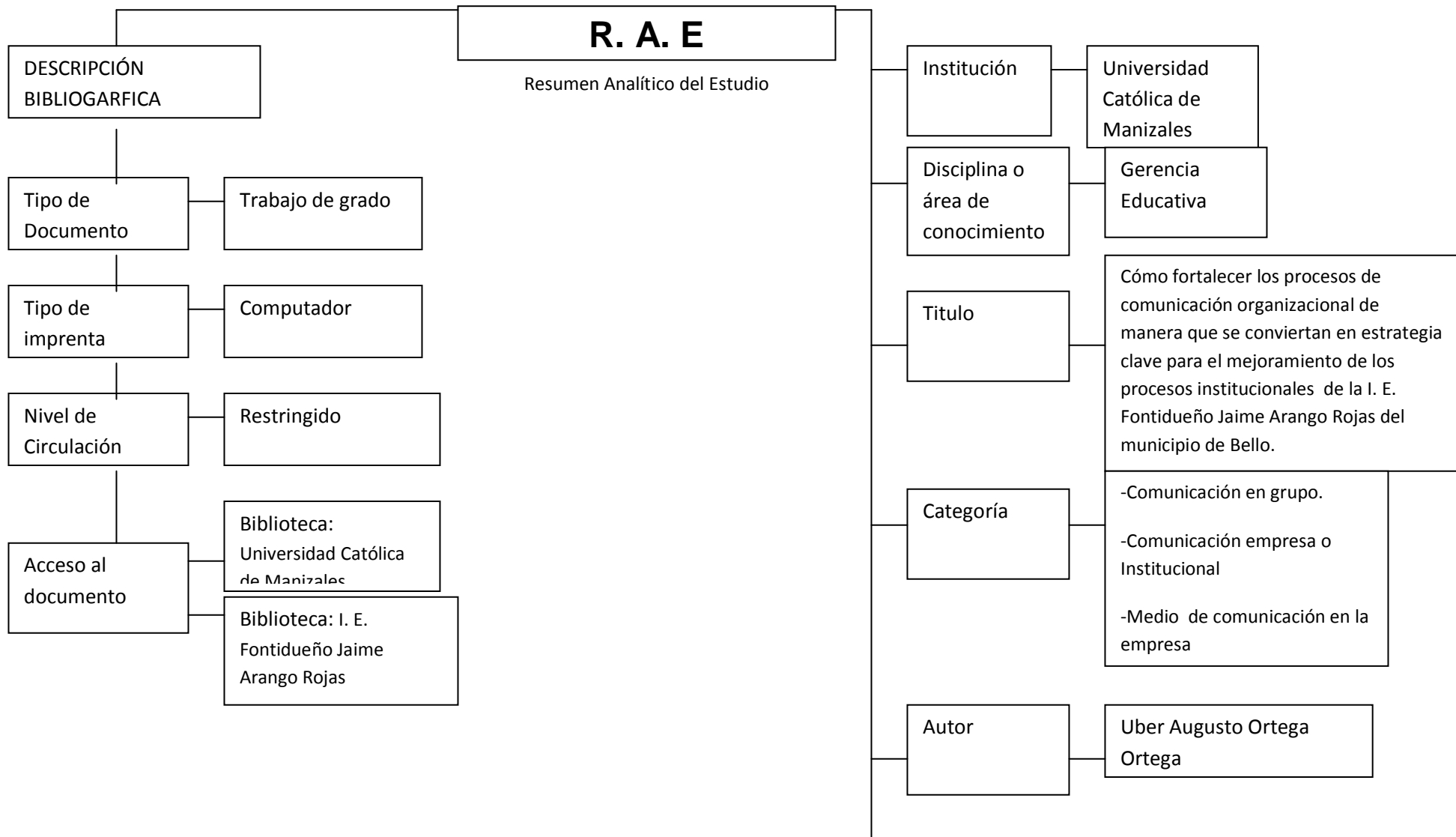
www.quality.consuktant.com/gerentica/libro-0015

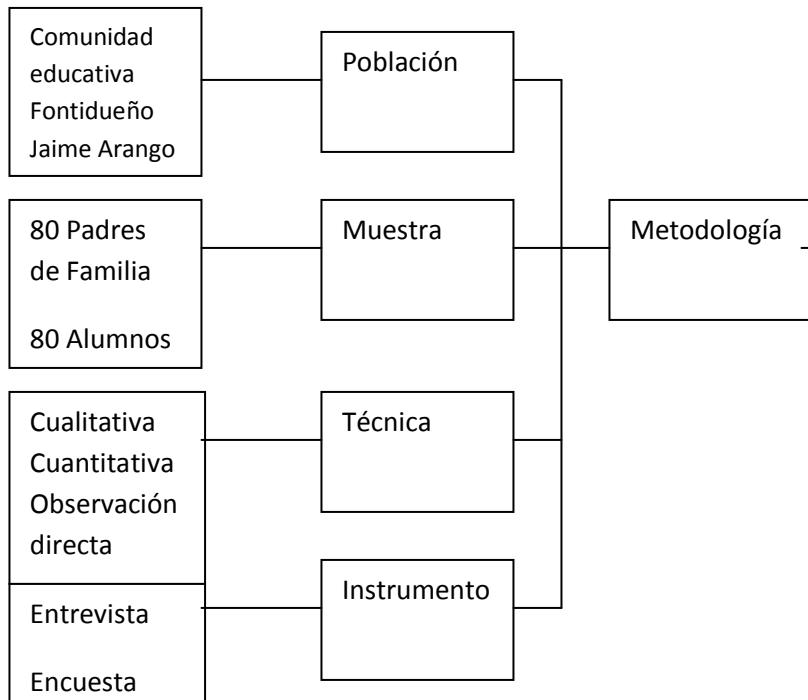
www.razonypalabra.org.mx

Anexos

33. ANEXOS

33.1 ANEXO A





Palabra
Clave

Estrategia
Comunicación

Descripción
del estudio

- Se hizo el diagnostico
- Se recogió inquietudes
- Aplicación de encuestas, entrevistas.

Contenido
del documento

- Titulo
- Descripción
- Justificación
- Objetivos
- Categorías

-Se logró la motivación y participación de los integrantes de la comunidad educativa en el proceso de formación y capacitación sobre comunicación lo que ha influido positivamente en el mejoramiento de las relaciones.

Conclusiones

33.2 ANEXO B

ENTREVISTA A EDUCADORES

INSTITUCIÓN EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS

Con el propósito de mejorar nuestro que hacer educativo y pedagógico y teniendo en cuenta los lineamientos curriculares de lengua castellana y los fines de la educación Ley General (115 de 1994) con la finalidad de hacer de la comunicación un proceso de investigación.

Se le solicita el favor de responder oportuna y sinceramente la presente entrevista para mejorar las relaciones interpersonales a través de la comunicación eficaz.

1. ¿Cuál es tu concepto de comunicación?.

2. ¿Qué opinas de la comunicación que se práctica en la institución?

3. ¿Qué aspectos debe tener una comunicación?

4. ¿Qué formas de comunicación conoces?

5. ¿Qué medios de comunicación te gustaría implementar en la institución?

33.3 ANEXO C

ENCUESTA DE LA COMUNICACIÓN PARA ALUMNOS

INSTITUCIÓN EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS

Con el propósito de mejorar nuestro que hacer educativo y pedagógico y teniendo en cuenta los lineamientos curriculares de lengua castellana y los fines de la educación Ley General (115 de 1994) con la finalidad de hacer de la comunicación un proceso de investigación.

Se le solicita el favor de responder oportuna y sinceramente la presente encuesta para mejorar las relaciones interpersonales a través de la comunicación eficaz.

1. ¿Para qué sirve la comunicación?

2. ¿Es importante para usted la comunicación?

3. ¿Te gustaría que la Institución cambiara la forma de comunicación?

4. ¿Qué inquietud tiene sobre la comunicación en la institución?

5. ¿Qué medios te gustaría que se utilizaran para la comunicación?

33.4 ANEXO D

ENCUESTA DE LA COMUNICACIÓN PARA PADRES DE FAMILIA

INSTITUCIÓN EDUCATIVA FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS

Con el propósito de mejorar nuestro que hacer educativo y pedagógico y teniendo en cuenta los lineamientos curriculares de lengua castellana y los fines de la educación Ley General (115 de 1994) con la finalidad de hacer de la comunicación un proceso de investigación.

Se le solicita el favor de responder oportuna y sinceramente la presente encuesta para mejorar las relaciones interpersonales a través de la comunicación eficaz.

1. **¿Usted considera que la comunicación que se ofrece en la institución educativa Fontidueño Jaime Arango Rojas responde a las necesidades de sus hijos?**

SI___NO__

PORQUE: _____

2. ¿Usted considera que la comunicación que se realiza en la institución con sus hijos es adecuada?

SI___NO__

PORQUE:_____

3. ¿Ha notado usted una actitud positiva de sus hijos frente a la comunicación?

SI___NO__

PORQUE:_____

4. ¿Considera usted importante la comunicación en la educación de sus hijos?

SI___NO__

PORQUE:_____

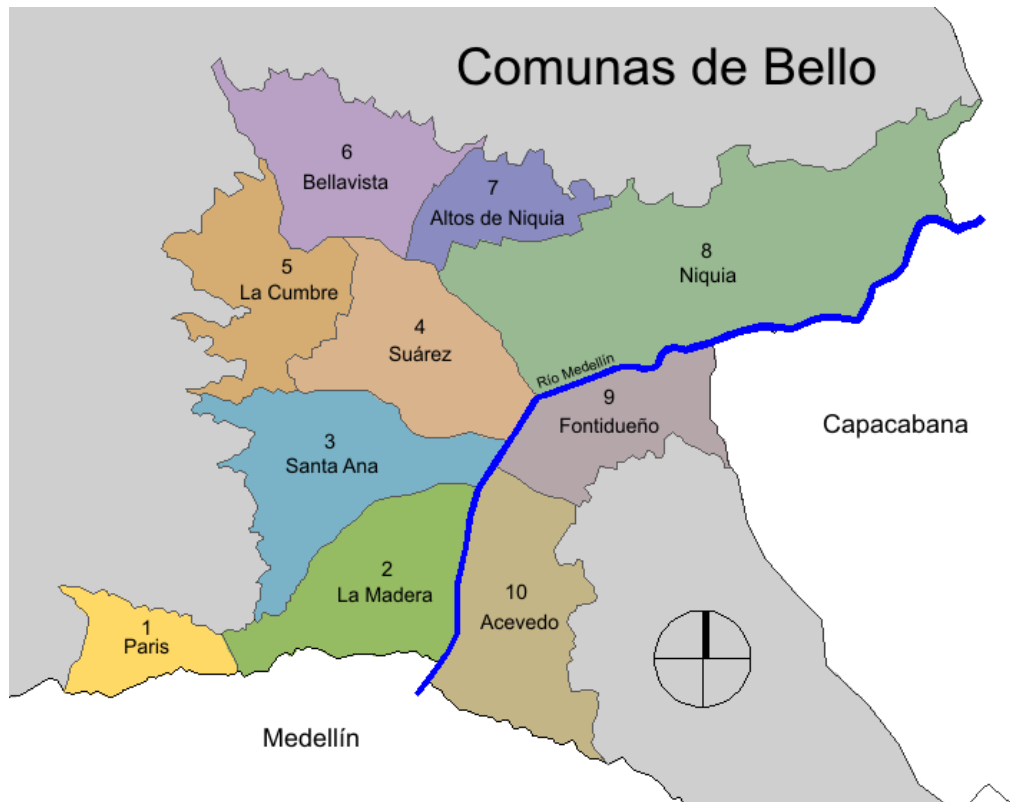
5. ¿Sus hijos comentan con usted la forma de comunicarse con los profesores?

SI___NO__

PORQUE:_____

33.5 ANEXO E

CROQUIS- BELLO (ANT) Y ZONA URBANA



Institución Educativa Jaime Arango Rojas



33.6 ANEXO F

FOTOGRAFIA CAMPAÑA DE RECOLECCIÓN DE FONDOS (Danzas)



33.7 ANEXO G

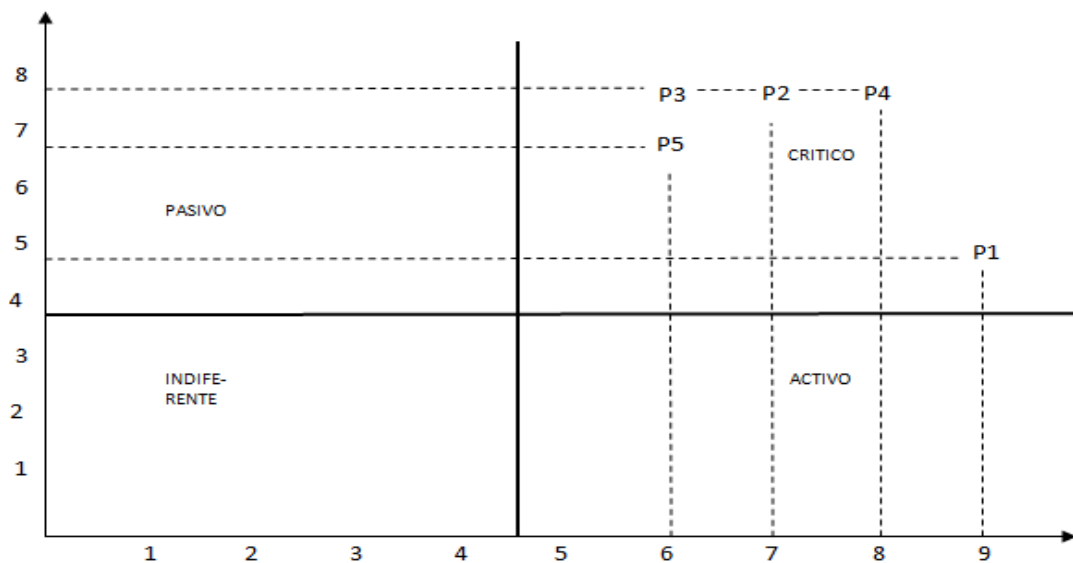
MATRIZ DE VESTER ALREDEDOR DE LA PROBLEMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA I.E FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS.

#	Problemas	P1	P2	P3	P4	P5	Total
P1	La falta de comunicación afecta directa e indirectamente los procesos institucionales.	0	3	1	2	3	9
P2	Poca implementación, fortalecimiento, sostenimiento y adecuación de los canales de comunicación existentes.	3	0	1	2	1	7
P3	Se necesita ubicar los medios de información en las dependencias correspondientes y en lugares estratégicos para que la difusión del mensaje llegue con eficacia a quien corresponda.	1	1	0	3	1	6
P4	Falta motivación permanente para que los medios institucionales impacten a los integrantes de la comunidad educativa.	0	1	3	1	3	8
P5	Poco compromiso de los miembros de la institución educativa para aportar sugerencias, disponibilidad, ganas, entrega y sentido de pertenencia para lograr el objetivo a donde se quiere llegar.	1	3	2	0	0	6
	Total pasivos	5	8	7	8	8	

33.8 ANEXO H

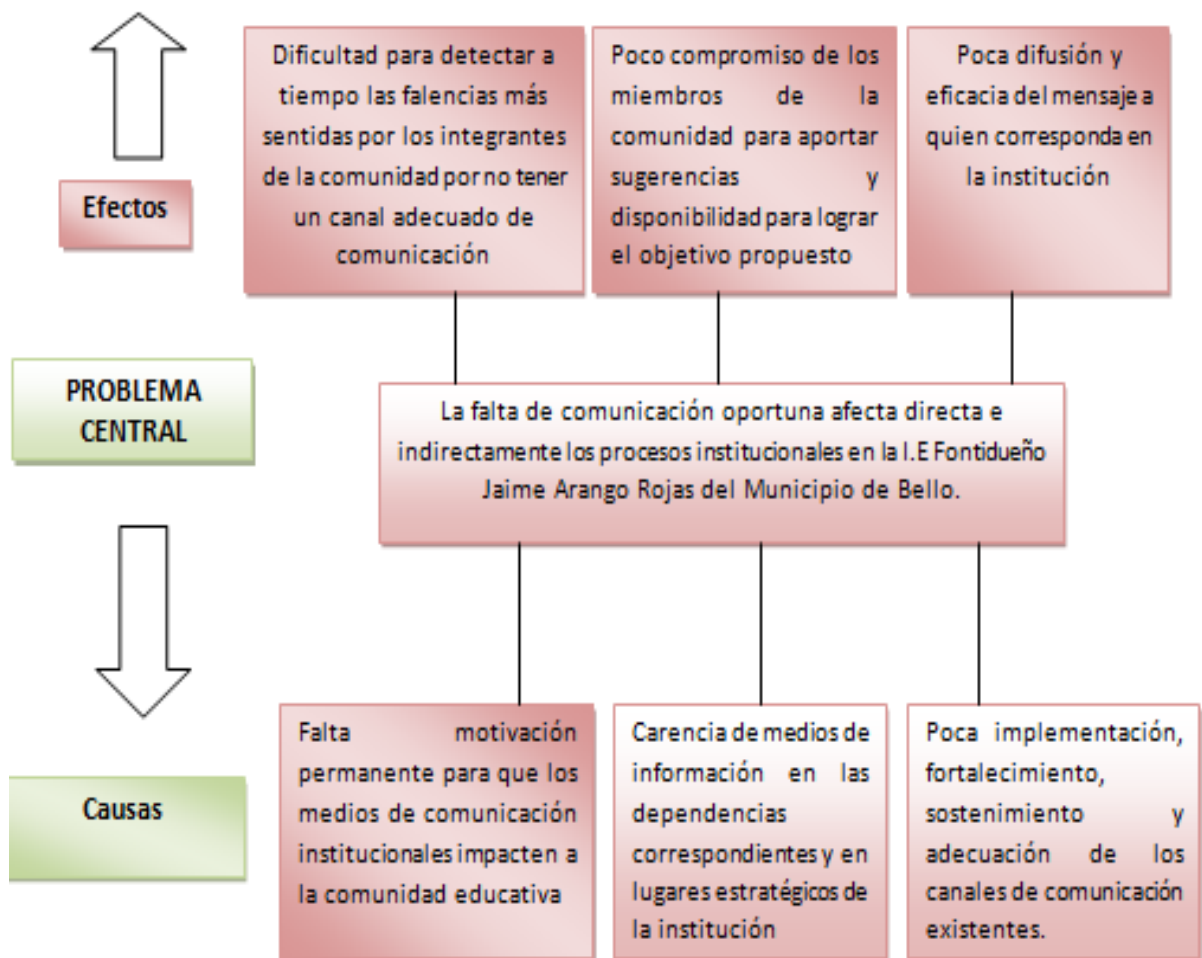
En la siguiente página se observa el plano que indica la ubicación de los problemas derivados de la matriz de Vester, en donde se determina de acuerdo a su importancia que todos ellos están en el cuadrante crítico.

De lo anterior se deduce que el problema más crítico se tendrá que intervenir en este proyecto de desarrollo.



33.9 ANEXO I

ÁRBOL DE PROBLEMAS ALREDEDOR DE LA PROBLEMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA I.E FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS.



33.10 ANEXO J

ÁRBOL DE OBJETIVOS ALREDEDOR DE LA PROBLEMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA I.E FONTIDUEÑO JAIME ARANGO ROJAS.

