UNIVERSIDAD CIENFUEGOS
Carlos Rafael Rodríguez

Filial Universitaria Municipal de Palmira

Carrera de Comunicación Social

TRABAJO DE DIPLOMA

Título

PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN LA COMUNIDAD ALTAMIRA, MUNICIPIO PALMIRA.

Autora: Enetzy C. Molina Abad

Tutor: MSc: Omar Alomá Moreno.

Consultante: MSc Juan Manuel Rosales Delgado.

“Año 54 de la Revolución”

Declaración de autoridad.

Hago constar que la presente investigación fue realizada en la Universidad de Cienfuegos “Carlos Rafael Rodríguez”, en el Centro Universitario Municipal de Palmira, como parte de la culminación de la licenciatura en la especialidad de Comunicación Social. Autorizando que la misma sea utilizada por la Institución para los fines que estime conveniente, tanto de forma parcial como total y que además no podrá ser presentada en evento ni publicada sin la aprobación de la Universidad.

_____ _____

Firma del autor. Firma del tutor.

Los abajo firmantes certificamos que la presente investigación ha sido revisada según acuerdos de la dirección de nuestro centro y el mismo cumple los requisitos que debe tener un trabajo de esta envergadura, referido a la temática señalada.

_____ _____

Información Científico Técnica. Computación.

Nombre y Apellidos. Nombre y Apellidos.

PENSAMIENTO

"… para construir el futuro hay que soñarlo primero."

Carlos Núñez

DEDICATORIA

A Esperanza, por todo su empeño para conmigo, nunca me dejó sola, siempre me apoyó con su ternura, delicadeza y humanismo al ver los esfuerzos que he tenido que realizar para poder llegar a mis objetivos, graduarme y llegar a tener mi primer hijo.

A mi esposo por su paciencia, ternura, dedicación y apoyo en los momentos más difíciles para llegar a mis objetivos.

A otros que están en el anonimato, que no han querido que se les conozca pero que me han dado todo su apoyo, esfuerzo, tiempo y valor para llegar al final

AGRADECIMIENTO

Quienes han conocido el proceso de esta investigación saben que no lo hemos transitado a solas: han estado presentes el desvelo, las ideas y los sueños de todas aquellas personas que se han identificado con él, o que al menos, nos han escuchado. Muchos son los nombres a mencionar, pero lo más importante no es escribirlos aquí, sino homenajearles con nuestra gratitud. Como sabemos que ellos no esperan glorias, nos basta con la forma más sencilla de agradecer:

Muchas Gracias

La presente investigación ha estado enmarcada la comunidad Altamira, ubicada en la carretera de Palmira a Ciego Montero, perteneciente al Consejo Popular Elpidio Gómez, municipio Palmira en el periodo de enero del 2011 a febrero de 2012, con el objetivo de diseñar una estrategia comunicológica que contribuya al desarrollo de la comunicación comunitaria de sus pobladores. Diagnosticando el estado en que se encuentra la comunicación en la comunidad objeto de estudio. Se realizó un estudio de corte cualitativo, descriptivo comunicológico, dedicándose al estudio de los principales procesos de la comunicación, se utiliza una muestra no probabilística intencional, con un conocimiento previo de los pobladores de la comunidad, basándose en los fundamentos de Sampieri (2006). Se diagnosticó la comunidad destacándose oportunidades y fortalezas comunicativas. Los resultados de la investigación empírica indican que el hacer de los líderes formales potencia prácticas comunicativas que tienden a reproducir modelos verticales de comunicación, limitando la participación activa en acciones encaminadas a la transformación social. La estrategia validada confirma la necesidad de realizar procesos investigativos y tareas donde el público participe activamente y se encuentren soluciones coherentes.

The present investigation has been fcarried out at the community Altamira, located in the highway from Palmira to Ciego Montero, belonging to the Popular Council Elpidio Gómez, municipality of Palmira, in the period from January 2011 to February 2012, with the objective of designing a strategy comunicológica that contributes to the development of the community communication of its residents. Diagnosing the communication in the Altamira community . It was carried out a study of qualitative, descriptive comunicológico, being devoted to the study of the main processes of the communication, a sample is not used intentional probabilística, with a previous knowledge of the residents of the community, being based on the foundations of Sampier (2006). The community was diagnosed standing out opportunities and talkative strengths. The results of the empiric investigation indicate that making of the leaders formal power talkative practices that spread to reproduce vertical models of communication, limiting the active participation in actions guided to the social transformation. The validated strategy confirms the necessity of carrying out investigative processes and tasks where the public participates actively and be coherent solutions.

Índice **Pág.**

	Introducción	**10**
	Capítulo I: Fundamentación Teórica de la investigación.	**13**
1.1.	**Aproximación a los referentes teórico-metodológicos acerca del término comunidad.**	**13**
1.2.	**Participación social y comunitaria.**	**16**
1.3.	**Generalidades de la Comunicación.**	**19**
1.4.	**Elementos esenciales de la comunicación.**	**21**
1.5.	**Niveles del proceso de comunicación.**	**23**
1.6.	**Comunicación comunitaria.**	**25**
1.7.	**La estrategia: Criterios y Definiciones**	**28**
	CAPITULO II: Fundamentos Metodológicos de la investigación.	**33**
2.1.	**Fundamentación del tema seleccionado.**	**33**
2.2.	**Aspectos del diseño metodológico de la investigación.**	**33**
2.3.	**Perspectiva metodológica.**	**34**
2.4.	**Tipo de Investigación.**	**34**
2.5.	**Tipo de muestra.**	**35**
2.6.	**Fundamentación teórica de los métodos utilizados.**	**35**
	CAPITULO III. Análisis de los resultados de la investigación.	**39**
3.1.	**Historia y práctica social de la comunidad.**	**39**

3.2.	**Situación Sociocultural.**	**39**
3.3.	**Caracterización de la población.**	**40**
3.4.	**Análisis de los resultados en los instrumentos aplicados para la fase de diagnóstico.**	**41**
3.5.	**Estrategia de comunicación para favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira, municipio Palmira.**	**45**
3.5.1	**Públicos objetivos.**	**46**
3.5.2	**Análisis de la matriz DAFO.**	**46**
3.5.3	**Objetivos Generales de la Estrategia.**	**48**
3.5.4	**Plan de acción para la comunidad.**	**49**
3.6.	**Alcance.**	**52**
3.7.	**Periodización.**	**53**
3.8.	**Presupuesto.**	**53**
3.9.	**Evaluación.**	**53**
3.10.	**Validación de las encuestas a lideres.**	**54**
	Conclusiones.	**56**
	Recomendaciones	**57**
	Bibliografía.	**58**
	Anexos.	

La satisfacción de la necesidad de comunicación es tan importante para una sociedad como la preocupación por la salud, la nutrición, la vivienda, la educación y el trabajo. Junto con todas las otras necesidades, la comunicación debe habilitar a los ciudadanos de las herramientas necesarias para desarrollar su entorno, su comunidad.

La Organización de Naciones Unidas (ONU) se ha pronunciado respecto al desarrollo comunitario al considerar que el sentimiento de identidad acorde con la comunidad, con sus propósitos y objetivos, es una precondición para generar y sustentar el desarrollo de la comunidad.

Este pronunciamiento de la ONU se entiende como un proceso destinado a crear condiciones de progreso económico y social para toda la comunidad, con la participación activa de sus miembros en el mejoramiento de su nivel de vida y en dependencia de sus propias iniciativas.

Según la posición de ese organismo internacional, el desarrollo comunitario lo integran procesos por los cuales los esfuerzos del pueblo mismo se unen con los de las autoridades para mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de las comunidades, para integrarlas a la vida nacional, para que de esta forma contribuya también al desarrollo de la nación.

Para la ONU, este conjunto de procesos, lo constituyen dos indicadores esenciales:

Participación de los habitantes en los esfuerzos por mejorar su nivel de vida, en dependencia de sus ideas, iniciativas y propósitos.

Prestación de servicios, tanto técnicos como de otra índole, de forma tal que se estimulen la iniciativa, la autoayuda y la colaboración mutua, con vistas a hacerlos mucho más eficaces.

Estos indicadores demuestran, que el desarrollo comunitario como proceso posee gran importancia en el sentido organizacional y educativo; primero, porque requiere de la reorientación de las instituciones existentes o la creación de nuevos tipos de instituciones, y educativo porque implica el cambio de actitudes y prácticas que obstaculizan las mejoras socioeconómicas. En tal sentido, fomenta una mayor receptividad para lograr cambios. La capacidad del pueblo se desarrolla para un mejor

proceso en la formación de juicios acerca de los efectos de las actividades, para determinar los cambios de la ciencia y la técnica tan necesarios para el desarrollo y para adaptarse a los cambios que promueven otras fuerzas de carácter externo.

En Cuba, a partir del triunfo de la Revolución en 1959, se ha venido tomando al trabajo comunitario como un elemento autóctono dentro del proceso de transformación social. Cabe señalar el papel asumido por los CDR, la FMC, el Poder Popular, los Talleres de Transformación Integral del Barrio, otros., en el referido proceso, donde se ha evidenciado el tratamiento del trabajo comunitario como una estrategia del desarrollo socialista.

Es un privilegio que un país cuente con tantas organizaciones y organismos sufragados por el Estado para que ejerzan su actividad en cada una de las circunscripciones creadas al efecto, pero por cuestión de organización, de iniciativa o de negligencia en muchos casos, estos no potencian las actividades comunicacionales de forma conjunta, unificada, planificada y diseñadas con un objetivo.

La gestión comunitaria y la cooperación social entre las diversas escalas y niveles, constituyen una necesidad medular que definen al propio sistema socialista y lo diferencian de otros regímenes, ya que actualmente no se puede negar el hecho de que todo esfuerzo de desarrollo para que realmente sea factible, necesita involucrar de forma activa a toda la ciudadanía, tanto en las ciudades, pueblos, en el campo, en los asentamientos, como en las comunidades.

La comunidad es el escenario donde se debe proyectar la labor de las organizaciones e instituciones sociales creadas por el Estado revolucionario para tales efectos, con una estrategia previamente diseñada, sobre la base de la realidad local; con actividades que además de informar cumplan su función volitiva y reguladora de la conducta en la familia y la comunidad.

Sobre la base de este objetivo se inició el proceso de la investigación y para esto se partió del análisis del concepto de comunicación que aparece muy bien definido en el Informe de la Comisión Institucional para el estudio de los problemas de la comunicación, del fondo de Cultura Económica, México-UNESCO, París, (2003:15*)* “La

comunicación sostiene y anima la vida motor y expresión de la actividad social y de la civilización, ha llevado a los hombres y a los pueblos desde el instinto hasta la inspiración mediante una serie de procesos y sistema de información, de impulsos y de control. Fuente común de la cual se tornaron las ideas, fortalece mediante el intercambio de mensaje el sentimiento de pertenecer a una misma comunidad".

No habrá transformación si ésta no es deseada por la población. Corresponde, entonces, a quienes tienen la misión de trabajar en estos espacios poner a prueba las potencialidades que tiene la comunidad para hacer realidad el desarrollo autogestionario y autosostenido al que se aspira. Esta participación será necesario sustentarla sobre nuevas formas del consenso y el disenso que permitan hacer de la comunicación el "(...) encuentro entre los hombres mediatizados por el mundo, para pronunciarlo (...)" (Freire, 1972: 90)

Se conoce de dos trabajos con este enfoque de las autoras Rayza Portal y Maria Rosa Ramírez, de la Universidad de La Habana, con el tema de: " Un estudio de las prácticas comunicativas de los talleres de Transformación Integral del Barrio en la Ciudad de la Habana" (2003) y el tema: "Una caracterización de las Prácticas Comunicativas en el Proyecto Sociocultural Comunitario El Patio de Pelegrín", perteneciente al Consejo Popular de Puerta de Golpe en el Municipio Consolación del Sur, Provincia de Pinar del Río, (2009).

En la provincia de Cienfuegos se consultó la investigación de Lieter Núñez Hurtado, realizada como culminación del Trabajo de Diploma en la carrera de Comunicación Social, en el año 2010, titulada: Estrategia de comunicación comunitaria en la Circunscripción # 1 del Consejo Popular "Las Brisas" de Cumanayagua.

Se consultó además la investigación efectuada en la Tesis de maestría de Santana (2009), referida a una estrategia de trabajo de la escuela primaria de Altamira, con las instituciones no religiosas de la comunidad. La presente investigación tiene como objetivo elaborar una estrategia de comunicación para su intervención en la comunidad Altamira, municipio Palmira.

CAPITULO I: Fundamentación Teórica de la investigación.

1.1. Aproximación a los referentes teórico-metodológicos acerca del término comunidad.

La existencia de las comunidades es tan antigua como el hombre mismo y tiene su origen en la época del régimen de la comunidad primitiva. En ese período aparece la cooperación y la solidaridad como un modo de producción de tipo comunal, de distribución equitativa y de satisfacción de las necesidades colectivas, la actividad era comunitaria y la relación privilegiada era de igualdad.

El vínculo comunidad-hombre es tan fuerte, que a medida que se daban pasos en la formación del hombre, se iba desarrollando también la vida en común. En la actualidad la relación hombre-comunidad se encuentra en una fase de reconstrucción, de interacción y acercamiento positivo al poder de la comunidad. Puede decirse entonces que el vínculo comunidad-desarrollo tiene un carácter genético.

Pero aún en los enfoques más actuales, los sociólogos no han precisado todos los elementos del significado teórico de este concepto, dada su amplitud y múltiples interpretaciones de acuerdo al marco referencial, el cual adopta características particulares según el enfoque teórico con que se aborda y ofrece variedad de significados en dependencia de los contextos o realidades que se estudian.

En la literatura mundial sobre la teoría comunitaria, aparecen distintas clasificaciones en cuanto a las clases o tipos de comunidades. La mayoría coincide en considerar dos tipos fundamentales desde el punto de vista de la interacción y la reproducción de las condiciones de vida: comunidad urbana y comunidad rural. Es interés en esta investigación abordar en el concepto de comunidad rural, contexto donde se desarrolla la misma.

Comunidad rural*: Se* caracteriza por la relación estrecha de las personas a la tierra, sus cultivos y al cuidado del ganado. Esta relación fija como fundamental el sentido de pertenencia, el arraigo y apego a la tierra, a sus productos, como regla, predominan

familias más numerosas. Generalmente, la comunidad rural es menor en población y mayor en extensión territorial que la urbana; las relaciones son más solidarias.
En un sentido Pozas acentuó: "la comunidad se utiliza para nombrar unidades sociales con ciertas características sociales que le dan una organización dentro de un área determinada. (Pozas, 1964:5)

Arias, la define como: "(…) un organismo social que ocupa determinado espacio geográfico. Está influenciado por la sociedad de la cual forma parte, y a su vez funciona como un sistema, más o menos organizado, integrado por otros sistemas de orden inferior – las familias, los individuos, los grupos, las organizaciones e instituciones – que interactúan, y con sus características e interacciones definen el carácter subjetivo, psicológico de la comunidad a su vez influyen, de una manera u otra, en el carácter objetivo, material en dependencia de su organización y su posición – activa o pasiva – respecto a las condiciones materiales donde transcurre su vida y actividad" (Arias, 1995:11). A este concepto se adscribe la autora del presente estudio.

Comunidad se puede definir como un grupo de personas en permanente cooperación e interacción social, que habitan en un territorio determinado, comparten intereses y objetivos comunes, reproducen cotidianamente su vida, tienen creencias, actitudes, tradiciones, costumbres y hábitos comunes, cultura y valores, que expresan su sentido de pertenencia e identidad al lugar de residencia, poseen recursos propios, un grado determinado de organización económica, política y social, que presentan problemas y contradicciones generados por la propia dinámica de su funcionamiento y de la sociedad.
En ella existe no obstante una fuente de soluciones innovadoras para las dificultades, la transformación de los estilos y costumbres de los habitantes en función del mejoramiento de la calidad de vida de los mismos

El desarrollo comunitario se conceptualiza como los procesos en virtud de los cuales, la población, con participación desde el poder, une sus esfuerzos junto al apoyo del

Estado, de sus instituciones y otros actores sociales, para mejorar la calidad de vida, a partir del uso racional de sus potencialidades y de las capacidades existentes en su entorno local, tanto económicas, sociales, culturales, naturales como tecnológicas.

Una de las características que definen una comunidad en el sentido de relaciones de tipo local es la identidad comunitaria, ésta tiene un sentido de historicidad, se va formando sobre la base de enfrentamiento a tareas y problemas comunes, la ayuda mutua, la colaboración en un ambiente solidario y la lucha conjunta por el bienestar.

En la medida que las personas se vinculan en pequeños grupos para el desarrollo de determinadas actividades, se van conociendo mejor, van intercambiando en el desarrollo de múltiples tareas con participación compartida en bien de todos. La convivencia comunitaria los identifica como tales y a la vez los diferencia de otras comunidades. No existen dos comunidades iguales, cada una es diferente e irrepetible.

El sentido de identidad de la población con su comunidad, está directamente vinculado a las tradiciones, las costumbres, los hábitos, a la cultura y los valores, al arraigo y a la identificación con ésta. De lo anterior se derivan tareas y acciones comunes, que van acompañadas de una conciencia y un sentido de pertenencia muy relacionadas con la historia y la cultura de la comunidad. La identidad comunitaria es factor de unidad, cohesión y responsabilidad hacia todo lo que ella representa.

La comunidad tiene una permanencia en el tiempo apoyada en una o en un conjunto de actividades económicas, sobre todo, en su proyección vinculada a la vida cotidiana, desarrolla un amplio conjunto de relaciones interpersonales; integran un sistema de interacciones de índole sociopolítica, aspecto que caracteriza la comunidad cubana pues se encuentran al interior de nuestras comunidades diversas organizaciones e instituciones como: CDR, FMC, Consejos Populares que resultan armas de apoyo y juegan un papel importante en el desarrollo y mantenimiento de nuestro proyecto social.

Por lo que la comunidad constituye la garantía y continuidad de la expresión concreta del conjunto de fórmulas de participación de los pobladores.

1.2. Participación social y comunitaria.

En Cuba indiscutiblemente, la participación ha sido una condición inherente a la revolución cubana desde su instauración en el poder en el 1959, aunque se reconoce que conceptualmente el término varía según la esfera de que se trate.

En los años 90 el proyecto que se llevo a cabo en el Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, hoy Instituto, se partió de reconocer conceptualmente que la participación de los procesos culturales como las acciones que realizan individuos o grupos influyen en la creación, transmisión y consumo de las manifestaciones o expresiones culturales.

La participación consciente de la población cumple una función de primera magnitud en el desarrollo armónico de la comunidad, viéndose dentro de ella la dimensión cultural en las instituciones, con su aporte a la formación cultural de la población.

En su vinculación con las estrategias de desarrollo constituye un medio para lograr el reparto equitativo de los beneficios y es el elemento dispensable para una transformación y modernización auto sostenible en la sociedad.

Un lugar destacado lo ha ejercido la propuesta de educación popular, expuesta por Paulo Freire: “Los hombres no se hacen en silencio, sino en la palabra, en el trabajo, en la acción, en la reflexión. (Freire, 1976:28).

En este sentido Carlos Núñez alerta sobre lo que llama “pedagogía del desastre “: “(…) no expresa una cultura y practica cotidiana de participación (…) se reacciona solo ante emergencias. Porque el identifica participación con “(…) tener la capacidad de decidir, controlar, ejecutar y evaluar los procesos y sus proyectos; si no hay capacidad de decisión y de control estaremos hablando máximo de participación reactiva… pero nunca sustantiva. “ (Núñez en Portal, 2003: 90)

Según Cecilia Linares: "la participación viene a ser un requisito para que se pueda dar un desarrollo desde dentro de las comunidades y esta participación es vista como un proceso de cambio, transformación y apropiación autónoma de la sociedad que tendrá como resultado la posibilidad de afrontar las dificultades en las que se encuentren sumergidas por medio de la ingerencia constante y consciente de todos los actores, así como las estructuras y espacios donde se concretan… "(Linares, 1996: 10). Esta investigación se adscribe a este concepto.

Es por ello que hay que concebir la participación como un proceso de aprendizaje colectivo que conduzca al descubrimiento y desarrollo de las potencialidades de los actores sociales.

Para Rebellato una concepción integral de la participación debe contener tres sentidos principales que connota el término:

- Formar Parte**:** Formar parte de un todo que lo trasciende puede ser visto como limitado, por lo que se debe concebir como la posibilidad de desplegar otros procesos, a partir del sentimiento de pertenencia contiene el germen del compromiso con el todo en el cual uno se siente incluido
- Tener Parte**:** supone que el individuo tenga una función determinada en ese todo del que se siente parte. Sugiere el juego de mecanismos interactivos de adjudicación y asunción de actuaciones, del ínter juego de posiciones y deposiciones, de procesos de cooperación y competencia de encuentros, comunicación y negociación mutua.
- Tomar Parte**:** identificado con la conciencia de que se puede y debe incidir en el devenir de los acontecimientos, a partir del análisis crítico de las necesidades y problemas, la evaluación lúcida de las alternativas y el balance de los recursos disponibles. La toma de decisiones colectivas representa la concretización de la participación real y constituye la vía para el ejercicio del protagonismo ciudadano. (Rebellato, 2003: 93)

Participar en su acepción mas general es ser, tomar, o tener parte, ejercicio para brindar los medios de intervenir en el desarrollo, vía de transformación y acercamiento entre quienes deciden y quienes ejecutan; posibilidad de incrementar y redistribuir las oportunidades de tomar decisiones, manera de relacionarse con los otros y medio para la obtención de algo. Es una necesidad para el individuo y a la vez un proceso de participación con las finalidades de que se abogue porque el hombre sea protagonista de sus actividades.

Es la respuesta dinámica de la población a una propuesta de desarrollo, además es considerada como aquel proceso de intervención popular que alcanza su autenticidad en la toma de decisiones.

Podemos considerarla como el conjunto organizado de acciones de un grupo social para tomar intervención en todo espacio público en que se gesten decisiones que los afecten de un modo directo o indirecto, a fin de que estos contemplen sus puntos de vistas y también para realizar aportes que puedan contribuir al bienestar general de la sociedad, puede ser consciente o dirigida.

Es preciso hacer énfasis en el carácter no homogéneo de los procesos participativos. Estos alcanzan determinadas peculiaridades de acuerdo con los propósitos que los motivan y están condicionados por un conjunto de factores contextuales de diversa índole y grados de generalidad que en algunas ocasiones sobrepasan el espacio comunitario. Lo que no debe obviarse es que es un proceso de integración y articulación social, que asume conocer: quienes participan, donde se participa, que se quiere o se busca y hacia donde se dirige. (Dávalos, 1997:8-19)

Hay coincidencia sobre la importancia de la participación en el proceso de desarrollo y en el logro de las transformaciones culturales que lleva implícito. Cuando hablamos de transformaciones culturales nos estamos refiriendo a procesos de una complejidad

extraordinaria que dejan atrás el concepto ilustrador que puede reducirlos a la elevación del nivel educacional en general aunque también lo incluya.

Estas transformaciones suponen la gestación de nuevas formas de relación, de nuevas posibilidades de solución y de nuevas maneras de ejercitar el poder; de una maduración colectiva y creciente que conduzca al reconocimiento y la autovaloración. Será una "(…) vía de socialización del poder a sus distintos niveles, condiciones, momentos que facilite potenciar las capacidades individuales y colectivas contenidas en una comunidad y que son necesarias para el desarrollo de una sociedad que se rige por principios de justicia social." (Dávalos, 1997:13)

Esto implica un proceso de aprendizaje en el desarrollo de una cultura del diálogo y la reflexión que permita el respeto a la diversidad, a la diferencia y no asuma a la comunidad como un receptor – consumidor pasivo. La participación concebida sobre estos presupuestos llevará a que los ciudadanos sepan por qué y para qué es importante y decisiva su presencia y actuar consciente; sepan que la participación es un derecho, pero también un deber.

Participar por tanto, ha de entenderse entonces como el proceso favorecedor del crecimiento personal y la motivación como aprendizaje socializador, vía de desarrollo de la creatividad y de la comunicación.

1.3. Generalidades de la Comunicación:

A través del proceso de comunicación se transmite el resultado de la actividad psíquica de los hombres que desde sus orígenes permitió la transmisión de ideas, pensamientos y experiencias vividas, pero también de conflictos, necesidades y aspiraciones de los hombres.

Si se toma como punto de partida la definición etimológica de comunicar, se encuentra que el término procede del latín comunicare, que significa: establecer algo en común con alguien, compartir ideas, establecer un camino o un puente entre dos o más

personas. La comunicación de acuerdo a su génesis es una capacidad, consecuencia de la evolución y resulta un proceso activo donde se intercambia información.

Se considera que la comunicación es una categoría polisémica puesto que su utilización no es exclusiva de una ciencia social en específico, sino que se nutre de varias teorías y además es adaptada a cada ciencia que la trata. Esta ha sido ampliamente debatida por teóricos y estudiosos de diversas disciplinas como la psicología, la sociología, la lingüística, la antropología y el periodismo, entre otras. Todas ellas han estudiado diferentes aspectos de la comunicación.

Existen varias definiciones acerca de la comunicación presentadas por los diferentes autores que la estudian: “El proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación” (Beltrán, 2000:19)

Esta definición, nos adelanta algunos de los requisitos que la comunicación debe cumplir si lo que busca es conseguir una participación “conciente y comprometida” de los ciudadanos en el proceso de desarrollo comunitario.

La Comunicación puede verse según la Dra. Irene Trelles (2004), como “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”.

Al analizar estas definiciones es fácil percatarse de que la comunicación es un proceso, un intercambio regulado y que siempre existe una intención por parte de los interlocutores. Este acto comprende un complejo carácter social e interpersonal, mediante el cual se lleva a cabo un intercambio de códigos expresados mediante

información verbal y/o no verbal, se ejerce una influencia recíproca, se establece un contacto a nivel racional y emocional entre los participantes.

Otros autores como el mexicano Guillermo Orozco, arriban a concepciones más elaboradas y actuales, al considerar que la comunicación es lo que el receptor entiende, no lo que el emisor dice y que, la comunicación no se da en el momento que mandamos información, sino cuando ésta ya ha sido recibida, interpretada y comprendida. Muy relacionado, tenemos que la comunicación se produce en el proceso de la recepción. (Orozco, 1997:34) El receptor no es un recipiente vacío, es un sujeto históricamente situado que interactúa con los mensajes. El presente trabajo se acoge a esta definición.

1.4 Elementos esenciales de la comunicación.

Todo acto de comunicación se produce necesariamente entre una persona (o varias) que actúa como emisor, y un destinatario (o varios) que actúa como receptor.

Emisor: (quién) es la persona que proporciona la información, es la fuente de donde emanan los mensajes. Es la persona que quiere comunicarse, entregar algo personal.

Destinatario, Receptor: (a quién) es el que recibe la información, es a quien se le proporciona el mensaje, es la persona que sabe escuchar, que entiende lo que el otro le está diciendo y que es capaz de emitir una respuesta.

Mensaje: (qué se dice) es el contenido de la comunicación. Comprende el tema, la realización de lo que se dice en torno a ese tema, y la forma en que es expresado.

El código: es un conjunto limitado y moderadamente extenso de signos que se combinan mediante ciertas reglas conocidas por el emisor y el receptor. En el lenguaje, el código está formado por fonemas (o letras, si es escrito), morfemas, palabras,

sintagmas y oraciones organizadas según las reglas sintácticas de la lengua que se utiliza.

Codificación: es un proceso mediante el cual el emisor prepara el mensaje para que pueda ser comprendido por el perceptor, para lo cual se vale de sus conocimientos, de las características del canal que va a emplear, de las exigencias del público al que va a dirigirse, de las particularidades del lenguaje que va a utilizar.

Descodificación: es el proceso inverso a la codificación en el cual el sujeto que recibe la información procede a descifrar lo que ha recibido. Cada mensaje puede ser interpretado de manera distinta en dependencia de los factores ambientales o emocionales en los que se desarrolla la comunicación.

Canal: es el soporte de la información, que puede ser la voz humana, la televisión, la radio, la prensa escrita, así como los medios de enseñanza. Es el intermediario utilizado para transmitir la información.

Retroalimentación: es la información de retorno que recibe el emisor, gracias a la cual éste conoce la manera en que su mensaje está siendo asimilado por el destinatario, los efectos que produjo. Ésta puede darse de manera directa o indirecta (a través del oído y la vista).

El referente: es la realidad de la que se escoge el contenido de la comunicación. Puede ser real, ficticia o virtual.

Otros elementos que pueden estar presentes en el proceso de comunicación, son los ruidos y barreras, consistente en todas aquellas interferencias que obstaculicen el proceso, ya sean objetivas o subjetivas.

1.5 Niveles del proceso de comunicación.

1. Intrapersonal, se corresponde con el procesamiento individual de la información. Esta propuesta para muchos autores (nosotros nos incluimos) no constituye un nivel de comunicación por la ausencia de dos actores que intercambien la información.
2. Interpersonal (cara a cara), es la interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata.
3. Intragrupal, es la que se establece dentro de un grupo específico como por ejemplo la familia.
4. Intergrupal, (asociación), es la que se realiza en la comunidad local. A ella le es inherente la comunicación pública, en la cual la información se produce y distribuye por medio de un sistema de comunicación especializado y que concierne a la comunidad como un conjunto.
5. Institucional (organizacional), supone la asignación de recursos materiales y humanos a una organización especializada en la obtención, procesamiento y distribución de información destinada a la comunicación pública. Es la referida al sistema político y la empresa comercial.
6. Sociedad (global), el ejemplo más significativo es la comunicación de masas; la cual tiene por fuente una organización formal (institucional) y como emisor un comunicador profesional, que establece una relación unidireccional y pocas veces interactiva con el receptor, que resulta ser parte de una gran audiencia, que reacciona, por lo general de manera predecible y de acuerdo a patrones.
7. En esta última la participación de las audiencias es voluntaria, sin compulsión, ni obligación social y puede incluir perspectivas diferentes y diversos tipos de relación comunicativa, entiéndase como tal, los siguientes modelos:
8. Transmisión (actividades informativas, propagandísticas), también denominada como Comunicación Política, es aquella en la que el contenido de los mensajes expresan fines políticos e/o ideológicos. Dentro de esta clasificación se incluye el término de propaganda.

9. Expresivo (filmes, algunos dramatizados), también denominada como de bien público, son aquellos mensajes cuyo fin principalmente es educativo, no lucrativo, de origen altruista, sus objetivos son lograr elevar las condiciones humanas de los miembros de la sociedad.
10. Atención (publicidad), también conocida como comercial, es aquella cuyos mensajes tienen una finalidad lucrativa. Dentro de esta clasificación se incluye la comunicación externa e interna de las empresas, conocida como comunicación corporativa o empresarial.

Este estudio enuncia como base el modelo dialéctico de Manuel Martín Serrano que define como componentes del sistema actores de la comunicación, expresiones comunicativas, representaciones e instrumentos de comunicación. Concibe la comunicación como un sistema que está abierto a otros sistemas como el sistema social y el sistema de referencia que a la vez están abiertos a otros sistemas. ” (Serrano, 1982:137)

Martín Serrano enuncia que la comunicación humana presenta todas y cada una de las características que identifican a los sistemas finalizados:

a) En la comunicación intervienen componentes cuyas relaciones están organizadas.
b) Los componentes de la comunicación son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo.
c) La comunicación humana persigue algún fin. La comunicación entre Actores humanos aparece como un sistema finalizado, cuyos componentes están constreñidos a ocupar las posiciones y cumplir las funciones que les asignen los comunicadores.

Es necesario destacar que dentro del sistema cada componente se diferencia del otro por su función y el componente actores de la comunicación en este modelo específico se diferencia de los demás pues cambia constantemente su rol, es el llamado hombre EMIREC.

Desde la comunicología, la propuesta del Modelo Dialéctico de Comunicación de Jesús Martín Serrano, autor de inspiración marxista, permitió analizar nuestro objeto de investigación a la luz de la dialéctica de las interacciones entre los sistemas de comunicación y los sistemas sociales.

La comunicación es diálogo, intercambio, dinámica, que ofrece una posición más democrática en tanto se espera una participación del sujeto que recibe los mensajes. De todos los ámbitos sociales en los que interviene la comunicación, el que resulta de interés para esta investigación es el que tiene lugar a nivel comunitario.

1.6. Comunicación comunitaria.

Cuando se habla de comunicación comunitaria generalmente pensamos en los medios masivos: la TV, la radio, la prensa y la posibilidad de contar con un medio escrito: plegable, boletín informativo, otros, limitando así las posibilidades y diversidad de las expresiones comunicativas Estas definiciones permiten conocer la otra cara de la comunicación: la de los procesos que se dan en los espacios más pequeños como son el barrio, la familia y la comunidad.

En este sentido algunos autores apuntan que la comunicación popular debe incorporar "los lenguajes en que son tan ricas las culturas de nuestros pueblos: el uso de los gestos, de los símbolos, del canto, de la música, del baile. Y debe disponer de todo el caudal de medios con que pueda recrearlos". (Kaplún, 2002:100).

Al respecto, Sánchez plantea que otro aspecto a tener en cuenta es el uso que se hace de esas posibilidades expresivas. "No son acciones para la comunidad. La concepción que debe primar es el que se están haciendo *acciones con la comunidad* de la cual se forma parte". Sugiere buscar "… nuevas comunidades narrativas, desde las que la gente pueda generar ayuda social y emocional, ofreciendo otras vías para pensar y hablar sobre ellos mismos (desde su sentido común, con un lenguaje esencialmente vivido, metafórico"… (Sánchez, 2001:99)

La inclusión del término “popular” para caracterizar a un tipo de comunicación y educación “diferente”, nos obliga a recordar que lo popular es “el espacio que permite estudiar lo mismo los procesos macro sociales que involucran la puesta en escena de las modernas tecnologías de la comunicación, que los procesos micro sociales ligados a las culturas regionales, a las pequeñas comunidades, a los barrios, a las familias, a los individuos”. (Martín, 1987:10).

Se trata de acercar el concepto a los procesos comunicativos que se dan en “los espacios cotidianos de los sectores populares” (Jara, 2002:84). Desde esta óptica es a través de los procesos de comunicación que sus miembros muestran, comparten y recrean las claves y códigos que les son propios y a través de los cuales van modelando los perfiles de su identidad, permitiendo establecer los lazos de relación, los espacios de encuentro, de referencias comunes que generan la producción de sentidos desde el interior de dinámicas sociales, económicas, políticas y culturales más amplias. (Jara, 2002:85)

Carlos Núñez sostiene que la visión del término Comunicación Popular supera la llamada comunicación alternativa a partir de constituir una posición activa, propositiva y no solo reactiva que cuestiona el clásico y tradicional enfoque de agitación y propaganda. (Núñez, 1993:52-53). Para él, constituye la dimensión socializadora de todo proceso transformador que debe incluir además la dimensión de descubrir (lo investigativo) y la dimensión de apropiarse (lo cognitivo). Lo que supone vincularla a la Educación Popular y a la Investigación Acción Participativa.

La profesora e investigadora Saladrigas H. (2000), define la comunicación comunitaria como…” un proceso que permite el flujo y reflujo de información social y masiva en los espacios comunitarios; una práctica formativa para impulsar procesos de desarrollo personal y comunitario; factor que facilita el cambio y las transformaciones demandadas por los sujetos afectados e involucrados; catalizador de las dinámicas cotidianas de sus protagonistas.

Esta visión de la comunicación compleja, multidimensional, relacional permite comprender que no pueden concebirla fuera de la realidad que la produce; por tanto, cualquier labor de trasformación conlleva la necesaria subversión de formas verticales de asumirla y la creación de condiciones que faciliten la real y efectiva participación ciudadana.

Paulo Freire, padre de la Educación Popular, expresa que "la clave de la comunicación verdadera no es la transferencia, o transmisión del conocimiento, de un sujeto a otro, sino su coparticipación en el acto de comprender la significación del significado. Es una comunicación, que se hace críticamente" (Freire, 1969:78).

Él concibió la educación popular, no sólo en el sentido didáctico de conocimiento, sino en el de aprender por la búsqueda y la investigación como conocimiento vivo, que resulta de la actividad y que se traslada directamente a la acción, un aprendizaje orientado a la misión generosa de formar y educar desde la vida, para guiar, capacitar y conducir las actuales y futuras generaciones.

Al respecto Freire plantea que el cambio está en el diálogo, pero en el verdadero diálogo, aquel que permite la reflexión y su consecuentemente acción, más no aquel considerado como la transmisión de ideas o intercambio de éstas. (Freire, 1971:34).

La comunicación vista como un derecho humano universal y fundamental ha sentando sus bases en la praxis cuando se ha tratado de proyectos de desarrollo. Lo planteado anteriormente confirma que la comunicación es una de las maneras que utilizan los seres humanos para relacionarse entre sí, facilita la convivencia de las comunidades, por lo que significa un elemento positivo y elemental de la vida.

Esta búsqueda y hallazgo es la que allanará el camino hacia las transformaciones que permitan a los hombres y mujeres analizar críticamente su mundo abriendo así posibilidades transformadoras. "… La superación no se logra en el acto de consumir

ideas, sino de producirlas y transformarlas en la acción, en la comunicación."(Freire, 1972:135)

Este desafío implica conocer muy bien a qué proyecto de desarrollo o de transformación está dirigido, así como lo que significa para la convivencia ciudadana la conversión de la gente en sujetos activos. Esto sería entre muchos otros factores, un elemento medular para elevar la eficacia de los proyectos sociales.

1.7. La estrategia: Criterios y Definiciones

Según Carlos Núñez, el concepto de Estrategia de Comunicación es la capacidad de ver globalmente el escenario que queremos construir y diseñar, el rumbo y las acciones que nos permitan lograrlo. (Núñez, 2003: 212)

Para Arellano el término estrategia se puede entender como "una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, es un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. (…) lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida. Operativamente, la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas." (Arellano, 1998: 23). Es este el concepto base de que la autora parte en su investigación.

La Estrategia de Comunicación implica un proceso que involucra la recolección, análisis, asimilación, experiencia y evaluación de información. Requiere análisis profundos que conduzcan a conclusiones, revelaciones y oportunidades.

Siguiendo las ideas de Costa, se asume que "la estrategia combina básicamente estos parámetros: quién comunica, qué, a quienes, con qué objetivos, con qué inversión, con qué resultados y por qué medios. Así: quién comunica, qué y con quién, obliga a definir y detallar con qué objetivos (qué se pretende conseguir en concreto), con que inversión (financiera, humana, temporal, energética, otras.) y con qué resultados. Solo así, es posible diseñar un Plan Estratégico de Comunicación, que sirva como modelo para

verificar los efectos y medir los resultados punto por punto y acción por acción". (Costa, 2001: 17)

De forma resumida se encuentra la propuesta de Msc. Magda Rivero quien dice que "existen cinco factores básicos que debe contemplar toda estrategia: recursos, acciones, personas, controles, resultados". (Rivero, 2003: 148)

El empeño con que se enfrenta el diseño de una estrategia parte de un credo básico que implica un conjunto de principios, valores, interpretaciones y propuestas que sustentan la voluntad con que los estrategas desean orientar el futuro de su objeto a transformar.

Las Estrategias Comunicativas deben partir de un diagnóstico de la situación problémica para saber hasta "dónde se puede y quiere llegar". Sus objetivos deben apuntar al apoyo de los objetivos estratégicos comunitarios que involucran al resto de los subsistemas de la comunidad.

El diagnóstico estratégico de la comunicación, es un momento decisivo para la planeación, en tanto permite conocer y evaluar los niveles alcanzados en la práctica comunicativa, detectar las posibilidades y perspectivas que le plantea el futuro y realizar un análisis riguroso del entorno.

Diversos pueden ser los procedimientos a emplear para diagnosticar el estado de la comunicación, pero estos deberán estar estrechamente relacionados con las técnicas e instrumentos de sus investigaciones.

La información arrojada por el diagnóstico, en manos de los líderes, resulta de suma importancia para la toma de decisiones que incidan no solo en las políticas de comunicación sino en el conjunto de políticas globales de la comunidad, decisiones que la guíen desde hoy hasta el futuro.

El diagnóstico debe ser orientado hacia:

- ✓ El análisis de la cultura que mueve a la comunidad. Evaluación del clima socio-psicológico imperante y su incidencia en la práctica comunicativa.

- ✓ Caracterizaciones del sistema de relaciones de la comunidad.
- ✓ Comunicación que se desarrolla entre los vecinos.
- ✓ El desarrollo de la comunicación en la estructura formal de la comunidad.
- ✓ Niveles de participación de los pobladores en los procesos de toma de decisiones, así como asistencia a reuniones u otras actividades.
- ✓ Destacar la influencia de los espacios comunitarios en el desarrollo de las prácticas comunicativas.
- ✓ Entre otros.

La realización de un Planeamiento Estratégico Comunitario exige, para ser efectivo, la participación imprescindible de la población en la identificación y solución de los problemas que afectan al barrio.

Planear es: prever, conocer a fondo los problemas para poder trazar los objetivos, valorar diferentes soluciones ,instrumentar planes de acción que dejen claras las responsabilidades de cada uno de los actores y chequear sistemáticamente el control para que se cumplan los objetivos propuestos.

Un buen diagnóstico es garantía del éxito en lo referente a la proyección estratégica de la comunicación en tanto permite el análisis de las relaciones entre comunicación y estrategia comunitaria y la reorientación de su propia proyección.

Para hacer la estrategia se necesita contar con una matriz DAFO, es decir, un análisis de las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afronte la comunidad, haciendo énfasis en aquellos que afectan el ámbito comunicacional. La elaboración de una matriz DAFO se compone de dos momentos. El primero de ellos es un análisis interno de la comunidad, es decir, de sus debilidades y fortalezas. Cada una de las variables de la DAFO significan algo diferente, las “Debilidades son aquellas actividades que inhiben o limitan el éxito del proyecto, implica una revisión hacia el interior del sistema buscando detectar deficiencias (…). Es lo contrario a fortalezas que señala una actividad que se lleva a cabo en forma especialmente sólida y efectiva. Oportunidades se refiere a realidades o tendencias del entorno en el cual se desenvuelve

el sistema, que en forma significativa podrían beneficiar en un futuro la operación y logro de metas de la organización (…). Las amenazas o riesgos son lo contrario a oportunidades". (Rivero, 2003: 157-159)

Lo que se pretende con esta matriz no es determinar qué estrategia sería la mejor, sino contemplar y comparar las estrategias viables o, al menos, las más significativas. En dependencia del resultado de la Matriz DAFO la estrategia se puede tornar Defensiva, Ofensiva, de Supervivencia o de Reorientación. Si se adopta la Defensiva, la comunidad está preparada para enfrentarse a las amenazas; en la Ofensiva se está en la posición en que toda comunidad quisiera estar y se deben adoptar estrategias de crecimiento; las de supervivencia se asumen cuando la misma se enfrenta a amenazas externas sin las fortalezas internas necesarias para luchar; y en las de Reorientación a la misma se le plantean oportunidades que puede aprovechar, sin embargo carece de la preparación adecuada, se debe establecer un programa de acciones específicas y reorientar sus estrategias anteriores. (Rivero, 2004: 5)

Como resultado de la matriz DAFO se puede concluir la situación problémica en cuanto a comunicación, con lo que se podrán determinar los objetivos generales y específicos de la Estrategia. A partir de estos, se definen los públicos a los que está dirigida, los cuales pueden segmentarse atendiendo a los criterios que mejor convengan en función de los objetivos propuestos.

Una vez determinados los objetivos y los públicos, deben establecerse lineamientos para los ejes temáticos que resumirán las filosofías, principios y valores a posicionar y que serán reflejados mediante diferentes mensajes, los cuales se transmitirán y socializarán a través de los medios, canales y vías de comunicación más efectivos. A raíz de estas definiciones, se establecerán las líneas de acción o directrices generales que orientarán cómo manejar los elementos del comportamiento de la comunicación comunitaria.

Debe especificarse además, el tiempo de desarrollo para el cual ha sido diseñada la estrategia, que en el caso de las comunicativas, generalmente son proyectadas a mediano y largo plazo, oscilando entre uno ó dos años.

La puesta en práctica de la estrategia implica un seguimiento constante de su evolución y una evaluación final del cumplimiento de sus objetivos. Este es un momento decisivo porque “sin la evaluación del proceso jamás se podrá conocer con exactitud hasta qué punto los objetivos propuestos han sido cumplidos, si sobreviven o no los rasgos problémicos que encontramos al inicio del proceso, si el tiempo y los recursos humanos y materiales utilizados no fueron desperdiciados, finalmente, si debemos o no, dar por concluido el proceso”. (Portal, 2005:49)

CAPITULO II: Fundamentos Metodológicos de la investigación.

2.1. Fundamentación del tema seleccionado.

La presente investigación es de corte cualitativo, y centra su estudio en los procesos comunicativos que se desarrollan en la comunidad Altamira, perteneciente al Consejo Popular Elpidio Gómez, municipio Palmira. A pesar que cuenta con instituciones, organismos y actores sociales implicados en los problemas de la comunidad, no existe en su accionar el concepto de gestión de comunicación para promover y posibilitar la participación y autogestión ciudadana en el proceso de desarrollo comunitario. Para tener una visión de futuro de la comunidad es necesario el perfeccionamiento del trabajo que se realiza en la búsqueda de nuevas formas de relacionarse con los miembros de ésta, especial relevancia tiene la investigación ya que por primera vez en este contexto comunitario, se aborda específicamente el aspecto comunicativo.

2.2. Aspectos del diseño metodológico de la investigación.

Situación problemática: La necesidad de una estrategia en los procesos de comunicación de la comunidad Altamira, municipio Palmira.

Problema de investigación: ¿Cómo favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira del municipio de Palmira?

Objetivo general: Elaborar una estrategia de comunicación para su intervención en la comunidad Altamira, municipio Palmira.

Objetivos específicos:

1. Diagnosticar el estado en el que se encuentra la comunicación en la comunidad objeto de estudio.
2. Diseñar una estrategia de comunicación para su intervención en la comunidad Altamira, municipio Palmira
3. Validar la propuesta de la estrategia de comunicación en el contexto comunitario que involucra a los líderes de Altamira.

Idea a Defender: El diseño de una estrategia de comunicación y su intervención permitirá favorecer la comunicación en la comunidad Altamira, municipio Palmira.

2.3 Perspectiva metodológica.

Esta investigación se desenvuelve en el análisis de la realidad, precisa del conocimiento y el uso de una metodología con valor instrumental para la acción social desde la perspectiva comunicacional, por ello, se ha sustentado en la realidad social con vista a mejorar o transformar la realidad. Desde este punto de vista se puede decir que el estudio de esta comunidad se basó en el Paradigma Cualitativo, el cual se sustenta en la base de: "conocer para transformar", aunque se utilizaron varios métodos y se hicieron análisis desde el punto de vista cuantitativo, pues tanto la investigación empírica cualitativa como la cuantitativa son valiosas y necesarias.

Para la concepción teórica de este trabajo, fue asumida la utilización del diseño cualitativo de investigación debido a la múltiples facilidades que en el orden de la profundidad, de la comprensión y de la alta atención de los contextos brindó este diseño investigativo.

Este tipo de investigación ofrece técnicas especializadas para obtener respuestas a fondo acerca de lo que las personas piensan y cuales son sus sentimientos por lo que permite comprender mejor las actitudes, creencias, motivos y compartimentos de las poblaciones estudiadas. (Alonso, 2000:33).

2.4 Tipo de Investigación.

Se realizó un estudio descriptivo comunicológico, pues se dedicó al estudio de los principales procesos de la comunicación, desde una perspectiva teórica aplicada en la comunidad Altamira, del municipio Palmira, lo que permitió elaborar una estrategia de comunicación comunitaria.

Además no bastó con la descripción de conductas, ni de frecuencia de comportamientos, se indagó en sus causales desde la óptica y vivencias de sus protagonistas, aspecto éste que resultó indispensable.

Según Roberto Hernández Sampier (2006), los estudios descriptivos miden conceptos y recolectan información sobre éstos. Estos estudios únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere. (Sampier ,2006:48)

2.5. Tipo de muestra.

En esta investigación se utiliza una muestra no probabilística intencional, pues el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo cual exige un conocimiento previo de los pobladores de la comunidad, basándose en los fundamentos de Sampier, 2006.

La población está integrada por 754 habitantes de la comunidad. Por interés de la investigadora se tomó como muestra 146 personas de forma no probabilística, con sujetos voluntarios. Este proceso permitió ahorrar recursos, obteniendo resultados parecidos a que si se realizase un estudio de toda la población. Para que el muestreo sea válido y se pueda realizar un estudio fiable debe cumplir ciertos requerimientos que lo convertiría en una muestra representativa.

2.6. Fundamentación teórica de los métodos utilizados.

Métodos del nivel teórico.

- ✓ ***Analítico Sintético:*** Fue aplicado en el desarrollo de todo el proceso investigativo y posibilitó analizar la situación actual del problema, así como la sistematización de las concepciones trabajadas y el procesamiento de la información.
- ✓ ***Inductivo – deductivo:*** *s*e aplicó para realizar generalizaciones entre los elementos investigados, mediante el establecimiento de relaciones entre lo

particular y lo general en las diferentes concepciones sobre comunicación y en la concepción de la estrategia de comunicación propuesta.

- ✓ ***Histórico – lógico:*** para profundizar en nexos y regularidades del estudio, atendiendo a su decursar histórico, los autores que han investigado el tema, las estructuras económicas, políticas y sociales, así como los procesos comunicativos en la comunidad de Altamira y el comportamiento actual para poder intervenir después

Nivel Empírico

***Observación Participante*:** este método se utilizó a través de una guía de observación de forma directa a los pobladores. Resultó de gran validez porque se tomaron notas precisas y detalladas de encuentros sociales: reuniones de la circunscripción, trabajos de limpieza y embellecimiento de la comunidad, fiestas, conversaciones y contactos ocasionales en casa de familias y en la calle; que luego se correlacionaron con los datos aportados en la entrevista, la encuesta, el estudio de documentos, entre otros. Además, la investigadora se compenetró con los miembros del lugar, comprobando así la veracidad de lo que decían sus habitantes, con lo que en realidad hacían, de esta forma también fueron resultados de la observación: las conductas verbales y no verbales, hábitos, costumbres, valores, conflictos, y datos sobre algunas de las actividades de la comunidad. (Anexo A).

Entrevista Semiestructurada a informantes claves: para la aplicación de este método se consideraron a personas de la comunidad que han tenido y tienen liderazgo en ella, los cuales presentan roles importantes dentro de los pobladores. Con el objetivo de conocer y determinar el nivel de conocimiento que poseen sobre el tema.

Se aplicó a 15 líderes formales: (a la delegada de la comunidad, al presidente del consejo popular, a dos maestros, una instructora de arte y a la directora de la Escuela Primaria “Luís Arcos Bernes, el Médico de la familia, a la promotora cultural, al administrador de gastronomía y a cinco presidentes de CDR y a la coordinadora de los CDR en la zona).

En medio de un clima de confianza, se les aseguró a los entrevistados, la fidelidad al transcribir sus respuestas y la discreción en el manejo de la información brindada. (Anexo B)

En esta técnica la investigadora desea encontrar lo que es importante y significativo en la mente de los informantes, sus significados, perspectivas e interpretaciones, el modo en que ellos clasifican y experimentan su propio mundo. (Ruiz, 2003:56)

***Encuestas*:** Se tuvo en cuenta para su aplicación a 100 pobladores, dirigida a recopilar datos valorativos para diagnosticar el nivel de conocimiento y participación en las actividades de la comunidad. (Anexo C)

Análisis de documentos*:* Permitió revisar la bibliografía relacionada con el tema de investigación. Constituye el punto de entrada al dominio o ámbito de investigación que se busca abordar e, incluso, es la fuente que origina en muchas ocasiones el propio tema o problema de investigación.

Mediante el empleo de esta técnica se pudieron obtener datos y características en diferentes niveles como: escolaridad de los pobladores, hábitos y normas acerca de la conducta social, entre otros, además de permitir la identificación de criterios acerca de este tema de forma tal que se pudo desentrañar y recopilar información muy valiosa para la conformación de la estrategia de comunicación comunitaria. (Anexo D)

Taller diagnóstico: Esta herramienta, muy útil de la educación Popular favoreció la participación activa de los lideres en el proceso investigativo. Se le ofreció información previa a los pobladores acerca del tema a tratar y se utilizó para realizar el diagnóstico de comunicación en la comunidad estudiada. También se empleó para la determinación de los indicadores que permiten declarar como especialistas en comunicación a los participantes en la validación. (Anexo E)

Criterio de lideres: En este caso se establecieron los requisitos en un taller diagnóstico (nivel académico, conocieran sobre el tema de la comunicación en el contexto de la comunidad, varios años de experiencia en la labor comunitaria, así como permanencia en el lugar. Validaron la propuesta de estrategia cinco líderes formales**.** (Anexo F)

CAPITULO III. Análisis de los resultados de la investigación.

3.1. Historia y práctica social de la comunidad.

La comunidad Altamira, ubicada en la carretera de Palmira a Ciego Montero, perteneciente al Consejo Popular Elpidio Gómez, municipio Palmira, resulta una región eminentemente rural, con una extensión territorial de 2 kilómetros cuadrados, está conformada por 11 CDR pertenecientes a la zona 56, un bloque de FMC con tres delegaciones, una asociación de base de la ACRC y núcleo zonal donde militan 18 compañeros y cuenta con un total de 754 habitantes.

Este trabajo ha estado enmarcado en diseñar una estrategia comunicológica que contribuya al desarrollo de la comunicación comunitaria de los pobladores utilizando las potencialidades culturales, educacionales, artísticas, deportivas y laborales de los mismos.

Los primeros habitantes en esta zona rural del municipio de Palmira, provincia de Cienfuegos, llegaron de España en el año 1904, cuando Momo Entenza y su esposa Doña Carmita adquieren una finca, a la que nombraron La Carmita; en la que sembraron caña de azúcar que era procesada en el central Portugalete (actual Elpidio Gómez); convirtiéndose esta en la principal fuente de empleo de una extensa zona de los alrededores. Al triunfo de la Revolución en el lugar solo existían seis familias dispersas, sin tan siquiera una escuela donde pudieran estudiar sus hijos e hijas. Fue fundada como comunidad el 25 de febrero del año 1976, esto a su vez trajo como consecuencia, que se instituyera como día de la fiesta de rescate de tradiciones populares de Altamira

3.2. Situación Sociocultural:

La comunidad posee una escuela construida en la década de los 80 que reúne las condiciones necesarias para atender una matrícula de 86 alumnos de preescolar a sexto grado, con un claustro formado por 14 trabajadores docentes dentro de los que se

incluye, bibliotecaria, profesor de Educación Física, profesor de computación y 2 instructores de arte.

Cuenta también con un consultorio del médico de la familia, una tienda de productos comerciales, una cafetería–bar, una placita, una UBPC cañera y una CPA. Así como un promotor cultural, otro de deporte y trabajadores que atienden diferentes programas sociales destinados a la comunidad.

No posee instituciones culturales y recreativas para satisfacer las demandas de la población local, pues no existe un círculo social, un cine, una biblioteca, una casa de cultura, en fin no disponemos de un espacio de participación, disfrute, esparcimiento y de vida cultural de la comunidad Altamira.

3.3. Caracterización de la población:

- En la comunidad viven un total de 754 habitantes de los cuales 394 son hombres y 360 son mujeres las que representan el 47,7 porciento.

- Existe una población infantil de 122 niños menores de 12 años y de estos 43 están en la edades de 0 a 5 años.

- La población ocupada laboralmente es de 305 personas y de ellas solo 83 son mujeres y representan el 27,2 porciento. Existen 175 mujeres categorizadas como amas de casa, o sea el 61,8 porciento del total de féminas mayores de 16 años.

- El 47,2 porciento de los ocupados realizan labores agrícolas.

- Entre las personas adultas de la comunidad el 20,8 porciento alcanzan a lo sumo el sexto grado de escolaridad y el 39,7 porciento lograron llegar hasta el noveno grado.

- La población que consume cigarros asciende al 31,1 porciento de los mayores de 16 años y existe además un 15,4 porciento de los mayores de 16 años que son consumidores sistemáticos de bebidas alcohólicas.

- Están identificadas un total de 19 madres solteras, 12 familias categorizadas como disfuncionales, 18 con problemas higiénicos en el hogar y 12 con hacinamiento.

- Están diagnosticados por el médico de la familia 10 menores de 14 años que no alcanzan la talla o el peso adecuado para su edad.

3.4. Análisis de los resultados en los instrumentos aplicados para la fase de diagnóstico:

En la exploración diagnóstica de la realidad comunicativa en la comunidad Altamira del Consejo Popular Elpidio Gómez se aplicaron una serie de instrumentos: análisis de documentos, observación participante, encuestas, entrevistas y taller diagnóstico, que permitieron asumir una conclusión deductiva del proceso.

De la observación participante: se constató que existen potencialidades en la comunidad para el trabajo comunitario, pero estas no son aprovechadas. A pesar de los esfuerzos en todos los espacios físicos para el impulso de las actividades: parques, aceras, portal de la bodega, otros, resulta una preocupación el nivel de participación de los pobladores en las actividades. Los actores sociales con responsabilidad en la labor comunitaria, no potencian las actividades comunicacionales de forma conjunta, unificada, planificada y diseñadas con un objetivo. Se hace necesario un mayor incentivo para así lograr una mayor participación y por último, se necesita una mayor dinámica de trabajo comunitario, utilizando para esto los talentos culturales que residen en la zona.

El análisis de documentos fue de gran valor en la elaboración de la planeación estratégica, se consultaron:

- Diagnóstico de la Comunidad Altamira.
- Documentos de la Historia Local.
- Programa de Desarrollo del Consejo Popular Elpidio Gómez.

- Controles del médico de la familia sobre la tasa de natalidad, mortalidad, sobre los grupos etarios, las principales enfermedades, y además sobre los programas de salud aplicados en la comunidad.
- Diagnóstico del Delegado y el Presidente del Consejo.
- Diagnóstico de la Comisión de Prevención.

Se consultaron algunas actas tomadas en las reuniones de la circunscripción.

En la entrevista: se aplico a quince líderes formales.

- El100% expresan que viven en el lugar hace más de 20 años.
- El 80% manifestó un acercamiento por intuición, más que por conocimiento, sobre la problemática comunicacional en el trabajo comunitario.
- El 75% es del criterio que la comunicación debe basarse en la transmisión de información, en dar a conocer las actividades y reuniones que se programen, entre los vecinos.
- El 87% coinciden en la necesidad de elaborar estrategias comunicativas, pero en sentido general no pueden argumentar.
- El 90% reconocen que predomina la rigidez de las estructuras organizativas y la verticalidad de las relaciones que se establecen en la actividad comunicativa, lo que empobrece el trabajo comunitario.
- El 100% de los entrevistados son de la opinión que las personas necesitan sentir que son escuchadas aún cuando su problema no tenga solución.
- El 45% expresa que la persuasión es el modelo de comunicación más efectivo, para convencer de que se participe en una actividad o que se asuman conductas diferentes.

En la encuesta: Se aplicó a los pobladores y lideres informales que viven en la comunidad, se pudo constatar que los encuestados se encuentran entre 17- 50 años

de edad para una media de 19.00%, de ellos 66 femeninas y 34 masculinos, de una muestra seleccionada de 100 comunitarios.

- El 75% expresan que llevan viviendo en este lugar más de 25 años.
- En cuanto al conocimiento sobre los problemas acerca de la comunicación que afectan la comunidad el 78% de los encuestados declaran que los conocen.
- El 89 % de los encuestados manifiestan que asisten algunas veces a reuniones u otras actividades.
- Expresan el 100% que se realizan actividades cuando se celebra el 24 de febrero día de rescate de tradiciones, el 28 de septiembre en saludo a los CDR y el 4 de abril, donde se realizan diferentes actividades con los niños.
- El 90 % es del criterio que los líderes formales expresan el mensaje con claridad y respeto.
- El 78 % de los comunitarios encuestados expresan que la mayoría de los líderes formales establecen una comunicación con ellos, sólo cuando se les informa, para que conozcan sobre algo o asistan a reuniones.
- El 100% de los encuestados manifestaron que las cosas que más le desagradan de la comunicación entre vecinos son las manifestaciones inadecuadas en el lenguaje verbal y no verbal: expresiones a gritos, chabacanerías, otros.
- El 100% expresó como sugerencias para perfeccionar la comunicación en la comunidad, la realización de actividades culturales, recreativas, deportivas, educativas, conferencias y talleres donde participen e interactúen los líderes sociales y la población.

Del taller diagnóstico: Al iniciarse el Taller, se elaboró un diagnóstico participativo al que acudieron los representantes de todos los intereses etáreos, religiosos, otros.; donde fueron escuchadas las opiniones y sugerencias de los diversos sectores de la

comunidad en la identificación de sus necesidades, inquietudes e intereses: ahí se detectaron los problemas, sus proyecciones y posibles soluciones fundamentalmente con las potencialidades comunitarias, se consideraron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en torno a las acciones, se planearon estrategias comunitarias, se proyectaron objetivos a ser resueltos, con metas, planes de acción, el responsable, los participantes, la fecha de cumplimiento y los recursos necesarios. Propone comprometer no solo a los vecinos como beneficiarios directos de las acciones transformadoras, sino también a las instituciones locales representadas en el territorio, presentando en primera instancia esta propuesta al Presidente del Consejo Popular y la delegada de la comunidad. Anual o bianualmente este diagnóstico participativo será actualizado en dependencia de las necesidades que vayan surgiendo a medida que el proceso avanza. (Anexo E)

Se identificaron problemas de atención como son:

- Escasas opciones recreativas
- Habito de fumar y el alcoholismo
- Deserción escolar en la enseñanza media
- Manifestaciones inadecuadas en el lenguaje verbal y no verbal
- Insuficientes hábitos de lecturas

Sin embargo, se prioriza las actividades culturales y sociales de tipo recreativo porque hay un reclamo reiterado en este sentido por parte de la población, con un análisis más profundo de esta situación. Corresponderá a los comunitarios desarrollar la creatividad en la concepción de sus acciones para lograr que éstas sean, además de aprovechadas, disfrutadas por todos.

Se realizó también un trabajo de mesa con los líderes de la comunidad para intercambiar con la información recopilada hasta aquí y el análisis de los aspectos relacionados con la comunicación, específicamente con lo que denominaron “estrategia de comunicación”. Los aspectos que centraron la atención fueron:

- Los estilos de comunicación verticalistas que se han institucionalizados y que afectan la labor de los actores sociales.
- La necesidad de la elaboración de estrategias de comunicación.
- La necesidad de un real trabajo en equipo y el 'mover' los conocimientos (compartirlos).

Se presenta la estrategia de comunicación. En el taller diagnóstico quedaron elaborados los indicadores para los que validarían la propuesta. Fue utilizada la consulta a líderes para la validación. Con la aplicación del cuestionario quedaron cinco que reunieron los requisitos para ser considerados expertos en el tema. Las respuestas arrojaron criterios y sugerencias importantes para el trabajo. Las sugerencias realizadas por más del 50 porciento de los actores sociales fueron tomadas en cuenta por lo que se incluyeron en la estrategia.

3.5. Estrategia de comunicación:

Se presenta una propuesta de la estrategia de comunicación. Donde aparecen las sugerencias dadas por más del 50% de los líderes que validaron la propuesta.

Se propone desde la acción comunitaria establecer una estrategia que permita favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira y por tanto la estrategia constituirá una metodología de acción comunitaria que puede emplearse en otros asentamientos, dándole pertinencia científica y resolviendo una necesidad en el conocimiento teórico y metodológico en el consejo popular Elpidio Gómez y en el municipio de Palmira.

3.5.1. Públicos objetivos:

Los públicos de una comunidad son aquellos individuos y sistemas sociales que están vinculados en mayor o menor grado a ella dado que la afectan, son afectados por ella, o esta afectación es mutua, en función del logro de los objetivos de ambos.

La comunidad: Importante público.

3.5.2. Análisis de la matriz DAFO.

Debilidades:

- Se carece de instituciones culturales y recreativas (casa de cultura, biblioteca, librería, círculo social, cine, otros.)
- Insuficientes opciones culturales como oferta.
- Deterioro de la identidad cultural comunitaria.
- Poca participación de la población en las actividades conjuntas realizadas en la comunidad.
- Insuficiente poder de decisión de los pobladores en la solución de las necesidades y problemas detectados.
- Dificultades en la interacción entre los actores sociales de la comunidad.
- Insuficiente conocimientos y capacitación de sus funciones, de las teorías y métodos de la comunicación social y del desarrollo comunitario.
- Tendencia al verticalismo, parcelación y al protagonismo institucional.
- Insuficiente apoyo de las entidades del sector de la cultura del municipio y la provincia.
- La ausencia de estrategias de comunicación.

Fortalezas:

- Sentido de pertenencia e identidad de la población con la comunidad.
- Reconocimiento y apoyo de la población a las gestiones del Presidente del Consejo y a la delegada de la circunscripción (90%), la mayoría de éstos son reconocidos como líderes de la población.
- Capacidad y disposición de la población en la solución de los problemas de la comunidad con recursos propios.
- Aceptación y apoyo a las organizaciones sociales y de masas.
- Potencialidades de la comunidad para el desarrollo de programas culturales.

- Potencialidades de la comunidad con recursos humanos, con experiencias y conocimientos de la Cultura Popular Tradicional.
- Trabajo destacado de las instituciones de educación y salud en la comunidad, a pesar de las limitaciones...
- Elaboración de una estrategia de comunicación que favorezca los procesos de comunicación en la comunidad.
- Contar con educadores jubilados y aficionados del repentismo en el Consejo Popular.

Amenazas:

- Insuficiente capacidad de repuesta del gobierno municipal y la dirección municipal de Cultura a las necesidades básicas de la creación de instituciones culturales.
- Predominio de las decisiones de los agentes externos e intervención en las decisiones que se ejecutan en la comunidad.
- Menos oportunidades de la población al acceso de empleo.
- Espacios insuficientes para desarrollar la comunicación entre los pobladores.

Oportunidades:

- Existencia de una coyuntura a nivel de país que favorece el desarrollo de las comunidades rurales.
- Acceso a los nuevos Programas de la Revolución:(la labor de la promoción de la lectura, los programas educativos que emiten la radio y la TV, en especial, Universidad para todos, obras de teatro, artes plásticas, poesías, cuentos y otros.)
- La existencia de centros educacionales en el entorno que llevan a cabo proyectos de desarrollo comunitario.

- Existencia de promotores culturales y graduados de la enseñanza artística en el territorio.
- Presencia de la licenciatura en Comunicación Social en la UCF Carlos Rafael Rodríguez.
- Presencia de la filiar de la ACCS en la provincia.

3.5.3. Objetivos Generales de la Estrategia:

- ✓ Favorecer los procesos comunicativos entre los diferentes factores de la comunidad Altamira, para potenciar niveles de participación que alcancen la toma de decisiones y la autogestión.
- ✓ Lograr que la población tome conciencia de sus potencialidades para transformar su realidad, a partir de acciones estratégicas socializadoras.
- ✓ Mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad.

3.5.4. Plan de acción para la comunidad:

Acciones	Participantes	Responsable
-Coordinar una reunión con todos los factores, organismos, organizaciones e instituciones con implicación en la comunidad, para dar a conocer la caracterización y diagnóstico de la comunidad y convenir el plan de acción	-CDR, -FMC, -Delegado, -Médico de la Familia -Comunicador Social -Núcleo zonal -PNR	La investigadora
Elaboración de la política y estrategia de comunicación en la comunidad.	-CDR, -FMC, -Delegado, -Médico de la Familia -Comunicador Social -Instructores de Artes	La investigadora

	-Promotor cultural -Núcleo zonal -PNR	
Definir tareas de comunicación, frecuencia y características.	-Delegado, -Comunicador social, -Instructores de Arte, -CDR, FMC	La investigadora
Identificar todos los medios posibles para brindar información a la población.	-Comunicador Social	La investigadora
Realizar entrenamiento en comunicación a través de talleres, cursos, otros.	-CDR, -FMC, -Delegado, -Comunicador Social -Instructores de Artes -Promotor cultural	La investigadora
Confeccionar plegable con sugerencias para mejorar la comunicación.	-Delegado, -Comunicador social, -Instructores de Arte, -CDR, FMC	La investigadora
-Promocionar encuentros de bases con los pobladores de la comunidad sobre programas de Radio Ciudad del Mar de corte educativo.	-Comunicador social	La investigadora
Preparar y enviar notas de prensa a la radio base municipal acerca de las actividades a realizar.	-CDR, -FMC, -Delegado, -Comunicador Social	La investigadora

	-Instructores de Artes -Promotor cultural	
-Efectuar con los habitantes de la comunidad la actividad "Museo en el Barrio". 1) Exposiciones de artesanía 2) Exposiciones de artes manuales 3) Pinturas 4) Peña infantil, con temáticas de la historia, medio ambiente y actividades infantiles 5) Peña campesina, con aficionados de la música campesina de la zona. 6) Otras actividades que caracterizan la comunidad.	-CDR, -FMC -Delegado, -Comunicador Social, Núcleo zonal, -Promotor cultural, -ACRC -Instructores de Arte	La investigadora
-Efectuar charlas educativas sobre temas de salud y educación en relación con las problemáticas de la comunidad. 1) Alcoholismo 2) Tabaquismo 3) ITS, VIH/SIDA 4) Higiene y Epidemiología 5) Hábitos dietéticos y presión arterial	-CDR, -FMC, -Delegado, -Médico y Enfermera de la Familia -Comunicador Social	La investigadora
-Invitar a los padres para que participen con los niños menores de 6 años en actividades como: ➢ Actividades culturales, recreativas, de extensión por parte de la Biblioteca, INDER, Museo.	-Educación, -Maestros, -Cultura, -Inder, -Promotor Cultural, -Comunicador Social	La investigadora
-Actividades de extensión con la Biblioteca Pública del municipio donde se realicen actividades tales como: Té literario,	-Delegado, -Cultura,	La investigadora

Conferencias, Comentarios	-Promotor Cultural, -Biblioteca Pública, -Instructores de Arte	
-Realizar cine debates sobre filmes o películas 1) Fresa y Chocolate. (Cuba) 2) Boleto al Paraíso. (Cuba) 3) El Premio Flaco. (Cuba) 4) Fangio. (Cuba) 5) Amores Perros. (México) 6) Estación Central. (Brasil) 7) Pelotón. (EE. UU.) 8) La Dulce Vida.(Italia) 9) El Séptimo Sello. (Suecia) 10) A pleno sol. (Francia) 11) Nuevo en esta plaza.(España)	-CDR, -FMC, -Delegado, -Comunicador Social -Instructores de Artes -Promotor cultural	La investigadora
-Realizar actividades infantiles, especialmente para los niños con problemas de conductas y hogares disfuncionales, como: ➢ Todo el mundo canta, ➢ Los niños cuentan su historia, ➢ El cuentero mayor, ➢ Otras	-Cultura, -Promotor Cultural, -INDER, -CDR, -FMC, -Instructor de Arte -Educación, -Maestros	La investigadora
-Medir el impacto sobre los programas propuestos mediante un debate público con los pobladores de dicha comunidad.	-Delegado, CDR, FMC -Comunicador social, -Instructores de Arte,	La investigadora

3.6. Alcance:

La presente estrategia tiene alcance local, a nivel de consejo popular, y municipal, son utilizados los medios gráficos y los conocimientos básicos de comunicación con los que

se cuentan. Esta información se difunde a través de los medios locales (sueltos, carteles, murales), en bodega, placita, consultorio del médico de la familia; en postes de luz, otros, donde se anuncian las actividades, convocándolos a que participen, así como interpersonales, de boca en boca (vecinos, líderes barriales) También los delegados, líderes de organizaciones políticas y de masas son notificados para que ellos hagan llegar la información a las demás personas de la comunidad y a través de medios de difusión masiva del municipio Palmira: (radio base), así como actividades, peñas, talleres para el conocimiento de todos los pobladores.

3.7. Periodización:

La presente estrategia, correspondiente al período 2011-2012, tiene como finalidad lograr una comunicación favorable en todo el sistema, que favorezca el desarrollo armónico de la comunidad, su integración interna y su adaptación a las cambiantes y exigentes condiciones del mundo actual. Su implementación debe evaluarse con sistematicidad.

3.8. Presupuesto:

Recursos Materiales: los propios de la comunidad: TV, video, computadoras de la escuela primaria, audio particular, papel, cartulina, plumones, lápiz, figuras ilustrativas, otros, Es valido destacar el esfuerzo titánico de los vecinos en la tarea de suplir las carencias materiales que van apareciendo a medida que las acciones deben realizarse; todos y cada uno aportan su esfuerzo por conseguir, prestar o comprar los insumos requeridos a la medida de las posibilidades.

Recursos Humanos: agentes y factores sociales, los sujetos todos.

Escenarios: Espacios públicos: bodega, bar- cafetería, escuela y centros de trabajo.

Espacios de socialización surgidos espontáneamente: Parque, aceras, portal de la bodega, casa de familias, otros.

3.9. Evaluación:

Se propone un sistema de evaluación que contempla visita a las actividades con frecuencia mensual para chequear calidad, asistencia e información recibida por el público, satisfacción del mismo. Semestralmente se evaluará el cumplimiento de las acciones y anualmente se realizará evaluación integral de la misma con la posibilidad de realizar sugerencias para elevar la calidad y conocimiento de los pobladores. Asimismo se revelará el impacto de la presente estrategia en el modo de actuar de los comunitarios.

3.10 Validación de las encuestas a líderes:

Se aplicó la validación a cinco líderes, de ellos 3 femeninos y 2 masculinos que arrojaron los siguientes resultados (Anexo F, G):

- El 100 porciento esta vinculado a las labores comunitarias de alguna manera., con más de 5 años de experiencia en las diferentes actividades de la comunicación, y todos dispuestos a ser encuestados.

Para favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira, y la aplicación de la Estrategia Local, los criterios y sugerencias de los líderes (expertos) son de gran valor tanto para la obtención de una versión final, como para su implementación.

Todos los expertos encuestados coinciden en lo coherente del titulo con los problemas planteados y resultados del diagnostico inicial, dada la caracterización de la comunidad.

Un 80 porciento plantea la necesidad de formar comunicadores, que se resolvería con las tareas planteadas para la Estrategia y corroboran que los aspectos develados por la Matriz DAFO, también coinciden con las oportunidades y dificultades de la comunidad en estudio, existiendo coherencia entre la tríada análisis matricial, objetivos y población. Se considera necesario proponer otras acciones para una segunda etapa, pues faltarían aspectos de las dificultades de la comunidad en la comunicación que no se tocan, en la relación de tareas para la actual estrategia.

En cuanto a la evaluación plantean que semestralmente resultara adecuado para analizar el cumplimiento de las acciones y una evaluación integral anual con la posibilidad de realizar sugerencias para elevar la calidad y conocimiento de los pobladores. La estrategia de forma general se ve como una herramienta necesaria y que dará la solución a los problemas de la comunicación existentes en el área de estudio; se tiene también como otro instrumento de la comunicación, donde la metodología empleada hasta el momento en esta área del saber en la comunidad Altamira es solo empírica.

Conclusiones.

1. Se diagnosticó la comunidad destacándose oportunidades y fortalezas comunicativas lo que contribuyó a la elaboración de la estrategia.
2. Los resultados de la investigación empírica indican que el hacer de los líderes formales potencia prácticas comunicativas que tienden a reproducir modelos verticales de comunicación, limitando la participación activa en acciones encaminadas a la transformación social.
3. La estrategia de comunicación validada por líderes de Altamira confirma la necesidad de realizar procesos investigativos y tareas donde el público participe activamente y se encuentren soluciones coherentes.

Recomendaciones.

1. Evaluar el impacto de la implementación de la estrategia para favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira.
2. Continuar el trabajo de investigación relacionado con los procesos comunicativos que se realizan al interior de los espacios comunitarios.
3. Socializar el resultado de esta investigación en foros y eventos científicos del municipio y la provincia.

Bibliografía

Alonso, Margarita. (2002). Teoría de la comunicación. Universidad de La Habana.

Alonso,Margarita, & Saladrigas,Hilda. (2000). *¿Cómo investigar en comunicación?* La Habana: Pablo de la Torriente.

Arellano, Enrique C. (1998). La Estrategia de Comunicación como un principio de integración-interacción dentro de las Organizaciones. *Razón y Palabra, suplemento especial, enero-marzo*.

Arias, Héctor. (1995). *La Comunidad y su estudio*. La Habana: Pueblo y Educación.

Comunicación, campo cultural y proyecto mediador. (1990). (Vol. 26).

Costa, Joan. (1995). *Comunicación Corporativa y Revolución de los Servicios* (Ciencias Sociales.). Madrid.

Curso Básico de Mercadotecnia. (2004).

Dávalos, Roberto. (1997). *Comunidad, participación y descentralización: una reflexión necesaria* (Universidad de La Habana. Facultad de Filosofía e Historia. Departamento de Sociología.). La Habana.

Freire, Pablo. (1971). *La Educación como práctica de la libertad*. México.

Freire, Paulo. (1969). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. México.

Guevara, E. (1977). *El Socialismo y el hombre en Cuba* (Vol. 8). La Habana: Ciencias Sociales.

Hernández Sampier. (2003). *Metodología de la investigación*. La Habana: Félix Varela.

Hernández Sampier, Roberto. (2003). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Jara, Oscar. (2002). *Los Procesos de comunicación popular*. La Habana: Félix Varela.

Kaplún, Gabriel. (2000). Del Barrio a la ciudad. *Caminos*, (20), 26.

Linares, Cecilia, Correa, S., & Moras, P. E. (1996). *La Participación: ¿solución o problema?* La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.

Martín Barbero, Jesús. (1987). *De los Medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gili.

Martín -Barbero, Jesús. (1987). *De los Medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gili.

Núñez Hurtado, Lieter. (2010). *Estrategia comunicación comunitaria en la Circunscripción # 1 del Consejo Popular "Las Brisas" de Cumanayagua*. Trabajo de Diploma, Cienfuegos.

Núñez, Carlos. (2002). *Para sentir y ser parte*. La Habana: Política.

Núñez, Carlos. (1993). Permiso para pensar. *Revista América Libre*, (No. 2 abril –mayo), 53.

Núñez, Hurtado Carlos. (1985). *Educar para transformar, transformar para educar: una perspectiva creadora y dialéctica de la educación popular*. Guadalajara: IMDEC.

Orosco, Guillermo. (1997). *La Investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa* (Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario.). México D. F.

Pedagogía de la esperanza. (1978). Buenos Aires.

Pedagogía del oprimido. (1972). Buenos Aires: Siglo XXI.

Portal Moreno, R, & Amaya Trujillo, H. (2008). *Comunicación y Sociedad Cubana*. La Habana: Félix Varela.

Portal Moreno, R, & Recio Silva, M. (2003). *Comunicación y Comunidad*. La Habana: Félix Varela.

Portal Moreno, Rayza. (2003a). *Compilación de. Selección de lecturas sobre comunicación social*. Ciudad de La Habana.

Portal Moreno, Rayza. (2003b). *Comunicación y sociedad*. La Habana: Félix Varela.

Portal, Rayza. (2003). *Un estudio de las prácticas comunicativas de los talleres de Transformación Integral del Barrio en la Ciudad de la Habana*. Tesis por la opción del título de Doctora en Ciencias de la Comunicación, La Habana.

Portal, R., Saladrigas, H., & Recio, M. (2000). *Para construir el futuro hay que soñarlo primero. Elementos en torno a la planeación estratégica*. La Habana: Política.

Pozas, Ramón. (1964). *El desarrollo de la Comunidad*. La Habana: Pueblo y Educación.

Ramírez, Maria Rosa. (2009). *Una caracterización de las Prácticas Comunicativas en el Proyecto Sociocultural Comunitario "El Patio de Pelegrin".* Tesis por la opción del título de master en Ciencias de la Comunicación, La Habana.

Rebellato, José Luís. (2000). *La participación como territorio de contradicciones éticas*. La Habana: Caminos.

Recio Silva, Milena. (1999). *Educación para la Comunicación*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Revolución ética. (1998). México: IMDEC.

Rivero, Magda. (2003). Curso Básico de Mercadotecnia.

Rodríguez Gómez, Gregorio. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga: Aljibe.

Saladriga Medina, Hilda. (2001). *Introducción a la teoría y la investigación en comunicación.* La Habana: Félix Varela.

Sanchéz Pilonieta, Alfonso. (2001). Las narraciones comunitarias como fuentes de lazos sociales empoderantes. *Signo y Pensamiento*, (38).

Santana González, Blas. (2009). *Estrategia de trabajo de la escuela primaria de Altamira, con las instituciones no religiosas de la comunidad*. Proyecto de tesis para optar por el Título de Master en Educación Superior, Cienfuegos.

Trelles, Irene. (2004). *Comunicación Organizacional*. Selección de lectura. La Habana: Félix Varela.

Trelles, Irene. (2001). *Tendencias teóricas fundamentales: conceptos de comunicación organizacional, características y funciones*. La Habana: Félix Varela.

Vera, Luís. (2003). *La planeación estratégica en comunicación*. La Habana: Félix Varela.

Wolf, Mauro. (2005). *La Investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Félix Varela.

ANEXO A

Guía de observación participante.

Objetivo:

Observar cómo se manifiesta la comunicación en los pobladores de la comunidad Altamira desde una perspectiva comunicacional.

Aspectos a observar:

1. Nivel de participación en la vida social de los pobladores de la comunidad.
2. Acciones y resultados de los principales problemas de convivencia que afectan la comunidad Altamira.
3. Implicación de los miembros de la comunidad en cuanto a los aspectos de la comunicación.
4. Dinámica comunicativa de la comunidad.

Nota: Se consignaron la hora, fecha y lugar de la observación y se anotaron otros eventos que se consideraron de importancia para describir la satisfacción o insatisfacción de los comunitarios.

ANEXO B

Guía temática para el desarrollo de las Entrevistas a informantes claves en la comunidad Altamira.

1. Nombre y apellido del entrevistado.

2. Edad.

3. Sexo.

4. Nivel escolar.

5. ¿Qué tiempo lleva viviendo en este lugar?

6. ¿Poseen los conocimientos teórico-prácticos adecuados para determinar la problemática comunicacional en el trabajo comunitario?

7. ¿En que aspectos debe basarse la comunicación para ser efectiva?

8. ¿A su juicio es necesario elaborar estrategias comunicativas en la comunidad?

9. ¿Que factores causan el empobrecimiento del trabajo comunitario?

10. ¿.Escuchan con respeto a los vecinos?

11. ¿Cual es el modelo de comunicación más efectivo para realizar el trabajo en la comunidad?

ANEXO C

Encuesta a pobladores de la comunidad Altamira

Estimado compañero(a): Se está realizando una investigación para contribuir a favorecer la comunicación de los pobladores de la comunidad Altamira, sus respuestas pueden ser de gran utilidad para confeccionar la propuesta de acciones. Es anónimo por lo que le pedimos que responda con sinceridad. Muchas Gracias.

a) Edad _____ b) Sexo _____ c) último grado escolar alcanzado _____

d) Ocupación _____

1-¿Qué tiempo lleva viviendo en este lugar? _____ (años o meses)

2- ¿Conocen los problemas que afectan la comunicación en la comunidad?

Sí _____ No _____

3. Asiste a reuniones u otras actividades donde participen varias personas de la comunidad.

Siempre _____ Algunas veces _____ Nunca _____

4- ¿Qué actividades se realizan en la comunidad?

_____

_____

5- ¿Cómo se expresan los líderes formales en las reuniones u otras actividades de la comunidad? (delegado, presidente de CDR, maestros, médicos, enfermeras, promotores culturales y de deporte)

6-¿Cuándo establecen una comunicación con los vecinos de la comunidad los líderes formales? (delegado, presidente de CDR, maestros, médicos, enfermeras, promotores culturales y de deporte)

7- Escriba las cosas que más le desagradan de la comunicación entre vecinos en la comunidad de Altamira.

_____

8- ¿Qué sugerencias puede ofrecer para perfeccionar la comunicación en Altamira.

_____

ANEXO D

Guía de análisis de documentos.

Objetivos y documentos a analizar:

1.- Diagnosticar con el empleo de esta técnica el empleo de esta técnica datos y características de los pobladores de la comunidad Altamira en diferentes niveles como: escolaridad de los pobladores, hábitos y normas acerca de la conducta social, entre otros, además de permitir la identificación de criterios acerca de este tema de forma tal que se pueda desentrañar y recopilar información muy valiosa para la conformación de la estrategia de comunicación comunitaria.

- Diagnóstico de la Comunidad Altamira.
- Documentos de la Historia Local.
- Programa de Desarrollo del Consejo Popular Altamira.
- Controles del médico de la familia sobre la tasa de natalidad, mortalidad, sobre los grupos etarios, las principales enfermedades, y además sobre los programas de salud aplicados en la comunidad.
- Diagnóstico del Delegado y el Presidente del Consejo.
- Diagnóstico de la Comisión de Prevención.

Se consultaron algunas actas tomadas en las reuniones de la circunscripción

ANEXO E

Taller Diagnóstico

1. Animación-expectativas:

Comenzar aplicando una técnica de animación para propiciar la creación de una atmósfera socio sicológica positiva, integrar el grupo y preparar a los participantes para el taller.

Breve introducción planteando el tema del taller y sus objetivos.

Tema: Diagnóstico de comunicación.

Objetivos:

Elaborar Matriz DAFO acerca de la comunicación.

Identificar vías y canales a utilizar para la comunicación.

Determinar requisitos para seleccionar expertos en el tema.

Seguidamente se hace un comentario sobre la composición de las personas convocadas, su útil y valiosa presencia, propiciando un conocimiento más profundo del grupo y de esta forma estimular una mayor participación de los presentes.

Pregunta:

- **¿Qué esperan del taller?**

Valorar las respuestas, destacar aquello que no podría ser cumplido dentro del taller pese a que se espera por parte de algunos de los participantes porque no es objetivo de la actividad como tal. Aclarar como en otros momentos del trabajo si se podría satisfacer esa expectativa.

2. Identificación de problemas:

Pueden utilizarse diversas formas de identificación de los problemas. Ejemplificaremos con dos:

1. Con la aplicación de una técnica participativa.
2. Para continuar plantear la siguiente pregunta:

¿Qué problemas afectan la comunicación en la comunidad?

Enunciados los problemas se agrupan por dimensión o por la similitud que tengan entre sí.

El coordinador facilita llegar a las dimensiones y a los posibles grupos de problemas.

3. Priorización:

Una vez terminada la identificación de la problemática, pasamos a **PRIORIZAR** los problemas que más afectan la comunicación en la comunidad.

Preguntas de apoyo:

- ¿Cuáles de estos problemas son los más graves, los más urgentes?
- ¿Cómo y dónde se manifiestan?
- Sugerencias para su solución.
- ¿Cuáles son las mayores potencialidades de la comunidad?
- ¿Cómo pueden las potencialidades favorecer la solución de los problemas?
- ¿Qué factores o elementos amenazan el desarrollo de la comunicación en la comunidad?
- ¿Qué hechos, elementos, factores y/o proyectos constituyen oportunidades en el contexto internacional, nacional, provincial y local?

La finalidad del cuestionario es ampliar y profundizar en el conocimiento que necesitamos tener de la problemática que afecta a los habitantes de la comunidad.

Dar un tiempo para que se preparen, consumido el mismo se les solicita a los participantes la información. Todos pueden opinar, enriquecer lo planteado, pero debe siempre llegarse a consenso.

4. Memorias. Se registran en una pizarra o papelógrafo los problemas enumerados por cada grupo, mientras, el registrador recoge lo expuesto en su libreta de notas, no sólo los problemas sino también los elementos que en su argumentación expresen los presentes.

ANEXO F

Primer cuestionario a lideres.

Con el fin de seleccionar líderes para validar una estrategia de comunicación elaborada para favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira, se aplica el presente cuestionario. Con antelación ¡Gracias!

1. Centro de trabajo al que actualmente se encuentra vinculado_____.
2. Graduado de: _____.
3. ¿Realiza labores vinculadas a la comunicación comunitaria?

   Si____ No____
4. ¿Cuántos años de experiencia posee vinculado a labores de comunicación?_____
5. ¿Posee experiencia en la labor comunitaria?

   Si_____ No_____ ¿Desde Cuando?_____
6. ¿Cuántos años lleva viviendo en esta comunidad?
7. Años____ Meses_____
8. ¿Desea participar como experto en la validación de la estrategia antes mencionada?

ANEXO G

Segundo cuestionario para líderes.

Usted ha sido seleccionado como experto en la validación de la estrategia de comunicación elaborada para favorecer los procesos de comunicación en la comunidad Altamira, Sus criterios y sugerencias son de gran valor tanto para la obtención de una versión final y como para su implementación. Con antelación ¡Gracias!

1-. El producto de esta investigación es “propuesta de una estrategia de comunicación comunitaria en la comunidad Altamira, municipio Palmira”. ¿Discurre acertado el título?

De considerarlo oportuno haga sugerencias.

_____
_____
_____

_____

2-. Ofrezca sus opiniones acerca de la caracterización de la comunidad.

_____
_____
_____
_____
_____
_____.

3-.De vital importancia resulta la identificación de las potencialidades de la comunidad para la implementación de esta propuesta comunicacional. Exprese sus criterios y de considerarlo necesario haga sugerencias.

_____
_____
_____
_____
_____
_____

4-. El análisis matricial devela tanto potencialidades como debilidades y otras que en el área de la comunicación están presentes en la comunidad. ¿Responden éstos elementos a la realidad Altamireña?

_____
_____
_____
_____
_____.

5. ¿Aprecia usted coherencia entre la tríada análisis matricial, objetivos y población? Argumente

_____
_____
_____
_____
_____.

6-. ¿Considera adecuadas las características, tiempo y planificación de las acciones según la tabla presentada? Si__ No__. Explique y de considerarlo necesario proponga otras acciones.

_____
_____
_____
_____
_____.

7-. Se plantea el alcance y periodización de la estrategia. ¿Considera usted que son acertados?

Si___ No____ Argumente y haga sugerencias si lo considera oportuno.

_____
_____
_____
_____
_____.

8-. La evaluación es un componente fundamental en esta propuesta pues garantizará la adecuación a nuevas condiciones y reconocimiento de logros y dificultades. Exponga sus criterios en cuanto a la misma.

_____
_____
_____
_____
_____
_____

9-. Valore integralmente esta estrategia.

_____
_____
_____
_____
_____.