

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



PROYECTO DE GRADO:
CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA FORTALECER EL
BUEN TRATO ENTRE HIJOS/AS Y MADRES
MONOPARENTALES A TRAVÉS DE VIDEOS EDUCATIVOS EN
EL CENTRO UNBOUND DE LA CIUDAD DE EL ALTO EN EL
SEGUNDO TRIMESTRE DE 2018

POSTULANTE:

Bernal Valdez Maira Alejandra
Pinaya Apaza René Carlos

TUTOR:

Lic. Gonzalo Leonardini Marin

La Paz - Bolivia

2018

AGRADECIMIENTO

A Dios por habernos dado la sabiduría y la fortaleza espiritual para que fuera posible alcanzar este triunfo de poder llegar al final de nuestra carrera y por las personas que puso en nuestro camino.

A nuestros padres por su enseñanza por su apoyo todos estos años, por su infinito amor, comprensión y por ayudarnos a que este momento llegara, gracias.

A nuestro Tutor Lic. Gonzalo Lonardini Marin por su guía, colaboración y ayudarnos a la elaboración del presente proyecto de grado.

A todas las personas que se cruzaron en este camino y que nos dieron palabras de aliento y apoyo, quienes han estado a nuestro lado apoyándonos en este duro camino al conocimiento de la investigación.

DEDICATORIA

A Dios por habernos dado la sabiduría y la fortaleza espiritual para que fuera posible alcanzar este triunfo de poder llegar al final de nuestra carrera y por las personas que puso en nuestro camino.

A nuestros padres por su enseñanza por su apoyo todos estos años, por su infinito amor, comprensión y por ayudarnos a que este momento llegara, gracias.

A nuestro Tutor Lic. Gonzalo Lonardini Marin por su guía, colaboración y ayudarnos a la elaboración del presente proyecto de grado.

A todas las personas que se cruzaron en este camino y que nos dieron palabras de aliento y apoyo, quienes han estado a nuestro lado apoyándonos en este duro camino al conocimiento de la investigación.

RESUMEN DEL PROYECTO

En el presente proyecto de grado se estudia como fortalecer el Buen Trato entre hijos/as) y madres monoparentales a través de videos educativos en el centro UNBOUND de la ciudad de El Alto. El enfoque principal se basará en el Buen Trato como instrumento principal para evitar la violencia y el maltrato infantil.

Ante la ola de denuncias registradas principalmente en medios de comunicación televisivos en el primer trimestre del año en curso, sobre casos de maltrato infantil y familiar, surgió la curiosidad y necesidad de saber por qué en la mayoría de estos se trataba de madres solteras hacia sus hijos, pasando del abuso psicológico al físico.

Las características de los hechos pasaron de simples llamadas de atención con golpes, hasta quemaduras con agua caliente, situaciones que indignaron y causaron molestia en la población en general al tratarse de un sector desprotegido y vulnerable.

Con estos antecedentes partimos primero con la interrogante de saber si existe comunicación en el núcleo familiar de nuestra sociedad como instrumento primordial para la resolución de conflictos, además de cariño afecto, amor y la dificultad que existe mutuamente para demostrar estos sentimientos.

La justificación del presente proyecto de grado se sustenta principalmente en el fortalecimiento de valores como el respeto, educación, entre otros para poder evitar e identificar las principales causales que llevan a las personas (en este caso madres) a proceder con extrema violencia

ABSTRACT

In this degree project, we study how to strengthen good treatment between children and single-parent mothers through educational videos at the UNBOUND center in the city of El Alto. The main focus will be based on Good Treatment as the main instrument to prevent violence and child abuse.

Given the wave of complaints registered mainly in television media in the first quarter of this year, about cases of child and family abuse, the curiosity arose and the need to know why most of these were single mothers towards their children, moving from psychological to physical abuse.

The characteristics of the events went from simple calls for attention with blows, to burns with hot water, situations that outraged and caused annoyance in the general population as it is an unprotected and vulnerable sector.

With this background, we start first with the question of knowing if there is communication in the family nucleus of our society as a primary instrument for conflict resolution, in addition to affection, love and the difficulty that exists mutually to demonstrate these feelings.

The justification of this degree project is based mainly on the strengthening of values such as respect, education, among others, in order to avoid and identify the main causes that lead people (in this case mothers) to proceed with extreme violence.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	1
ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	1
ANTECEDENTES.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1. Enunciado del problema	2
1.1.2. JUSTIFICACIÓN – RELEVANCIA DE LA INTERVENCIÓN.....	3
1.1.3. Relevancia social.....	3
1.1.4. Relevancia económica.....	3
1.1.5. Relevancia cultural comunicacional.....	3
1.2. Viabilidad de la intervención	4
1.3. OBJETIVOS	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. ENFOQUE METODOLÓGICO	5
1.4.1. Método cualitativo	5
1.4.2. Método cuantitativo:.....	6
1.4.3. Estudios descriptivos	6
1.4.4. Técnicas de investigación.....	6
1.4.5. Entrevistas a profundidad	7
1.4.5.1. Entrevista Estructurada	7
1.4.5.2. Encuestas.....	8
1.4.5.3. Historia de Vida	8

1.5. LOCALIZACIÓN	8
1.5.1. BENEFICIARIOS	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	10
2. COMUNICACIÓN	10
2.1. Condiciones de una buena comunicación	12
2.1.1.1. Bases para crear los canales de comunicación.....	13
2.1.2. Comunicaciones Interpersonales.....	15
2.1.3. Redes de Comunicación.....	16
2.1.4. Barreras contra las comunicaciones	17
2.1.5. Se presentan barreras, que las entorpecen o anulan la comunicación 19	
2.1.6. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	19
2.1.7. Medios de comunicación:	23
2.1.7.1. Medios intermedios de comunicación:.....	23
2.1.7.1. Medios externos de comunicación	26
2.1.8. LA EDUCACIÓN COMO PROCESO DE INTERACCIÓN CON LA COMUNICACIÓN	30
2.1.8.1. Vigotsky y el proceso de interrelación	31
2.1.9. Concepciones del vínculo Comunicación-Educación	34
2.2. LA EDUCACIÓN.....	34
2.2.1. APRENDIZAJE	35
2.2.1.1. Definición del aprendizaje.....	36
2.2.2. El aprendizaje: naturaleza y principios.....	37
2.2.3. Diferencias entre aprendizaje del niño y del adulto:	38

2.2.4.	EL BUEN TRATO	39
2.2.4.1.	Definición de buen trato.....	39
2.2.4.2.	¿Qué se entiende por Buen Trato?	40
2.2.4.3.	Principios del buen trato	43
2.2.4.3.1.	Reconocimiento.....	43
2.2.4.3.2.	Empatía.....	44
2.2.4.3.3.	Interacción igualitaria	46
2.2.4.3.4.	Comunicación efectiva	48
2.2.4.3.5.	Negociación para la solución de conflictos.....	49
2.2.5.	Factores que influyen el buen trato.....	52
2.2.5.1.	El rol de los adultos	52
2.2.5.2.	El Apego.....	53
2.2.5.3.	Fuentes generadoras de buen trato	56
2.3.	La promoción del buen trato.....	56
2.3.1.	Promocionar la cultura del buen trato	58
CAPITULO III		60
MARCO REFERENCIAL		60
3.	LA CIUDAD DE EL ALTO.....	60
3.1.	CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE EL ALTO.....	61
3.2.	REFERENTE INSTITUCIONAL.....	63
3.3.	Fundación Unbound	65
3.4.	Lo que creemos.....	65
3.5.	Visión.....	67
3.6.	Misión	67

NUESTRA MISIÓN ES CAMINAR CON LOS POBRES Y MARGINADOS DEL MUNDO.	67
3.7. Principios.....	68
3.8. Objetivos generales.....	68
3.8.1. Aspecto de la organización.....	68
3.8.2. Fundado en FE	68
CAPITULO IV.....	70
DIAGNOSTICO.....	70
Encuesta para la mamá	70
ENCUESTA PARA LOS NIÑOS	82
CAPITULO V.....	91
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	91
PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN	91
5.CARACTERÍSTICAS:	91
5.1. OBJETIVOS Y DIMENSIONES:.....	92
5.2. MATERIALES DEL PROGRAMA:.....	93
5.2.1. SESIONES:	93
5.2.2. VIDEOS EDUCATIVOS	95
5.2.2.1. Vídeos de testimonios y de representación.....	95
5.2.2.2. Historias animadas:	95
5.2.3. DESARROLLO DE LAS SESIONES:	96
5.2.3.1. Composición de los grupos:	97
5.2.3.2. Preparación de la sesión:	97
5.2.3.3. Preparación del grupo de participantes	98

5.2.3.4.	Planificación de una sesión:	98
5.2.3.5.	Proceso de una sesión:	100
5.3.	ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE DINAMIZACIÓN	101
5.3.1.	DESARROLLO DE LA TÉCNICA:	102
5.3.2.	DESARROLLO DE LA TÉCNICA	103
5.3.3.	ORIENTACIONES:	104
	CAPITULO VI.....	105
	PROPUESTA DE EJECUCION O EJECUCION.....	105
6.	TALLERES	105
6.1.	TALLERES – MADRES DE FAMILIA	105
6.1.1.	PRIMER TALLER	105
6.2.	OBJETIVOS	106
6.2.1.	OBJETIVO GENERAL.....	106
6.2.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	106
6.2.3.	SEGUNDO TALLER	107
6.2.4.	TERCER TALLER	107
6.2.5.	CIERRE DE TALLER.....	108
6.2.6.	TALLERES – CON NIÑO@S.....	109
6.2.7.	CIERRE DE TALLER.....	111
6.2.8.	RECURSOS ADICIONALES	112
6.2.9.	INFORME FINAL	113
	BIBLIOGRAFIA.....	115

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.....	11
Cuadro 2 REDES DE COMUNICACIONES.....	17
Cuadro 3 TIPOS DE BARRERAS.....	18
Cuadro 4. FACTORES GENERADORAS DE BUEN TRATO.....	56
Cuadro 5 POBLACION ALTEÑA	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad.....	70
Tabla 2. Sexo.....	71
Tabla 3. ¿Usted cree que hoy en día las relaciones son normales con los hijos?	72
Tabla 4. ¿Es necesario poder fortalecer la interrelación entre madres e hijos?	73
Tabla 5. Considera que se podría fortalecer la relación entre madres e hijos mediante:.....	74
Tabla 6. ¿Sera importante el desarrollo de talleres o programas que le permitan mejorar la interrelación entre madres e hijos?	75
Tabla 7. ¿Es importante abordar temas concernientes a formas de comunicación con sus hijos?	76
Tabla 8. ¿Considera que es muy importante abordar temas que le permitan mejorar el afecto en la familia?	77
Tabla 9. ¿Es importante abordar temas que permitan mejorar la educación de sus hijos?.....	78
Tabla 10. ¿En la actualidad es importante tratar temas como mejorar nuestra comunicación en nuestra familia?.....	79
Tabla 11. ¿Es importante tratar temas de como disfrutar en familia?.....	80
Tabla 12. ¿Según su criterio, en la actualidad es importante tratar de cómo afrontar retos en la familia?	81
Tabla 13. Edad.....	82
Tabla 14. Sexo.....	83
Tabla 15 Recibo ayuda, apoyo y confianza.	84
Tabla 16. Comparto el tiempo necesario con mi familia.	85
Tabla 17. Tu mamá te castiga con frecuencia.	86
Tabla 18. Existe dialogo constante con tu mamá.....	87
Tabla 19. Cada cuanto recibo un TE AMO o un TE QUIERO de mamá.....	88
Tabla 20. Tu mamá respeta tus decisiones y actos	89
Tabla 21. Recibes afecto y buen trato de mamá.....	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	70
Gráfico 2	71
Gráfico 3	72
Gráfico 4	73
Gráfico 5	74
Gráfico 6	75
Gráfico 7	76
Gráfico 8	77
Gráfico 9	78
Gráfico 10	79
Gráfico 11	80
Gráfico 12	81
Gráfico 13	82
Gráfico 14	83
Gráfico 15	84
Gráfico 16	85
Gráfico 17	86
Gráfico 18	87
Gráfico 19	88
Gráfico 20	89
Gráfico 21	90

CAPÍTULO I

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La representación femenina como jefas de hogar es mayor en familias de hasta tres miembros. Las mujeres constituyen y lideran los hogares monoparentales, con 33,9%, frente a los hombres, que registran 7,2%, según Estadísticas con Enfoque de Género, del INE y la ONU (2017).

“La conformación de los núcleos familiares es más pequeño, con pocos miembros, entre dos y tres, situación en la que la representación de la mujer es preponderante como jefa de hogar: en el Censo 2012 con 41,8%, y con tendencia a aumentar”. (INE, 2016)

La información estadística señala que los hogares monoparentales (que cuenta con uno solo de los padres), unipersonales (compuesto por una sola persona), extendidos (con tíos, abuelos, hermanos) y no nucleares también están dirigidos por una mayoría femenina. En contraste, hay menor representación en hogares nucleares (papá, mamá e hijos).

El INE (2016) señala que hay jefas de hogar desde los 15 años, pero la mayoría tiene entre 20 y 39 años, con el 38%; y vive en el área rural. Puede significar que hay una sobrecarga de trabajo al ser jefas de hogar y que deben realizar a la vez una serie de tareas domésticas.

Es importante considerar todos estos aspectos que hacen a la difícil situación de las madres monoparentales, principalmente en su relación directa con sus hijos, y es a partir de todos estos datos que es importante abordarlos desde un enfoque comunicacional educativo y para ello hacer uso de los medios audiovisuales e incidir en fortalecer esta relación.

Las mujeres viven dificultades comunes, por ejemplo: insertarse en un mercado laboral segmentado por el género, intentando compatibilizar sus responsabilidades familiares y domésticas con las del mundo laboral e integrarse y hacer uso de derechos en igualdad de condiciones. Además, para aquellas mujeres que deben cumplir el rol de madre y jefa de hogar las dificultades muchas veces se intensifican, puesto que cuando el hombre es jefe de Hogar, generalmente asume las responsabilidades del cuidado de una familia en pareja, tanto en el caso de la familia nuclear como extensa, esto significa que existe el apoyo de una mujer, dueña de casa y madre con quien el hombre comparte la vida familiar.

En cambio, la mujer que asume el rol de jefa de hogar, en su mayoría es aquella mujer que es madre soltera o viuda y, por tanto, se hace cargo de las responsabilidades familiares sin ayuda ni apoyo de su pareja y de padre de familia.

1.1.1. Enunciado del problema

- ¿Ausencia de acciones proactivas?

1.1.2. JUSTIFICACIÓN – RELEVANCIA DE LA INTERVENCIÓN

1.1.3. Relevancia social

Una cultura basada en el buen trato requiere de un trabajo colaborativo, comunicación permanente y efectiva al interior del centro entre niños, niñas y las familias. El afecto y respeto, entendido como el reconocimiento y valoración del otro, hacia los niños y niñas favorece el desarrollo de las habilidades sociales como empatía, relación afectuosa con sus padres y adultos, y resolución no violenta de conflictos.

Para ello es importante considerar los videos educativos, los cuales son un medio didáctico que facilita el descubrimiento de conocimientos y la asimilación de éstos. Además, puede ser motivadora para los niños, niñas y madres de familia; pues la imagen en movimiento y el sonido pueden captar la atención de ellos.

1.1.4. Relevancia económica

La institución será la responsable de brindar los espacios y recursos necesarios para el desarrollo de la producción y difusión de los videos educativos.

1.1.5. Relevancia cultural comunicacional

Para que todos los involucrados de la investigación (niños, niñas y madres monoparentales) tengan la misma oportunidad para la comprensión y asimilación de los videos educativos, los mismos serian editados en el idioma castellano.

1.2. Viabilidad de la intervención

El desarrollo del proyecto desde el inicio cuenta con el visto bueno de la responsable del Centro, la cual ve con absoluto interés la producción de videos educativos que permita a los niños, niñas y madres monoparentales fortalecer el buen trato al interior de sus familias.

Para tal efecto, hizo llegar la carta de aceptación para el desarrollo del proyecto y permitió realizar un diagnóstico con las madres monoparentales que asisten al centro.

También se cuenta con el apoyo de las educadoras que trabajan con madres monoparentales en el centro, y su predisposición para fortalecer la presentación de los videos educativos.

Los niños, niñas de madres monoparentales serán los más beneficiados con la presentación de los videos educativos, considerando el ámbito del buen trato como un factor determinante para fortalecer sus lazos familiares y arraigar más los valores familiares.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

- Desarrollar una campaña comunicacional para fortalecer el buen trato entre los hijos/as y las madres monoparentales, mediante el uso de videos educativos en el centro Unbound de la ciudad de El Alto en el segundo trimestre del 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el ámbito teórico conceptual de los videos educativos y su efecto en el campo psicopedagógico, con el trabajo de fortalecimiento del buen trato en familia.
- Determinar las actividades que desarrolla el Centro Unbound y su incidencia en las familias monoparentales, especialmente con respecto al buen trato entre madres e hij@s
- Realizar una campaña con videos educativos para fortalecer el buen trato entre madres e hijos en el centro Unbound de la ciudad de El Alto

1.4. ENFOQUE METODOLÓGICO

Para el desarrollo de la investigación se consideró el método mixto cualitativo-cuantitativo con carácter descriptivo.

1.4.1. Método cualitativo

El método cualitativo permite poder analizar e interpretar la realidad actual en la cual se desenvuelve las madres de familia (monoparentales), así mismo conocer la relación de buen trato que lleva con sus hijos, y cuales son las debilidades que se tiene en este aspecto, cosa que se pueda aplicar los videos educativos sobre el buen trato en la familia.

De manera conceptual se podrían señalar que: El método cualitativo o la investigación cualitativa, es una técnica o método de investigación que alude a las cualidades, es utilizado particularmente en las ciencias sociales. (Mejía, 2008)

1.4.2. Método cuantitativo:

El método cuantitativo permite poder graficar los datos de manera numérica, cuantificar y verificar, así mismo usar la recolección de datos para probar hipótesis, y también hacer un análisis estadístico, en este caso se puede graficar los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las madres de familia monoparentales que asisten al centro.

De manera conceptual se puede señalar que: “la metodología cuantitativa pretende ir más allá de la medición para llegar a la cuantificación, mientras que la cualitativa pretende describir procesos, entender escenarios lo que no se pueden separar, aislar o controlar bajo instrumentos cuantitativos”. (Hernández Sampieri, 2014)

1.4.3. Estudios descriptivos

La información se recopila mediante este método, porque es necesario para el diseño de medios audiovisuales, así poder conocer las características de cada uno de los miembros de la interrelación entre madre (monoparental) y su hija.

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (Dankhe, 2010)

1.4.4. Técnicas de investigación

“La técnica de investigación son los procedimientos o conjuntos de actuaciones que hacen operativos a los métodos, los mismos están al servicio de un método en específico”. (Ender, 2006, pág. 64)

Y en el desarrollo de la presente investigación se utiliza el método cualitativo para la recolección de datos, se emplea las siguientes técnicas:

1. Entrevistas en Profundidad
2. Entrevistas semiestructuradas
3. Encuestas
4. Historia de vida.

1.4.5. Entrevistas a profundidad

La entrevista en profundidad “se asemeja a un dialogo íntimo y personal, en donde el entrevistado se expresa con sus mismas palabras en una representación no fragmentada, ni pre-codificada por la estructuración de un cuestionario”. (Ender, 2006, pág. 71)

Esta técnica fue de gran importancia para recopilar toda la información necesaria de Las Madres (monoparentales) que asisten a la institución, pues permitió conocer el origen y características de su situación socioeconómica.

1.4.5.1. Entrevista Estructurada

“Se realiza sobre la base de un formulario previamente preparado y estrictamente normalizado, a través de una lista de preguntas establecidas con anterioridad”. (Ender, 2006, pág. 76)

Se realizó un previo cuestionario para obtener la información de las madres que asisten al centro.

1.4.5.2. Encuestas

Las encuestas fueron aplicadas a las madres de familia (monoparentales) y permitió conocer cual la situación de la relación entre madres e hij@s especialmente en lo referente al buen trato.

Según Mejía (2008: 97): “Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

1.4.5.3. Historia de Vida

Este método es otra técnica que se utilizó, aplicando guías de historia de vida, la misma “permite tener el relato de una vida individual de un entrevistado o de varias personas, dando relieve a sus acciones como actor participante de la vida social”. (Mejía, 2008)

Por ello, se recogió información de las madres (monoparentales) y conocer su situación actual y la relación actual con sus hijos.

1.5. LOCALIZACIÓN

El Centro Unbound se encuentra ubicado en la zona de Rosas Pampa de la ciudad de El Alto, principalmente en la Av. Cívica esquina mercado Campesino, en la actualidad asisten al centro un total de 200 madres de familia y de ellas un 80%, es decir, unas 162 son madres monoparentales,

las cuales asisten al centro junto a sus hij@s, y un 20% de las madres de familia que asisten viene con sus esposos o tienen familias estructuradas.

1.5.1. BENEFICIARIOS

Los principales beneficiarios en este proyecto son las madres e hijos(as) del centro quienes recibirán la capacitación a través de talleres donde se proyectarán videos sobre el buen trato, además de charlas informativas y la posibilidad de interactuar escuchando diferentes casos y experiencias para poder aportar en el desarrollo de este proyecto y así encontrar soluciones que lleven a un mejor entendimiento dentro del núcleo familiar.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2. COMUNICACIÓN

La Comunicación es una dimensión fundamental en la vida de las personas, más aún cuando se trata de difundir información que nos permitirá articular y confrontar intereses y expresiones. Entonces la comunicación implica intercambios realizados por las personas. Davis la define como:

“El proceso de transmitir información y comprensión entre dos personas. En esencia, es un puente de significados entre las personas. Toda comunicación necesita al menos dos personas”. (Chiavenato, 2010)

Todos los seres vivos desde que nacemos nos comunicamos con los otros y con el medio ambiente; la comunicación es una necesidad vital, es un acto por el cual las personas se interrelacionan transmitiéndose lo que viven, piensan y sienten.

Si una persona se aísla totalmente de su entorno, se vuelve rara; para que nuestra personalidad se desarrolle sana y equilibrada es necesario la comunicación.

La comunicación implica el uso de un conjunto de símbolos empleando uno o varios canales para transmitir un mensaje que va a producir una respuesta. El que se desprende que en una comunicación existe más de un elemento.

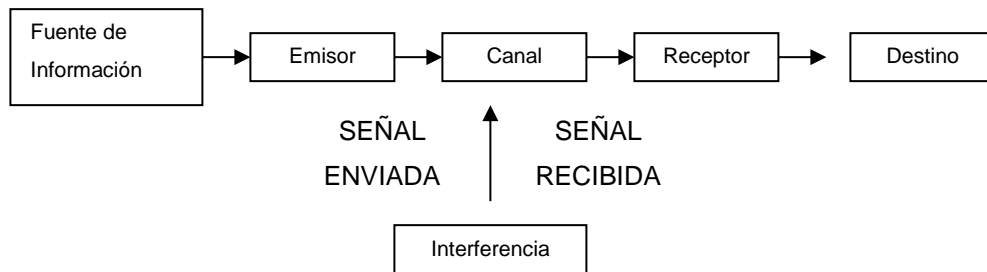
1. El comunicador o la fuente del mensaje
2. Los mensajes a transmitirse

3. Los canales o medios
4. El receptor del mensaje y la naturaleza de la respuesta

Que se resume en:

Emisión – Escucha – Comprensión – Respuesta

Cuadro 1. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN



La persona tiene que conocer la esencia y forma de estos elementos para conseguir mayor éxito en sus propósitos por ello una comunicación clara, se debe usar un mismo código o lenguaje:

- La palabra oral o escrita
- Los gestos
- Las imágenes o iconos
- Los símbolos o señales

Ejemplo:

- Cuando nos levantamos de la cama, encendemos la radio (Comunicación sonora)

- Después de acercarse, saludar a los padres con un beso (comunicación gestual).
- Despedirse con un “hasta luego” (comunicación verbal).
- Al salir de casa esperar que el semáforo se ponga en rojo para poder cruzar la calle (comunicación icónica).
- Al llegar al colegio encontrar al director izando la bandera (comunicación simbólica).
- En la clase sacar el cuaderno y escribir lo que la profesora dicta (comunicación escrita).

La comunicación requiere de algunos elementos básicos:

CODIFICA EMISOR	MENSAJE CANAL MENSAJE	DESCODIFICA RECEPTOR
-----------------	-----------------------------	----------------------

2.1. Condiciones de una buena comunicación

Los requisitos que debe recibir un mensaje dentro de la comunicación; debe buscar transmitir un mensaje que a su vez tiene un objetivo, si se logra ese objetivo la comunicación será eficaz: en caso contrario, será deficiente y deberá ser modificado.

“El emisor del mensaje debe tener muy en cuenta lo siguiente:

- ✓ Debe ser preciso

- ✓ Debe estar bien definido
- ✓ Debe ser convincente
- ✓ Debe ser adecuado
- ✓ Debe ser simple
- ✓ Debe ser unívoco”. (Grupo Editorial Océano, 2009)

P. Gregorio Iriarte define también que un mensaje ante todo debe ser:

Claro: de fácil comprensión

Preciso: que se exprese lo que quiere decir

Breve: que se exprese con las palabras estrictamente necesarias.

(Iriarte, 2010)

“Hemos visto que la comunicación es útil para el desenvolvimiento de las actividades de las instituciones, al constituir un instrumento mediante el cual se consigue la cooperación voluntaria, el espíritu de equipo, etc. (Grupo Editorial Océano, 2009)

2.1.1.1. Bases para crear los canales de comunicación

- Saber escuchar

- Informar permanentemente al personal
- Estimular la comunicación recíproca
- Promover la participación de los subordinados en la toma de decisiones
- Crear un clima de confianza y buena voluntad. (Grupo Editorial Océano, 2009)

La persona debe mantener abiertos los canales de comunicación; la comunicación debe estar abierta por ambos lados; en las relaciones laborales se dan tres tipos de comunicación:

VERTICAL, HORIZONTAL Y TRANVERSAL

VERTICAL: Distingue dos sentidos.

Descendente: Su finalidad es comunicar al personal las órdenes y noticias que emanan de la Dirección y mandos superiores mediante los siguientes medios:

Orales: (instrucciones personales, conferencias, pláticas, reuniones, entrevistas, asesoramiento, teléfono, eventos sociales, sindicales y otros).

Escritos: (instrucciones y ordenes, cartas, informaciones, boletines, tablero de avisos, volantines, guías y manuales, reglamentos, publicaciones).

Ascendentes: Su objeto es mantener datos relativos, deseos sugerencias, usando como medios:

Orales: (reportes personales, conversaciones, entrevistas, teléfonos, juntas conferencias, eventos sociales).

Escritos: (reportes, casetas personales, quejas, sistemas de sugerencias, encuestas de informaciones). (Calero, 2009)

Las ventajas de la comunicación vertical son más rápida y directa, permite desarrollar comprensión mutua entre mandos y subalternos, fomentando el incremento de las relaciones humanas.

HORIZONTAL: “Se efectúa dentro un mismo nivel, su finalidad es promover, el cambio de impresiones y la interacción entre miembros pertenecientes a un mismo nivel o estrato”. (Calero, 2009, pág. 71)

TRANSVERSAL: Se efectúa sin seguir los conductos ordinarios, ni orden jerárquico, su finalidad consiste en el intercambio de informaciones e impresiones con el objeto de mantener actualizados los datos de interés con respecto al personal dentro de la organización.

Se efectúan mediante:

Orales: Plásticas conferencias, juntas de comités, teléfono, sistema de intercomunicaciones, proyecciones, eventos sociales.

Escritos: (Cartas, informes, boletines, avisos, anuncios en tableros, informativo anual, publicaciones sindicales). (Calero, 2009, pág. 83)

2.1.2. Comunicaciones Interpersonales

La comunicación interpersonal constituye el área más importante, cuando se estudian las interacciones humanas y los métodos de aprendizaje del cambio de comportamiento o de la influencia en el comportamiento de las personas; es un área en la cual el individuo puede hacer mucho para mejorar su eficacia y en la cual se presentan mayores conflictos y malentendidos entre dos personas entre grupos y otros.

“La comunicación entre personas está determinado por la percepción que tengan de sí mismas y de las demás en determinada situación y por la percepción de la importancia del momento”. (Chiavenato, 2010)

La percepción social no siempre es racional o consciente: “La percepción social es el medio a través del cual una persona se forma una idea a cerca de otra, con la esperanza de comprenderla. La empatía o sensibilidad social es el medio por el cual la persona logra desarrollar impresiones rápidas o tener una comprensión actual de los demás”. (Massarick, 2010)

Consideramos fundamental “Generar espacios y redes de comunicación donde se conozcan los valores que dan soporte al proyecto institucional de modo que esta información circule, indique criterios e imprima una orientación a las conductas con miras al logro de una coherencia sostenida entre enunciados y prácticas”. (Schelemenson, 2011)

Por ello, el espacio de la comunicación debe ser permanente y esta es esperada cuando las circunstancias las imponen.

2.1.3. Redes de Comunicación

Un mensaje puede ser enviado de una persona a otra dentro de varias alternativas de patrones o canales de comunicación, y cada una de estas presenta características diferentes; de eficiencia, rapidez, unión, exactitud, otros.

La manera más eficaz de comunicar mensajes depende de factores situacionales. No obstante, un análisis de las redes de comunicación puede

ayudar a determinar cuál es la manera más indica de comunicar en cada una de las situaciones.

Cuadro 2 REDES DE COMUNICACIONES

REDES DE COMUNICACIÓN			
CARACTERISTICAS	RUEDA	CADENA	CIRCULO
Rapidez de influencia	Rápida	Rápida	Lenta
Exactitud	Buena	Buena	Pobre
Énfasis en el líder	Muy pronunciada	Marcada	Ninguna
Moral	Muy pobre	Pobre	Muy buena
Flexibilidad para el cambio en el cargo	Lenta	Lenta	Muy rápida

Estas redes de comunicación “Lo experimento el autor (Leavitt) con un grupo de cinco personas para verificar cual es la mejor estructura de redes o cadenas de comunicación (rueda, cadena, circulo) y concluyo este trabajo indicando que la red de la rueda es mucho más eficiente que la cadena la cual a su vez es más eficiente que el circulo”. (Chiavenato A. , 2011)

2.1.4. Barreras contra las comunicaciones

Dentro el proceso de difusión, se identificó la necesidad de elevar la competencia de los difusores a través del trato interpersonal, para enfrentar con eficiencia los complejos problemas de comunicación, como también adquirir confianza y franqueza en sus relaciones humanas.

“Por lo general, el proceso de comunicación funciona como un sistema abierto, en que ocurren ciertos ruidos, es decir, una perturbación que tiende a distorsionar, desfigurar o alterar los mensajes transmitidos. Cuando esto

ocurre se producen interferencias que provocan alteraciones en su funcionamiento”. (Chiavenato A. , 2010)

Dentro este proceso de comunicación la señal de información o mensajes puede experimentar “perdidas, mutilaciones distorsiones y también sufrir ruidos, interferencias vacías e inclusive amplificaciones y desviaciones de la comunicación”. (Chiavenato A. , 2010)

También las barreras de comunicación pueden ser de naturaleza técnica, semántica y humana.

Cuadro 3 TIPOS DE BARRERAS

TECNICAS	SEMANTICAS	HUMANAS
Espacio o distancia	Interpretación de palabras	Variaciones de percepción
Fallas mecánicas	Decodificación de gestos	Diferencias de sensibilidad
Fallas eléctricas	Traslaciones de lenguaje	Variables de personalidad
Vacíos de tiempo	Significado de signos y símbolos	Discrepancias de competencia
	Sentido de los recuerdos	Limite sensorial

Uno de los grandes desafíos de la administración de recursos humanos es resolver el problema de la comunicación entre la organización y sus miembros y viceversa.

2.1.5. Se presentan barreras, que las entorpecen o anulan la comunicación

En una institución se ignora que fuerzas negativas pueden actuar y hacer imposible el dialogo y la comunicación entre una comunidad y este será capaz de hacer fracasar los programas.

- Su persona no inspira simpatía ni confianza.
- En sus actitudes se aprecia descortesía
- Es notoria su falta de preparación para el cargo no sabe apreciar ni tener en cuenta las buenas sugerencias.
- Carece de sensibilidad para comprender problemas humanos.
- Sus acciones casi siempre son injustas
- Se le advierte falta de ética profesional
- No sabe conservar el principio de autoridad
- No acepta participación de otros. (Calero M. , 2009)

2.1.6. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Articular la dinámica organizacional con las exigencias comunicacionales no es una tarea sencilla, ambos campos comprenden diversidad de elementos expuestos, por lo que cualquier intervención en alguno de estos temas es un acto de gestión, que amerita una lógica y coherencia a mediano plazo y largo plazo. Conjugar organización y comunicación sin un plan coherente y una determinación de metas y recursos es como atreverse a andar sin una dirección.

“Una estrategia comunicacional está compuesta por una fusión entre la imagen y la identidad corporativa”, (Romer, 2012) para alcanzar esta

combinación y obtener como fin último el posicionamiento deseado, es decir, poder llegar a donde se quiere estar, es necesario que se tome en cuenta el plan general de la organización.

De nada sirve tratar de realizar el mejor plan de comunicaciones si no existe una verdadera disposición por parte de los miembros y, en especial, de la alta gerencia para llevar a cabo cada una de las actividades que se estipulen, aun menos servirán esos esfuerzos si la organización no está consciente del nivel de compromiso e inversión que esta amerita.

Es importante definir a través de la estrategia comunicacional los principales lineamientos generales que conducirán de ahora en adelante las operaciones de la organización a fin de obtener los objetivos trazados.

- **Público:**

Para diseñar una estrategia comunicacional coherente y efectiva, se requiere la identificación de los públicos claves presentes en el entorno. Las audiencias como también se les puede denominar, son aquellas personas hacia las cuales se dirige la organización.

Romer (2012) propone una clasificación de acuerdo a tres tipos de público:

- Público interno: conformado por todos los miembros de la organización incluida la gerencia.
- Público intermedio: Proveedores, accionistas, clientes directos, es decir, todo aquel grupo de audiencias cuya interrelación con la organización es frecuente e indispensable para el desarrollo de sus actividades.

- Público externo: Todo aquel que no esté vinculado directamente con la organización. (Romer, 2012)

Como expone Romer (2012) “el trabajo con las audiencias debe partir de un punto), de un claro panorama del entorno organizacional; para lo cual el responsable de diseñar la estrategia debe conocer, previamente, la identidad e imagen de la organización.

La realidad organizacional de hoy exige cada vez más esfuerzos por posicionar sus productos y servicios en la mente de las audiencias, para ello hay que evaluarlas, conocer sus necesidades y sus motivaciones, a fin de determinar cuál es el camino adecuado para llegar a ellas de la manera más eficiente.

Cabe destacar que es común subestimar al público interno, privilegiando a las audiencias externas, generalmente cuando construir una “buena imagen” u obtener un posicionamiento es prioridad organizacional, sin embargo, una firme, coherente y competitiva cultura de empresa es la condición indispensable para crecer con éxito. Como indica Pizzolante (2008) “de la nítida visión del empleado sobre los procesos empresariales depende su rendimiento, su lealtad y compromiso en la gestión diaria”. (Pizzolante, 2008)

Así, la organización se convierte, al aplicar la estrategia, en el que comunica a sus audiencias lo que pretende alcanzar. La tarea no es fácil, hay que captar a los públicos y expresarles dentro de la estrategia, aquellos mensajes que marcaran la diferencia entre la organización emisora y todas las demás existentes en el mercado.

- Mensajes:

La estrategia comunicacional requiere fijar posición sobre los contenidos claves que comunicara a sus audiencias o públicos, de allí la importancia de conocer la naturaleza de los mensajes en el entorno organizacional.

Según Paoli (2009) “el mensaje consiste en una señal o conjunto de señales organizadas y emitidas que el receptor interpretara. La interpretación para el receptor puede tener un significado más o menos similar o más o menos diferente que para el emisor”.

Aquí se observa que para que exista un mensaje deben estar presentes por lo menos un emisor y un receptor, ya que “las palabras no tienen significado. Los significados no están en las palabras; están en la gente que usa las palabras”. (Ries y Trout, 2009)

Según Paoli (2009), esos significados vienen dados por un cumulo de experiencias anteriores y los mensajes serán interpretados de acuerdo al “marco de referencia” que posea determinado individuo, por lo que el receptor tendera a aceptar nada más aquellos mensajes que son cónsonos con sus intereses, sus creencias y sus modos de ver la vida.

Para la transmisión de mensajes existen diversos canales de comunicación, que se seleccionan dependiendo de naturaleza de los contenidos y los públicos a los que se dirige, de allí se deriva la importancia de explicar a continuación los potenciales de uso de los diferentes medios de comunicación social a la hora de realizar la estrategia comunicacional.

2.1.7. Medios de comunicación:

Los canales a través de los cuales se hace efectiva la comunicación de mensajes dentro de la organización, así como de esta con su entorno, comprenden una diversidad de medios de difusión. Estos medios pueden ser técnicos, públicos, privados, indirectos, directos, unilaterales, bilaterales, interactivos y, no necesariamente masivos, sino también específicos, internos o externos. Serán denominados en este estudio: medios de comunicación.

Según Mayobre (2001), las principales funciones que se les atribuyen a los medios de comunicación son: en primer lugar, informar, en segundo lugar, educar y en tercer lugar entretener. Este autor, también plantea que el uso de los medios está limitado por tres aspectos: costo, tiempo y espacio.

2.1.7.1. Medios intermedios de comunicación:

Entre los medios internos de comunicación existentes para la emisión de mensajes dentro de la organización se exponen a continuación: cartelera, boletín, correo electrónico, memorando y reuniones, los cuales se adecuan a las necesidades del estudio.

a) Cartelera

Este medio se describe como un almacén para colocar carteles o anuncios y se caracteriza por estar ubicado en sitios públicos, además de ser un canal de bajo costo idóneo para divulgar información. “El sistema de cartelera también es un medio de uso de corriente, en especial para las informaciones que provienen del servicio personal o de dirección”. (Bartoli, 2011)

b) Correo electrónico

El correo electrónico o e-mail, es uno de los medios de comunicación interna de las nuevas estrategias, tiene sus limitaciones y nunca sustituye a otros, sirve para complementar el flujo de información y comunicación.

Pissolante (2008) señala que el correo electrónico es importante para las organizaciones que deben generar políticas y planes de comunicación, en efecto muchos creen que es la solución para comunicarse, porque la tecnología lo resuelve, desconociendo que delante y detrás de una computadora está un ser humano lleno de emociones que requiere escuchar, ver y palpar los mensajes que la empresa emite. Además, indica que, la cultura latina, no comprende con facilidad un mensaje escrito corto y directo, por lo que su interpretación puede afectar el ambiente laboral en los equipos de trabajo.

Entre los aspectos a considerar de este medio, está el hecho de pensar frecuentemente, que todos tienen el mismo tiempo y costumbre de revisar los mensajes de la red, pero es importante resaltar que la tecnología no decreta hábitos comunes, es solo una herramienta. (Pizzolante, 2008)

c) Memorando

Según Bartoli (2011), este medio corresponde a las notas o cartas de información que se presentan o intercambian entre los miembros de una organización. Pueden ser periódicas –por ejemplo- la carta anual de orientación en algunas empresas – o circunstanciales, es decir, aquellas relacionadas con un hecho específico de la organización.

Algunas organizaciones generan exceso de notas y cartas que finalmente no son leídas. Incluso, en ocasiones, estos documentos tienen el inconveniente de estar redactados en un estilo administrativo o complejo, que los convierte en muy poco atractivos. Inversamente, algunas empresas practican poco o nada el procedimiento de notas o memorándums internos.

d) Reuniones

Según Bartoli, “la reunión es una forma de soporte de comunicación muy extendida”, dentro del ámbito organizacional. Por su parte Ferrer (2013) afirma que “las reuniones son la ruina de la existencia de muchos gerentes, pero son una vía importante para construir y mantener la interacción en la compañía”.

Bartoli (2011), propone una serie de parámetros para que una reunión resulte eficaz a saber: un objetivo explícito, una preparación por parte de los iniciadores, roles definidos de los participantes, un horario preciso y continuado, establecer resoluciones para la próxima reunión y la elaboración de un informe o minuta.

En muchas oportunidades las reuniones pasan a ser “solo un vector de información y no de comunicación”, (Bartoli, 2011) aunque dentro de una organización se pueden llevar a cabo reuniones en las que se produzca intercambios multilaterales y que sean muy enriquecedoras para cada uno de los involucrados. Estas se denominan –según el autor- reuniones comunicantes.

2.1.7.1. Medios externos de comunicación

A continuación, se exponen las características más resaltantes de los medios de comunicación masiva: televisión, radio, impresos, internet y medios externos de promoción, que son de interés para el desarrollo de la investigación.

a) Boletín

Puede definirse como una publicación que “debe proyectar la deseada apariencia y personalidad de la organización”. Con frecuencia trata de temas especiales y es una de las primeras herramientas que se necesitan para una buena promoción, “sea que se trate de un modesto folleto para la compañía pequeña, o un libro finamente encuadernado para una gran corporación”. (Garbett, 2012)

En efecto, Garbett señala que un libro de presentación que refleje la misión y el estilo de la compañía es una realización sólida que coloca a la organización pro delante de las otras.

b) Televisión

Es un medio audiovisual de difusión masiva de información por excelencia y el que mejor ha evolucionado a la hora de plantear alternativas válidas para dar a conocer los mensajes a las audiencias externas. “El liderazgo que tiene la televisión se basa en que además de emitir sus mensajes con imagen, movimiento y color, el número de personas que pueden percibir dicho mensaje es muy superior al que se consigue con cualquier otro medio”. (Gómez, 2010)

La audiencia no paga directamente la televisión de señal abierta, y que es costeada por la publicidad, esto hace que la contratación del medio implique in mayor poder económico por parte del anunciante y un presupuesto mínimo elevado para acceder a una difusión efectiva, ya que se pueden alcanzar varios millones de personas con un solo mensaje.

Sin embargo, algo importante que se debe resaltar es que “a mayor masividad, menor capacidad de selectividad de determinados targets”. (Romer, 2012), es decir, se corre el riesgo de contactar elevados porcentajes de audiencias no útiles.

c) Radio

La radio es un medio publicitario que no tiene carácter visual, que llega a sus audiencias a través del sonido, y “consiste en un medio de procedimientos destinados a establecer comunicación por medio de las ondas hertzianas”. (Vidal, 2005)

Este medio ofrece una amplia difusión popular, por lo que se puede acceder a una gran cantidad de personas en diversos lugares y no se requiere tener algún conocimiento previo como lectura o escritura. Por otra parte, llega a sus audiencias al mismo tiempo, lo que le otorga el carácter de simultaneidad, además posee la ventaja de la instantaneidad.

Por otra parte, el no usar imágenes hace que sea más complejo el proceso de estructuración de mensajes, si no se utilizan los recursos creativos adecuados se puede caer en la fatiga y en la distracción de la audiencia. (Vargas, 2010)

La radio emite un sinfín de mensajes, y estos pasan incesantemente, por lo que la “fugacidad” se convierte en un gran enemigo difícil de controlar, “por eso se impone la necesidad de ser reiterativos. Repetir, insistir; la Ley de la redundancia”. (Vidal, 2005)

Esto provoca limitación de la información, ya que no se debe exponer una gran cantidad de ideas debido a que radioescucha no podrá retenerlas, y monotonía, se podría crear, a través de la repetición, un estado de aburrimiento y fatiga bastante peligroso para la buena recepción de los mensajes emitidos.

En cuanto a la publicidad los formatos más habituales son las cuñas, es decir, anuncios sonoros de duración variable que, o están diseñados directamente para este medio; los comunicados, son menciones publicitarias en directo realizadas por el conductor de cada programa; y los programas patrocinados, en los que existen distintas posibilidades de asociar las marcas con el contenido del programa. (Vargas, 2010)

d) Impresos

Constituyen el segundo medio con mayor capacidad de alcance, solo superado por la televisión. (Vargas, 2010) Es importante resaltar que, al hablar de medios impresos o prensa, se está haciendo referencia a los diferentes tipos de publicaciones informativas de periodicidad variable y de formato impreso.

Los mensajes de la prensa diaria se difunden a través de tres formas: anuncios, comerciales, anuncios clasificados o por palabras y encartes. (Vargas, 2010)

Posee un alto grado de credibilidad y que fácilmente podría trasladarse a los contenidos publicitarios. Además, “presenta una cualidad obvia, los mensajes no presentan la fugacidad inherente a otros medios. En teoría tienen la posibilidad de contactar con la audiencia durante toda la vida útil del periódico, generalmente un día”, (Vargas, 2010, pág. 101) y cada periódico suele ser leído por varias personas.

Si se desea realizar una difusión selectiva en cuanto al ámbito geográfico, es posible acudir a los denominados medios regionales, “periódicos de provincia”, es decir, prensa especializada que tienen difusión local”. (Vargas, 2010, pág. 105)

e) Internet

Según Vargas (2010) es “una red informática que permite el intercambio con cualquier parte del mundo en tiempo mínimo”. Este medio asume características de los demás, ya que permite transmitir mensajes audiovisuales- al igual que la televisión- pero, además, gracias a su impresión, permite disponer de esos mensajes en papel- igual que los medios impresos.

La principal ventaja de internet, como medio de comunicación, es la posibilidad de contacto interactivo con el receptor de los mensajes.

f) Medios externos de promoción

Comprende todos los canales que promocionan o difunden mensajes fuera de los edificios o espacios cerrados, tales como: afiches, vallas, cabinas telefónicas, transporte público y aéreo, de allí que sus formatos puedan

variar desde simples textos luminosos, pasando por fotografías y dibujos. (Vargas, 2010)

Son medios con óptima capacidad de selección sociodemográfica, que pueden alcanzar altas audiencias. Sin embargo, el tiempo de permanencia del público ante el mensaje es breve, por lo que este debe ser más que nunca corto, claro y sencillo.

Otro aspecto a considerar en este medio externo es que la permanencia dentro de los paisajes urbanos fomenta la percepción de saturación visual del entorno, por lo que muchos formatos están perfectamente integrados con el paisaje, mientras que otros basan su eficacia precisamente en la capacidad de llamar la atención dentro del mismo.

2.1.8. LA EDUCACIÓN COMO PROCESO DE INTERACCIÓN CON LA COMUNICACIÓN

En las concepciones pedagógicas actuales es frecuente la afirmación de que educación y comunicación son procesos inseparables, ya que cualquier hecho educativo requiere mediaciones comunicativas y no hay situación comunicativa que no tenga una influencia educativa, en algún sentido. Pero el análisis de los vínculos entre educación y comunicación tiene múltiples dimensiones, que se han ido esclareciendo con el desarrollo de las concepciones teóricas y metodológicas de ambos procesos.

Un primer abordaje en el estudio de estos vínculos requiere establecer la distinción de dos niveles básicos en que se da la relación entre ambos procesos: el primer nivel, que pudiéramos llamar "no propositivo", es inherente a toda relación humana: siendo cualquier acto educativo una

relación de individuos que entran en interacción; está implícita de hecho una dimensión comunicacional, donde se intercambian mensajes, aunque este objetivo no sea consciente para algunos de los implicados.

El segundo nivel se caracteriza por la existencia de un propósito, una intención, un objetivo expreso de llevar a cabo determinados procesos comunicacionales, como transmitir, informar, compartir, debatir, etc.

En el proceso de socialización del ser humano se entremezclan estos dos niveles de relación entre comunicación y educación, entre interacción y formación de la personalidad: En efecto, la vida del ser humano, la convivencia con sus congéneres es una red infinita de relaciones, tanto en el seno familiar como en la escuela, el trabajo y la vida social. Mediante sus interacciones con otros, aprende y enseña, influye y es influido, según el lugar, la época y las condiciones económicas y sociales en que vive.

El individuo asimila la experiencia de la Humanidad, se apropia de la riqueza espiritual creada por otras personas y al mismo tiempo, aporta a ella lo acumulado en su experiencia individual, a través de las relaciones sociales e interpersonales que establece.

2.1.8.1. Vigotsky y el proceso de interrelación

Vigotsky ha esclarecido el papel de la actividad y la comunicación en la socialización del individuo. La esencia de cada individuo, su personalidad, es el sistema de relaciones que establece con los que lo rodean. Los hombres interactúan en una formación histórico-cultural dada, creada por la propia actividad de producción y transformación de su realidad. La actividad humana, que permite el desarrollo de los procesos psíquicos y la apropiación

de la cultura, es siempre social, implica la relación con otros hombres, la comunicación entre ellos. La actividad humana se expresa a través de variadas formas de colaboración y comunicación.

A L.S. Vigotsky se debe la comprensión científica de la naturaleza de los fenómenos psíquicos: en su origen tienen un carácter interpsicológico, es decir, surgen primero en el plano social, en la interacción de unos individuos con otros, y sólo después adquieren su carácter interno, intrapsicológico, mediante un proceso de interiorización de lo vivido socialmente. Es en la actividad social, en la interacción de unos hombres con otros, que surge el mundo espiritual de cada uno, su personalidad.

Aunque las ideas acerca de la naturaleza social del psiquismo humano han estado presentes también en autores como George H. Mead y M. Bajtin, la conceptualización de Vigotsky los supera, al brindarle una sólida interpretación sobre la base del materialismo dialéctico histórico.

Acerca de esta cuestión afirma J. V. Wertsch "Al igual que Mead, Vigotsky situó la dinámica de la vida mental en el agregado de relaciones sociales internalizadas. Ambos vieron el acto social como precondition de la conciencia individual. Ambos enfoques presentan un notable paralelismo que invita a preguntarnos donde se encuentra la originalidad del enfoque vigotskiano". (Wertsch, 2009)

Este mismo autor responde a la interrogante, afirmando que mientras en Mead se "psicologiza" la interpretación del vínculo entre individuo y sociedad, privilegiando la sincronía del acto social, el aquí y ahora de la comunicación, Vigotsky va más allá, al considerar la conducta humana en un plano diacrónico, histórico.

La concepción histórico-cultural desarrollada por Vigotsky permite comprender el aprendizaje como una actividad social y no sólo como un proceso de realización individual. Es el proceso de la formación de la personalidad del educando, de la adquisición de conocimientos y apropiación de la cultura que tiene lugar a partir de las interacciones que se producen en la escuela y en la clase, de los tipos de actividad que en ellas se desarrollan, en el seno de determinado contexto social, histórico, institucional, que condicionan los valores e ideales de la educación.

Otro aporte de Vigotsky a la comprensión del vínculo entre educación y comunicación se refiere al papel del lenguaje en el desarrollo de la actividad cognoscitiva y está indisolublemente ligado al anterior:

Retomando a Marx en su interpretación de los instrumentos de trabajo como mediadores de la actividad humana, Vigotsky concibe el lenguaje como mediador de los procesos psíquicos.

La elaboración del concepto de mediación se fue enriqueciendo a lo largo de la obra de Vigotsky, hasta convertirse, según el mismo afirmara, en el tema central de la psicología.

Los sistemas de signos, especialmente el lenguaje humano, son los mediadores que explican la relación genética entre los procesos individuales y sociales. Estos dos aspectos de la realidad, que permanecieron separados durante mucho tiempo, encuentran su unidad dialéctica en las concepciones vigotskianas, los procesos semióticos forman parte de ambos, por lo tanto, es posible establecer un puente entre ellos interpretándolos a partir de la síntesis de los aportes de diferentes disciplinas en su comprensión.

El proceso de interiorización que permite que los fenómenos y objetos

externos se transformen en internos esta mediatizado por el lenguaje. Los signos son los instrumentos según el símil que utiliza Vigotsky, que mediatizan las relaciones entre las personas.

2.1.9. Concepciones del vínculo Comunicación-Educación

A lo largo de la historia de la educación, la escuela, como institución social, ha ido fortaleciendo sus vínculos con la comunicación, de manera cada vez más propositiva, ganándose consciencia del carácter participativo e interactivo de ambos procesos, hasta el punto de que, en la actualidad, diversas tendencias pedagógicas identifican el proceso educativo con el establecimiento del diálogo entre sus participantes.

El examen de las concepciones más modernas de la enseñanza muestra como el proceso docente se desarrolla a partir de la interacción entre profesor y alumnos y en el grupo de estudiantes. Se ha esclarecido que los procesos de enseñanza y aprendizaje no se reducen a situaciones diádicas docente-discente, (aunque estas están presentes y son muy importantes), sino que es necesario tener en cuenta, además, la red de relaciones con los iguales, ya que son estos vínculos los que forman el contexto en que tiene lugar el aprendizaje. Es así que surgen nuevas variantes de aprendizaje como son el llamado aprendizaje grupal, cooperativo, inter-aprendizaje, aprendizaje como actividad conjunta del profesor y los alumnos, etc.

2.2. LA EDUCACIÓN

La crisis de la educación, no solo es cuantitativa, también es cualitativa, porque la educación no responde a las culturas de las nacionalidades, al aparato productivo, menos a una perspectiva de liberación. (Barral, 2009)

Con la aparición de la propiedad y las clases sociales; la escuela estuvo al servicio de la clase que tenía el poder del Estado; la división social, el trabajo manual e intelectual y las diferencias sociales, encuentran una correspondencia en la enseñanza que legitima una educación selectiva y al mismo tiempo excluyente.

La desigualdad en la educación es en el fondo social, los ideales pedagógicos; el tipo de hombre, de sociedad que se debe educar, difieren en función de las clases sociales, las clases populares quedan al margen de la educación, aunque puedan tener acceso a la educación básica (igualdad de oportunidades), sus aspiraciones de llegar a niveles superiores se ven frustradas por las condiciones socio – económicas. (Barral, 2009, pág. 59)

El aprendizaje se concibe como la construcción de los esquemas de conocimiento del sujeto, a partir de las experiencias que este tiene con los objetos, interactividad, que sean significativas, de acuerdo con su nivel de desarrollo y los contextos sociales que le dan sentido.

2.2.1. APRENDIZAJE

"El aprendizaje es una actividad compleja que incluye no solamente la adquisición de conocimiento y destrezas, sino también actitudes y valores. Aunque es difícil definir y describir se coincide generalmente que el aprendizaje es un cambio más o menos permanente del comportamiento que ocurre como resultado de una actividad o de una experiencia". (Adam, 2010)

2.2.1.1. Definición del aprendizaje

"Puesto que todo el aprendizaje empieza con un estímulo, es de particular importante que sea percibido por el estudiante. Para que el estímulo empiece el proceso de aprendizaje, la respuesta inicial del estudiante deberá ser la atención. Por consiguiente, el instructor deberá prestar el estímulo en tal forma que obtenga y mantenga la atención del estudiante". (Adam, 2010, pág. 34)

La atención analizada a partir del enfoque del procesamiento de la información puede ser considerada como una de las etapas iniciales de este procedimiento de aprender. Desde el punto de vista de selectividad de la información, puede ser considerada tanto un proceso básico como un proceso complejo, ya que esta selectividad se puede dar tanto en etapas tempranas como, tardías del proceso de la información: la memoria, el pensamiento o el lenguaje también han sido trabajados como responsables de las dificultades en el aprendizaje. Este adulto hoy sabe algo; mañana otra cosa y pasado mañana no sabe nada, y uno se pregunta ¿dónde está la información? La posibilidad de recuperar la información de modo inmediato.

"El proceso educativo en la actualidad no se limita a la transmisión de conocimientos, sino a un proceso normativo de orientación ideológica que establece valores donde intervienen otros procesos". (Gerlach, 2011)

El desarrollo educativo comprende el proceso de enseñanza, considerada ésta como el vehículo para transmitir información y conocimientos. Para el logro positivo de la enseñanza es necesario establecer una metodología orientada en base a los alumnos a quienes va dirigida la instrucción.

Generalizando el aprendizaje del adulto es dificultoso, porque no puede

estudiar fácilmente sea por su edad, por falta de práctica, de tiempo, por el trabajo, responsabilidades familiares, etc. Estos criterios se hallan muy arraigados en la sociedad; obstáculos que involucran plenamente al adulto en el sistema educativo.

2.2.2. El aprendizaje: naturaleza y principios

El aprendizaje considerado como el proceso de apropiación de conocimientos, atraviesa distintos estadios o fases. Puesto que en su esencia es un proceso psíquico, está dado por las leyes del conocimiento humano. Sus rasgos o aspectos esenciales son:

- La capacitación precisa de hechos y fenómenos concretos, es decir la formación de representaciones claras.
- La elaboración lógica de las representaciones adquiridas, la penetración en los nexos y regularidades esenciales, o sea la formación de conceptos claros.
- La vinculación recíproca del conocimiento teórico y el práctico, es decir el desarrollo de la capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. (Adam, 2010)

Los conocimientos de cada persona se nutren de dos fuentes diferentes: la experiencia directa y la indirecta. Los conocimientos que se adquieren mediante la experiencia directa, es decir mediante la interacción con la propia realidad.

Por otro lado, tiene razones que lo motivan a estudiar, a partir de lo

económico porque cree que el estudio le ayudará a mejorar su situación económica; profesional, porque a través del estudio desempeñará de mejor manera su trabajo; social, porque toma conciencia de que las personas con educación tienen facilidad para comunicarse, cultural, porque el adulto tiene ideales elevados que necesitan de una capacitación más sólida.

El aprendizaje del adulto responde a la capacidad lógica y reflexiva, al conocimiento amplio, porque el adulto es más receptivo, consciente de sí mismo, de sus capacidades y complejos (vejez, torpeza, equivocación), tiene experiencia, hábitos y responsabilidades. (Adam, 2010)

Por tanto, el adulto aprende lo que le interesa relacionando con su realidad social y personal, su aprendizaje es reflexivo, creativo y proyectado hacia el futuro. El adulto normalmente se encuentra muy condicionado por todo lo relativo a su supervivencia.

2.2.3. Diferencias entre aprendizaje del niño y del adulto:

Se los resume: el concepto de sí mismo que representa a lo que crees que es, lo que los demás creen que es y lo que en realidad es. También se toma el tiempo que se acorta a medida que transcurre la vida, por lo que el alumno adulto es impaciente.

"El adulto posee una experiencia de vida que el niño no tiene, el adulto se esfuerza sólo cuando el aprendizaje le es útil, mientras que el niño aprende todo lo que se le enseña. El adulto se encuentra en desventaja por sus prejuicios y costumbres arraigadas. Tiene la ventaja de ser más participativo en el aprendizaje, los sentimientos y las emociones son más débiles, su motivación e interés son por el trabajo, los conocimientos, familia, relación

social, diversiones, que varían de unos a otros adultos, al igual que su capacidad de aprendizaje". (Adam, 2010)

2.2.4. EL BUEN TRATO

2.2.4.1. Definición de buen trato

Buen Trato se define como "las diferentes manifestaciones de afecto, cuidado, crianza, apoyo y socialización que reciben los niños, niñas y adolescentes por parte de su familia, grupo social y el Estado. Que les garanticen contar con las condiciones necesarias para un adecuado desarrollo integral afectivo, psicológico, físico, sexual, intelectual y social". (Montoya, 2012) En esta definición de Buen Trato, se puede analizar que es responsabilidad colectiva de la familia, la sociedad y el Estado, propiciar un ambiente sano lleno de afecto y cuidado con la niñez, para lograr un desarrollo armónico, teniendo presente los diversos aspectos del ser humano y su desempeño en el ambiente social y de este modo mejorar su calidad de vida. Ser bien tratados es un derecho que tienen todos los niños y las niñas por el simple hecho de existir.

En este sentido, el Estado está comprometido en proteger a la infancia de todas las formas de malos tratos realizados por padres, madres u otras personas responsables del cuidado de los más pequeños. Asimismo, al Estado le compete la obligación de establecer medidas preventivas y de tratamiento en caso de que este derecho sea vulnerado.

2.2.4.2. ¿Qué se entiende por Buen Trato?

El término trato remite a la idea de relación, y si la relación es duradera, a la idea de convivencia. “Buen – trato” significa entonces: El trato se evidencia en el tipo de cuidado diario en todos los espacios que se le brinda al niño o niña. (Montes y Montoya, 2014)

“Un buen cuidado” significa:

- Dar amor, afecto y atención al niño y niña. Los cuidadores deben abrazar, acariciar, hablar y confortar al niño y niña.
 - Proteger al niño y niña del abuso, el abandono y la exposición a la violencia.
 - Animar a los niños y niñas a jugar, explorar y aprender.
 - Responder a las capacidades emergentes de un niño y niña al animar nuevas destrezas y estimular al niño hablando y jugando con él o ella”.
- (Engle, P. 2007).

Entendido así, el buen trato incluye todos los estilos de relación y de comportamiento que promuevan el bienestar y aseguren una buena calidad de vida.

El Buen Trato hacia los niños y niñas consiste en responder correctamente a las necesidades infantiles: *empatía, cuidado, respeto, protección y educación*. Esta responsabilidad recae en quienes ocupan un lugar de jerarquía con relación a ellos: madres, padres, educadores, adultos de la comunidad y el Estado.

Por lo tanto, el Buen Trato se define en las relaciones con otro (y/o con el entorno) se refiere a las interacciones (con ese otro y/o con su entorno) que

promueve un sentimiento mutuo de reconocimiento y valoración. Sus formas de relación solo generan satisfacción y bienestar entre quienes interactúan. Este tipo de relación, además, es una base que favorece el crecimiento y el desarrollo personal. Las relaciones de Buen Trato parten de la capacidad de reconocer que “existe un YO y también que existe otro, ambos con necesidades diferentes que se tienen en cuenta y se respetan...” (Presencia, 2013)

Según Montes y Montoya “el Buen Trato” es una instancia de comunicación y relación humana recíproca, considerándose como un encuentro que se relaciona con la manera en que se percibe a los demás y como se percibe a sí mismo. Se considera como un proceso social de aprendizajes y cambio cultural entre los agentes socializadores de los niños, niñas y jóvenes. (Muñoz de Quezada y Lucera Mondaca, 2015)

Barudy (2008) propone un modelo de intervención alternativo a la violencia para promover el Buen Trato. Este modelo parte de la biología del amor, donde se considera a las personas como lo más importante. Esta visión genera la co-construcción de los modelos de relaciones interpersonales, familiares, profesionales y sociales, que genera una relación altruista, personas defensoras de los derechos de las personas y del respeto de la naturaleza.

De lo expuesto anteriormente, el Buen Trato hacia la niñez y adolescencia puede ser visto entonces, como todos los escenarios que promueven relaciones humanas basadas en el reconocimiento y respeto al otro y al ejercicio de sus derechos ciudadanos; viendo reflejado en el otro mis garantías, derechos y responsabilidades ciudadanas. El interés en apoyar el desarrollo de la vida de los niños, niñas y adolescentes, de que la

convivencia es una cuestión que nos corresponsabiliza a todos, tanto como somos iguales y al mismo tiempo diferentes.

Como puede apreciarse el Buen Trato se cultiva en la relación cotidiana, no es algo que se aprende en un libro o que se pueda explicar en una clase. Sin embargo, es importante reflexionar sobre él, especialmente porque, en la actualidad, nos hemos acostumbrado a un trato que no es precisamente un Buen Trato y, en la medida en que nos acostumbramos a una forma de tratarnos que no es Buen Trato, nosotros y nosotras también tratamos a los demás de una manera inadecuada. El Buen Trato se cultiva decimos, eso quiere decir que se va desarrollando desde pequeñas semillas hasta ser árboles frondosos, por supuesto, si las semillas reciben el cuidado que necesitan.

Otros opinan que buen trato es un listado enorme de comportamientos y valores aplicados a la relación con los demás: respeto, consideración, amabilidad, cariño, amor, reconocimiento, comunicación, apoyo, consuelo, satisfacción de necesidades, etc. Unos y otros tenemos la razón, el BUEN TRATO es recíproco, es de doble vía, es un encuentro y, por lo tanto, tiene que ver con la forma como vemos a los demás y cómo nos vemos a nosotros mismos. Obviamente la promoción del Buen Trato no es un resultado espontáneo, sino que avanza como parte de una intención colectiva de incorporarlo, ya que pretende dinamizar un proceso social de aprendizajes y transformaciones culturales entre los actores socializadores de los niños y niñas.

2.2.4.3. Principios del buen trato

Existen cinco principios del Buen Trato sobre los cuales se puede fundamentar una Cultura de Buen Trato; estos son: Reconocimiento, empatía, interacción igualitaria, comunicación efectiva, y negociación para solución de conflictos. Estos aspectos se desarrollan a continuación.

2.2.4.3.1. Reconocimiento

El lenguaje sobre el que se fundamenta el Buen Trato se enfoca sobre el Reconocimiento de los otros. Reconocimiento como personas, como seres humanos, desde una forma de relación que permita visualizar todos los aspectos positivos y el punto de vista del otro. (Mejía de Camargo, 2014) El Reconocimiento es la esencia del RESPETO y se empieza a construir desde el primer momento de la vida a través del propio reconocimiento que se da como consecuencia de un adecuado Vínculo Afectivo.

Reconocimiento entendido como la necesidad de ser aceptados en la individualidad, como seres diferentes y especiales que tienen derecho a ocupar un espacio físico, intelectual y afectivo en la vida de otros. El reconocimiento permite que a las personas se las otorgue el derecho a ser escuchadas, vistas y a disfrutar de garantías para su vida, su integridad y desarrollo.

Se trata de la capacidad de “darse cuenta”, que cada persona tiene características, intereses, necesidades y formas de expresión diferentes y tan importantes como las nuestras.

- Al relacionarme con las personas tomo en cuenta sus características como su edad, capacidades y gustos.
- Reconozco que cada persona es única.
- Utilizo siempre las palabras: Por favor, gracias, ¡Lo hiciste muy bien!
- Respeto las opiniones de los demás.
- Reconozco cuando me equivoco y se lo hago saber. (Mejía de Camargo, 2014)

El reconocimiento y la aceptación se evidencian en las oportunidades de desarrollo que los padres les dan a los hijos desde la concepción. Aquí nos referimos no solo a la satisfacción de las necesidades físicas y materiales sino a la provisión de las necesidades emocionales y afectivas, es decir el amor, las oportunidades de expresión, creatividad, realizar actividades aplicadas a la vida física, intelectual y emocional.

El reconocimiento conduce al fortalecimiento de la autoimagen y de la autoestima. Por esto es fundamental reconocer y aceptar al otro tal como es, sin esperar la perfección que soñamos o idealizamos. Reconocemos en el otro, un ser con potencialidades, con valores, con falencias y con muchas fortalezas, único, irrepetible y especial. Pero también reconocemos en nosotros mismos todas nuestras cualidades y defectos.

2.2.4.3.2. Empatía

Es la capacidad de darse cuenta, entender y comprender que siente, como piensa, y porque actúa como hace el otro con quien nos relacionamos. Solo es posible desarrollarla si hemos RECONOCIDO al otro. (Iglesias López, 2012)

La empatía se construye sobre la conciencia de uno mismo. Cuanto más abiertos estamos a reconocer y manifestar nuestros propios sentimientos más fácilmente podemos aceptar y reconocer los sentimientos de los demás.

La habilidad para saber que sienten los demás entra en juego en una gran cantidad de situaciones de la vida: desde las ventas y la administración hasta el idilio y la paternidad, pasando por la compasión y la actividad política.

Las emociones de la gente no siempre se expresan en palabras, con frecuencia existen otras señales, canales no verbales como los gestos, el tono muscular, los ademanes, el tono de la voz, etc.

Podemos ver que las raíces de la Empatía se encuentran desde la infancia. Los bebés en la guardería muestran preocupación por los otros niños a su alrededor cuando manifiestan “preocupación” por lo que les pasa a sus “compañeros”. Prácticamente desde el día que nacen los niños se sienten perturbados por el llanto de otros niños, respuesta que algunos consideran como el principio de la preocupación por otros.

Esa preocupación solidaria surge inclusive antes que el bebé pueda darse cuenta plenamente de que existe como ser separado de los demás, Daniel Stern señala que: hay intercambios entre padres e hijos que son reconocidos por los bebés, que él denomina sintonía, es decir, que el niño sabe que sus emociones son recibidas con Empatía, que son aceptadas y correspondidas. La empatía se produce de manera tacita, como parte del ritmo de relación. (Stern, 2011)

Ese mismo proceso lo sentimos como adultos, por eso el amor es quizá la actividad adulta que más se parece a la sintonía íntima que existe entre la madre y el niño. Stern, sostiene que “el acto amoroso incluye la experiencia

de sentir el estado subjetivo del otro: deseo compartido, intenciones alineadas y estados mutuos de excitación que cambian simultáneamente”. En el mejor de los casos el acto amoroso es de Empatía mutua. En el peor, carece de correspondencia emocional.

Capacidad de entender y comprender como siente, que piensa y porque actúa como lo hace la persona con la que nos relacionamos.

- Me pongo en el lugar de la otra persona para entender sus motivaciones, sus razones y sus necesidades,
- Si la otra persona presenta una conducta inadecuada, pregunto la razón de su comportamiento antes de actuar.
- Soy respetuoso y respetuosa y reconozco que todos y todas tenemos complicaciones.

La supresión o falta de empatía hace que unas personas les hagan daño a otras pasen por encima de ellas sin remordimiento, sin entender lo que pasa o lo que puede pasar al otro, sin aceptar al otro y sin reconocerlo.

2.2.4.3.3. Interacción igualitaria

Es el contexto ideal para la existencia del dialogo. Se basa, también en el reconocimiento y la empatía y expresa la comprensión y uso adecuado de las jerarquías y el poder en las relaciones humanas. Las jerarquías (posiciones de autoridad) y el manejo diferenciado de poder (capacidad de influir en la vida de otros) que surge de ellas, existen para facilitar la convivencia y asegurar las condiciones básicas para la vida, de ninguna manera justifica diferencias en cuanto a la valoración de las personas. (Iglesias López, 2012)

Por ejemplo, los adultos, generalmente; tienen una posición de autoridad frente a los niños, niñas y adolescentes, sea en la familia, en la escuela u otros ámbitos. Esto no quiere decir que los adultos sean más importantes que los niños, niñas y adolescentes; si no que los adultos, por su mayor experiencia de vida, tienen la responsabilidad de orientar a los y las menores de edad y velar porque respeten las condiciones de seguridad y bienestar para ellos y ellas. Además, tienen la obligación de utilizar el poder que la posición de autoridad representa adecuadamente, los intereses y necesidades de los niños, niñas y adolescentes, en todas las decisiones que tomen.

Por lo tanto, la interacción igualitaria se expresa con la comprensión y uso adecuado de las jerarquías y el poder en las relaciones humanas.

- Trato a todos y todas con interés, amabilidad y respeto.
- Todos merecemos un trato especial por ser personas.
- Acordamos normas entre todos y explico el sentido de las mismas.
- Evito utilizar frases autoritarias como: “Es así porque yo lo digo y yo soy el adulto, porque soy la autoridad, soy el jefe, el padre o la madre”. (Mejía de Camargo, 2014)

Así mismo se considera como la relación de doble vía que permite que uno y otro se vean y se reconozcan. Es la capacidad de encontrarse con los demás y responder adecuadamente a sus sentimientos y preocupaciones. Es lo que nos permite trabajar con otros, establecer equipos, colaborar hacia el logro de metas comunes, establecer lazos de afecto y amistad y lo que hace posible interpretar las emociones a partir de las expresiones y gestos de las personas. (Mejía de Camargo, 2014)

2.2.4.3.4. Comunicación efectiva

La comunicación es el dialogo. Está constituido por mensajes que intercambiamos con otra persona con alguna finalidad. Solo si se basa en los dos elementos anteriores (reconocimiento y empatía) es un verdadero dialogo y para serlo precisa de dos capacidades fundamentales: saber expresarse con seguridad y saber escuchar sin juzgar. (Iglesias López, 2012)

Todas las formas que desarrollamos para decirnos lo que queremos, lo que sentimos, lo que deseamos, lo que esperamos y lo que vivimos, constituyen la comunicación. Así pues, la comunicación abarca las formas y el sentido que las personas le dan a la información que reciben y que quieren expresar a otros.

“La comunicación se inicia cuando el emisor el mensaje-estimulo, con una intención específica y el receptor, que es el destinatario del mensaje, lo interpreta, es decir, selecciona la información de acuerdo con su propia experiencia, conocimiento, escala de valores, sistema de creencias e intención, lo cual genera una respuesta que retroalimentara al emisor en forma casi automática. De esta forma la comunicación es continua, dado que es el emisor en algún momento para ser receptor y viceversa”. (Mejía de Camargo, 2014)

Por lo tanto, para ser un verdadero diálogo precisa de dos capacidades fundamentales: expresarse con claridad y escuchar sin juzgar.

- Escucho con atención a los otros.
- Expreso con claridad lo que quiero y espero de ellos y ellas.
- Si no entiendo algo, les pregunto.

- Hablo sobre los hechos respeto las diferencias y hago críticas constructivas.

Ser escuchado y poder escuchar a los otros construye la relación y hace parte del sentirse bien tratado.

Para crear la mejor posibilidad de ser escuchado es necesario captar la atención de la otra persona: elegir el momento y el lugar apropiados, intentar que el otro se sienta cómodo cuando le vamos a hablar; decir las verdades con claridad, pero sin acusar a nadie.

Para escuchar auténticamente es necesario tomarse el tiempo para hacerlo y también querer oír lo que nos quieren decir, practicar la atención activa dejando de lado nuestros intereses para escuchar realmente. En la manera de escuchar se debe notar el interés y el respeto por el otro. Esto favorece la verdadera comunicación, la seguridad, el respeto, la confianza, la comprensión y la intimidad.

Es necesario emplear un lenguaje positivo, aprender de las buenas jugadas en un contexto en el que se construya sobre lo bueno que poseemos, construir habilidades, trabajar con sueños y no con problemas. Hay que emprender una búsqueda de lo que va bien. Ampliar la capacidad para descubrir las cosas buenas que nos suceden, que vemos y sentimos en cada momento, en cada persona.

2.2.4.3.5. Negociación para la solución de conflictos

Es la capacidad de resolver conflictos en forma que todas las partes que queden satisfechas. Cuando negociamos, no hay vencedores ni vencidos. Los conflictos en la convivencia son inevitables, precisamente porque somos

diferentes. Si reconocemos que las características, intereses, necesidades y puntos de vista de todos y todas son igualmente importantes, no hay otra forma de resolver las discrepancias que negociando. (Iglesias López, 2012)

A través de ella, dos o más personas con intereses opuestos, buscan activamente llegar a acuerdos y a una solución que sea beneficiosa para todos y todas.

- Identificamos donde está el problema.
- Tomamos en cuenta el punto de vista de las otras personas para llegar a una solución.
- Estamos dispuestos o dispuestas a ceder y ser flexibles de acuerdo a la situación.
- Mantenemos el respeto por las personas en todo momento y espacio.

Todos tenemos acuerdos y desacuerdos; ser capaces de resolver los desacuerdos es fundamental para mantener un clima de Buen Trato. No basta con aceptar lo que otros dicen. Es necesario construir la tolerancia y el respeto por las diferencias para poder conceder a otros las razones en los desacuerdos.

Alcanzar un nivel en la solución de los conflictos y desacuerdos es de gran importancia para el bienestar de la persona, la familia, el grupo o la empresa. Muchos tratamos de resolver los conflictos aferrándonos a la rabia y al enfado o al poder de ellos parecen darnos para controlar la situación. En realidad, la rabia encubre sentimientos de impotencia, inseguridad o miedo y se usa como sustitución de los sentimientos del verdadero poder personal.

La rabia crónica impide comprender la realidad del conflicto. En la edad pre escolar ya hay manifestación en algunos niños y niñas de su capacidad para

mediar y negociar en los conflictos. El mediador es la persona que previene conflictos, resuelve los que han estallado y es capaz de establecer acuerdos en las disputas.

Para negociar los problemas o conflictos, si seguimos las siguientes reglas vamos a construir Buen Trato:

- Ser conscientes de cuáles son los verdaderos problemas que se tienen.
- Atacar el problema y no a la persona.
- Escuchar sin interrumpir, escuchar como base de la comunicación efectiva.
- Estar en comunicación con los propios sentimientos y preocuparse de los sentimientos de los demás
- Expresarse de manera clara y sin acusaciones.
- Mantener el corazón abierto mientras se dicen las verdades sin ofender, ni humillar.
- Ser responsables de lo que hacemos y decimos.
- Emplear afirmaciones en primera persona; las cuales favorecen la sinceridad mutua.
- Para decir y escuchar la verdad se requiere valor, porque uno se arriesga a tener que cambiar de actitud y oír cosas de las cuales no desea enterarse. (Mejía de Camargo, 2014)

Para resolver los conflictos es necesario: traducir el enojo en afirmaciones claras y no en acusatorias y practicar la escucha activa.

2.2.5. Factores que influyen el buen trato

Son muchos los factores que influyen, de una manera u otra, en que los niños y niñas se sientan bien tratados. A continuación, se describen brevemente algunos de ellos.

2.2.5.1. El rol de los adultos

Los padres, los apoderados y los educadores nos relacionamos constantemente con las niñas y niños. La forma como nos relacionamos con los niños va a ser determinante para ellos. Por ejemplo, si tratamos a un niño de “desordenado”, lo más probable que suceda es que actué como tal, pero si le decimos por ejemplo lo “creativo” que nos parece en algunas situaciones, el niño realizara todo lo posible para confirmar nuestra idea. (Lombard, 2007)

Por lo tanto, sería importante que las personas que están a cargo de los niños acepten a cada uno de ellos con sus propias características, valorando sus aspectos positivos, y que estén atentos a sus diferentes necesidades.

En los primeros años de vida mayor parte del aprendizaje se lleva a cabo en el seno de la familia, de un modo informal. Este tipo de aprendizaje cubre la mayor parte de lo que el niño necesita saber para integrarse efectivamente en su familia. El niño aprende a atender necesidades básicas tales como la limpieza, el vestuario y la alimentación. Adquiere reglas de comportamiento y conoce las diversas conductas que se esperan de los diferentes miembros de la familia. Y aprende las implicancias de los roles de cada uno, por ejemplo, que se habla en forma diferente con los hermanos que con los abuelos. El rol específico de cada adulto en la familia afecta la respuesta que

el niño espera respecto a sus demandas de ayuda, compañerismo o información, por ejemplo, esperara más camaradería por parte de sus hermanos y más ayuda por parte de los adultos.

En algún momento, entre los cuatro o seis años, los niños se enfrentan con otra situación de aprendizaje: la escuela. En ella se espera que los niños adquieran información, habilidades y conductas sociales, las cuales son, a menudo, diferentes y, a veces, están en conflicto con aquellas aprendidas en el hogar. Los niños a lo largo de su desarrollo, van adquiriendo habilidades y actitudes a través de cómo se relacionan con los adultos, con otros niños y con otros objetos. Por ejemplo, aprenderán a expresar su curiosidad, si son atentados por los adultos a explorar, examinar y a probar cosas nuevas. Esto se torna de vital importancia, ya que para que los niños desarrollen confianza en sí mismos es fundamental que logren tener éxito en las actividades que realizan y ser apoyado en sus esfuerzos por adultos “significativos” para ellos.

Es fundamental considerar que no todos los padres y profesores pueden brindar ambientes de aprendizaje eficaces. Algunos padres, cuidadores o profesores pueden adolecer de falta de experiencia, o adoptar criterios educativos concordantes con las características de los niños actuales. Sin embargo, estas insuficiencias pueden ser revertidas si el educador se esfuerza en prestar atención a las necesidades y los sentimientos de los niños.

2.2.5.2. El Apego

El sistema de apego está compuesto por conductas y emociones que logran mantener a los niños en cercanía física de sus cuidadores. Durante su vida,

los niños que se encuentran apegados a un adulto significativo, tendrán mayor probabilidad de mantenerse sanos, de llegar a la edad adulta y de poder traspasar estas tendencias a sus futuros hijos. (Barral, 2009)

Los niños y niñas efectúan conductas de apego cada vez que realizan un comportamiento que tiene como resultado el logro de mantener la cercanía con otro individuo, al que considera mejor capacitado para enfrentarse al mundo.

Esto nos resulta sumamente natural cada vez que vemos a un niño o un adulto, o a nosotros mismos, asustados, fatigados o enfermos y nos sentimos aliviados con el consuelo y los cuidados de otra persona a la que consideramos mejor capacitada para enfrentar al mundo en este momento. Sin embargo, otros momentos, la conducta será menos viable, no obstante, el saber que la figura de apego es accesible y sensible le da al niño o al adulto, o a nosotros mismo, un fuerte sentimiento de seguridad, y esto nos alienta a apreciar y continuar la relación que estableceremos con personas significativas.

Si bien la conducta de apego es muy obvia en los niños pequeños, puede observarse durante toda la vida, sobre todo en situaciones de emergencia, como las anteriores mencionadas. Decir de una persona que está apegado o que tiene apego a alguien significa que está absolutamente dispuesto a buscar proximidad y el contacto con esa persona, y a hacerlo sobre todo en ciertas circunstancias particularmente difíciles. La habilidad para comportarse de esta manera es una particularidad de la persona apegada, una particularidad persistente que cambia lentamente con el correr del tiempo y que no sea afectada por la situación del momento, como podría ser el caso de un malentendido o un conflicto.

Sin embargo, en diferentes circunstancias, la conducta de apego poder ser manifestada hacia una diversidad de individuos. Por ejemplo, cuando un pequeño se pierde en una multitud, este puede buscar contacto con un adulto que le responda amorosamente, pero un apego duradero o un vínculo de apego está limitado solo a unas pocas personas.

Las diferentes personas desarrollamos con nuestros cuidadores apegos más o menos seguros. Las personas que han desarrollado con sus cuidadores (mamá, papá, padres sustitutos, abuelos, tíos, hermanos) un apego seguro, tienden a ser:

- Más seguros de sí mismos
- Más cálidos.
- Más estables.
- Más positivos.
- Más amistosos.
- Más capaces.
- Más sociables.
- Mas empáticos (capacidad de ponerse en el lugar de los otros)
- Más confiados en sí mismos.

El estilo de apego seguro se puede favorecer por diferentes perspectivas, especialmente por la madre en los primeros años de vida. Se favorece cuando las personas se muestran fácilmente accesibles y sensibles a las señales en los niños, y amorosamente afectivos cuando estos buscan protección y/o consuelo.

2.2.5.3. Fuentes generadoras de buen trato

Existen algunos elementos básicos que son fuentes generadoras de Buen trato. Las relaciones intrafamiliares, las pautas de crianza, el conflicto cotidiano y las condiciones socioeconómicas. Asimismo, se pueden identificar una serie de factores determinantes y de apoyo del Buen Trato. Estos se pueden apreciar en el siguiente cuadro: (Gutiérrez y Flores, 2010)

Cuadro 4. FACTORES GENERADORAS DE BUEN TRATO

Factores Estratégicos	Factores Determinantes	Factores de Apoyo
1. La comunicación intrafamiliar.	1. La participación infantil y juvenil y el reconocimiento de las niñas, niños y jóvenes como sujetos sociales	1. Equidad en las relaciones intrafamiliares.
2. La Responsabilidad.	2. La Espiritualidad	2. Autonomía para la actuación.
3. Los Valores.	4. La protección infantil de los adultos hacia los niños/as y jóvenes	3. Ambientes sanos para el desarrollo integral de los niños(as) y jóvenes.
5. Las expresiones de Amor y Afecto.	La existencia de un mediador como apoyo para la resolución pacífica de conflictos	4. Sustento en lo Afectivo-emocional
7. Apoyo de Instituciones, programas, Proyectos de Atención.	8. Normas y reglas.	5. Cumplimiento y seguimiento.

Fuente: Gutiérrez Myriam; Flores Edgar, Op. Cit.

2.3. La promoción del buen trato

Al hablar de Buen Trato no solo se hace referencia a no maltratar, implica hablar de un escenario social que, como un todo, garantice, proteja y permita el goce y disfrute pleno de los derechos de la infancia, y por consiguiente su

desarrollo integral y el ejercicio progresivo de su ciudadanía. El buen trato es un concepto amplio, que involucra todos los aspectos del quehacer cotidiano, por lo cual debe ser visto desde múltiples ópticas, que permitan un mejor y más adecuado desarrollo (integral, físico, psíquico, social, moral, legal y espiritual) de todas las potencialidades y sueños de las niñas, niños y adolescentes. (Gonzales Arvelaez, 2010)

Se debe procurar comprender el crecimiento de forma holística, sistémica y dinámica, para entonces intentar ofrecer opciones diferentes de relación y a propiciar un mejor entendimiento de la niñez y la adolescencia, rescatando principalmente la importancia del ejercicio progresivo de la ciudadanía de las niñas, niños y adolescentes en lo cotidiano y en las esferas de acción cercana a ella y ellos (familia, escuela, iglesia, comunidad). La promoción del buen trato busca principalmente fortalecer las expresiones de afecto, ternura, aceptación, reconocimiento presente en el día a día se busca reforzar relaciones adecuadas y alimentar nuevos entendimientos y relaciones entre el adulto y la niñez.

La instauración del buen trato no es un resultado espontaneo, sino que es una intención colectiva e intencionada por incorporarlo. Lo que lleva a dinamizar un proceso social de aprendizajes y transformaciones culturales y diferentes actores, enfrentando aspectos propios de la misma cotidianidad que limitan y sesgan la adecuada convivencia.

La promoción del buen trato necesariamente debe conducir a que el hogar y la escuela sean lugares libres de cualquier forma de violencia donde se vivan relaciones adecuadas y exista la posibilidad de crecimiento y entendimiento mutuo; configurando entonces espacios que ayuden a la construcción de la democracia como una forma de garantizar que cada cual puede tener su

proyecto de vida en el marco de una convivencia saludable y se demuestren y ejerciten las bondades propias de la humanidad.

Un espacio de buen trato, es aquel que persigue el bienestar integral de la niñez y la adolescencia, y está muy relacionado con ofrecer ejemplos de bondad y ternura que permitirán modelar buenas prácticas de relación social.

2.3.1. Promocionar la cultura del buen trato

Es importante tener en cuenta la preservación de un clima emocional positivo, tanto en el hogar como en otro lado. Muchas veces tratamos de poner la causa de los problemas en los demás y no hacemos nada por afrontarlos o darles solución. Si las personas que tenemos más cerca son nuestros enemigos y cargamos la relación de rabia y frustración, será muy difícil disfrutar de nuestro trabajo, de nuestras relaciones y de ver crecer a esos niños que tenemos a nuestro cargo. (Gonzales Arvelaez, 2010)

Por tanto, un principio de la convivencia armoniosa es el respeto, porque de esta relación se toma fuerza para vivir. Para ello se necesita ejercitar en la tolerancia, paciencia y escucha para tratar de entender a las personas que piensan o sienten de manera diferente, sin tratar de atacarlos. (Gutiérrez y Flores, 2010)

Muchas veces se piensa que, si alguien quiere, entonces incondicionalmente debe pensar, sentir y hacer de manera idéntica a la de uno. Ello supondría la negación de los pensamientos, sentimientos y acciones de la otra persona, sea niño o adulto.

La figura es a la inversa, si se siente afecto, respeto por alguien, sea niño o adulto, se debe aceptar tal como es.

Para lograr el BUEN TRATO y poder hacer ejercicio de los derechos se necesita enfrentar a la “cultura del maltrato” que socialmente es aprendida y aceptada como una forma de comportamiento, sin embargo, se sabe que lo que reproduce en su interior es violencia. De allí la importancia de promover nuevos patrones culturales que fomenten la autoestima, relaciones horizontales y de buen trato como alternativas de cambio.

CAPITULO III

MARCO REFERENCIAL

3. LA CIUDAD DE EL ALTO

La urbanización de la ciudad de El Alto se inicia a partir de 1940, fundándose en esta década la primera zona de Villa Dolores con 1.087 manzanos. A partir de los cambios sociales de 1953 con la Reforma Agraria, se produce una migración del campo a la ciudad de La Paz poblándose de una forma desorganizada y con múltiples problemas de urbanización.

En sus inicios la ciudad de El Alto era el espacio de comunicación con la ciudad de La Paz, al transcurrir los años se va poblando por personas que se reubican al no encontrar espacio para habitar en la "hoyada", (PAM, 2012) Por otro lado, la crisis económica que vivía el país repercute en el área rural empujando a sus habitantes hacia la migración del campo a la ciudad desde las provincias Ingavi, Pacajes, Los Andes, Omasuyos y Manco Kapac predominantemente.

La caída del estaño tuvo también repercusiones en los habitantes de las minas de los departamentos de La Paz, Oruro y Potosí, que también migraron a esta ciudad.

Los habitantes alteños fundamentalmente son migrantes, "en 1998 el 88% de los pobladores de esta ciudad, habían nacido en otras áreas del país, siendo el flujo migratorio más importante el del departamento de La Paz con el 84% con respecto a las otras regiones; El Alto recibió hasta ese año el 13.7% del total de la población migrante del país". (PAM, 2012)

Cuadro 5 POBLACION ALTEÑA

Fuente	Habitantes	Año
PNUD/ HABITAT	30.000	1960
Censo INE.	95.434	1976
Censo INE.	307.403	1988
Censo INE.	405.492	1992
Censo INE	649.958	2001
Página oficial del Municipio de la ciudad de El Alto	1.184.942	2010

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

El crecimiento de la población alteña es una de las características más importantes del país, está dentro de las cuatro ciudades más importantes después de la ciudad de Cochabamba, este crecimiento es desproporcional al desarrollo urbanístico. De acuerdo a la pirámide poblacional, El Alto tiene habitantes mayoritariamente jóvenes, lo que genera mayor demanda por terrenos, servicios básicos, infraestructura educativa y en salud y recursos humanos.

Según el Instituto Nacional de Estadística el "72.9% de la población urbana vive en situación de pobreza, que representa la existencia de 58.822 unidades familiares sin acceso adecuado a servicios e insumos básicos, educación, salud y/o vivienda y de ella un 12% en indigencia". (GAMEA, 2015)

3.1. CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE EL ALTO

El Alto es una ciudad situada al oeste de Bolivia a una altitud de 4.000 msnm en la meseta altiplánica y el Área metropolitana de La Paz, queda ubicada al noroeste de la ciudad de La Paz con la que forma la aglomeración urbana

más grande del país, tiene una población de 1.184.942 habitantes. (GAMEA, PDI, 2016)

Es sede de la Universidad Pública de El Alto; en la ciudad se encuentra el Aeropuerto Internacional El Alto y el Comando de la Fuerza Aérea Boliviana. Posee una gran actividad comercial *minorista*; en la ciudad hay 5600 Pymes, fábricas y plantas de procesamiento de hidrocarburos, también es lugar de exportación de los recursos minerales del país y materia prima procesada. El Alto cuenta con una orquesta sinfónica además de museos y otras instituciones culturales menores. (PAR-EL ALTO, 2017)

El Alto sirve principalmente de establecimiento para inmigrantes del resto del país, en especial recién llegados de las áreas rurales quienes buscan una oportunidad en "la ciudad". Debido a este factor migratorio, la ciudad de El Alto (que cuenta con su propia municipalidad) se considera una urbe moderna, de casas nuevas y pobres.

La población en El Alto aprovecha y transforma los recursos locales, El Alto es una ciudad en crecimiento que se mueve al ritmo del mercado de alimentos, ropa confeccionada en pequeñas unidades industriales, ropa usada, etc. De hecho, los mercados son una característica imperante de El Alto, la feria 16 de julio que se realiza los jueves y domingos, en donde se vende desde un tornillo oxidado hasta un automóvil último modelo, incluso terrenos y casas, también mercados como La Ceja, muestran un panorama típico comercial e industrial de la ciudad. (PAR-EL ALTO, 2017) Lamentablemente en la Ceja también se puede observar bares, lenocinios y percances como grandes embotellamientos de tráfico, basura abandonada y mucha delincuencia. Ello resume los principales problemas con las que tiene que lidiar esta joven ciudad.

3.2. REFERENTE INSTITUCIONAL

La Fundación Cristiana Unbound para Niños, fue fundada el 20 de noviembre; los cinco cofundadores utilizaron sus listas de tarjetas de Navidad, pusieron anuncios en publicaciones católicas e hicieron visitas personales a las parroquias locales para invitar a los primeros padrinos, los ingresos del primer año dan un total de \$14,000.

Unos años más tarde, la palabra "Ancianos" se agrega al nombre de la organización, y así se convierte en CFCA, los ancianos son parte del programa de apadrinamiento.

CFCA comienza a ofrecer viajes de concientización a Guatemala, lo que permite a los padrinos ver el trabajo con sus propios ojos y conocer a sus amigos apadrinados.

Se inicia el programa de visitas parroquiales, al ser promovido por el cofundador Jim Hentzen; quien vio el potencial de compartir el trabajo de CFCA con los feligreses en las parroquias a lo largo del país. Los sacerdotes visitan las parroquias para celebrar la misa, hablan del trabajo e invitan a los feligreses a apadrinar. Hoy en día el programa continúa.

En marzo, el presidente y cofundador Roberto Hentzen comienza su caminata de 4,000 millas "Peregrinación de Fe", desde la sede en Kansas City hasta Guatemala. Camina para demostrar solidaridad con los pobres y marginados; en partes de su viaje, Roberto caminó junto a muchos miembros de la comunidad Unbound.

Se estableció un programa de becas para ayudar con la matrícula de jóvenes en la escuela secundaria, capacitación vocacional y educación superior.

Con la formación de los primeros grupos en la India, se establecen los grupos de madres y las cuentas personales para los niños. Estos grupos proporcionan un nuevo nivel de responsabilidad y apoyo a los padres de niños apadrinados y a sus comunidades. Las cuentas facilitan transferencias monetarias condicionadas, una forma de apoyo al necesitado, de eficacia comprobada.

La junta directiva adopta el modelo de gobernanza de la política Carver, que resume los principios de liderazgo en el servicio y responsabilidad organizativa. La adopción de nuestros Valores Fundamentales asegura la continuidad del trabajo y el espíritu de nuestros fundadores.

El 6 de Julio se lanza una nueva base de datos llamada CASA. Construida y administrada internamente, la base de datos proporciona una infraestructura única para proteger, organizar y almacenar los datos de los padrinos y amigos apadrinados.

Nuestro programa del voluntariado en la comunidad comienza, incentivando a los padrinos a apoyar durante las visitas parroquiales y otros eventos de concientización.

A la edad de 73 años, Roberto Hentzen retoma su caminata donde la dejó, caminando 8,000 millas de Guatemala a Chile. La segunda caminata que dura 18 meses, lleva a Roberto a cruzar 12 países, en donde viven 182,000 amigos apadrinados y sus familias.

El Centro Unbound es una Fundación Cristiana para Niños y Ancianos, si bien se tiene distintos programas de asistencia a las madres de familia y niños, niñas y ancianos, en la actualidad no cuenta con las herramientas pedagógicas para fortalecer el buen trato entre hij@s y madres

monoparentales; considerando principalmente la difícil situación que existe dadas las responsabilidades y los desafíos diarios que deben afrontar las madres.

El Centro Unbound, si bien cuenta con los instrumentos audiovisuales, carece de estrategias comunicacionales para poder fortalecer el buen trato mediante videos educativos entre hij@s y madres monoparentales.

3.3. Fundación Unbound

Unbound es una organización internacional sin fines de lucro fundada por laicos católicos y fundamentada en el llamado del Evangelio de dar prioridad a las necesidades de los marginados y vulnerables. Construye relaciones de respeto mutuo y apoyo que permitan superar las brechas culturales, religiosas y económicas.

Unbound trabaja a lado de personas de diversas tradiciones de fe en 18 países. Unimos personas para desafiar la pobreza en maneras nuevas e innovadoras.

Inspiramos confianza y ofrecemos oportunidades y ánimo a niños y familias viviendo en los márgenes de la sociedad. Creamos medios prácticos y confiables para ayudar a otros y nutrir las conexiones humanas que a todos nos alienta.

3.4. Lo que creemos

- **Creemos en la fuerza de las familias.**

El apadrinamiento de Unbound va más allá de la distribución de bienes materiales y fortalece a las familias ser auto-suficientes. Las familias – tanto

aquellas con ambos padres en el hogar, así como aquellas encabezadas por un solo padre o tutor – son los pilares de una comunidad fuerte y solidaria.

- **Creemos en la sabiduría de las madres.**

Las madres a menudo son las que se ocupan de los niños y saben lo que más necesita su familia para tener éxito. Nuestros programas están diseñados para crear una verdadera colaboración entre las madres, animándolas a que ayuden a determinar los beneficios y servicios para sus hijos.

- **Creemos en el poder de la amistad.**

Brindamos al padrino y a su amigo apadrinado la oportunidad de formar una verdadera conexión que les llene de esperanza y sentido profundo a ambos. Esta conexión abre una ventana entre los dos mundos y revela el lazo que nos ata como una sola familia humana.

- **Creemos en la dignidad de todo ser humano.**

Reconocemos la dignidad inherente de todo ser humano. Cuando creamos un verdadero intercambio de culturas, entendimiento y amor como iguales, hacemos más que aliviar la pobreza material. También creamos lazos de paz y unidad entre personas de diversos fes y antecedentes.

- **Creemos en la esperanza.**

Las familias a quienes servimos participan activamente en el programa y en sus propias luchas, esto les da esperanza y es un regalo poderoso que puede ayudarles a superar las tremendas desventajas. Este coraje al enfrentar a la pobreza también les da esperanza a los padrinos.

3.5. Visión

La visión de Unbound comenzó en 1981 con Roberto, Bud y Jim Hentzen, su hermana Nadine Pearce y su amigo Jerry Tolle. Roberto y Jerry eran ex misioneros y, mientras trabajaron en Latinoamérica, fueron testigos de primera mano de los efectos devastadores de la pobreza.

Conocieron a familias trabajadoras que luchaban heroicamente para dar mejores vidas a sus hijos. Los fundadores proyectaban un programa que invitaría a las personas a caminar con dichas familias apoyándolas y motivándolas.

3.6. Misión

NUESTRA MISIÓN ES CAMINAR CON LOS POBRES Y MARGINADOS DEL MUNDO.

- Proporcionamos atención especial y beneficios directos a los niños, jóvenes y ancianos y a sus familias para que puedan vivir con dignidad, alcanzar su potencial deseado y participar plenamente en la sociedad.
- Invitamos a personas de buena voluntad a vivir en solidaridad diaria con los pobres del mundo por medio del apadrinamiento de uno a uno.
- Forjamos comunidades culturalmente diversas, promoviendo relaciones de respeto mutuo, entendimiento y sin ningún prejuicio religioso o de otra índole.

Basado en el llamado del Evangelio de servir a los pobres, Unbound es una organización católica laica que trabaja con personas de todas las tradiciones de fe para crear una comunidad mundial de compasión y servicio.

3.7. Principios

- **Base teológica**

Se basa en el llamado del Evangelio de servir a los pobres.

- **Dignidad de la persona**

Reconocer la dignidad de cada persona es esencial para las relaciones sinceras, duraderas y amorosas.

- **La integridad y responsabilidad**

La honradez y la transparencia son necesarias para operar una organización eficiente y efectiva.

- **Relaciones respetuosas**

Una relación de respeto mutuo entre el padrino y la persona apadrinada es el centro de nuestra misión en Unbound.

3.8. Objetivos generales

3.8.1. Aspecto de la organización

3.8.2. Fundado en FE

Guiados por su fe y sus bases en la doctrina social católica, crearon un programa de apadrinamiento muy personalizado. El objetivo era empoderar a las familias y conectar al mundo con sus retos e informarles de sus grandes talentos.

En 1981, el grupo reunió sus listas de tarjetas de Navidad y le pidió a un par de cientos de amigos y familiares a involucrarse. Y llamaron a su esfuerzo Fundación Cristiana para Niños. Como Bud lo describió más tarde, "La carta cayó de cara."

Pero el grupo perseveró, ganando un padrino al día, y luego unos más. Después de cuatro años, había 1,000.

CAPITULO IV DIAGNOSTICO

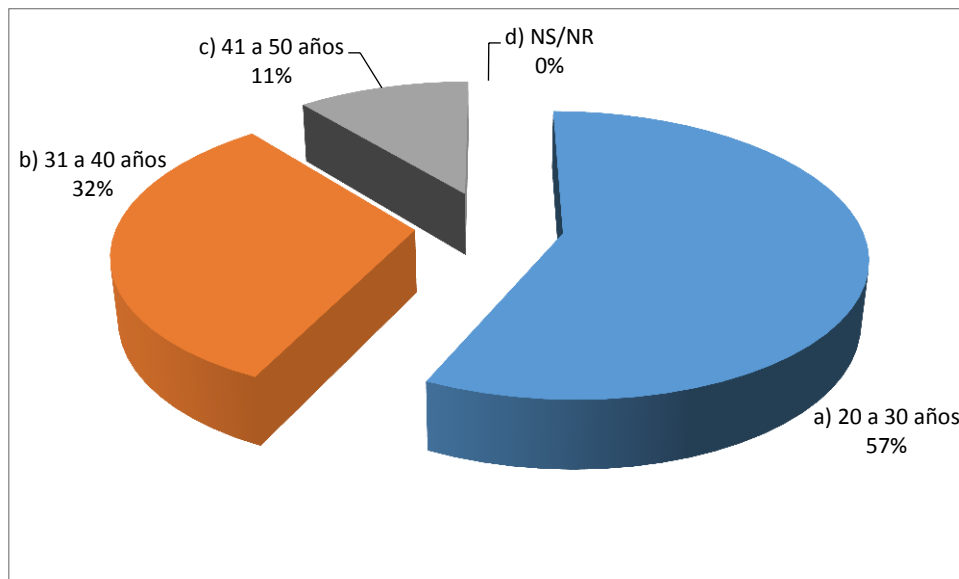
Encuesta para la mamá

Tabla 1. Edad

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) 20 a 30 años	92	57
b) 31 a 40 años	52	32
c) 41 a 50 años	18	11
d) NS/NR	0	0
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

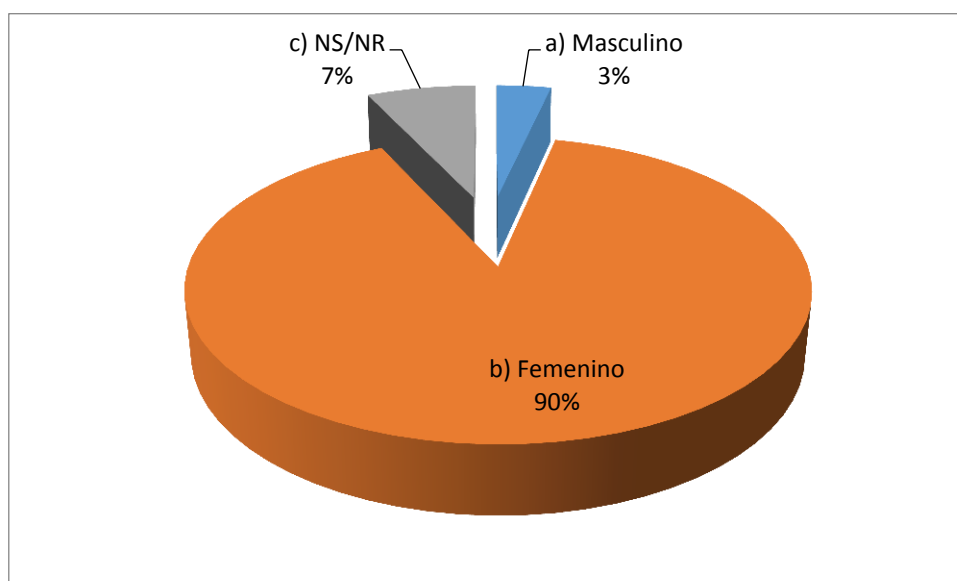
Según el diagnóstico realizado, la mayoría de las madres de familia encuestadas tienen entre 20 a 30 años de edad, esto corresponde a un 57%; un segundo lugar están las madres de familia que tienen entre 31 a 40 años de edad, esto hace al 32%; y finalmente un 11% hace a madres entre 41 a 50 años de edad

Tabla 2. Sexo

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) Masculino	5	3,5
b) Femenino	145	89,5
c) NS/NR	12	7
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

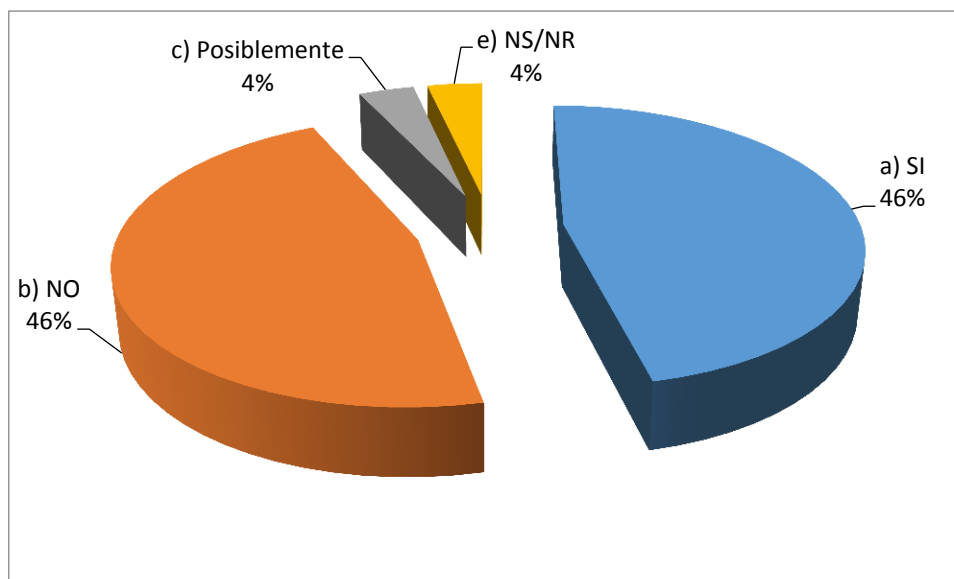
En el diagnóstico realizado se considera también el sexo de quienes fueron parte del mismo, y según los datos obtenidos un 90% son mujeres, y un 3% son varones, también hay que resaltar que un 7% no quiso responder a la pregunta formulada.

Tabla 3. ¿Usted cree que hoy en día las relaciones son normales con los hijos?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	75	46
b) NO	75	46
c) Posiblemente	6	3,5
d) NS/NR	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

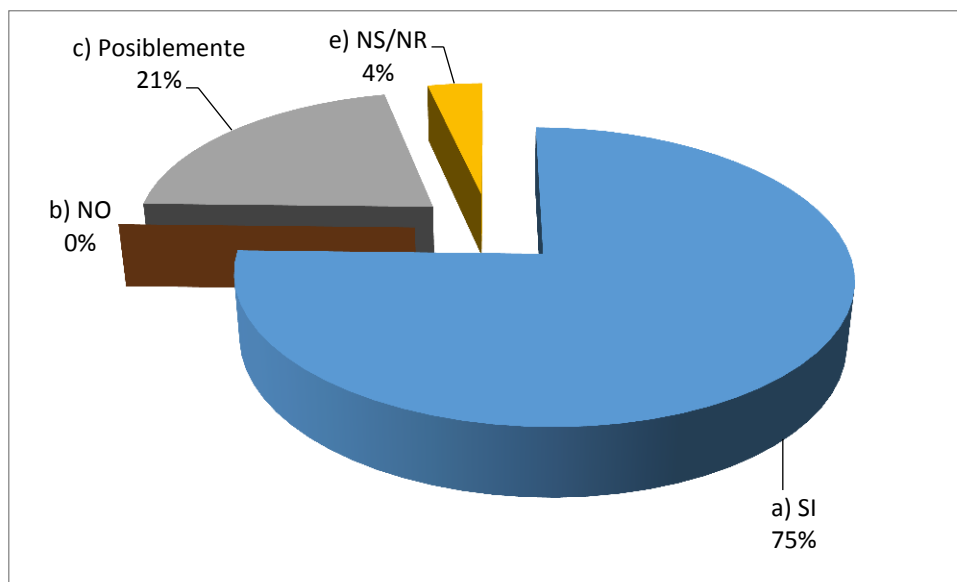
Entrando al ámbito de las preguntas en específico, en lo referente a las relaciones entre madres e hijos, un primer 46% señala que SI, que las relaciones entre madres e hijos es buena, pero otro 46% señala lo contrario, es decir, que NO existe una buena relación, un 4% señala que posiblemente exista una relación buena entre las madres y los hijos, y finalmente un 4% no respondió a la pregunta formulada.

Tabla 4. ¿Es necesario poder fortalecer la interrelación entre madres e hijos?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	122	75
b) NO	0	0
c) Posiblemente	34	21
d) NS/NR	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

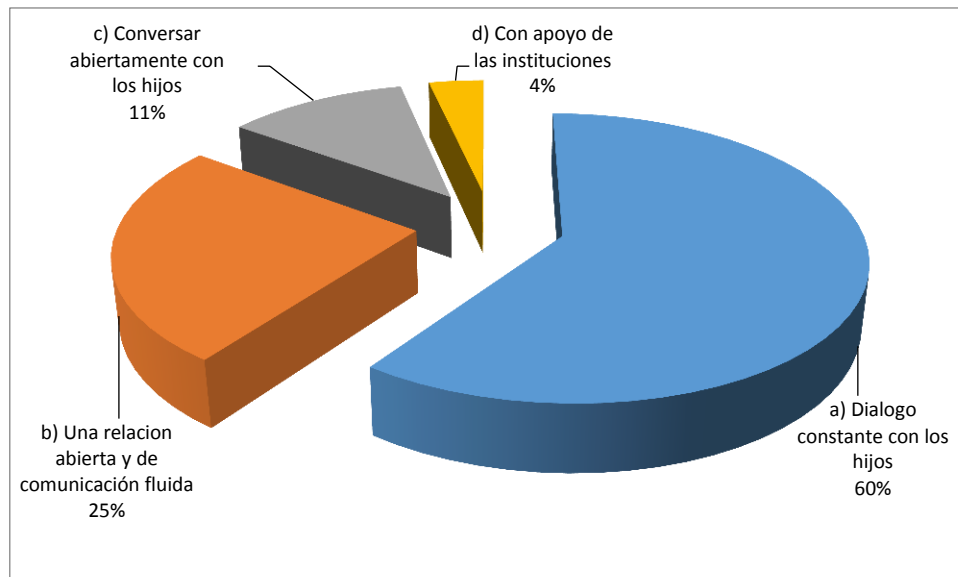
La mayoría de las madres de familia consultada, afirman en un 75% que, si es importante fortalecer las interrelaciones entre madres e hijos, un 21% señala que posiblemente sea necesario ese fortalecimiento y finalmente un 4% no respondió a la consulta realizada.

Tabla 5. Considera que se podría fortalecer la relación entre madres e hijos mediante:

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) Dialogo constante con los hijos	97	60
b) Una relación abierta y de comunicación fluida	40	25
c) Conversar abiertamente con los hijos	19	11,5
d) Con apoyo de las instituciones	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Grafico 5.



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

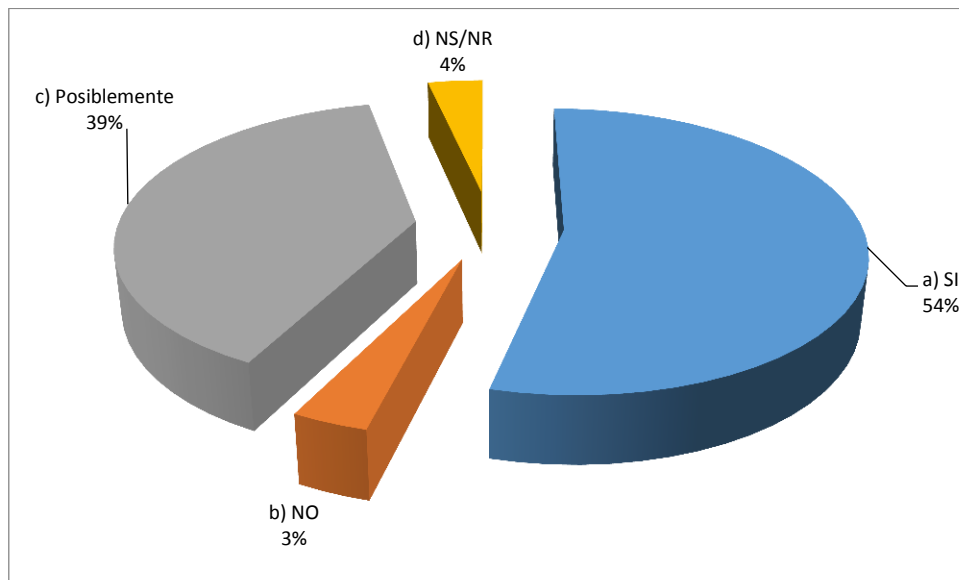
Según un 60% de las madres consultadas afirman que el dialogo constante con los hijos permitirá fortalecer las relaciones entre madres e hijos, un 25% considera que el mejor medio es tener una relación abierta de comunicación fluida, así mismo un 11% consideran que la conversación abierta con los hijos permitiría esa mejor interrelación y fortalecimiento entre madres e hijos, y finalmente un 4% considera como impórtate el apoyo de otras instituciones para poder lograr esa relación.

Tabla 6. ¿Será importante el desarrollo de talleres o programas que le permitan mejorar la interrelación entre madres e hijos?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	88	54
b) NO	6	3,5
c) Posiblemente	62	39
d) NS/NR	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

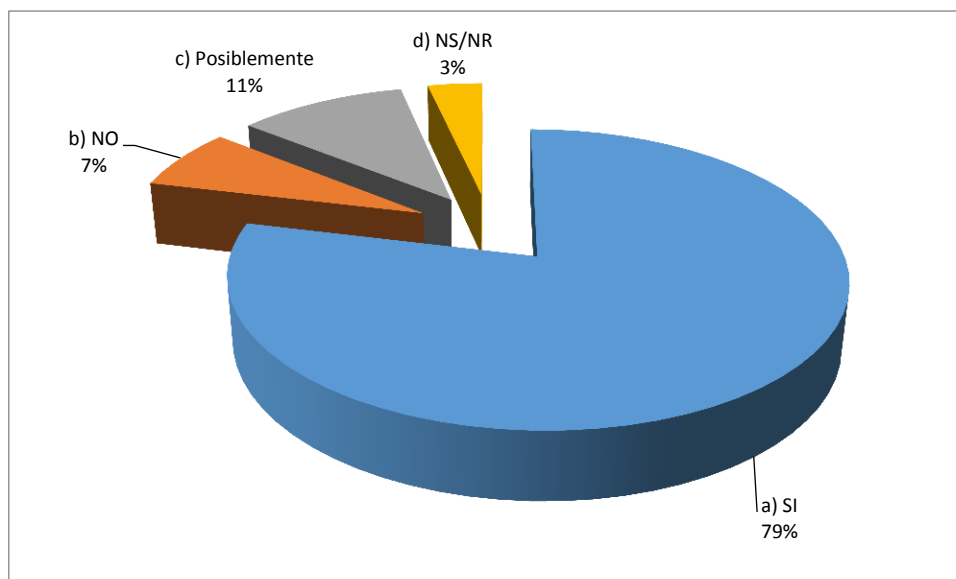
Un 54% de las madres de familia consideran que, SI es importante el desarrollo de talleres o programas para mejorar la interrelación entre madres e hijos, un 39% señala que posiblemente sea el mejor camino para mejorar esa situación y un 3% señala que NO, que deberían ser en las familias donde se genere ese proceso y finalmente un 4% prefirió no responder a la pregunta formulada.

Tabla 7. ¿Es importante abordar temas concernientes a formas de comunicación con sus hijos?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	127	78,5
b) NO	12	7
c) Posiblemente	17	10,7
d) NS/NR	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 7.



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

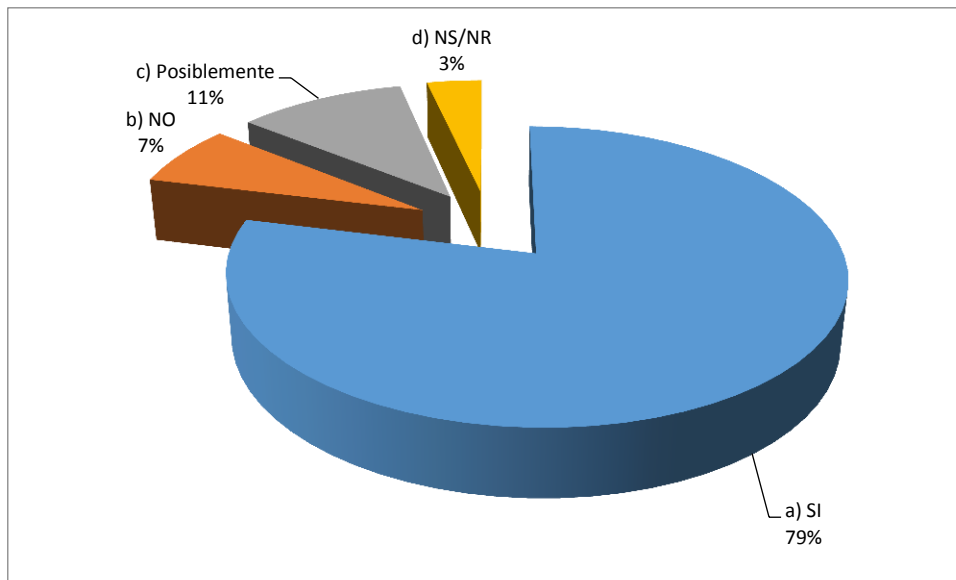
Con respecto a si se debe abordar temas concernientes a formas de comunicación con sus hijos, un 79% señala que, SI es importante trabajar sobre estos temas, un 11% señala que posiblemente sean determinantes para mejorar las relaciones madre – hijos, un 7% señala que NO son trascendentales, y finalmente un 3% no respondió a la pregunta realizada.

Tabla 8. ¿Considera que es muy importante abordar temas que le permitan mejorar el afecto en la familia?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	127	78,8
b) NO	12	7
c) Posiblemente	17	10,7
d) NS/NR	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 8



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

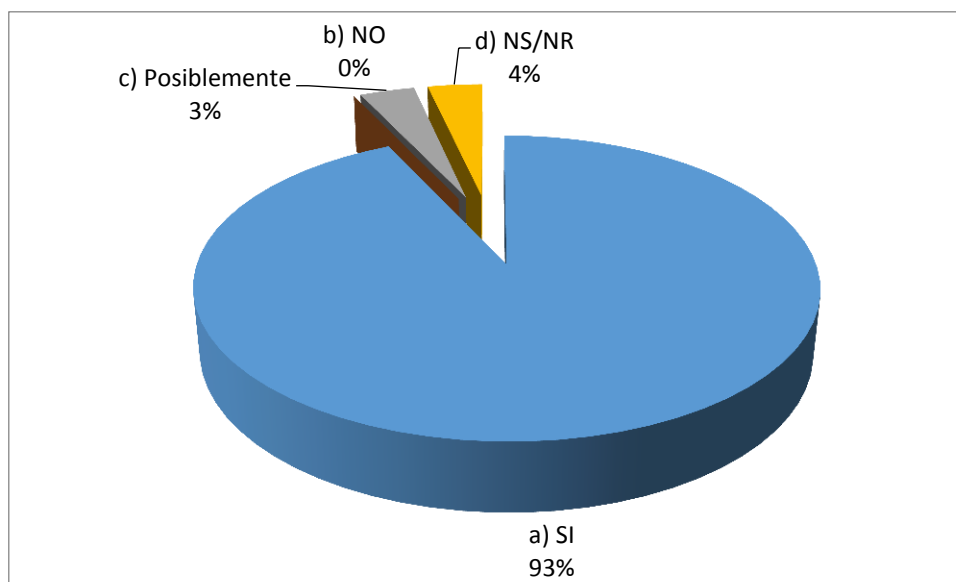
Con respecto a si es muy importante abordar temas que le permitan mejorar el afecto en la familia, un 79% afirma que, SI es importante, un 7% señala que NO son determinantes, y un 11% señalan que posiblemente sean importantes el tratar este tema y poder fortalecer el afecto en la familia, finalmente un 3% no respondieron.

Tabla 9. ¿Es importante abordar temas que permitan mejorar la educación de sus hijos?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	150	92,8
b) NO	0	0
c) Posiblemente	6	3,5
d) NS/NR	6	3,5
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

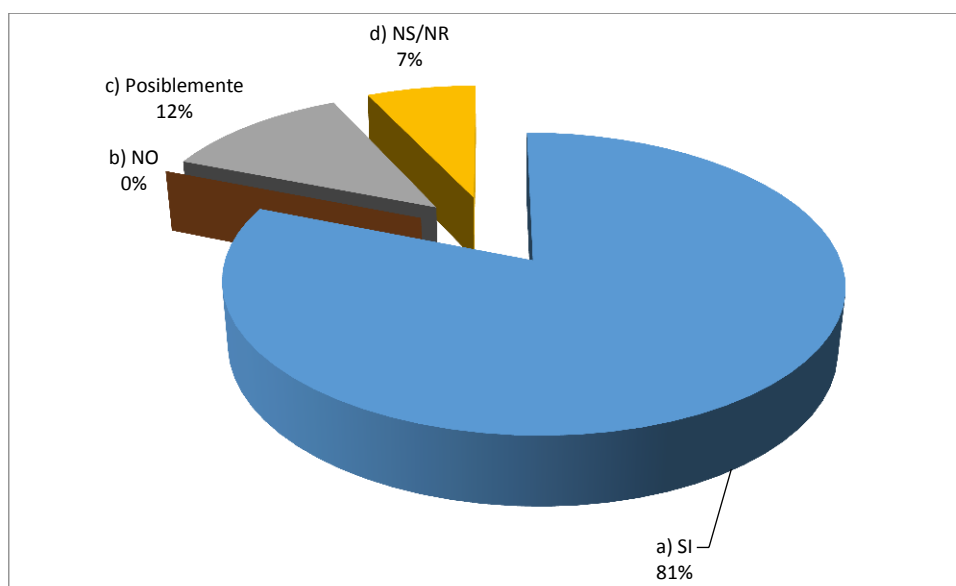
Con respecto a poder abordar temas que permitan mejorar la educación de sus hijos, un 93% de las madres de familia consultadas, señalan que, SI se debe mejorar la educación de los hijos, un 3% señala que posiblemente mediante estos programas de ayuda se pueda mejorar esta educación y un 4% no respondió a la consulta realizada.

Tabla 10. ¿En la actualidad es importante tratar temas como mejorar nuestra comunicación en nuestra familia?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	132	81
b) NO	0	0
c) Posiblemente	19	12
d) NS/NR	11	7
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 10



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

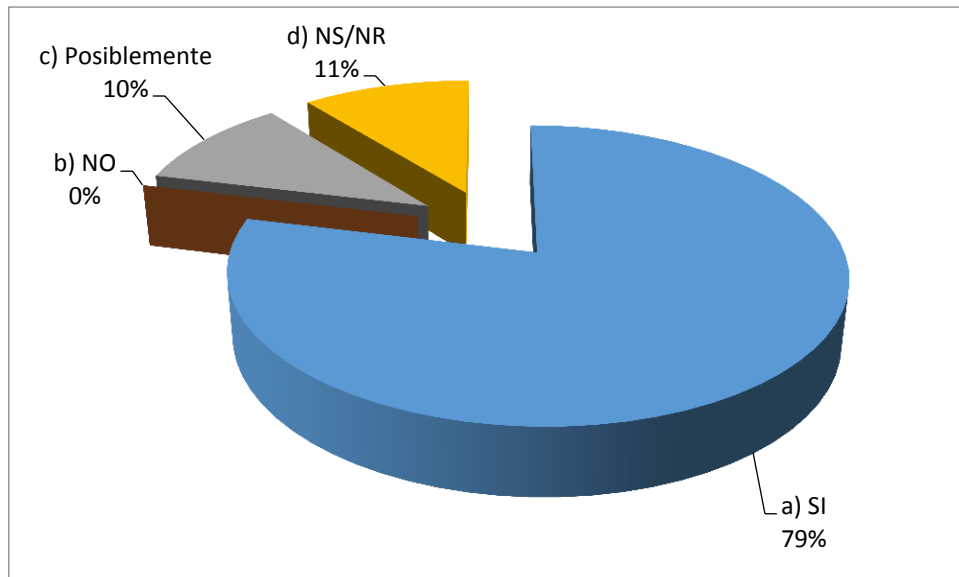
Con respecto a si es importante tratar temas como mejorar la comunicación en nuestra familia, un 81% de las madres de familia está de acuerdo con esos aspectos, considerando que la comunicación familiar es fundamental, un 12% considera que, si es posible mejorar la comunicación familiar, y finalmente un 7% prefirió no responder a la pregunta realizada.

Tabla 11. ¿Es importante tratar temas de como disfrutar en familia?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	128	78,8
b) NO	0	0
c) Posiblemente	17	10,5
d) NS/NR	17	10,7
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 11



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

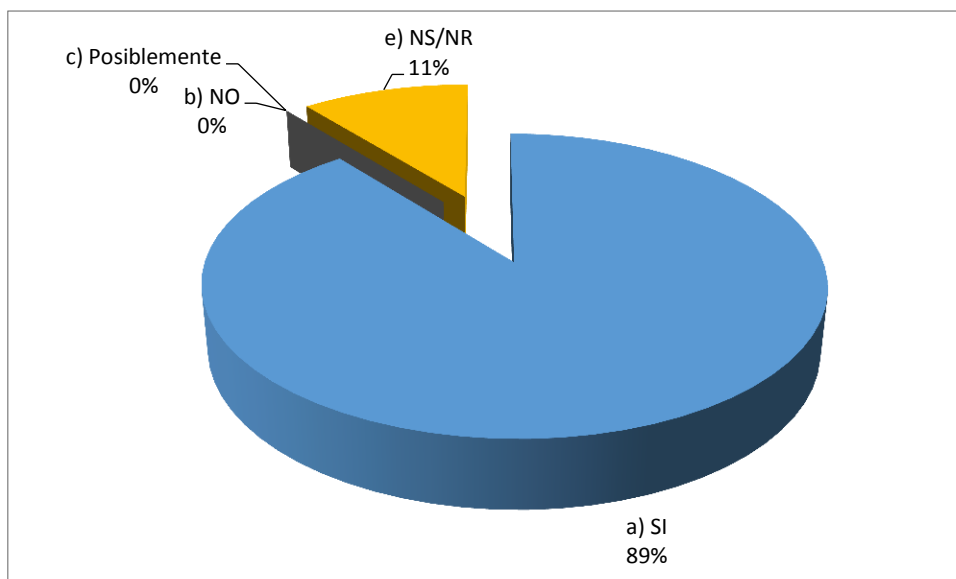
Con respecto a si es importante tratar temas de como disfrutar en familia, un 79% señala que, si es importante este aspecto, un 10% señala que posiblemente sea de vital importancia el tratar este ámbito, y finalmente un 11% prefirió no responder a la pregunta formulada.

Tabla 12. ¿Según su criterio, en la actualidad es importante tratar de cómo afrontar retos en la familia?

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	145	89,3
b) NO	0	0
c) Posiblemente	0	0
e) NS/NR	17	10,7
TOTAL	162	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 12



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

En lo referente a si en la actualidad es importante tratar de cómo afrontar retos en la familia, un 89% señala que SI, es importante tratar en familia el cómo poder afrontar distintos desafíos que se presentan para la familia, contrariamente un 11% prefirieron no responder a la pregunta realizada.

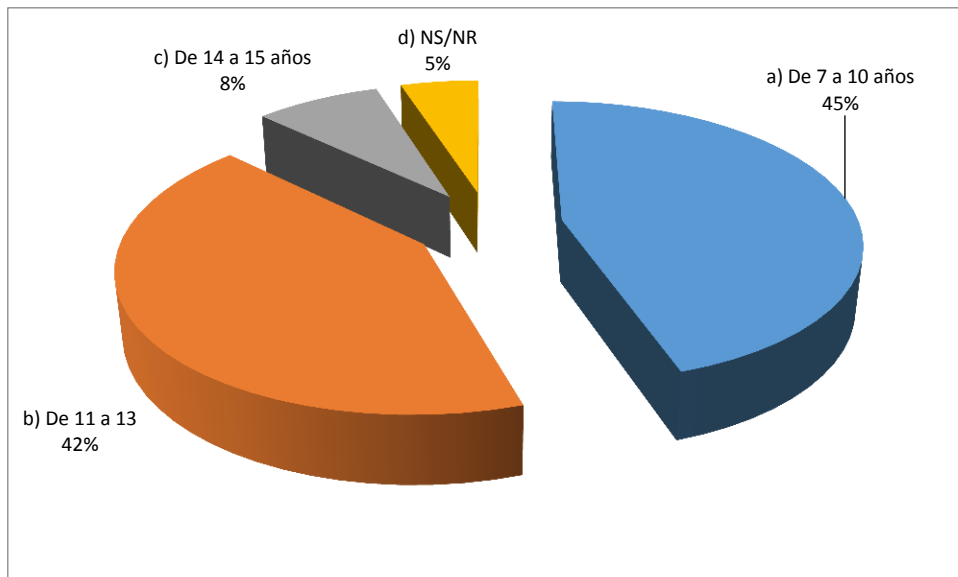
ENCUESTA PARA LOS NIÑOS

Tabla 13. Edad

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) De 7 a 10 años	36	45
b) De 11 a 13	34	42
c) De 14 a 15 años	7	8
d) NS/NR	4	5
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 13



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

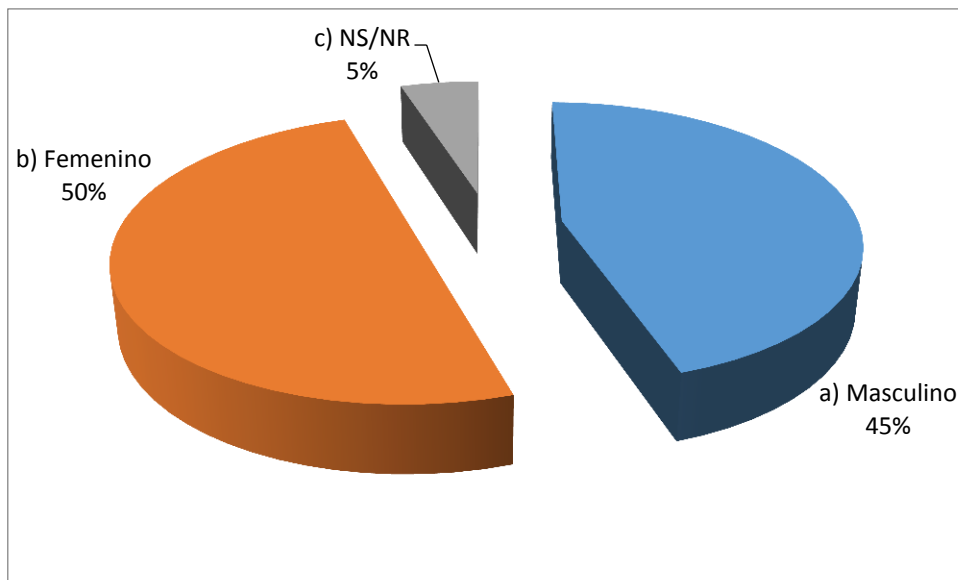
En la encuesta aplicada a los niños que asisten al Centro Unbound, se puede apreciar que 45% tiene entre 7 a 10 años de edad, un 42% señalan que tienen entre 11 a 13 años de edad, un 8% señalan que tiene entre 14 a 15 años de edad, y finalmente un 5% prefirió no responder a la pregunta realizada.

Tabla 14. Sexo

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) Masculino	36	45
b) Femenino	41	50
c) NS/NR	4	5
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 14



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

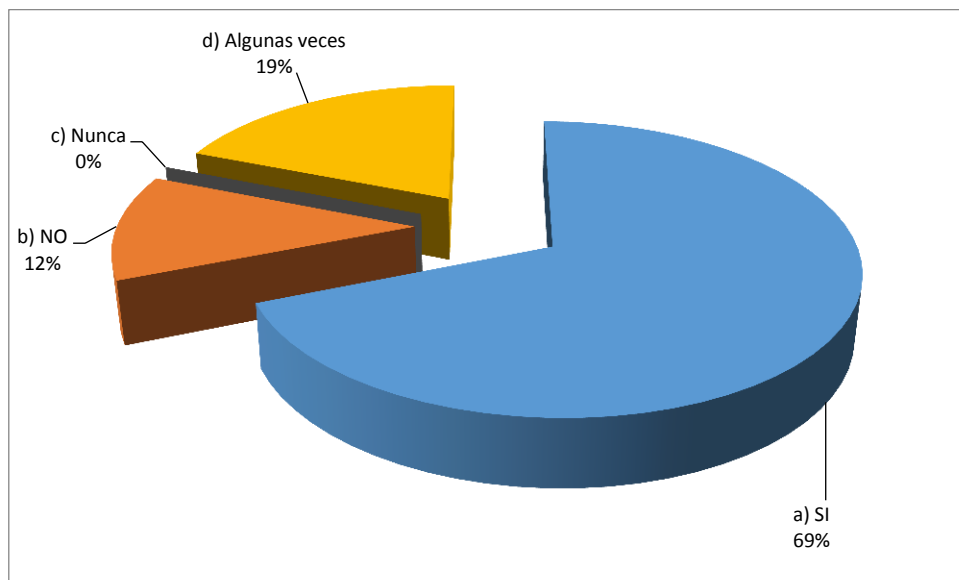
Considerando el sexo de los niños, es importante resaltar que un 50% son en la mayoría mujeres, un 45% señalan ser varones, y un 5% no respondió a la pregunta realizada.

Tabla 15 Recibo ayuda, apoyo y confianza.

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	56	69
b) NO	10	12
c) Nunca	0	0
d) Algunas veces	15	19
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 15



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

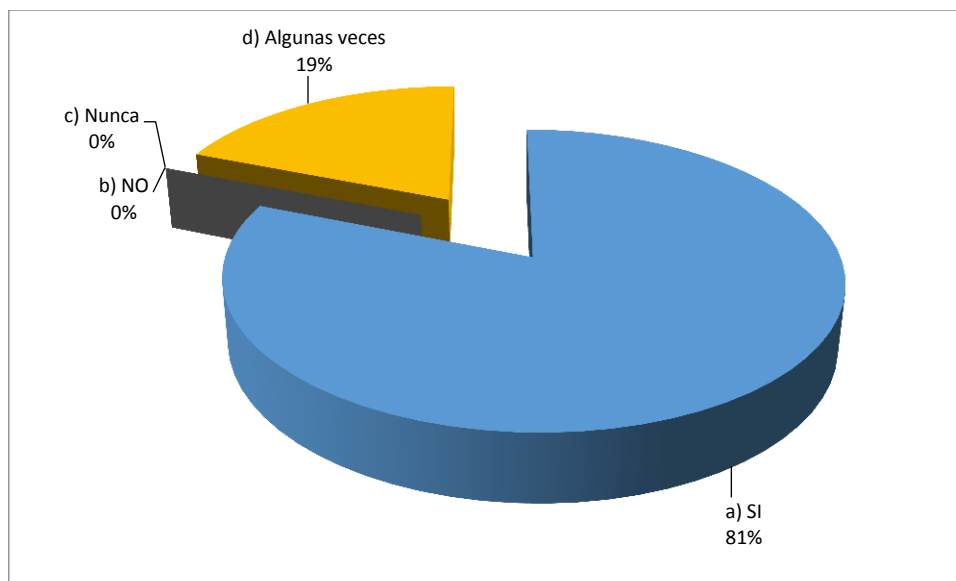
Con respecto a si recibe ayuda, apoyo y confianza, un 69% señalan que en el centro reciben todos estos factores, un 12% señala que NO, y un 19% que algunas veces si reciben apoyo y confianza en el centro.

Tabla 16. Comparto el tiempo necesario con mi familia.

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	66	81
b) NO	0	0
c) Nunca	0	0
d) Algunas veces	15	19
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 16



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

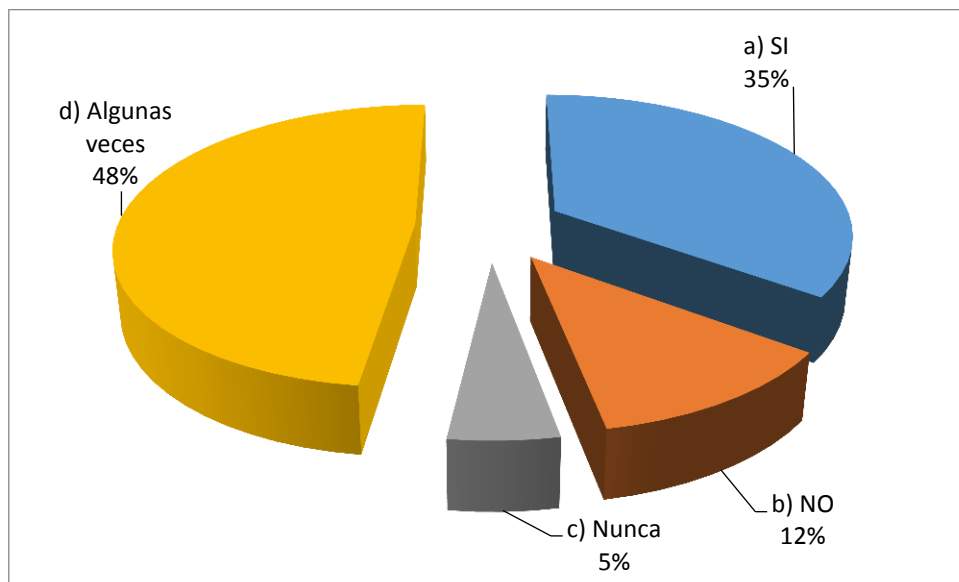
Según el tiempo que se le destina a la familia, un 81% señala que SI, que se tiene tiempo para compartir en familia; y un 19% señala que algunas veces comparten en familia. Y esto puede deberse al trabajo, considerando que son familias que tiene distintas actividades informales y el tiempo es limitado.

Tabla 17. Tu mamá te castiga con frecuencia.

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	28	35
b) NO	10	12
c) Nunca	4	5
d) Algunas veces	39	48
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 17



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

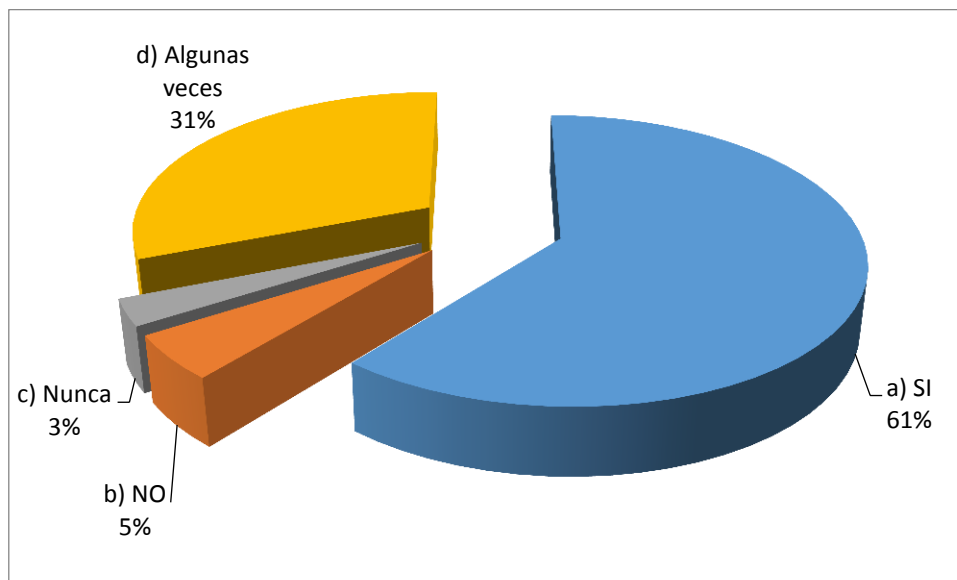
Con respecto a las sanciones o castigos que se infringen en el hogar, un 48% de los niños señalan que algunas veces se castiga en el hogar, un 35% señalan que, si se les castiga en el hogar, tan solo un 12% señalan que no se castiga y un 5% afirman que nunca reciben castigos en el hogar.

Tabla 18. Existe dialogo constante con tu mamá.

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	49	61
b) NO	4	5
c) Nunca	2	3
d) Algunas veces	26	31
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 18



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

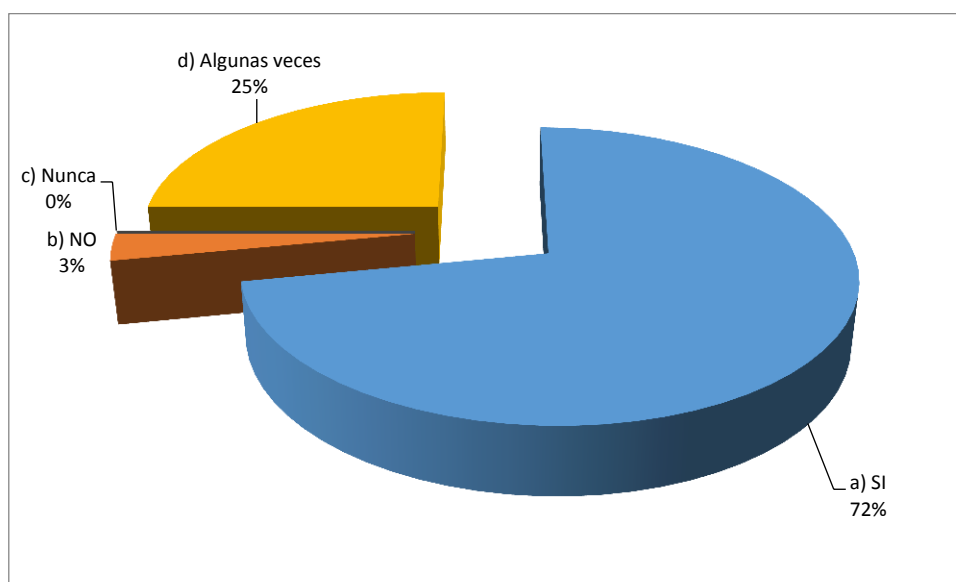
Con respecto a la importancia de la comunicación, un 61% afirman que, SI existen comunicación en su hogar, pero un 31% señala que alguna vez pueden dialogar con sus padres, en este caso con su mama, esto puede deberse al trabajo, la actividad comercial que termina muy tarde, u otros factores extra familiares; un 5% señala que NO existe comunicación en su hogar y finalmente un 3% afirma nunca hay comunicación.

Tabla 19. Cada cuanto recibo un TE AMO o un TE QUIERO de mamá.

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	58	72
b) NO	2	3
c) Nunca	0	0
d) Algunas veces	21	25
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 19



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

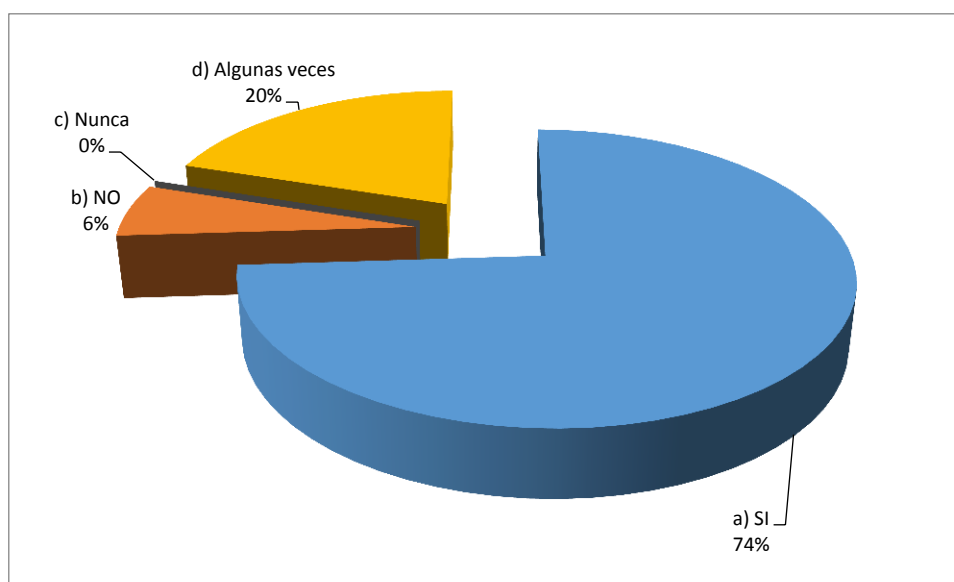
La mayoría de los niños consultados (72%) señalan que SI reciben un TE AMO o un TE QUIERO de mamá, pero un 25% señalan también de algunas veces reciben ese afecto de sus mamás, y finalmente un 3% afirma categóricamente que NO reciben ese afecto de sus madres.

Tabla 20. Tu mamá respeta tus decisiones y actos

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	60	74
b) NO	5	6
c) Nunca	0	0
d) Algunas veces	16	20
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 20



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

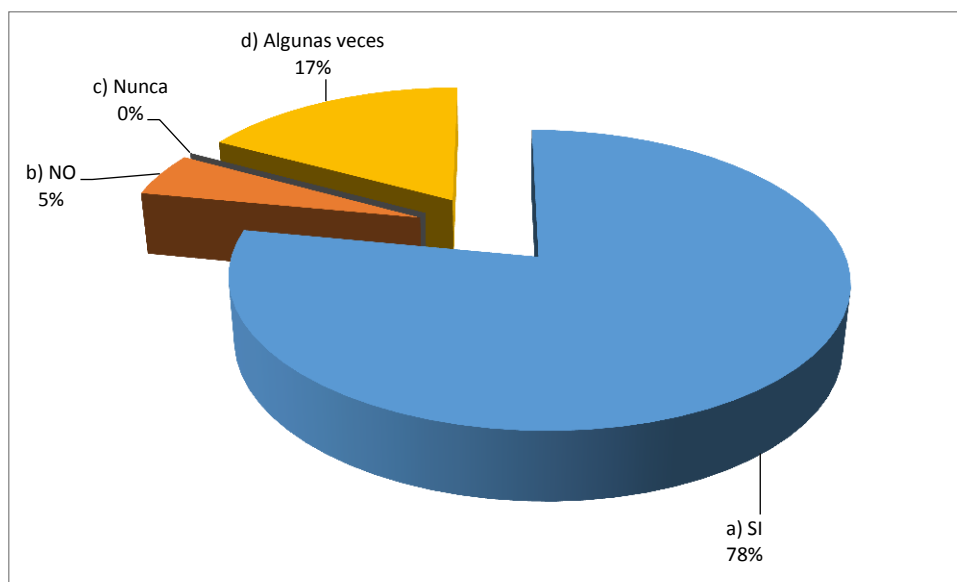
Con respecto a si su mamá respeta las decisiones y actos de los niñ@s, un 74% afirma que sí, que sus mamás si respetan las decisiones que ellos toman, por otro lado, un 20% señalan que algunas veces respetan sus decisiones y no cuestionan sus actos, y finalmente un 6% afirma categóricamente que NO se respeta sus decisiones.

Tabla 21. Recibes afecto y buen trato de mamá.

	REFERENCIA	PORCENTAJE
a) SI	63	78
b) NO	4	5
c) Nunca	0	0
d) Algunas veces	14	17
TOTAL	81	100

Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Gráfico 21



Fuente: Elaboración propia en base a diagnóstico realizado. 2018

Con referencia al afecto y buen trato que les brindan sus mamás, un 78% señalan que sus mamás SI les brindan afecto y cariño y por ende un buen trato, por otro lado, un 17% señalan que algunas veces reciben un buen trato de sus mamás, y un 5% afirman categóricamente que NO reciben un trato en sus hogares ni tampoco afecto.

CAPITULO V DESARROLLO DE LA PROPUESTA

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN

5.CARACTERÍSTICAS:

La creciente incorporación de la mujer al mercado laboral hace necesario redefinir los roles de género dentro de la familia para conciliar mejor la vida familiar, laboral y personal. Asimismo, la irrupción masiva de los medios audiovisuales en el escenario familiar, junto con la menor presencia de los progenitores en el hogar, debido a los horarios laborales extensos, incrementa la importancia de que los padres ejerzan una influencia educativa sobre sus hijos.

En esta línea preventiva de actuación, hay que procurar que se cubran dos necesidades fundamentales en estas familias:

- La primera es reducir los riesgos que caracterizan estos entornos familiares de desventaja psicosocial relacionadas con el cuidado y la educación de los hijos y que ponen en peligro su correcto desarrollo.

- La segunda necesidad es la de fomentar y fortalecer aquellas capacidades, habilidades y competencias familiares que están presentes en estas familias y que constituyen mecanismos protectores de los factores de riesgo citados anteriormente.

5.1. OBJETIVOS Y DIMENSIONES:

Los objetivos responden a una visión holística de un proceso de desarrollo de la convivencia familiar desde una triple dimensión:

- Dimensión emocional, que pretende ayudar a manejar las emociones.
- Dimensión comportamental por medio del desarrollo de habilidades que permitan afrontar de forma competente las situaciones.
- Dimensión cognitiva, que facilite una mayor comprensión del proceso de convivencia familiar.

El objetivo general del programa es la aplicación de videos educativos para fortalecer el buen trato entre madres de familia monoparentales y niñ@s de 6 a los 12 años.

Como objetivos específicos se proponen los siguientes:

- Promover vínculos afectivos, estables y sanos entre madres e hijos, que permitan establecer una plataforma segura para el desarrollo de la autonomía en función de las características y las necesidades evolutivas de esta etapa de la vida.
- Fomentar unas relaciones educativas en la familia en las que se adquieran normas y valores para guiar flexiblemente el comportamiento de los hijos.
- Desarrollar un clima de comunicación (videos educativos) en la familia basado en la accesibilidad psicológica de las madres, la escucha activa del punto de vista de los hijos y el debate argumentado de las opiniones sobre el mundo social que les rodea.

- Promover la organización familiar basada en la corresponsabilidad, la igualdad de géneros, y el buen trato.
- Fomentar la autoeficacia en las madres y en los hijos en el uso de estrategias adecuadas para desarrollo de los hijos y de las tareas familiares con el fin de propiciar una percepción optimista y satisfactoria de la vida en familia.

5.2. MATERIALES DEL PROGRAMA:

El programa dispone de un conjunto de materiales y recursos para facilitar su aplicación y evaluación:

- Sesiones
- DVD. Recursos audiovisuales.
- Libro de trabajo para las madres
- Libro de trabajo para los hijos.

5.2.1. SESIONES:

Se aplica con personal dinámico, contiene un primer apartado con los antecedentes y la justificación del programa, una fundamentación teórica y una descripción de las características del programa y del proceso de evaluación.

Y un segundo apartado son las cuatro sesiones:

- Sesión 1.
Título: Nos conocemos.

- Tema 1. Mostramos afecto en la familia.
- Tema 2. Educamos a nuestros hijos.

- Sesión 2:

Título: La familia

- Tema 3. Aprendemos a comunicarnos en familia.
- Tema 4. Conectamos con la escuela.

- Sesión 3:

Título: Retos

- Tema 5. Disfrutamos juntos en familia.
- Tema 6. Afrontamos los retos cotidianos.

- Sesión 4:

- Tema 7. Recordando lo aprendido.

En cada uno de las sesiones y temas existen:

- Tres apartados, uno para las madres, otro para los hijos y otro para la familia.
- Cada uno de estos apartados tiene dos sesiones de una hora de duración.
- En cada sesión, de una forma pormenorizada y estructurada, se facilitan los objetivos, contenidos y estrategias adecuadas para desarrollar las actividades.

5.2.2. VIDEOS EDUCATIVOS

Los videos educativos son elementos fundamentales en el programa. La necesidad de utilizar estrategias dinámicas y participativas requiere de materiales de apoyo como:

5.2.2.1. Vídeos de testimonios y de representación.

Se realizarán dos tipos de vídeos. Los denominados vídeos de testimonios y los vídeos de representación. En los vídeos de testimonios se entrevistará a familias con sus hijos para conocer sus puntos de vista y sus experiencias sobre sus prácticas educativas y la utilización de las TIC. Los vídeos denominados de representación permiten presentar, -de una forma lo más comprensible posible- situaciones que se pueden dar en el buen trato y convivencia familiar.

5.2.2.2. Historias animadas:

Las historias animadas se utilizan como recurso didáctico para exponer casos o situaciones de una forma atractiva y comprensible por medio de dibujos animados.

- Viñetas, juegos de mesa y tarjetas.

Las viñetas nos permitirán presentar, por medio de dibujos, casos y situaciones. Los juegos de mesa y las tarjetas se han diseñado para facilitar la participación por medio de actividades compartidas.

- Fichas de trabajo.

En cada una de las actividades de cada sesión se elaborarán fichas con las preguntas que deben comentar los participantes o con la descripción de los casos que les permita una mejor comprensión de la situación.

5.2.3. DESARROLLO DE LAS SESIONES:

El programa está diseñado para su aplicación grupal, puesto que su objetivo es ofrecer a los participantes la oportunidad de:

- Compartir vivencias, buen trato, satisfacciones, dudas, etc.
- Sentirse parte de un colectivo, con los mismos intereses, deseos, necesidades y expectativas.
- Analizar las propias actitudes y contrastarlas con las de otras personas en la misma situación.
- Conseguir una visión más amplia y sensibilizada hacia determinados aspectos de la convivencia familiar.
- Comprender las diferentes perspectivas de todos los implicados.
- Reflexionar sobre las propias reacciones ante nuevas situaciones.

Las sesiones están estructuradas para que se puedan desarrollar con el orden en que se presentan, aunque también se pueden estructurar según las necesidades de las participantes. Cada uno de los temas permite una flexibilidad en cuanto a los contenidos, así como en la elección de determinadas situaciones o casos, según las características del grupo, así como, en la temporalización. Por ello, aunque en cada actividad se indica un tiempo aproximado de duración, se indica sólo a título orientativo, ya que tienen que ser las personas dinamizadoras las que, en función de las necesidades del grupo, profundicen con mayor o menor detalle en cada tema.

5.2.3.1. Composición de los grupos:

El programa está diseñado para que sea llevado a cabo de una forma grupal. El número de participantes puede oscilar entre 8 y 16. Existirán tres grupos: el grupo de progenitoras, el grupo de hijos y el grupo de familias (este último es la suma de los dos grupos anteriores).

En el grupo de madres se promueven los vínculos afectivos, se fomentan el buen trato y las relaciones educativas, se desarrollan las habilidades de comunicación y de organización familiar, la corresponsabilidad, el apoyo escolar y el fortalecimiento de las habilidades para afrontar las situaciones de conflicto.

En el grupo de niños se promueven fundamentalmente el buen trato, las habilidades sociales y su relación con el entorno familiar, escolar y social. Se fomentan asimismo las habilidades y las actitudes para facilitar la creación de un clima de afecto, comunicación y corresponsabilidad.

El trabajo conjunto con la familia nos permite llevar a la práctica lo aprendido en las sesiones grupales, que se intentan implementar por medio de las estrategias adecuadas (medios audiovisuales, juegos, actividades recreativas, acciones divertidas, etc.).

5.2.3.2. Preparación de la sesión:

Las personas responsables de este programa deben saber que disponen de sesiones, junto a un tema de refuerzo, que se aplicará al cabo de cuatro meses. Cada tema presenta un manual orientativo de cómo desarrollar cada sesión. Los pasos a seguir son:

- Escoger el tema que se va a trabajar.
- Preparar las sesiones conjuntamente con la otra persona responsable.
- Leer el tema detenidamente para saber cuáles son las actividades a desarrollar y tener presente el objetivo que se pretende con cada una de ellas.
- Seleccionar el material y los recursos que se necesitan para desarrollar la sesión.
- Imprimir las fichas de trabajo que sean necesarias para desarrollar en la sesión.
- Una vez realizadas estas tareas, las personas responsables estarán preparadas para desarrollar con éxito la sesión.

5.2.3.3. Preparación del grupo de participantes

Para organizar un grupo, conseguir la asistencia de las participantes y, sobre todo, su implicación es importante tener en cuenta algunas premisas:

- Adecuación del horario. Tener en cuenta la disponibilidad de las participantes para establecer los horarios y los días de las sesiones.
- Composición del grupo. Es aconsejable que el número de miembros de cada grupo sea de 8 a 16 personas.
- Informar y motivar a las participantes sobre los beneficios que les puede reportar.
- Crear espacios y momentos acogedores.

5.2.3.4. Planificación de una sesión:

Durante la primera hora se realizarán paralelamente la sesión para las progenitoras y la sesión para los hijos. Es necesario contar con dos personas responsables para realizar las dos sesiones por separado.

Después habrá un pequeño descanso, durante el cual se ofrecerá, si es posible, un pequeño refrigerio.

En la segunda hora se llevará a cabo la sesión conjuntamente con ambos grupos. Esta sesión estará coordinada por las dos personas dinamizadoras.

En la planificación se debe tener en cuenta:

- Disponer de los materiales necesarios para realizar las actividades preparadas para cada sesión.
- Organizar las actividades para que cada miembro del grupo pueda expresarse y participar.
- Prever una pausa o descanso. Al final de la sesión las progenitoras y de la sesión con los hijos, y antes de empezar la sesión conjunta de la familia, se debe hacer una pausa o descanso. Durante este descanso se pueden ofrecer unas bebidas y pastas para facilitar la creación de un clima acogedor y propiciar la relación entre los miembros del grupo y las personas responsables.
- Tener presente que el lugar donde se vayan a llevar a cabo las sesiones ha de ser confortable y acogedor, sin interferencias acústicas externas y con buena iluminación. Se deben disponer de dos salas para llevar a cabo el programa, ya que las sesiones de padres y de hijos se realizan paralelamente. Una de estas salas tiene que ser lo suficientemente amplia para poder llevar a cabo la sesión conjunta. En el caso de no disponer de una sala apropiada, se puede distribuir el conjunto de participantes en dos grupos de familias, cada uno de ellos bajo la responsabilidad de una persona.

5.2.3.5. Proceso de una sesión:

- Al inicio de cada sesión se dará la bienvenida a las participantes, las personas responsables se presentarán al grupo y recordarán la importancia de iniciar y acabar cada sesión de manera puntual, para así aprovechar al máximo el tiempo disponible.
- En la bienvenida se preguntará si queda alguna duda de la sesión anterior.
- Es importante que se informe de que todo lo que se trate dentro del grupo pertenece al grupo y está sujeto a las normas de ética profesional y de confidencialidad.
- La relación que ha de establecerse entre las personas responsables y los participantes debe ser de colaboración y cooperación, y no la de profesor y alumnado, ya que de esta forma los participantes recibirán mejor la ayuda que se les quiere ofrecer, a la vez que comprobarán que sus experiencias personales también son relevantes para el buen funcionamiento de la sesión.
- Tras la presentación, se pasará a exponer los objetivos de la sesión. Asimismo se animará a las participantes a que intervengan realizando preguntas y expresando sus dudas con respecto a lo que se está tratando.
- Al finalizar cada actividad, se debe hacer una pequeña conclusión para destacar lo más importante de la misma. (Esta conclusión no debe superar los 30 segundos).
- Es importante enlazar una actividad con otra para promover el sentimiento de globalidad de la sesión.
- Cuando se termina la sesión, se realiza un “recuerda” que sintetiza las ideas clave que queremos remarcar entre las participantes.
- Al final de cada sesión, se efectuará una evaluación

5.3. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE DINAMIZACIÓN

Los contenidos del programa están estructurados en objetivos, con sus actividades y estrategias. El conjunto de técnicas y estrategias ha sido seleccionado para la aplicación de los contenidos de forma grupal. La selección se lleva a cabo teniendo en cuenta, por una parte, la eficacia demostrada en el terreno de la formación (Amorós, Jiménez, Molina, Pastor, Cirera, Martín, Fuentes-Peláez y otros, 2005) y, por otra, su adecuación a los contenidos por los que se ha optado en el programa.

Todas las técnicas seleccionadas permiten trabajar de un modo sistemático y estructurado contenidos referidos a conocimientos, emociones, vivencias, habilidades, actitudes, etc., y suponen dar a los participantes la oportunidad de analizar, reflexionar y compartir esos aspectos con los demás (Amorós, Fuentes-Peláez, Mateos, Molina, Pastor, Pujol, Violant y otros, 2009). Por otra parte, las técnicas que aquí se analizan por separado se utilizarán de forma integrada a lo largo de una determinada sesión de formación; en cada una de las sesiones pueden utilizarse varias técnicas distintas.

Las técnicas utilizadas son las siguientes:

- **La exposición oral**

La exposición oral puede definirse como la presentación oral de información de manera estructurada y sistemática. Es una estrategia adecuada cuando se observa falta de conocimientos básicos que se consideran importantes. Por su carácter más pasivo para los participantes, conviene tener la precaución de no abusar de exposiciones orales.

- **Ejercicios escritos**

Las actividades de papel y lápiz permiten guardar el resultado de un ejercicio o de una reflexión, lo que facilita su recuerdo y facilita compartir con el grupo grande el contenido de una discusión en un grupo pequeño. También permiten comparar respuestas dadas en distintos momentos. Por otra parte, al coordinador le puede ser de utilidad conservar estos escritos para evaluar al grupo. De todas formas, debe tenerse en cuenta que pedir demasiadas cosas por escrito puede entorpecer la marcha del grupo.

- **Diálogos simultáneos**

Consiste en la organización del grupo en parejas para la discusión, el debate o el estudio de un tema o asunto propuesto por el coordinador o surgido en el grupo.

SE PRETENDE:

- Favorecer la participación de todos los miembros del grupo.
- Facilitar la recogida y la transmisión rápida de la información.
- Facilitar la consecución rápida de acuerdos en la solución de un problema.

5.3.1. DESARROLLO DE LA TÉCNICA:

- Señalar el objetivo de las discusiones y asegurarse de que todo está claro para las participantes. Se debe repetir varias veces la pregunta o tema de discusión y constatar que ha sido entendido por las participantes, animando a que se plantee cualquier duda antes de empezar los diálogos.
- Limitar el tiempo que se va a dedicar a los diálogos.

- Recoger las informaciones de las distintas parejas y efectuar la síntesis final.
- Para la puesta en común, hay que asegurarse de que se da tiempo suficiente para recapitular lo discutido. Hay que evitar dar a una pareja un protagonismo excesivo, ya que el resto podría sentirse incómodo.
- Es importante que en la síntesis final se resuma todo lo aportado por las parejas, sin perder de vista cuál era el objetivo de la discusión y sacando conclusiones útiles.

- Lluvia de ideas

El grupo tiene que producir y exponer el mayor número posible de ideas y ocurrencias, de manera informal y libre, en torno a un tema o problema planteado. Es una técnica para provocar rápida y creativamente ideas o soluciones a un problema, en un marco desenfadado.

5.3.2. DESARROLLO DE LA TÉCNICA

- 1ª fase: Presentación: Se ha de determinar claramente el problema y objetivos a conseguir: expresar en frases o palabras cortas y concretas todas las ideas que el problema sugiere, con total libertad y tal y como van acudiendo a la mente. — Acto seguido se nombrará a una secretaria, que anotará las ideas y controlará el tiempo.

- 2ª fase: Desarrollo: A continuación, se dará paso a la exposición de ideas, aclarando previamente que debe eliminarse, de sí mismo y con respecto al grupo, toda actitud crítica que pueda conducir a seleccionar las ideas propias o ajenas. La crítica y autocrítica están prohibidas. Es posible emplear la asociación de ideas, es decir, que

no sólo sirven las ideas propias, sino que es posible utilizar las ajenas para combinarlas, relacionarlas o transformarlas en nuevas ideas.

5.3.3. ORIENTACIONES:

- Conseguir que las participantes reflexionen e interactúen durante la discusión, para lo cual se debe ser, sobre todo, facilitador.
- Escuchar atentamente todo lo que dicen los participantes, con el fin de poder analizar cuidadosamente todo lo que ocurre en el grupo.
- Participar, durante el desarrollo de la técnica, aclarando o animando, pero sin imponer su opinión y aceptando íntegramente las opiniones de las demás.
- Estimular suficientemente a las participantes para que éstas preparen adecuadamente los casos. Si esto no ocurriera, la técnica podría fracasar por falta de participación.

CAPITULO VI PROPUESTA

6. TALLERES

En una primera instancia se mandó la solicitud de ejecución de proyecto a nombre de la directora de la institución haciendo la propuesta, la cual dio el visto bueno para proceder con El proyecto campaña comunicacional para fortalecer el buen trato entre hijos/as y madres monoparentales a través de videos educativos en la Institución Unbound de la ciudad de El Alto en el segundo trimestre de 2018, se organizaron talleres que se llevaron a cabo; los meses junio, julio, agosto, septiembre.

6.1. TALLERES – MADRES DE FAMILIA

El proyecto campaña comunicacional para fortalecer el buen trato entre hijos/as y madres monoparentales a través de videos educativos en la Institución Unbound de la ciudad de El Alto en el segundo trimestre de 2018, organizamos talleres que se llevaron a cabo; los meses junio, julio, agosto, septiembre.

6.1.1. PRIMER TALLER

TÍTULO: NOS CONOCEMOS.

TEMA 1. Mostramos afecto en la familia.

Las madres serian informadas mediante videos audiovisuales, donde primero se les dio una breve información de lo que veríamos, el primer video que les mostramos trataba de la importancia de la unión en la familia, donde el diálogo es una pieza fundamental para poder tener un buen trato.

TEMA 2. Educamos a nuestros hijos.

De igual manera se proyectó un video audiovisual donde el control materno ayuda a los hijos a orientar su comportamiento, que es importante aplicarlo de manera eficaz, flexible, consistente y coherente. Donde ellas forman el presente y el futuro de sus hijos e hijas.

Como primer taller las madres se encontraban susceptibles y no existía ese diálogo, casi no preguntaban, tal vez por el miedo de no saber, sobre qué importante es el diálogo en la familia.

Al terminar de proyectar el video se preguntó qué es lo que habían entendido, que rescataban, lo bueno y lo malo y si habían visto algo parecido en su entorno familiar, social, la participación fue ausente. Y se les entendió por ser el primer taller y su falta de conocimiento sobre el tema, lo bueno fue que se comprometieron a participar más para el siguiente taller.

6.2. OBJETIVOS

6.2.1. OBJETIVO GENERAL

Presentar videos audiovisuales sobre los temas presentados.

6.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Presentar temas que nos dirijan al buen trato.
- Capacitar a las madres para una mejor comunicación.
- Intercambiar ideas sobre lo aprendido, fortaleciendo ambas maneras de pensar.

6.2.3. SEGUNDO TALLER

TÍTULO: LA FAMILIA.

TEMA 3. Aprendemos a comunicarnos en familia.

En este taller, el tema principal fue la comunicación como herramienta para la resolución de conflictos familiares, se hizo la introducción con la proyección de un video educativo en el cual se mostraba la desobediencia de un hijo hacia su madre, y como reaccionaba tras el hecho ocurrido.

Después de la proyección del video se hizo un sondeo para saber la reacción que cada madre hubiese tenido en este caso, de 17 madres consultadas 14 admitían no haber solucionado sus conflictos hablando con sus hijos y solo 3 dijeron que si lo hacían.

Con mucha timidez algunas madres admitían haber reaccionado de mala manera más de una vez e indicaron que para un cambio también los hijos deberían ser parte, no solo ellas.

TEMA 4. Conectamos con la escuela.

Les preguntamos si conocían el entorno educativo que rodea a sus hijos, por ejemplo, si tienen mejores amigos, que les gusta hacer, que deporte, y si alguna vez obligaron a sus hijos a hacer algo que no les gusta o que lo hicieran porque ellas no pudieron hacerlo.

6.2.4. TERCER TALLER

TÍTULO: RETOS.

TEMA 5. Disfrutamos juntos en familia.

En el tercer taller empezamos con el refrigerio respectivo, por el tema que llevaríamos a cabo **disfrutamos juntos en familia**, cada mamá se sentó al lado de su hijo, lo hicimos para ver si existía ese lazo madre e hijo, si en ese corto tiempo que merendaban existía el buen trato y si habían aprendido

sobre lo avanzado. Al terminar el refrigerio separamos los grupos para empezar con el taller.

Pero antes de proyectar el video se les pregunto si ese día habían practicado el buen trato en el transcurso de la mañana, satisfactoriamente la mayoría de las mamás participaron; una dijo que al despertar su hijo por la mañana le había contado que se soñó que era un superhéroe y que generalmente no lo hacía, otra mamá comento que al ir colegio para recoger a su hija, le presento a su mejor amiga, y le pregunto que hizo en el transcurso de la mañana.

TEMA 6. Afrontamos los retos cotidianos.

En el segundo tema a tratar no solo les hablamos de que debe existir el buen trato, como también lleva la contraparte. Cómo reaccionan al afrontar los problemas.

Se proyectó un video, donde el niño desde temprano no colaboraba con el trabajo que realizaba mamá y se comportaba de manera inadecuada.

6.2.5. CIERRE DE TALLER

Recordando lo aprendido.

En el último taller se unieron los dos grupos para recordar lo aprendido se volvieron a proyectar los videos, pero esta vez cada mamá estaba al lado de su hija e hijo. Se les hizo un presente por colaborar y dejar que ellos aprendieran de nosotros y nosotros de ellos, se les entrego unas poleras con el logotipo creado especialmente para el proyecto.

Esta vez participaron las madres e hijos cuando se repetía el video, y tenían claro que era el buen trato, que ya lo ponían en práctica y los principales testigos fueron sus hijos, las madres y la Licenciada encargada de la

Institución, que no les dejaron mentir. Repartimos el refrigerio correspondiente y al consumirlo las madres contaban sus nuevas experiencias al incluir el buen trato, de igual manera los niños. Se realizó la última dinámica donde hicimos un cartel a mano con los pasos a seguir para el buen trato, donde todos participamos madres, hijos, como despedida al proyecto.

6.2.6. TALLERES – CON NIÑO@S

El proyecto nominado; comunicacional para fortalecer el buen trato entre hijos/as y madres monoparentales a través de videos educativos en la Institución Unbound de la ciudad de el alto en el segundo trimestre de 2018, organizamos talleres que se llevaron a cabo; los meses junio, julio, agosto, septiembre. Como indica en el proyecto, mi compañera trabajo con las madres, y mi persona trabajo con los niños. La dinámica que se realizó fue elaborada especialmente para los niños, quienes son personajes principales de los talleres.

PRIMER TALLER

TITULO: NOS CONOCEMOS.

TEMA 1. Mostramos afecto en la familia.

Antes de empezar con el video, se hizo una introducción del buen trato, y si existía en sus hogares o entrono que les rodea y si habían escuchado alguna vez. La mayoría de ellos no conocía sobre el tema, unos preguntaban de que trataba y si era importante.

Estaban muy emocionados porque les dije que aprenderíamos mediante videos sobre el buen trato, cuando empezamos a ver el video, los niños pusieron toda su atención. Cuando termino les pregunte nuevamente, si

sabían que era el buen trato, y satisfactoriamente todos querían responder. La mayoría decían que en casa no había el buen trato, pero que les gustaría aprender sobre ello.

TEMA 2. Educamos a nuestros hijos.

Al referirnos a este tema, hablamos con los niños y les pregunté, si en casa los educaban con el buen trato, y la mayoría dijo eso lo aprendían en la escuela. Pero que les gustaría saber más, ya que en la escuela les decían lo necesario.

SEGUNDO TALLER

TÍTULO: LA FAMILIA.

TEMA 3. Aprendemos a comunicarnos en familia.

En el segundo taller, los niños habían investigado sobre el buen trato, así que sin perder más tiempo se proyectó el video, donde ellos se sintieron identificados por el actuar del niño en el video, tal vez porque como todo infante se dejó llevar por el momento y terminó desobedeciendo a la madre. Dijeron que ellos también pasaron algo similar, pero que sus mamás no reaccionaron de la misma manera, que en la mayoría de los casos los habían castigado y como se dice en lenguaje popular, les dieron con el “kinsacharani”. Entonces llegamos a una respuesta parecida ambos, que no existía diálogo, comunicación, esa paciencia que ellos necesitaban. Por parte de las madres.

TEMA 4. Conectamos con la escuela.

En este tema a tratar se les dio a conocer sus derechos, pero la mayoría sabía a qué tienen derecho y también sabían de sus obligaciones, así que pudimos intercambiar diferentes maneras de pensar que teníamos.

TERCER TALLER

TÍTULO: RETOS.

TEMA 5. Disfrutamos juntos en familia.

En este taller se les pregunto si recibían esa confianza ese cariño por parte de las mamás, si ellas les preguntaban cómo se sentían, si solo en sus cumpleaños recibían un abrazo, un te quiero, un te amo, si les daban el tiempo necesario para conversar, para acercarse a ellos.

Fue incomodo atravesar ese momento, unos y otros se miraban y se sintieron incomodos, ya que los afectos de cariño que llegan a ser parte del buen trato, solo llegaban en fechas especiales o cuando las madres se sentían culpables de haberlos castigado.

TEMA 6. Afrontamos los retos cotidianos.

Como indica el tema, se les dio a entender que todos somos seres humanos y que cometemos errores, y que nos equivocamos. También se les pregunto si en casa existía empatía en estos casos. Pero dijeron que a las mamás les gustaba recibir buenas noticias, pero no malas.

6.2.7. CIERRE DE TALLER

Recordando lo aprendido.

En el último taller se unieron los dos grupos para recordar lo aprendido se volvieron a proyectar los videos, pero esta vez cada mamá estaba al lado de su hija e hijo. Se les hizo un presente por colaborar y dejar que ellos aprendieran de nosotros y nosotros de ellos, se les entrego unas poleras con el logotipo creado especialmente para el proyecto.

Esta vez participaron las madres e hijos cuando se repetía el video, y tenían claro que era el buen trato, que ya lo ponían en práctica y los principales testigos fueron sus hijos, las madres y la Licenciada encargada de la

Institución, que no les dejaron mentir. Repartimos el refrigerio correspondiente y al consumirlo las madres contaban sus nuevas experiencias al incluir el buen trato, de igual manera los niños. Se realizó la última dinámica donde hicimos un cartel a mano con los pasos a seguir para el buen trato, donde todos participamos madres, hijos, como despedida al proyecto.

6.2.8. RECURSOS ADICIONALES

Para este proyecto en particular se realizó un logotipo propio que representa a madres e hijos, quienes son los principales protagonistas, queríamos que se sintieran identificados con esta imagen de la mano de una madre conjugada con la mano pequeña del hijo(a), que llega a ser la representación gráfica de una marca, compuesta por letras. El cual fue aprobado en un sondeo realizado a un grupo focal de madres, las cuales se sintieron identificadas con este logotipo.

Por otro lado, se compartió un refrigerio en cada uno de los talleres para tener un momento de convivencia y generar confianza para poder conversar e intercambiar experiencias con confianza.

Se pasaron cursos de Serigrafía, para desarrollar souvenirs como poleras y tazas con el logo identificativo de la campaña y que se quede como un recordatorio para aplicar en lo cotidiano todo lo aprendido.

Fue necesario también aprender diseño gráfico para en principio elaborar los videos, el logo identificativo, además de impresos con imágenes de apoyo para mejor comprensión de todo lo expuesto.

Los videos expuestos durante los talleres fueron extraídos de la web, ya que consideramos que, si se tienen los recursos a disposición, deberían ser aprovechados de la mejor manera. Los videos son:

- <https://www.facebook.com/lpz.bo/videos/1976162242695600/>
- <https://www.facebook.com/luis.f.salgado.12/videos/10155596074122828/>
- <https://www.facebook.com/624115257966014/videos/634717316905808/>
- <https://youtu.be/yGDzxD723Y4>

6.2.9. INFORME FINAL

Como estudiantes egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés y postulantes a la modalidad de titulación de Proyecto de Grado con el tema: CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA FORTALECER EL BUEN TRATO ENTRE HIJOS/AS Y MADRES MONOPARENTALES A TRAVES DE VIDEOS EDUCATIVOS EN EL CENTRO UNBOUND DE LA CIUDAD DE EL ALTO EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2018, presentamos el presente informe cuya realización fue acordada con la institución a través de una solicitud aprobada por el directorio encargado en esta gestión.

Haber llevado a buen término los talleres ejecutados constituye para nuestro proyecto un gran logro y satisfacción, ya que a un mes de haber finalizado pudimos percibir el aprendizaje y la puesta en práctica de lo conversado durante los talleres por parte de las madre e hijos/as.

Se realizo una evaluación-reencuentro donde se tuvo una excelente participación a diferencia de los primeros talleres donde los participantes expusieron sus diferentes experiencias, intercambio de ideas y vivencias que les dejo los temas que se expusieron.

Positivamente contaron como pusieron en práctica todo aquello de lo que se habló y les ayudo a poder solucionar todos los conflictos que se presentaron en sus familias, diferentes experiencias desde diferentes puntos de vista, rescatando positivamente la asimilación y la misión del proyecto.

BIBLIOGRAFIA

- CHIAVENATO, Adalberto. "Administración de Recursos Humanos". 2004
- *CEBRIÁN Herreros* Mariano. "Los medios audiovisuales en el ámbito educativo" en *Comunicación Social*. Madrid - España. 2008
- DANKHE. G. Metodología de la investigación. Bogotá: USTA. 2005
- DÍAZ Gainza José "La Comunicación y la educación", Editorial CIMA. La Paz – Bolivia. 2012.
- ENDER. R. Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales Tercera edición. Universidad Autónoma de Chihuahua, México. 2006
- GREBE López, Ronald y otros. (SF). *Uso de los medios audiovisuales*. Revista Boliviana de Comunicación. Universidad Evangélica Boliviana. 2004
- GRUPO EDITORIAL OCÉANO. "Practica de administración y ventas". Tomo III Personal y asesoramiento externo. 2006.
- GUARDIA Crespo Marcelo "La Educación y Comunicación en Bolivia". 2016.
- HAROLD Krelstein, *Comunicación y la radio musical*. Madrid. 2004

- HERNÁNDEZ Sampieri y otros. *Metodología de la investigación*. Primera edición. McGraw Hill. México. 2007
- MARTÍ Algarra Manuel. *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Tecnos, Madrid, *La Investigación sobre comunicación*. 2003
- MEJÍA Raúl. *Metodología de la investigación en ciencias sociales*. Corporación Unificada Nacional de Escuela de Posgrados de Policía Educación Superior (CUN), Colombia. 2008
- MESA Rosiris. *Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC)*. Buenos Aires: Paidós. 2006
- MESA. Ali. *Los medios audiovisuales en el ámbito educativo*. Madrid, MEC/Ediciones Morata, 2006
- McQuail, Denis. *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Paidós; España, (2003).
- MÜNCH, Lourdes; Ángeles, Ernesto. "Métodos y técnicas de investigación", Ed. Trillas. México, 2000
- P. IRIARTE, Gregorio. O.M.I., ORSINI P. Marta. *La Comunicación*, 2005.
- OROZCO Gómez Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A. C. 2005.

- QUEZADA, Ma. Isabel *Notas prácticas para la investigación en la comunicación*. Textos de docencia universitaria, Universidad Diego Portales, Chile. 1997
- SCHELEMENSON, Aldo. "Organizar y conducir una escuela". Bogotá: McGraw-Hill. 2004.
- TAYLOR, S.J. y Bogdán, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós, Buenos Aires. 1994.

ANEXOS

Encuesta para la mamá

Edad:

Sexo:

a). Masculino

b). Femenino.

1. ¿Usted cree que hoy en día las relaciones son normales con los hijos?

a. SI

b. NO

c. Posiblemente

2. ¿Es necesario poder fortalecer la interrelación entre madres e hijos?

a. SI

b. NO

c. Posiblemente

3. Considera que se podría fortalecer la relación entre madres e hijos mediante:

a. Dialogo constante con los hijos

b. Una relación abierta y de comunicación fluida

c. Conversar abiertamente con los hijos

d. Con apoyo de las instituciones

4. ¿Será importante el desarrollo de talleres o programas que le permitan mejorar la interrelación entre madres e hijos?

a. SI

b. NO

c. Posiblemente

5. ¿Es importante abordar temas concernientes a formas de comunicación con sus hijos?

- a. SI
- b. NO
- c. Posiblemente

6. ¿Considera que es muy importante abordar temas que le permitan mejorar el afecto en la familia?

- a. SI
- b. NO
- c. Posiblemente

7. ¿Es importante abordar temas que permitan mejorar la educación de sus hijos?

- d. SI
- e. NO
- f. Posiblemente

8. ¿En la actualidad es importante tratar temas como mejorar nuestra comunicación en nuestra familia?

- g. SI
- h. NO
- i. Posiblemente

9. ¿Es importante tratar temas de como disfrutar en familia?

- a. SI
- b. NO
- c. Posiblemente

10. ¿Según su criterio, en la actualidad es importante tratar de cómo afrontar retos en la familia?

j. SI

k. NO

l. Posiblemente

Gracias

Encuesta para los niños

Edad:

Sexo:

a). Masculino

b). Femenino.

1.- Recibo ayuda, apoyo y confianza.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

2.- Comparto el tiempo necesario con mi familia.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

3.- Tu mamá te castiga con frecuencia.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

4.- Existe dialogo constante con tu mamá.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

5.- Cada cuanto recibo un TE AMO o un TE QUIERO de mamá.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

6.- Tu mamá respeta tus decisiones y actos.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

7.- Recibes afecto y buen trato de mamá.

a.- Si

b.- No

c.- Nunca

d.- Algunas veces

Gracias ...

REGISTRO FOTOGRÁFICO: PRIMER TALLER







REGISTRO FOTOGRÁFICO: SEGUNDO TALLER









REGISTRO FOTOGRÁFICO: TERCER TALLER







REGISTRO FOTOGRÁFICO: CLAUSURA DE LOS TALLERES













