

## LA COMUNICACIÓN EN PROCESOS FORMATIVOS COMO ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO CULTURAL EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

Antonio Rafael Ortiz Calas.

Licenciado en Estudios socioculturales, Máster en Desarrollo Comunitario, profesor asistente en la Dirección de Atención a Estudiantes Extranjeros de la Universidad de Camagüey. Ignacio Agramonte Loynaz. Cuba. antonio.ortiz@reduc.edu.cu. <https://orcid.org/0000-0001-9768-6261>

Martha Eda Serrano Rosaut.

Licenciada en Defectología, Máster en Ciencias de la Educación, profesor asistente en la Dirección de Atención a Estudiantes Extranjeros de la Universidad de Camagüey. Ignacio Agramonte Loynaz. Cuba. martha.serrano@reduc.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0002-6268-7149>

Dayana Figueredo Stewart.

Licenciada en Estudios socioculturales, profesor instructor en la Dirección de Atención a Estudiantes Extranjeros de la Universidad de Camagüey. Ignacio Agramonte Loynaz. Cuba. dayana.figueredo@reduc.edu.cu, <https://orcid.org/0000-0001-7685-9952>

### Resumen

En el presente artículo se trabajan diferentes puntos de vista desde la comunicación social con el objetivo de contribuir al desarrollo cultural de los estudiantes universitarios de la UC a través de los procesos formativos y mediante la aplicación de una estrategia comunicativa eficaz para lograr las metas trazadas. Las temáticas presentadas responden a aspectos especialmente perceptivos e importantes de la realidad de nuestras comunidades universitarias en torno a su autorregulación. De ahí que se abordan aspectos tales como: La estrategia de comunicación que se deben seguir para obtener resultados exitosos en las transformaciones que se pretende en la comunidad universitaria, a través del modelo de Mario Kaplún.

**Palabras clave:** comunicación, estrategia, comunidad universitaria.

### Introducción

Si de desarrollo social se trata no podemos dejar de considerar a este como resultado de múltiples mediaciones complejas donde, sin dudas, no puede dejar de estar presente la que pudiéramos identificar como cultural.

A diferencia de los fenómenos naturales, la cultura no puede existir sólo como una cosa objetiva, sino que va ligada al hombre, y en especial a su actividad, a su actividad comunicativa. Por eso la cultura va siempre relacionada con el sujeto de la actividad y, como producto de la actividad del hombre, se produce y reproduce constantemente. El contenido de la cultura es un contenido "humano". La cultura es algo vivo que, para permanecer, debe reproducirse, expresarse y además propagarse. En la sociedad hay un constante proceso tanto de internalización como también de creación y reproducción de la cultura. La cultura, frecuentemente identificada por algunos como lo que distingue a lo humano, siempre es un sistema dinámico de relaciones sociales y sus resultados, concretados mediante los contactos ocasionales o sistemáticos entre pueblos, grupos humanos e individuos distintos que, en la medida que se sistematizan y se asumen, se justifican en la praxis de los grupos implicados y por ello, en la medida que se conservan y se transmiten de generación en generación, se hacen "culturales".

La misma resulta presente en cada acción colectiva y coherente de los diversos sujetos sociales, y por tanto, además de lo anterior, o la instrucción o el disfrute de los saberes institucionalizados, incluye innegablemente otros componentes tan importantes como la recreación, el deporte, el uso del tiempo libre, etc.

La acción que se realice, por "moderada" que sea, se desplegará con recursos calificables ellos mismos como culturales y se dirigirá a actuar, modificar o consolidar concepciones, características y actitudes que siempre forman parte de un sistema cultural dado.

Lo anterior es especialmente importante cuando se trata de abordar lo social en contextos concretos, como sucede en el desarrollo de una localidad o en el marco de la comunidad universitaria.

La comunidad es siempre un grupo humano complejo que de alguna manera comparte, con diverso condicionamiento, la participación en torno a tareas comunes, establece determinadas

relaciones de cooperación y propicia determinado grado de implicación de las personas que integran dicho grupo. Es por ello que podemos afirmar que una comunidad es, ante todo, un grupo que comparte y construye colectivamente y de manera ininterrumpida una praxis cultural que lo identifica.

La historia de la Universidad en el mundo ha estado siempre ligada al concepto de comunidad: *la comunidad universitaria*, en la que invariablemente están presentes alumnos y profesores reunidos para poner en práctica el proceso en el que tienen lugar la enseñanza y el aprendizaje. Estos espacios de encuentros intersubjetivos, en los que a través del diálogo se invita al razonamiento, las interrogaciones, la contemplación o la reflexión, implican una transformación intelectual constante que marcan las diferencias respecto a otros grupos o comunidades de seres humanos.

Especial atención habría que prestar al estudio de las figuras encargadas de sostener, conservar y transmitir el discurso cultural propio de la comunidad universitaria. En este repartimiento de roles tradicionales, la conservación y transmisión de los “saberes” atesorados por cada sistema cultural, queda en manos diversas. Tales actores presentes en la comunidad universitaria podríamos denominarlos gestores.

Preferimos usar el término gestor en su sentido de quien produce la gestación de algo y no, como lamentablemente algunos lo usan, como el que hace cierta gestión. Este gestor no es necesariamente un líder por cuanto este último término se usa para identificar a personas que asumen roles dirigentes en determinados grupos y estructuras sociales. El verdadero gestor es ante todo promotor, facilitador, motivador de acciones y procesos formativos colectivos. Su capacidad es sociocultural y educativa en la medida en que su actuar en un entorno social determinado genera acciones y por tanto criterios, concepciones y saberes colectivos diversos que se materializan en contextos culturales, deportivos, recreativos, educativos o cualquier otro de significación conformadora de identidad grupal o comunitaria.

Resulta una tarea especialmente importante del colectivo que conduce el proceso de intervención, el lograr una identificación adecuada de los gestores socioculturales presentes e indispensables en su gestión, especialmente los intracomunitarios, que son los que más efectivamente inciden sobre las redes de relaciones internas de la comunidad universitaria y sobre el proceso de conformación de opiniones y puntos de vistas colectivos en la misma. Solo con la participación de estos es posible darle a la intervención el énfasis en el desarrollo comunitario que se pretende.

El trabajo de estos gestores, realizado a nivel individual o logrando formar con ellos grupos de reflexión y especialmente grupos gestores de acciones, resulta ser la vía más efectiva de concientización del proceso transformador por parte de la comunidad universitaria. Las experiencias acumuladas nos indican que siempre nos sorprenderemos de cuanto talento y genialidad tienen los procesos formativos en los individuos y por tanto la comunidad, para asumir los retos de protagonizar su propio desarrollo.

Esto significa que mediante los procesos formativos sobre Animación Sociocultural definida como “un método de intervención territorial que desde la óptica de la cultura facilita la creación de grupos en los que prime la cooperación, la iniciativa, y la solidaridad para lograr hacer más efectivos los proyectos socioculturales de cambio.”, donde los estudiantes universitarios y los habitantes de la comunidad, asuman la búsqueda de soluciones reflexivas, con el propósito de lograr mejores transformaciones y participación social. La participación activa y organizada de la población en los programas culturales, ha avanzado gradualmente; sin embargo, los procesos formativos en algunos grupos no constituyen una acción generalizada y sistemática para potenciar un desarrollo cultural y local.

### **Desarrollo**

No es fortuito que la comunicación se instale cada vez con más fuerza en el debate sobre el desarrollo cubano y en la práctica que, construye progresivamente un nuevo país. Dentro de una nación escasamente conectada, urgida de ajustarse estratégicamente a las demandas de la llamada sociedad red, pareciera abrirse paso la comprensión de que es imposible concebir el desarrollo al margen de la información, la comunicación y la tecnología, como mediaciones transversales.

Nuevos impulsos surgen a la luz de los documentos programáticos del VII Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC) —actualizados en 2018 por la Asamblea Nacional—, donde se abordan estos aspectos en tres sentidos: como bien público y derecho ciudadano, como dimensión del desarrollo, y como recursos estratégicos de dirección del Estado, las instituciones, las empresas y los medios de comunicación (PCC, 2016).

Según Pedroso y Garcés (2018):

El reto está en convertir estos conceptos en acciones que impliquen cambios estructurales y culturales y que, además, aprovechen el potencial del país. Sin embargo, la pugna entre viejos y nuevos enfoques aflora permanentemente en tensiones aún no resueltas, de cuya solución dependen no solo la credibilidad del sistema de comunicación cubano, sino también la posibilidad de articular estrategias de desarrollo que potencien el consenso, la deliberación y la cohesión social. (p. 13).

Orientarse a la transformación social, asumir la comunicación como producción de vínculos y sentidos y como eje transversal del sistema de enseñanza, concebir el diálogo y la participación como esencias en los procesos de aprendizaje y apostar por la construcción del conocimiento de forma grupal y colectiva hace que la propuesta educomunicativa que se pretende argumentar incorpore el adjetivo «popular».

Además de su relación directa con otras propuestas emancipadoras, como la educación y la comunicación popular, estos procesos educomunicativos apuestan por un desarrollo local y social impulsado por los sujetos populares que alcanzan determinado sentido crítico sobre sus prácticas y las transforman desde abajo. Por eso se apuesta, no por una educomunicación incentivada primordialmente por el desarrollo de competencias, sino por una educomunicación popular, entendida por Romero (2020) como el área interdisciplinar que engloba procesos de transformación política, cultural y social que, de forma colectiva, participativa y dialógica, educan en, desde y para la comunicación, desde la concepción y metodología de la educación popular (p. 30).

Cuando se habla de comunicación de masas, generalmente pensamos en los medios masivos, la televisión, la radio, la prensa, pero en este artículo se hace referencia a otra cara de la comunicación: la de los procesos formativos que se dan en espacios más pequeños, como el barrio, la comunidad, consejos populares y circunscripciones.

Estos no son menos complejos que los que se producen a nivel de toda la sociedad, por eso requieren ser estudiados y tratados con inteligencia, dedicación y desde una perspectiva científica.

Desde estos espacios locales donde se desarrollan la cotidianidad es donde comienza el sueño de lograr una sociedad cada vez mejor, cuando hablamos de procesos interculturales, nos estamos refiriendo ineludiblemente a procesos grupales y formativos en los que media la comunicación, puesto que los fenómenos culturales no pueden existir al margen de un grupo humano que le sirve de origen, marco y soporte.

Así, podemos hablar de los alegres parranderos cariocas para referirnos a manifestaciones y particularidades de sus personalidades; de los tradicionales ritos de la Pacha Mama; de las costumbres de los montañeses; de las creencias religiosas de los integrantes de tal o cual etnia; de la sabiduría campesina con relación a la siembra de determinados cultivos y a la fase de la luna conveniente para la tala de árboles. Y en todos estos hechos culturales reales, referidos a un grupo-comunidad, hay acumulados conocimientos, atesorados a partir de la actividad de interrelación humana; hay pautas de conducta; hay ideas y representaciones mentales (las representaciones sociales de que nos hablara Moscovici (1986) surgidas en la misma práctica social; en fin, todos tienen como base una experiencia comunicativa.

El trabajo que en ellos se realiza tiene un peso importante en el triunfo o el fracaso de los proyectos sociales y políticos que se requieren impulsar.

A decir de Viera López. (2013) , para lograr con éxito esta labor es importante el conocimiento real y la participación de la planificación de proyectos encaminados a resolver problemáticas sociales bien planificados, ejecutados y conducidos, aquí la comunicación es un factor vital, saber escuchar, saber responder, saber conducir, saber respetar al otro son premisas indispensables en el trabajo social.

Las configuraciones de comportamientos socialmente aceptados (también llamados patrones

culturales) son realmente ejecutadas en tantas y tan distintas maneras como ejecutores haya. Entendemos por configuración al sistema relativamente estable, de unidades subjetivas persistentes, estructuradas esencialmente por la integración en distintas representaciones cognitivo-afectivas sobre el comportamiento, con relación a ideales, autovaloraciones, conjuntos de objetivos y la capacidad de anticipación devenidos en la historia individual del sujeto.

La comunicación es un proceso permanente, que integra múltiples modos de comportamiento: palabras, gestos, miradas, mímica, manejo del espacio, es un todo integrado del cual no puede aislarse una parte. Permanentemente, los hombres emiten "signos". Las palabras (habladas o escritas), los dibujos, los gestos, son eso: signos, señales. Es a través de ellos cómo se comunican los seres humanos; cómo expresan sus ideas y sus sentimientos. Todo lenguaje tiene su código, es una característica básica de éste. Los lenguajes significan, expresan significados, porque cada uno tiene su código y se ajusta a él.

La significación de un mensaje es preciso buscarla en el contexto del conjunto de modos de comunicación, relacionándolo a su vez con el contexto de interacción. Esto es, la significación depende del contexto cultural. Si son olvidados, se corre el riesgo de que, aun cuando se actúe con la mejor intención, la acción comunicativa podría ser mal interpretada por los interlocutores, lo que colocaría al gestor en situaciones de desventaja a la hora de obtener éxitos en el trabajo con los residentes en una comunidad o zona.

El modo de actuar y el carácter de la conducta de los hombres pueden determinarse con ayuda de la cultura como modelos ya hechos de conducta; pueden afianzarse y transmitirse como herencia de generación a generación. En todas las sociedades, la madre carga al hijo, se prepara la comida, los amigos y conocidos se saludan al verse, se trabaja, se descansa, se celebran fiestas, etc., etc., aunque todo eso se hace de distinta manera, con arreglo a la cultura que cada cual ha asimilado, y con arreglo a la forma personal de sentir esas exigencias culturales.

Podemos entender el término estrategia como una serie de acciones, programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida.

¿Qué tipo de estrategia implementar en esta investigación?

Se habla de dos tipos de estrategia: la persuasiva y la participativa como veremos, el tipo de estrategia que se utiliza está estrechamente en relación con los objetivos que pretendamos lograr y con la concepción que tenemos de comunicación.

En esta investigación se abordará sobre la participativa haciendo un análisis basado en los tres modelos de comunicación de Mario Kaplún, haciendo especial énfasis en el tercero.

Modelos de comunicación, tomados de Mario Kaplún:

1. Énfasis en los contenidos.
2. Énfasis en los efectos.
3. Énfasis en el proceso.

En cuanto al objetivo del primero es: Que el educando aprenda.

El indicador que utilizará el educador en este modelo para evaluar su producto, será siempre: ¿el alumno sabe (la lección, la asignatura) ?, ¿ha aprendido? El resultado es que generalmente no aprende, sino que memoriza, repite y luego se olvida. No asimila, porque no hay asimilación sin participación, sin elaboración personal.

Lo cual este modelo no es compatible con la posible investigación a desarrollar.

En cuanto al segundo, el comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento, cuya función es inducir y persuadir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permita aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles de vida.

Pero este modelo plantea, hay que inculcar las nuevas actitudes sin pasar por la reflexión, por el análisis; sin pasar por la conciencia, sin someterlas a una liberación. (Portal, Recio, Saladriga, 2005: 5).

Por lo cual tampoco se ajusta al fin de la posible investigación. Sin embargo, el tercer modelo, énfasis en los procesos si se ajusta con lo que se desea en este trabajo, debido a que:

Ya no se trata, pues de una educación para informar y aún menos para conformar comportamientos, sino que busca formar a las personas y llevarlas a transformar su realidad, de aquí se deriva su importancia para la implementación de un proyecto de transformación social.

### **Conclusiones**

En el ámbito de una comunidad concreta el eje estaría constituido por elementos tales como el tipo de economía, el lenguaje y sus peculiaridades locales, la organización político-social típica de gobierno, las manifestaciones religiosas. Para lograr una exitosa comunicación social, y por consiguiente la óptima gestión que contribuya al desarrollo comunitario, en los marcos de una localidad determinada o en las circunstancias contextuales que nos presenta la educación en nuestras aulas, se necesita conocer precisamente el o los ejes culturales en torno a los cuales se organizan las interacciones entre los sujetos que la componen. Todo proceso de intervención debe ser concebido para que encuentre su apoyo en los referentes espirituales contenidos en los ejes culturales alrededor de los cuales los individuos involucrados desarrollan su vida. Eso nos permitiría la familiarización con la realidad de la vida cotidiana de sus integrantes, y con la interpretación dominante sobre las situaciones que los aquejan, los sentidos sociales que matizan sus subjetividades y de esta forma poder lograr los procesos formativos en los individuos, obteniendo resultados positivos de participación elevando su desarrollo y nivel cultural.

### **Bibliografía**

- Alonso, M. M. & Saladriga, H. (2005). Guía didáctica para investigar en comunicación social. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Colectivo de Autores. (2008) Planificación Estratégica en Comunicación. Editorial Félix Valera. La Habana.
- Viera López, Luis., (2013) Comunicación Social. Editorial Félix Varela, La Habana, p.214
- López, L. (2017). Selección de lecturas de Comunicación Social. Editorial Félix Varela.

## **1.15**

### **ESTRATEGIA DIDÁCTICA PARA EL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CULTURAL LATINOAMERICANA EN LA CARRERA MARXISMO - HISTORIA**

MSc. Rolando Otaño Rodríguez.

Profesor Auxiliar. Universidad de Camagüey "Ignacio Agramonte Loynaz". Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8790-9625>. Correo electrónico: [rolando.otano@reduc.edu.cu](mailto:rolando.otano@reduc.edu.cu). Teléfono: 58280929. Camagüey, Cuba.

### **Resumen**

El tema de las identidades ocupa un lugar prominente en los debates científicos, políticos y culturales actuales, a partir de los retos que impone la globalización neoliberal, la preservación de los valores ancestrales, pasando por la agresión y la ofensiva cultural de los círculos imperialistas contra todas las naciones y muy en particular contra los pueblos del Tercer Mundo. En este sentido América Latina y Cuba en particular, no escapan a los efectos de la avalancha imperialista con la intención de homogeneizar la cultura a su favor y desaparecer las identidades de los pueblos. Ante tales circunstancias la escuela cubana se plantea como imperiosa necesidad enriquecer la formación cultural del educando de una manera más integral. Alcanzar por parte de este el dominio de lo que ha logrado la humanidad en su desarrollo histórico y revertirlo en modos de actuación que expresen mayor compromiso con el proyecto social en que se desarrolla, son objetivos rectores en el quehacer pedagógico en la actualidad. Esto justifica la actualidad y pertinencia del tema, puesto que el trabajo propone una estrategia didáctica que contribuye al desarrollo de la identidad cultural latinoamericana en la formación inicial del profesional de Marxismo - Historia de la Universidad de Camagüey. La estrategia didáctica diseñada consta de cuatro etapas: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación. En la planificación se proyectan acciones y actividades que contribuyen al desarrollo de la identidad cultural latinoamericana; las que incluyen el intercambio de criterios, la valoración, así como la participación del estudiante y la asunción de modos de actuación.

**Palabras clave:** estrategia didáctica, identidad cultural latinoamericana.