

U.T.4.- REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS COMUNITARIOS.



Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación y Formación Profesional.

[Aviso Legal](#)

1. La Evaluación de recursos y estrategias para promover la comunicación y el intercambio de información entre los agentes comunitarios.



Citas Para Pensar

"Creo que la capacidad de escuchar es uno de los grandes poderes del ser humano".

Robin Williams.



Marco Marchioni afirma, en su libro *Organización y Desarrollo de la Comunidad*, que un **proceso comunitario no se puede entender sin una amplia y continua información a los tres protagonistas de las actividades, proyectos, programas, éxitos, fracasos, etc. del mismo**. Se puede afirmar que sin información no hay participación, aunque tampoco es suficiente informar para que haya participación.

La **experiencia** nos dice que la información tiene que ser la misma para los tres protagonistas, para que puedan participar equitativamente en el proceso, aunque con diferente lenguaje para que sea comprensible y utilizable por los tres. El proceso comunitario es en esencia un proceso público y, por ende, no puede existir ni información privilegiada ni secreta. Incluso es fundamental que todo el mundo conozca las fuentes de financiación del proceso y la manera en qué y para qué se ha utilizado.

Hay que distinguir entre:

- ✓ **La información que produce el mismo proceso**, a cargo fundamentalmente del equipo comunitario, como folletos, boletines, informes, periódicos, etc.
- ✓ **La información que se produce por los medios informativos existentes** (televisión, radio, periódicos, etc.) con los que hay que establecer una relación correcta para que puedan informar adecuadamente del proceso y de sus actividades.

También hay un principio importante que hay que aplicar continuamente y es el **principio de la Devolución de la Información**, sobre todo en el caso de estudios e investigaciones participativos que se hayan hecho; los resultados tienen que ser divulgados y socializados para que sirvan realmente en el proceso de transformación de la comunidad.

De todo esto se deriva que la información, como instrumento para la participación, requiere una actividad y un trabajo permanente y constante. Todo proceso comunitario necesita de un adecuado **Sistema De Documentación** que permita realizar en todo momento tanto una evaluación correcta del trabajo realizado como una información permanente a la comunidad.

El sistema de documentación se concreta en:

1. El fichero comunitario.

2. **Actas de reuniones** (con personas o con grupos). Deben seguir la siguiente estructura:

- ✓ Fecha y motivo de la reunión.
- ✓ Participantes.
- ✓ Orden del día.
- ✓ Síntesis de los acuerdos o conclusiones (sin recoger el debate correspondiente).
- ✓ Próximas reuniones.

3. Informes trimestrales:

- ✓ Parte A: Análisis del trabajo realizado en el trimestre.
 - ◆ Análisis sintético y global del proceso (avances, retrocesos, dificultades, elementos positivos y negativos, etc. (sin entrar en áreas o sectores de intervención).
- ✓ Parte B: Ideas de avances y perspectivas del trabajo en el próximo trimestre.
 - ◆ Líneas globales de avance.

- Propuestas de trabajo por áreas, sectores y proyectos específicos.

- Parte C: Consideraciones generales o notas particulares. Anexos.

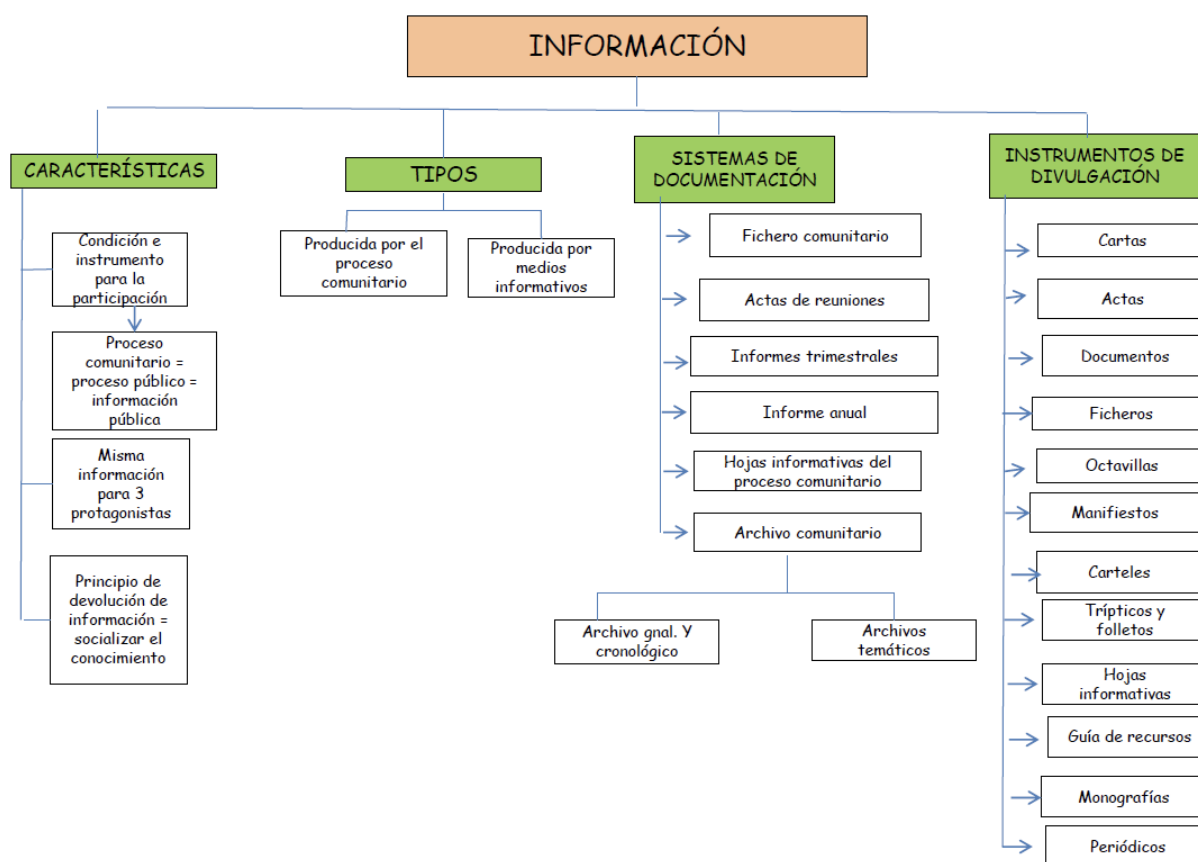
4. Informe anual:

- El último trimestre del año se hará el **Informe Anual** manteniendo la misma estructura del informe trimestral pero abarcando, como es natural, la actividad y el trabajo de un año entero, así como las líneas de avance programadas para el año siguiente.

- Con este trabajo constante de documentación se pueden realizar fácilmente las **Hojas Informativas del proceso comunitario** para una información comunitaria.

El sistema de documentación se completa con el **Archivo Comunitario** que se articula en:

- Un archivo general y cronológico donde se guarda, en orden cronológico, toda la documentación del trabajo (cartas, folletos, informes, hojas informativas, etc.)
- Archivos temáticos de las diferentes actividades, proyectos, etc. que requieren una documentación específica de cada uno de ellos.



2. Recursos y evaluación de las estrategias para promover la coordinación entre los agentes comunitarios.

La **intervención comunitaria** no tiene que sobreponerse a lo que ya se está haciendo en una comunidad. Como es natural, la vida de una comunidad no empieza cuando empezamos nosotros con la intervención. Así que es fundamental que ésta no se sobreponga sino que se integre con lo que se está haciendo. Hoy en día, gracias a la presencia de muchos y diferentes recursos, se están llevando a cabo muchos programas y proyectos, aunque en la mayoría de las situaciones de manera descoordinada y, en cierta medida, casual, discontinua, puntual,...

Por lo tanto y en primer lugar, la **intervención comunitaria** tiene que valorizar lo que ya existe, lo que ya se está haciendo y si hay que cambiar o mejorar las cosas este cambio no puede ser autoritariamente impuesto sino que debe ser asumido y promovido por las mismas personas que lo están realizando.

Así, parece evidente, que un objetivo/finalidad/resultado a corto/medio plazo de la intervención es que en una comunidad los diferentes recursos lleguen a darse una nueva y mejor relación y coordinación. Sin coordinación no hay intervención comunitaria. También éste es un proceso y requiere de tiempo, constancia y trabajo.

La coordinación comunitaria puede pasar por diferentes etapas:

- ✓ Intercambio de información y conocimiento mutuo.
- ✓ Colaboración puntual o estable entre dos o tres entidades componentes del grupo o comité de coordinación.
- ✓ Establecimientos de protocolos de colaboración permanente entre varias entidades para atender de manera integrada a determinadas demandas o a determinados colectivos de personas, etc.

Los **resultados o productos de la coordinación** serán:

- ✓ El conocimiento y colaboración mutua.
- ✓ El fichero comunitario y la guía de recursos.
- ✓ La monografía y diagnóstico comunitario.
- ✓ La planificación comunitaria.

Metodología de la coordinación:

La **coordinación** estará basada en **dos pilares**: el **comité técnico asesor** y las

reuniones, pocas y bien documentadas, donde pueda circular la información.

Marchioni propone la Teoría de los tres círculos:

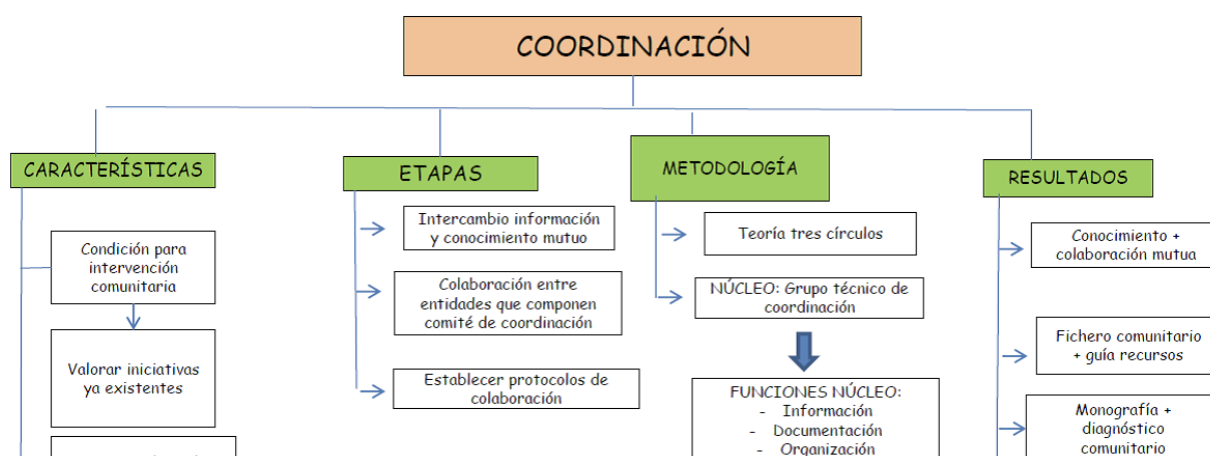
1. Información, donde es clave la constitución del NÚCLEO MOTOR, cuyas funciones son la promoción y la organización.
2. Participación plena (también llamado Núcleo participante).
3. Participación puntual y/o parcial. Conexión a través de la información.

La coordinación busca la implicación del servicio o institución y no de las personas a título individual y voluntario. Esto requiere un trabajo y una metodología correcta que son funciones del grupo técnico de coordinación. La coordinación implica tanto los recursos oficiales e institucionales (públicos municipales y no) como recursos privados (no especulativos), Ong's y voluntarios.

El **Grupo Técnico de Coordinación**, que antes no existía, representa un importante recurso comunitario para atender las necesidades de la comunidad (administración y población) contando con la colaboración de todos los recursos existentes aunque cada uno de ellos tendrá una implicación diferente según su situación institucional, profesional y personal. La coordinación se aplica sólo a los servicios y técnicos. En él participan recursos públicos, privados, sin ánimo de lucro y voluntarios. La coordinación es trabajo de profesionales y no de voluntariado.

En **cada grupo técnico de coordinación** se da una organización interna y de funcionamiento de acuerdo con sus circunstancias. Es importante que se constituya un pequeño núcleo con funciones de información, documentación y organización y que este núcleo pueda ser rotativo. El núcleo "ideal" en la situación actual de los servicios es el constituido por: un representante de los servicios sociales comunitarios, uno de los servicios de atención primaria de salud y uno de los centros educativos. Un papel importante en este tema han jugado organizaciones no gubernamentales como Cáritas o Cruz Roja que tiene una mayor flexibilidad respecto a instituciones más burocratizadas como a veces son las administraciones públicas. No se excluye a nadie; cada recurso decide el nivel de implicación.

En el **grupo técnico de coordinación** no participan ni políticos ni representantes de la población, aunque con ambos se relacionará continuamente para que puedan contribuir al proceso comunitario correctamente y no transformarse en un órgano tecnocrático.





3. Factores que intervienen en la comunicación en el marco de la dinamización y participación comunitaria.

El **grupo comunitario** es, en gran medida, una realidad comunicativa. Para que un grupo comunitario desaparezca, sólo se tiene que dejar de tener flujos de información y carecer de espacios en los que comunicar. Sobre la comunicación, sobre el desarrollo de una palabra común sobre los temas y proyectos que le ocupan recae su propia identidad.

Prever y actualizar los canales para dar información y para recibirla es una decisión que debe formar parte del proyecto comunitario y de su actuación estratégica. Se deben prever las **vías de emisión** de la información para mostrar las realizaciones del grupo y contagiar socialmente con ellas y las **vías de recepción** para recabar nuevas pistas de acción, nuevos canales de apoyo, nuevos conceptos y planteamientos para próximas actividades, etc.

Conseguir una **adecuada comunicación** requiere, primero que nada, adaptar nuestras palabras a la edad, nivel cultural y situación del otro. La sencillez del lenguaje y la economía de palabras son de gran ayuda para facilitar la claridad de la comunicación.

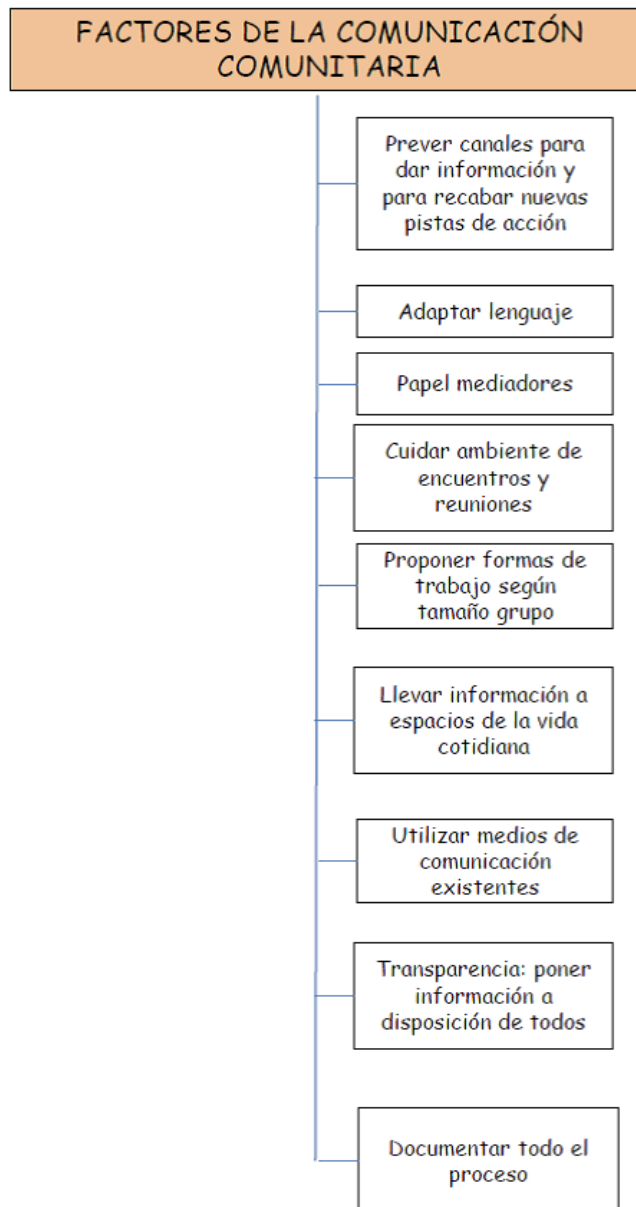
Para el trabajo informativo y para la difusión necesitamos **mediadores**, personas que son capaces y comprenden la importancia de transmitir las informaciones (cada uno en su ámbito, grupo, asociación, etc.) y no guardárselas para ellos.

Es importante crear un **ambiente agradable en los encuentros o reuniones del grupo** y considerar la influencia de su tamaño (proponiendo formas de trabajo por subgrupos, comisiones, etc.)

La información, como señala *M. Marchioni*, tiene que llegar lo más cerca posible a las personas a las que queremos informar, llevarla a espacios próximos a su vida cotidiana. Aunque el proceso se alimenta de sus propios canales de información, también se debe intentar utilizar los medios de comunicación existentes (radio, prensa, televisiones...) porque ello refuerza la participación y contribuye a un mayor conocimiento de las actividades del grupo.

En toda iniciativa comunitaria es fundamental la **transparencia** (producir información adecuada y ponerla a disposición de todos o distribuirla sin excluir a nadie, sin reservarse información). En este sentido, *M. Marchioni* considera de gran importancia el hecho de **documentar el proceso comunitario**, ya que esta documentación es

fundamental para la información, para la transmisión de la experiencia y para la evaluación del proceso.



4. Realización de campañas o acciones formativas en el desarrollo comunitario.

Ver, juzgar/reflexionar y actuar son las claves de la pedagogía de la formación para la participación. En el Modelo de Aprendizaje por Experiencias, que aquí proponemos como metodología para el aprendizaje en el desarrollo comunitario, el sujeto es el protagonista.

El ciudadano aprende a través de:

- ✓ Sus propias experiencias en la organización y/o en el proceso comunitario.
- ✓ De la observación o la búsqueda y análisis de ejemplos externos.
- ✓ Del estudio de libros sobre la materia, ya sean teóricos o investigaciones de carácter general.

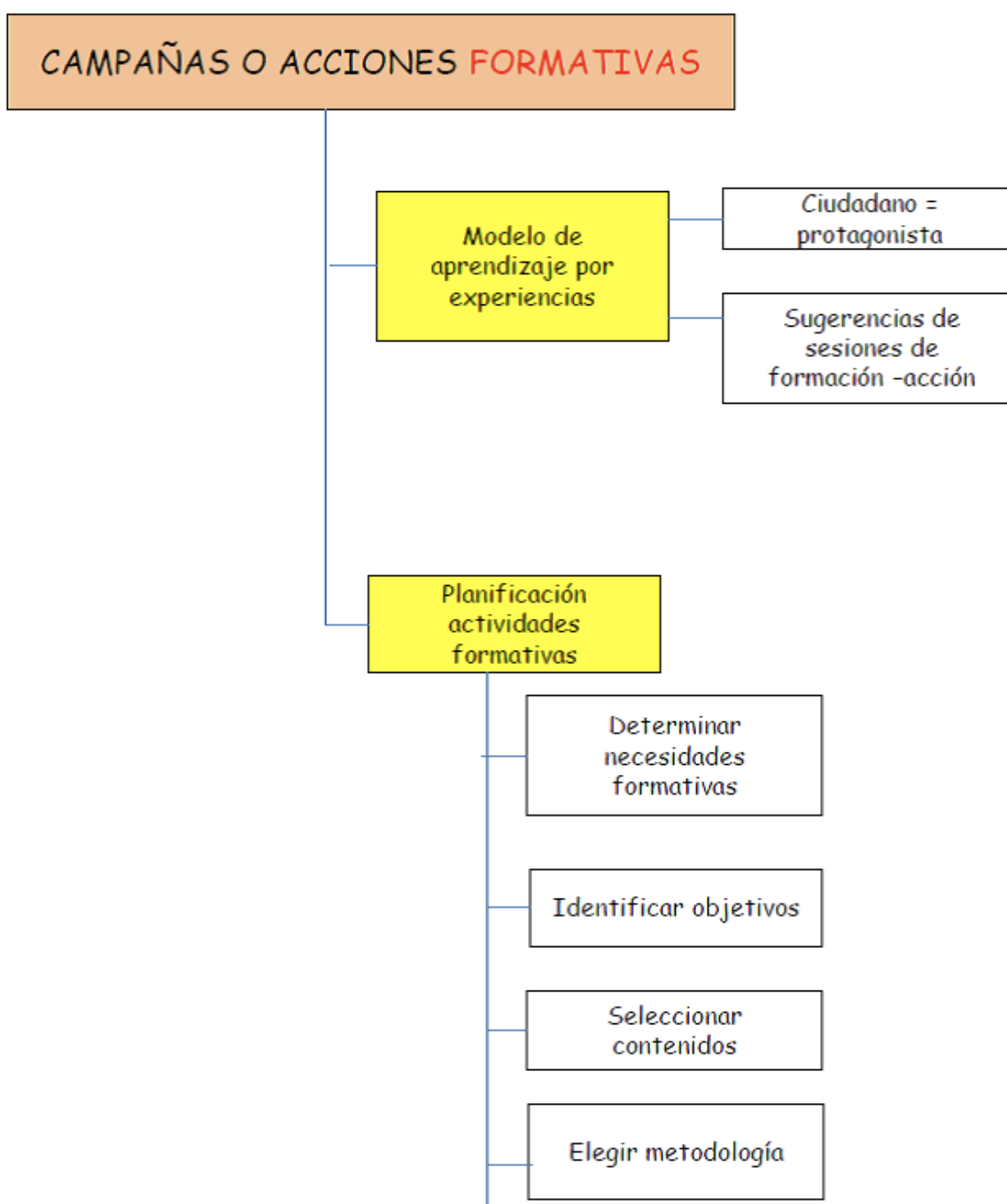
Proponemos a continuación algunas sugerencias concretas de Sesiones de Formación-Acción con pedagogía no directiva en el Desarrollo Comunitario:

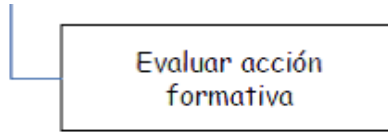
- ✓ Debates sobre temas económicos, culturales, sociales, procurando facilitar la comprensión mutua, clarificar ideas, aceptar la duda y adquirir flexibilidad mental.
- ✓ Información sobre las características del proceso de comunicación interpersonal y sus barreras.
- ✓ Practicar la «escucha activa» y “hablar en público”.
- ✓ Información sobre estrategias y tácticas de negociación.
- ✓ Aprendizaje de técnicas de investigación social participativa.
- ✓ Sesiones de análisis de la prensa periódica: contenido, publicidad, etc.
- ✓ Información sobre la formación y desarrollo de Grupos.
- ✓ Aprendizaje de técnicas de gestión de asociaciones: normativa, elaboración de proyectos, etc.
- ✓ Salas de lectura de revistas y periódicos que traten, especialmente los temas propios de la entidad y del proceso comunitario.
- ✓ Sesiones de libro-fórum, teatro-fórum, etc.
- ✓ Elaboración de murales, boletines..., con los acuerdos del grupo y de los avances en el proceso comunitario.
- ✓ Exposición de fotografías de los problemas detectados en el diagnóstico comunitario.
- ✓ Utilización del vídeo y de los medios audiovisuales para la divulgación de la información recabada en el proceso.

¿Cómo planificar actividades de formación?

- ✓ Determinar las NECESIDADES DE FORMACIÓN del grupo y las posibilidades de sus miembros.
- ✓ Identificar los OBJETIVOS o fines concretos de la acción formativa.
- ✓ Podemos distinguir tres tipos de objetivos:

- ◆ Área de conocimientos: «que salgan conociendo...».
- ◆ Área de capacidades prácticas o habilidades: «que estén capacitados para aplicar...».
- ◆ Área de actitudes: «que capten el valor de..., y adopten tal actitud...».
- ✓ Seleccionar los CONTENIDOS: priorizando aquellos que sean útiles para las funciones que los participantes tendrán que desempeñar después.
- ✓ Elegir la METODOLOGÍA de aprendizaje: En función de los contenidos y los objetivos marcados. Siempre se debe priorizar el aprendizaje por Experiencias, principalmente a través de la experimentación propia y el trabajo en grupos.
- ✓ La EVALUACIÓN de la acción formativa; valorando si hemos obtenido los objetivos marcados e incluyendo la valoración de los propios participantes.





5. Realización de campañas informativas en el desarrollo comunitario.

Así podríamos plantear el lema de la información en el proceso comunitario; es decir, no hay que sobre valorar la importancia de la información, pero al mismo tiempo tenemos que ser conscientes de que la comunidad y el mismo proceso tienen que ser alimentados con regularidad y sistematicidad de flujos informativos que:

- ✓ Por una parte refuerzan y alimentan la participación de las personas.
- ✓ Por otra, evitan que la participación se dé sin un conocimiento, lo más objetivo posible, de los contenidos, modos y formas de las cuestiones en las que se participa.

Este planteamiento hace que la información tenga que ser asumida como una constante del proceso y como parte del trabajo del equipo comunitario en particular.

A partir de esta premisa vamos a analizar varios aspectos importantes a la hora de plantear la tarea informativa en la intervención comunitaria:

Los **contenidos de la información** tienen que llegar a todo el mundo (recuerden que no excluimos a nadie), aunque una parte no haga uso de esta información.

Aplicamos el principio que se resume en la frase "**Mahoma va a la montaña**", es decir, **la información tiene que llegar lo más cerca posible a las personas a las que queremos informar, y no podemos, simplemente, ponerla a disposición de las mismas en los locales de los servicios** (aquí volvemos a encontrar la importancia de los puntos de encuentro).

El proceso se alimenta de su propia información, pero también intenta utilizar los medios de comunicación existentes (radio, prensa, televisiones, sobre todo las locales que ya son una realidad consistente,...), porque refuerza la participación y contribuye a una mayor y más amplia toma de conciencia o conocimiento de las actividades comunitarias.

Naturalmente, esto exige que hayamos establecido una relación correcta con los medios y los hayamos sistemáticamente abastecido de materiales válidos, que unas veces usarán y otras no, porque esto forma parte de su autonomía.

Los **gastos de la actividad informativa** pueden ser financiados, por una parte, con medios propios del plan (por ejemplo, por un ayuntamiento e incluso por servicios), pero también puede hacerse buscando financiación externa, siempre que ésta no interfiera en los contenidos de la información. En esta línea cabe mencionar la experiencia del Grupo de Intervención de Palo Blanco (fracción del municipio de los Realejos, en Tenerife), que lleva años consiguiendo la financiación de comerciantes y pequeños industriales de la zona para editar en Navidades un calendario comunitario para todas las familias de la localidad que lo reciben gratuitamente. Cada año se

dedica el calendario, con fotografías e informaciones (hasta hubo una guía de recursos), a un tema monográfico de interés general para la zona (un año, las asociaciones folklóricas y musicales; otro las asociaciones de vecinos; otro los recursos educativos...).

Los **instrumentos informativos** pueden ser muchos y diversos, desde la octavilla al folleto, desde las hojas informativas a la publicación sintética de los resultados de un estudio o de la monografía comunitaria...

Quedan excluidas formas generalizadas y masivas de información, como el llamado buzoneo, ya que nuestra información será confundida con la propaganda comercial. También es necesario evitar la coincidencia con las campañas electorales.

Hay **planes comunitarios** que editan su propio periódico (Teis, Labañou, Vite...), si no con una periodicidad sistemática, sí cuando tienen materiales válidos o en coincidencia con actos e iniciativas importantes de los mismos. La edición de un periódico, además de un coste económico importante, requiere un trabajo muy grande, esfuerzo y buenas técnicas para realizar un buen producto que sea útil y apetecible para la población. En estos casos más que cargar al equipo, tendría que ser un grupo de colaboradores del plan, interesados profesional o voluntariamente en estos temas, el que se encargue de la realización del periódico; teniendo en cuenta, al mismo tiempo, la autonomía del grupo y la relación con el proceso comunitario.

Por último, cabe señalar la importancia de no hacer más copias del instrumento informativo sea el que sea de las que se pueda realmente distribuir y hacer llegar a las personas interesadas. Las copias acumuladas en los pasillos de las oficinas o en los almacenes de los servicios, son al mismo tiempo un ejemplo de despilfarro de recursos (públicos o no), de mala organización del trabajo y de pésimas relaciones con la comunidad.

Para que esto no ocurra necesitamos haber establecido relaciones reales con la comunidad en su conjunto, teniendo en cuenta que la información realizada será creíble si las relaciones son creíbles. Si falta confianza en quien informa, también faltará confianza en los contenidos de la misma.

El instrumento fundamental es el plan informativo, que podemos resumir en los siguientes puntos:

Necesitamos, en primer lugar, otros dos instrumentos que hemos construido anteriormente: el plano o mapa comunitario porque nos indica los lugares de la información; y el fichero comunitario porque nos indica a la vez los mediadores a los que entregar las copias que ellos difundirán en sus respectivos ámbitos y el número de copias que cada uno puede difundir.

Hay tres dimensiones de la difusión:

- ✓ Máxima: a toda la población; para ello tendremos en cuenta el número de familias y no el número de habitantes.
- ✓ Media: a los mediadores y sus respectivos ámbitos (número de mediadores por el número de copias de cada uno).

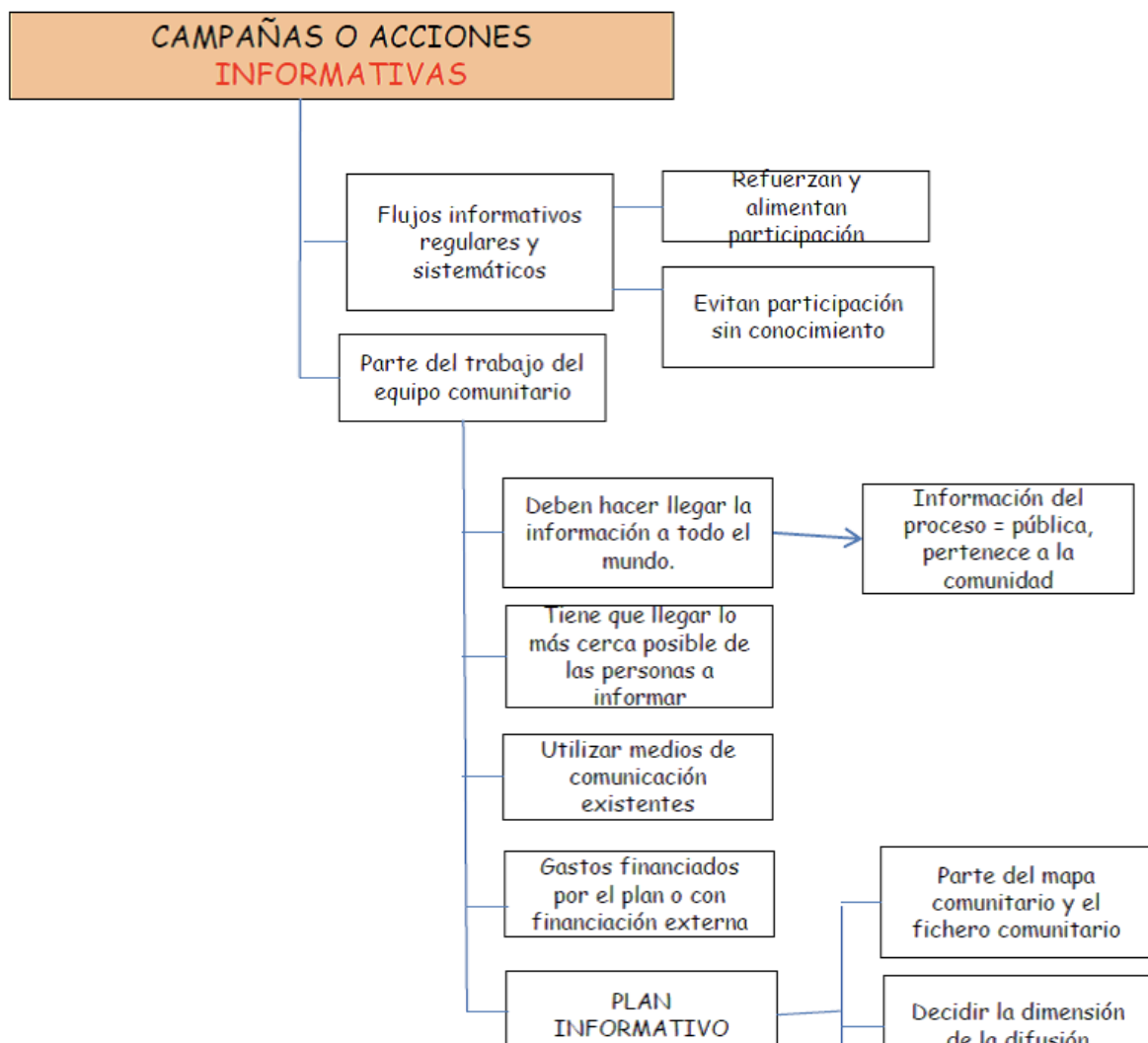
- ✓ Mínima: a los mediadores únicamente.

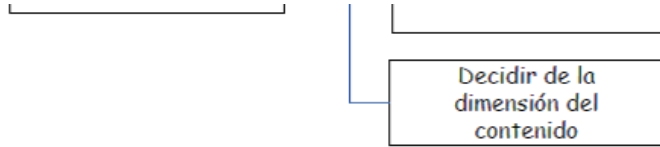
Lo mismo ocurre con el contenido de la información, para lo que también utilizamos tres dimensiones:

- ✓ Máxima: todo el contenido (de lo que sea).
- ✓ Media: una síntesis del mismo.
- ✓ Mínima: una ulterior síntesis divulgativa del mismo.

Veamos las diferentes dimensiones tomando como ejemplo la monografía comunitaria. Todos los materiales que conforman la monografía serían la dimensión máxima. Estos materiales sólo pueden ser útiles y utilizables por pocas personas, servicios, etc. Una síntesis de todos estos materiales sería la dimensión media y un folleto divulgativo sería la dimensión mínima.

Recordando que los contenidos son los mismos y que la información tiene que llegar a los tres protagonistas, aunque la forma pueda cambiar, cerramos esta parte volviendo a insistir en que todas la informaciones del proceso son públicas y que el conjunto de éstas y de los conocimientos que acumulamos en el curso del proceso, no pertenece al equipo y ni siquiera a quien patrocina o promueve la iniciativa de la intervención, sino a la comunidad; a todo esto llamamos socialización de los conocimientos y devolución de la información, que son, ambas a la vez, finalidad y función del trabajo comunitario.





Citas Para Pensar

"Sin información no puede haber participación, pero no es suficiente informar para que haya automáticamente participación".

6. Aplicación de métodos y técnicas para la detección de necesidades informativas en la comunidad.

Todo ser humano requiere un **acceso a la información diversa y plural** para cualquier acción en la vida; ya que dicha información permite al individuo tomar decisiones adecuadas y responder adecuadamente a su entorno.

Como recoge *Tercero et al (2017)* las necesidades de información se presentan en todos los ámbitos de la vida diaria (en la familia, en el trabajo, en la comunidad...) y se da tanto a nivel individual como colectivo e institucional.

En el caso que nos ocupa debemos utilizar un método de detección de necesidades de información:

- ✓ Cuando el problema de la comunidad no esté claramente definido.
- ✓ Cuando se sepa poco sobre el problema de la comunidad o sus posibles consecuencias.
- ✓ Cuando se quieran hallar causas que puedan mejorar las oportunidades de éxito en el tratamiento del problema.
- ✓ Cuando es necesario identificar las acciones para tratar el problema.

Las **técnicas informativas** permiten a las personas dialogar, aclarar y ampliar la información acerca de un tema específico. Cabe destacar: el sociodrama o teatro popular, los periódicos comunitarios, los murales, la radionovela, etc.

7. Identificación de medios de comunicación en el entorno comunitario.

Los **medios de comunicación comunitarios** son aquellos que no tienen ánimo de lucro y cuya finalidad principal es mejorar la sociedad. Son una adaptación de los medios de comunicación en general a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad participando en su planificación, producción o interpretación. Constituyen un instrumento de expresión de la comunidad para su uso con fines de información, educación y esparcimiento.

La comunicación comunitaria implica un intercambio de puntos de vista y de noticias y no una transmisión de una fuente a otra.

8. La gestión de la información en el ámbito comunitario.

La finalidad de la gestión de la información es ofrecer mecanismos que permitan a la comunidad crear, adquirir, producir y difundir, con la mayor eficacia y eficiencia posible, información con calidad, exactitud y actualidad suficientes para servir a los objetivos de la misma.

La gestión de la información tiene las siguientes funciones:

- ✓ Determinar las necesidades de información.
- ✓ Mejorar los canales de comunicación y acceso a la información.
- ✓ Emplear con eficiencia los recursos.

9. Impacto de la información.

Según *Tercero et al (2017)*, **la información** es un conjunto de datos acerca de algún suceso, hecho, fenómeno o situación, que, organizados en un contexto determinado, tienen su significado, cuyo propósito puede ser el de reducir la incertidumbre o incrementar el conocimiento acerca de algo.

En la última década, **las nuevas tecnologías de la información y a comunicación (TIC)** han multiplicado considerablemente los recursos que utilizan las personas para la información y la comunicación. La lista incluye varios recursos diferentes de radiodifusión, telecomunicaciones, internet y tecnología informática. Algunos, como las radios comunitarias y a telefonía móvil, han logrado un enorme alcance en los países en desarrollo; sin embargo, otros, como internet, todavía no están muy extendidos.

La información, la comunicación y las TIC tienen el potencial de mejorar la vida de las personas y pueden contribuir a reducir la pobreza y alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM); por lo que debemos buscar la mejor manera de aprovechar su potencial.

A continuación se recogen algunos ejemplos de **indicadores de impacto**:

- ✓ Expresan los cambios ocasionados a partir de las acciones de formación. Deben permitir la comparación con la situación anterior a la implementación del proyecto.
- ✓ Reflejan cambios observados en la población objetivo (salarios, empleo, protección social) así como situaciones expresadas cualitativamente (satisfacción, salud, bienestar).
- ✓ Se definen desde el diseño de las acciones de formación y, de esa manera, se garantiza su solidez y confiabilidad.
- ✓ Deben buscar el retorno económico de la formación para poder demostrar la utilidad del esfuerzo realizado.
- ✓ Deben ser válidos, es decir, deben comprobar efectivamente aquello que se pretende medir.
- ✓ Deben ser confiables: su valor no puede depender de quien lo mida, pues las variaciones que reflejan se encuentran en la realidad.

Pueden ser cuantitativos o cualitativos, reflejando la percepción o el grado de convicción del participante sobre una cierta situación.

Anexo. Licencia de recursos.

Ningún recurso de fuentes externas que requiera citar explícitamente sus datos de licencia ha sido usado en esta unidad, por lo que este anexo queda vacío. Todos los recursos utilizados, de fuentes internas, se acogen al Aviso Legal de la plataforma.