



TEORÍA DEL TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO

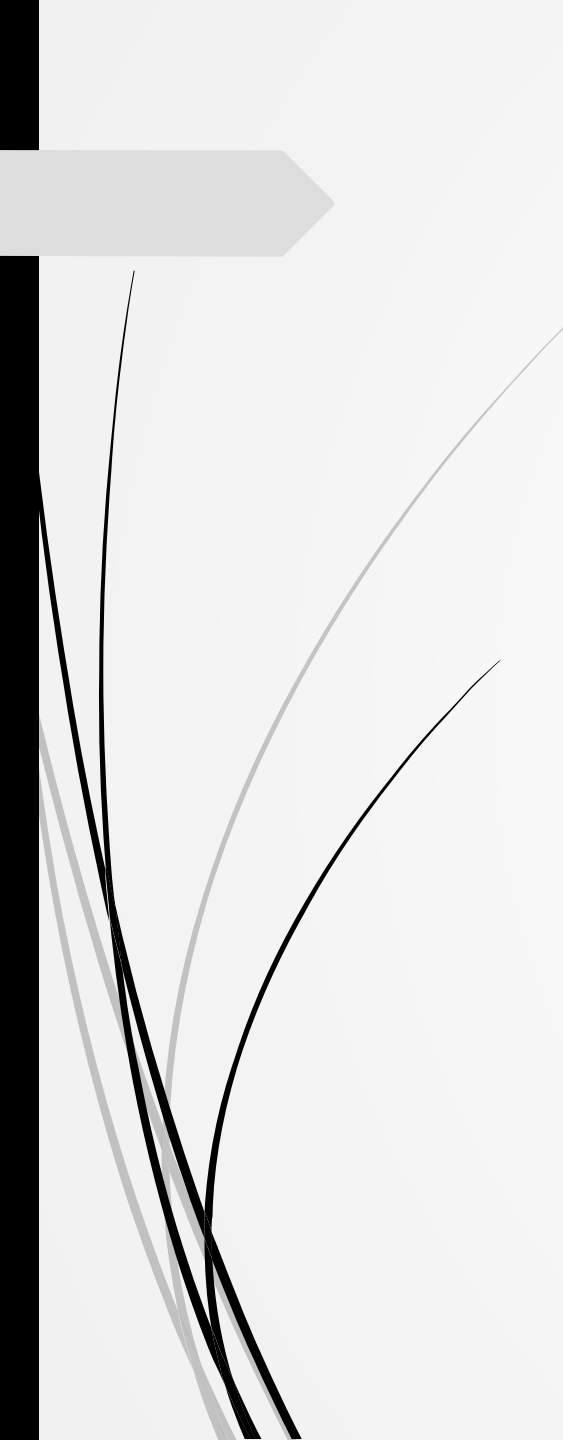
INSTITUCIÓN: CORPORATIVO ACADEMICO COLINS
DE ESTUDIOS PROFESIONALES.

MATERIA: TEORÍA DEL TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO

CUATRIMESTRE: 1ERO.

PROFESORA: LIC. T.S MARIANA EVANGELISTA GONZÁLEZ

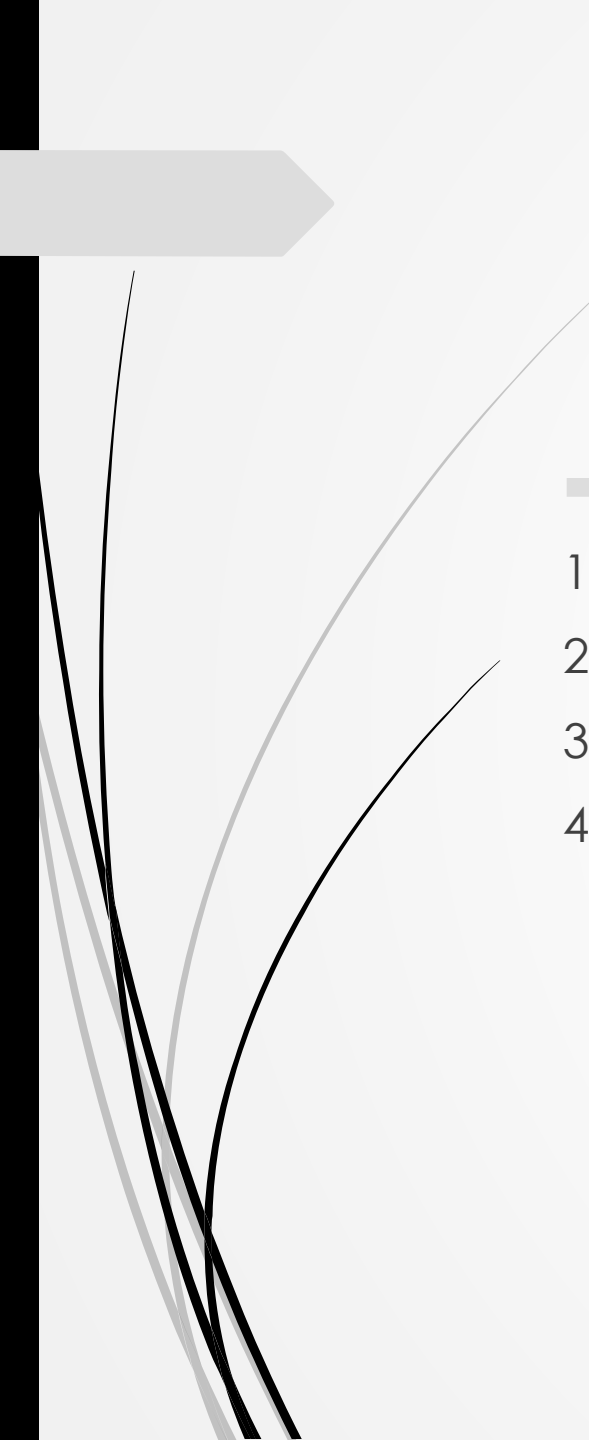
FECHA: 03/12/2022.



IV. PROPUESTAS METODOLÓGICAS DE INTERVENCIÓN EN COMUNIDAD

EXPOSICIÓN

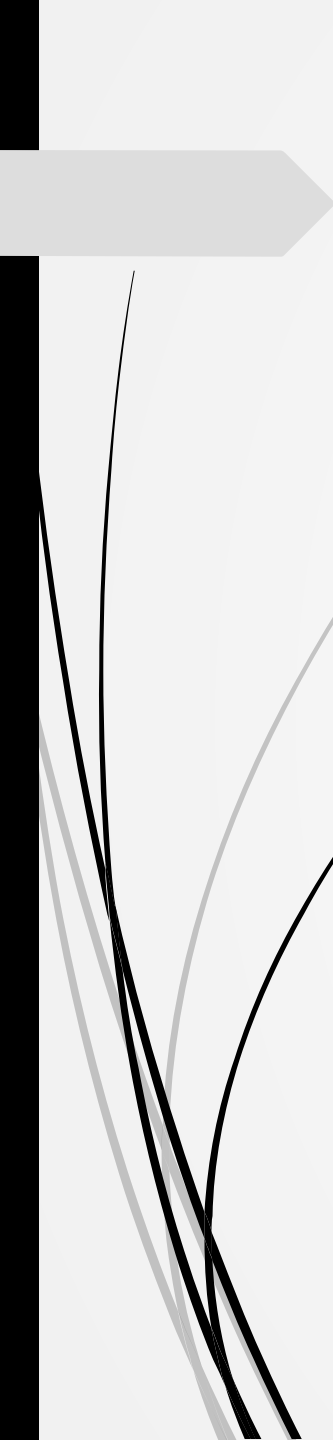
- A. Propuesta de EZEQUIEL ANDER –EGG **Minerva**
- B. Propuesta de ANGÉLICA GALLARDO CLARK **Carlos**
- C. Propuesta de ROBERTO FOLLARI, J HERNÁNDEZ Y F. SÁNCHEZ. **César**
- D. Propuesta de MA. DEL CARMEN MENDOZA RANGEL **Karla**
- E. Propuesta de SILVIA GALEANA DE LA O **Lulu**



v. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO

- A. Técnicas para la intervención

1. De animación
2. De promoción y motivación
3. De identificación y movilización de recursos
4. Determinación y comunicación de recursos

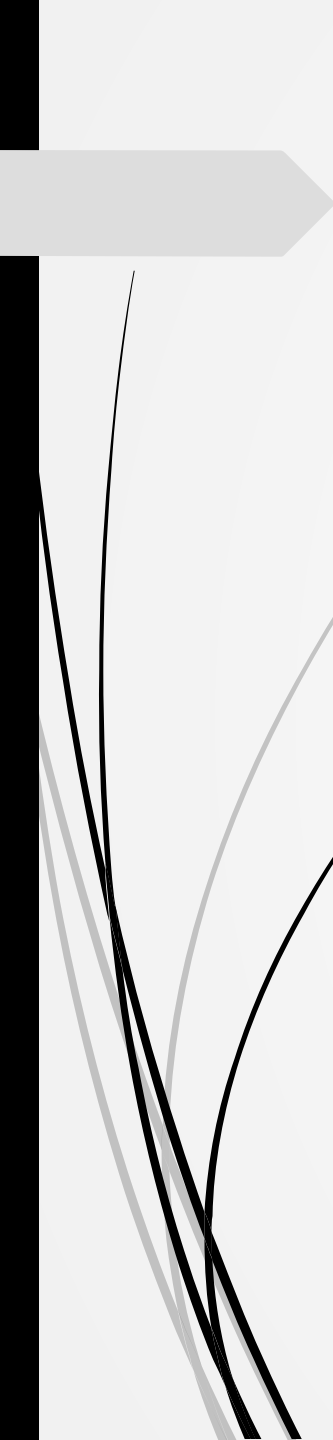


Las técnicas de intervención, son un conjunto de herramientas metodológicas que tienen como propósito favorecer la comunicación, la organización y el trabajo en conjunto de una comunidad o grupo de personas convocadas por un fin común

1 Técnicas de animación y motivación:

Estas herramientas son concebidas como juegos, donde se destaca el carácter **lúdico** para **romper barreras entre los participantes** de un grupo, o **crear un clima de alegría y buena disposición para cualquier trabajo posterior**.

En estas se pueden incluir las de **presentación e integración grupal**, las que son necesarias cuando se forman grupos de promotores, de los participantes de un nuevo proyecto, entre personas que desean trabajar juntas y necesitan conocerse. Esto es a partir de considerar las diferentes complejidades que portan los sujetos, diversidad que da riqueza, pero que es fundamental trabajar con técnicas que den lugar al intercambio con el objeto de integrar en objetivos comunes



2.-Técnicas de promoción:

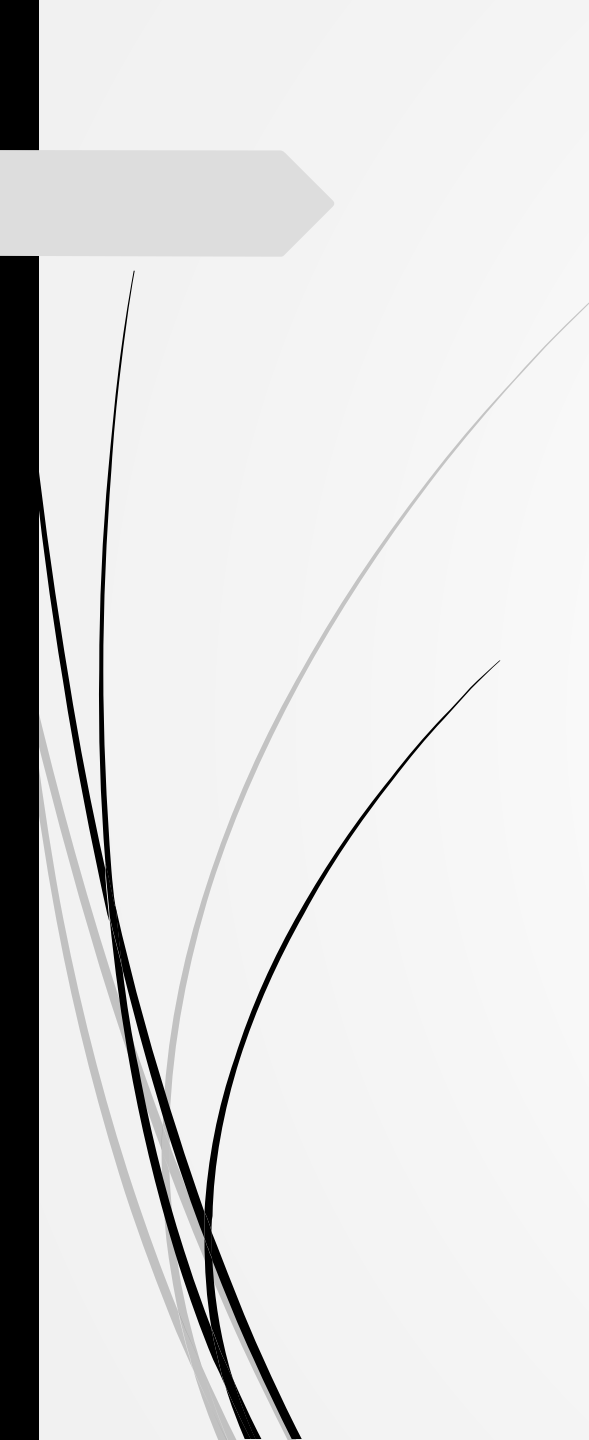
Si partimos de los supuestos conceptuales planteados por Reygadas Rafael, Silvia Galeana, o Ma. del Carmen Mendoza, acerca de la promoción social, en cuanto a que ésta debe conjugar distintas acciones, tales como la comprensión, aprehensión objetiva de la realidad, así como estrategias orientadas a la atención de problemas y necesidades, enmarcados en un proceso de desarrollo individual y colectivo, entonces, las **técnicas de promoción, son las herramientas metodológicas que permiten generar procesos de organización y movilización social**, por tanto incluyen acciones de **capacitación, educación y gestión en función de la participación** organizada y comprometida de un grupo, comunidad o sector frente a programas y proyectos que orientan dichas acciones.

Es decir, enfatizan la participación activa de los sujetos en el cambio, en el desarrollo social, ser sujetos de los derechos humanos universales.

3. Técnicas de identificación y administración de recursos

Estas herramientas se utilizan en diferentes momentos del proceso metodológico, claramente, la identificación de recursos se da principalmente en las **primeras fases de acercamiento a la realidad comunitaria, a través de las técnicas de investigación (revisión documental, entrevistas, observación)**, y sus correspondientes instrumentos, como en la matriz de “problemas-medios-fines” en la propuesta metodológica de Silvia Galeana de la O (op cit, pp. 51-52). Es en los resultados del **diagnóstico**, que se marca cuáles son los distintos tipos de **recursos** que serán necesarios para la ejecución de proyectos. Se mencionan **recursos humanos, organizacionales, materiales y financieros**, incluso se proponen diversos **instrumentos de registro y análisis** de tales recursos.

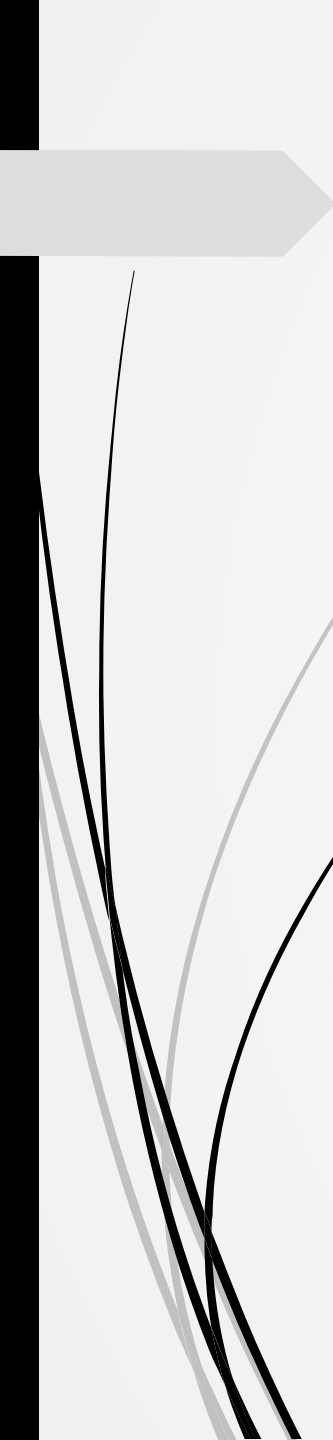
Las técnicas e instrumentos de registro permiten organizar la tarea de administrar los recursos, tarea encomendada a los administrativos de las instituciones, no obstante, en ocasiones es delegada a trabajo social, sobre todo desde las organizaciones sociales, donde el diseño y desarrollo de proyectos sociales y productivos, conlleva a la optimización de recursos, en virtud de las evaluaciones que tienen que presentar frente a sus patrocinadores.



4. **Determinación y comunicación de recursos**

Generalmente la comunicación es entendida, como un proceso mediante el cual un emisor envía un mensaje a un receptor, con el propósito de lograr un cambio de comportamiento.

La comunicación no es sólo transmisión de una información, sino una manifestación de la personalidad: hay ideas, sentimientos, emociones, valores, mensajes verbales y no verbales. La comunicación cotidiana, se da a través de la palabra, el gesto, la actitud frente a cualquier circunstancia, se convierte en “mensaje”, los cuales son captados y comprendidos por las personas a quienes nos dirigimos o porque sólo nos observan. Es necesario buscar la reciprocidad en la comunicación, poner algo en común, buscar el entendimiento entre ambas partes.

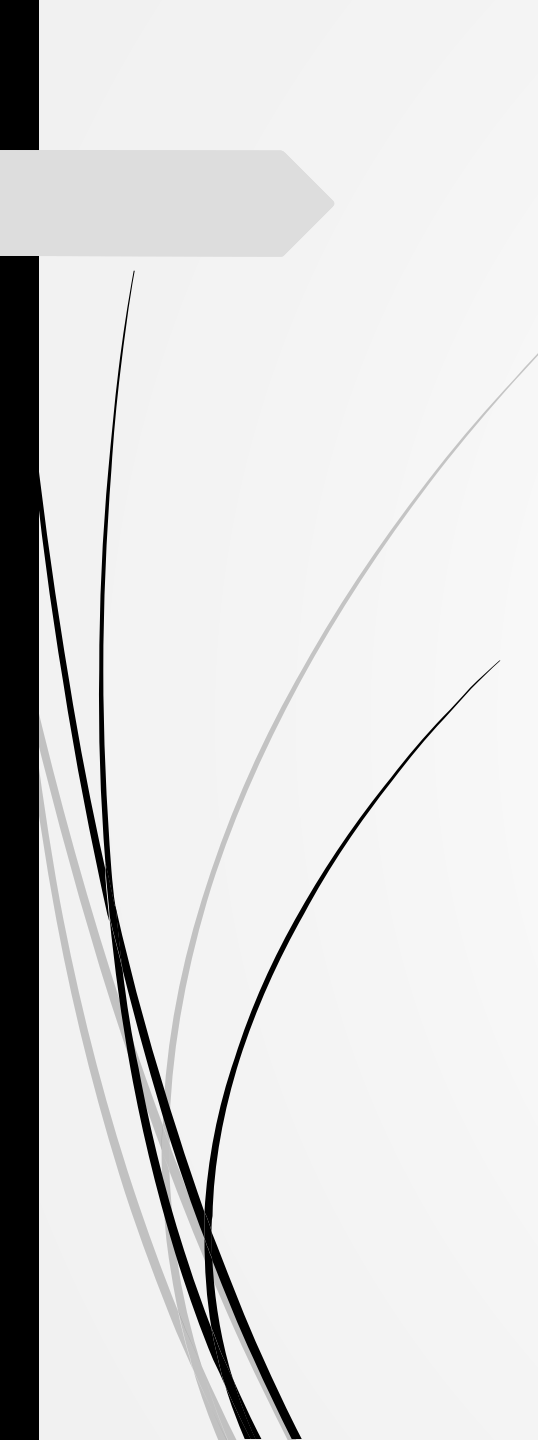


De acuerdo con Susana Palomas (op cit, pp 27-31) para planear la comunicación, debemos considerar los aspectos socioculturales de los sujetos, identificados en el diagnóstico, para definir el tema y el objetivo, según lo siguientes pasos:

Preguntas de investigación: identificación de necesidades de conocimiento de las personas, qué es lo que se va a comunicar para que dicho conocimiento se convierta en un bien común;

Que exista posibilidad de apropiación del conocimiento mediante su adecuado manejo, que permita modificar la realidad inmediata y vivir mejor, aún dentro de condiciones adversas, **Por ejemplo: hábitos de alimentación, prevención de la violencia familiar, etcétera**; Selección de técnicas de comunicación y el material a utilizar.

Dosificación de contenidos: seleccionar los contenidos y programar el tiempo, considerar qué temas profundizar y cuáles tocar rápidamente, evitar la improvisación



Muchas
Gracias