Debate Dirigido

El debate dirigido es una de las tantas técnicas de recolección de información, estando esta entre las primeras de las más utilizadas. Las técnicas de recolección de información son todas las formas posibles de las cuales se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. El debate dirigido es una técnica dinámica, lo cual facilita el proceso de aprendizaje y sacar conclusiones en poco tiempo. Uno de los aspectos más llamativos de esta técnica es que los participantes se interesen en aprenderlo y estudiarlo para así poder defender su punto de vista frente a otro. El objetivo del presente trabajo es estudiar y aprender más a fondo sobre esta técnica, y cuáles son las disciplinas para poderla utilizar de forma correcta y que sea efectiva. Existen ciertos puntos a tratar para que el debate dirigido resulte eficaz, completo organizado, así como también llegar a las conclusiones deseadas. Este entre otros puntos será tratado y estudiados en el trabajo que se presenta a continuación.

1.- Definición de debate dirigido:

Esta técnica consiste en la argumentación de determinados puntos de vista por parte de dos sectores del grupo, con la finalidad de llegar a conclusiones grupales.

2.- Descripción del debate dirigido

El grupo trata un tema en discusión informal, con la ayuda activa y estimulante de un guía o interrogador. Consiste, básicamente, en un intercambio de ideas o información sobre un tema seleccionado previamente, bajo la conducción estimulante y dinámica de una persona preparada para ello (profesor o alumno).  
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Debate-Dirigido/1934282.html>

Actividades - Recreativas:

Las actividades recreativas son técnicas que no están orientadas hacia una meta específica y que ejercen su efecto de un modo indefinido e indirecto. Entre dichas actividades se pueden mencionar la música, los juegos, las atracciones, etc., donde los grupos pueden elegir actuar con sus objetivos principales puestos en el campo de la recreación.

Con las actividades recreativas es posible aumentar la creatividad del grupo. Siempre y cuando éstas sean elegidas de acuerdo a los intereses y a las capacidades de los participantes.

Este método ayuda a la integración de los individuos al grupo, y proporciona oportunidades para el reconocimiento, la respuesta y nuevas experiencias. A su vez, crea una atmósfera agradable, aumenta la participación, facilita la comunicación, fija algunas normas grupales y desarrolla la capacidad de conducción. La gran ventaja de este tipo de actividad es la disminución de tensiones. Se considera como un auxiliar para el proceso de grupos que tienen objetivos definidos y propósitos más serios.

Esta técnica puede utilizarse en grupos recién formados. Las actividades recreativas pueden ser el primer paso para las relaciones intragrupales, y aun en grupos no tan nuevos, esta técnica tiene la capacidad de crear sociabilidad.

Es de recomendar su empleo antes del comienzo de cualquier reunión, para crear cierto interés en los participantes, quienes en ocasiones pueden sentirse extraños al grupo. Una pequeña actividad recreativa, conducida eficazmente por el conductor del grupo, sirve para "romper el hielo", y en algunos casos, para disminuir la tensión.

Otro momento útil al cual se puede aplicar la recreación es para un cambio rápido de una parte o aspecto de la reunión a otro. También, cuando los sentimientos de lealtad y solidaridad del grupo se ven amenazados o no existen, casi cualquier juego es de gran valor.

La técnica de actividades recreativas debe tomar en cuenta que a pesar de lo atractivas que éstas resultan, no hay que olvidar que se trata tan sólo de medios para obtener determinados fines, por lo que no se debe abusar de ellas. Su uso requiere de ciertas aptitudes y cuidados y debe ir de acuerdo a los intereses de todos los integrantes del grupo. Cualquier actividad elegida debe llevarse a cabo con habilidad y discreción, de lo contrario puede dañar seriamente a algunos de los miembros al atentar contra sus sentimientos y problemas más profundos.

Cómo se realiza:

Desarrollo:

a) El grupo elige la actividad o juego de acuerdo al número de participantes, tiempo establecido, lugar de reunión y estado de ánimo del grupo.

b) Si alguno de los participantes desconoce la actividad, ésta tiene que ser explicada por quien sí la conoce. La explicación debe ser corta y clara.

c) Si la explicación no ha sido lo suficientemente comprendida, se improvisa un "juego de prueba".

d) La actividad finaliza porque el tiempo destinado ha terminado o porque el juego ha sido concluido.

<http://members.fortunecity.com/dinamico/articulos/art079.htm>

Definicion Grupo T

¿Qué es un grupo T?

El grupo T es mejor conocido como un método de laboratorio para entrenamiento en grupos, el énfasis se hace en el entrenamiento de grupos para la acción social, es decir, ayudar a los miembros a auto entenderse y entender a los demás.

Estos grupos incluyen metas de cambio a nivel individual y organizativo. La observación, el reforzamiento, la conceptualización, la experiencia y la retroalimentación son los principales instrumentos de aprendizaje esto crea una situación ideal para la sensibilización dando como resultado un cambio en la conducta   de los integrantes. Los miembros aprenden con mayor facilidad y libertad, cuando establecen relaciones interpersonales auténticas con los otros y enfocan la atención en el aquí y en el ahora.

El orientador puede aprender mucho sobre la interacción del grupo. El desarrollo personal que resulta, es considerado como una consecuencia del trabajo total del grupo, creando así una sociedad en miniatura.  
  
Antecedentes  
  
1920 - Los científicos sociales investigaron los “grupos naturales” en la sociedad.  
1930 - John Dewey aplica principios de la psicología social a la educación progresiva y Kurt Lewin da movimiento a su famosa teoría del campo.  
1946 - El taller realizado en   New Britain Teachers College en Connecticut es acredito el lugar de nacimiento de lo que conocemos hoy como Grupo T (la T simboliza adiestramiento, training). Frank Simpson pide ayuda a kurt Lewin para implementar la nueva ley estatal Fair Employment Practice Act por medio del adiestramiento de líderes en este taller. Lewin selecciona a Kenneth D. Benne, Leland P. Bradford y a Ronald Lippitt para apoyarlo en esta tarea. Se asignaba un investigador observador para cada una de las sesiones de los pequeños grupos (10 personas), realizadas en el día; en la noche los lideres y observadores de los grupos analizaban lo que sucedía en las reuniones.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Definicion-Grupo-t/132177.html>

Focus grupo:

Un Focus Group es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular.

Dentro de las características generales de un Focus Group, se puede señalar que se trata de una entrevista grupal en la que todos los entrevistados se encuentran juntos en un mismo momento, dando sus opiniones y conversando entre sí sobre el producto en cuestión. Los principios del Focus Group provienen de la Psicología Clínica, que en términos generales, indica que las personas escuchan, hablan y se comunican con mayor facilidad encontrándose en grupos. Lo anterior, sumado a ciertas técnicas de mercadeo ha dado origen a este tipo de entrevista grupal.

Por lo general, un Focus Group se realiza en una habitación amplia y cómoda, que cuente con todas las comodidades de climatización y confort que favorezca la conversación de los participantes, que, en la mayoría de los casos, son entre 6 y 10 personas, que hablan sobre el producto por alrededor de 1 o 2 horas.

Para poder escoger a las personas que participarán de esta actividad, es necesario buscar individuos que cumplan con ciertos requerimientos básicos, como por ejemplo, una determinada edad, interés en la idea de probar nuevos productos, que en el presente utilicen ciertos productos existentes en el mercado, que sean hombres o mujeres, entre otras variables. Por lo mismo se habla de un determinado "perfil" de consumidor, el que se seleccionara de acuerdo al mercado objetivo del producto...

Para poder obtener información más fidedigna, lo usual es que un Focus Group sea grabado u observado a través de una sala de espejos. Además se cuenta con una persona encargada de guiar la conversación, impidiendo que ésta se aparte mucho del tópico a tratar y realizando preguntas o comentarios que favorezcan la reflexión en torno al tema o producto sobre el cual se investiga.

Para incentivar la participación en estos Focus Group del público objetivo, es común el uso de incentivos, ya sea monetarios u otros, para compensar la asistencia de los integrantes de estos grupos.

<http://www.misrespuestas.com/que-es-un-focus-group.html>

ROLE-PLAYING

Básicamente, se trata de simular situaciones de la vida real. En el caso empresarial, por ejemplo, pensemos en un equipo que debe tomar una [decisión crucial](http://www.materiabiz.com/mbz/empresaysociedad/nota.vsp?nid=22973), un líder que debe tratar con un [colaborador problemático](http://www.materiabiz.com/mbz/capitalhumano/nota.vsp?nid=22675) o un ejecutivo que debe prepararse para una [negociación difícil](http://www.materiabiz.com/mbz/capitalhumano/nota.vsp?nid=34097).

Los libros de texto contienen descripciones muy detalladas para desenvolverse en estas situaciones.

Pero, en última instancia, si la bibliografía no se acompaña de un aprendizaje práctico, el alumno difícilmente pueda mejorar sus aptitudes y actitudes.   
  
Precisamente, en el método de Role Playing, cada participante interpreta un papel y debe pensar, actuar y decidir como lo haría su personaje.   
  
A través de este enfoque práctico, puede experimentar realmente la situación, reflexionar sobre su comportamiento y adquirir habilidades difíciles de transmitir en abstracto, a través de las [clases convencionales](http://www.materiabiz.com/mbz/economiayfinanzas/nota.vsp?nid=38085).

De esta forma, esta metodología incrementa las probabilidades de que los nuevos conceptos se traduzcan en cambios perceptibles en el comportamiento.   
  
**Las ventajas del Role Playing**

En general, el Role Playing presenta una serie de ventajas sobre otros métodos de formación:   
  
**1)** Promueve un ambiente de interés y de estudio en torno a la discusión de un problema. Es una técnica motivadora y participativa a través del diálogo o debate posterior, especialmente cuando el grupo se siente implicado en lo que se representa.

**2)** Identifica a los alumnos con el problema tratado y fomenta la reflexión sobre las actitudes que en él están implicadas. El Role Playing permite profundizar en los distintos aspectos de un problema a través de una metodología más dinámica e interactiva que la lección convencional.

**3)** Es un método ideal para desarrollar capacidades de [trabajo en equipo](http://www.materiabiz.com/mbz/capitalhumano/nota.vsp?nid=33889) y toma de decisiones, [creatividad](http://www.materiabiz.com/mbz/estrategiaymarketing/nota.vsp?nid=29770)y solución de problemas transversales en funcionamiento de grupos

**4)** Permite bajar del campo de las abstracciones al de las realidades y lograr que los participantes tomen conciencia de la necesidad de aprender.   
  
**5)** Estimula el potencial creativo e imaginativo de la persona pues ésta debe imaginar cómo pensaría y actuaría su personaje.

**Algunas consideraciones a tener en cuenta.**

Si bien es indudable que el Role Playing es una poderosa herramienta de aprendizaje, antes de implementarlo, es necesario reconocer sus riesgos y limitaciones:   
  
**1)** No debe reemplazar otras metodologías de enseñanza. En particular, no debería sustituir la lectura de material bibliográfico. El Role Playing debe ser un complemento pero no la única técnica de capacitación.

**2)** Es poco efectivo para ciertos contenidos.

**3)** El Role Playing genera una alta exposición para los participantes y puede despertar ciertas inhibiciones

**4)** En algunos casos, su buen desarrollo requiere gran cantidad de tiempo   
  
**5)** En ocasiones, se corre el riesgo de desvirtuar los propósitos de aprendizaje al poner en foco en temas que finalmente no son los centrales. Desde luego, siempre es necesario recordar que el Role Playing no busca únicamente entretener a los participantes sino formar habilidades de una forma amena y dinámica.   
  
En definitiva, ¿cuántas veces las empresas pretenden implementar nuevas técnicas de gestión y se encuentran con serias dificultades en cambiar los hábitos de los directivos? ¿Cuánto dinero invierten las organizaciones en la [formación de mandos medios](http://www.materiabiz.com/mbz/capitalhumano/nota.vsp?nid=34924), para luego descubrir que no están haciendo lo que se les enseñó?

Con una preparación adecuada, el Role Playing puede ser un poderoso método para que el aprendizaje no quede limitado a la teoría sino que realmente se traduzca en un cambio en las actitudes y aptitudes de los miembros de la organización.   
  
Y así se explica que, en los últimos años, la herramienta haya ganado inmensa popularidad en la formación de habilidades de trabajo en equipo, liderazgo, técnicas de ventas y tantas otras, donde la empresa pretenda lograr un cambio real y duradero en la manera de hacer las cosas de sus trabajadores.   
<http://www.materiabiz.com/mbz/capitalhumano/nota.vsp?nid=39202>

SOCIODRAMA:

*Los****SOCIODRAMA****S* en general se usan para presentar situaciones problemáticas, ideas y contrapuestas, actuaciones contradictorias, para luego suscitar la discusión y la profundización del tema.

El **SOCIO DRAMA** es la representación de algún hecho o situación de la vida real en un espacio físico y con un público involucrado (ellos mismos), el cual posteriormente a la temática representada -que generalmente es hecha por ellos mismos- participará analizando la situación en mayor profundidad.   
Los **SOCIODRAMA**s también pueden ser representaciones teatrales breves con temáticas pertinentes a los participantes en una charla, conferencia u otra actividad y que tiene como objetivo demostrarles situaciones donde ellos se podrían ver involucrados: riesgos laborales, problemas sanitarios, conflictos familiares, vecinales, contenidos educacionales, etc.

Objetivos:  
\* Proveer elementos para analizar cualquier tema, basado en situaciones o hechos de la vida real.

\* Identificar y conocer las causas y efectos de hechos o situaciones de la vida cotidiana.  
  
Para realizar técnicamente el **SOCIODRAMA** hay que considerar tres etapas o pasos:   
  
1.- *Temática:* Se debe tener muy claro cuál es el tema que se va a presentar, y por qué se va a hacer en ese momento.

2.- *Lluvia de ideas:* Las personas que van a llevar a cabo la representación deben dialogar previamente sobre lo que se conoce del tema: ¿Cómo lo vivimos?, ¿Cómo lo entendemos?

3- *Guión argumental:* Con la información recogida en la lluvia de ideas se elabora la historia o el argumento del **SOCIODRAMA**. Se ordenan los hechos y las situaciones que se han planteado en la conversación previa y se distribuyen los personajes, los que son necesarios para plantear el tema elegido y se decide enfáticamente como se va a cerrar la historia. Luego de estos tres pasos se realiza la representación propiamente tal y la posterior asamblea.  
  
Esta técnica es dinámica y alegre, útil para empezar a estudiar un tema, como diagnóstico, o para ver qué conocemos de un tema. También es útil para finalizar el estudio de un tema como conclusión o síntesis de él.  
  
Posibilita acercarse y conocer la realidad de los participantes, en cierta medida es proyectivo.

<http://ward.bitacoras.com/archivos/2005/10/20/el-sociodrama>

FORO:

Un foro representa un segmento de la sociedad donde un grupo de personas mantienen conversaciones más o menos en torno a un tema en común y específico o bien cualquier tema de actualidad. En todo foro aparecen las figuras del administrador (superusuario), moderadores y usuarios. Normalmente en los foros aparecen una serie de normas para pedir la moderación a la hora de relacionarse con otras personas y evitar situaciones tensas y desagradables.

¿Funciones de un foro?

Un foro en internet, comúnmente, permite que el administrador del sitio defina varios foros sobre una sola plataforma. Éstos funcionarán como contenedores de las discusiones que empezarán los usuarios; otros usuarios pueden responder en las discusiones ya comenzadas o empezar unas nuevas según lo crean convenientes. Se puede clasificar a los foros de internet en aquellos que requieren registrarse para participar y aquellos en los que se puede aportar de manera anónima. En el primer tipo, los usuarios eligen un nick, al que le asocian una contraseña y, probablemente, una dirección de correo electrónico para poder confirmar su deseo de unirse al foro. Los miembros, generalmente, tienen ciertas ventajas como las de poder personalizar la apariencia del foro, sus mensajes y sus perfiles (con información personal, avatares, etc.).   
  
Algunos usuarios pueden llegar a obtener privilegios en el foro o parte de él, se los denomina Moderadores. Dichos privilegios pueden llegar a incluir la modificación y/o eliminación de ajenos, mover discusiones de foro, eliminarlas y otros mecanismos designados para mantener el clima cordial y amistoso dentro del foro según las normas designadas por el administrador. La decisión de quién será el moderador es tomada, generalmente, por el administrador o algún proceso específicamente diseñado para tal fin. Los sistemas de moderación son muy variados y es el administrador quien decide cuál usar así también como las normas generales del foro.

<http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070824143813AAjFRZk>