

LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LOS DELEGADOS Y SUBDELEGADOS DE NUEVO INGRESO AL PROGRAMA LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL “LISANDRO ALVARADO”

Artículo científico 

Autores:

María Inés García Puche
Decanato de Humanidades y Arte.
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado
E-mail: psicomarines@gmail.com
Wilmer Rafael Chávez Rea
Doctor en Educación. Cátedra Metodología de Investigación
Programa de Licenciatura en Psicología
Decanato de Humanidades y Arte
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado.
Barquisimeto, Venezuela
Email: wilracha@gmail.com - wilmerchavez@ucla.edu.ve

RESUMEN

El presente estudio tuvo como propósito fortalecer el liderazgo y la comunicación de los delegados y subdelegados de nuevo ingreso al Programa Licenciatura en Psicología de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”. El mismo estuvo enmarcado en el enfoque cualitativo bajo el paradigma socio – crítico. Se utilizó la modalidad de Investigación Acción Participativa, que se ajusta a la perspectiva cualitativa y es recomendada con frecuencia en el contexto educativo. Se trabajó con veintiocho (28) actores sociales, quienes participaron en el desarrollo de las sesiones programadas. El diseño de la investigación estuvo organizado en cinco momentos: diagnóstico, elaboración del plan de acción, ejecución del plan, valoración de las evidencias del plan de acción ejecutado y su impacto en el fortalecimiento del liderazgo y comunicación, y en el quinto momento la replanificación. La recopilación de la información se efectuó a través de las técnicas de la observación participante, testimonios focalizados, entrevistas y grupos focales de discusión. Para el análisis e interpretación de las evidencias se empleó el programa Atlas.ti, versión 6, mediante el cual se obtuvo la categorización sistemática del contenido. Luego, se reflexionó acerca de la importancia de iniciar un proceso de innovación y transformación de los contenidos facilitados en las áreas de formación personal del educando. Asimismo, se recomendó incluir un programa de orientación hacia el descubrimiento y exploración de competencias en el área de liderazgo, comunicación y resolución de conflictos, que permitan que el estudiante integre los conocimientos adquiridos con la aplicabilidad de los mismos al campo profesional.

Palabras claves: liderazgo, comunicación, delegados y subdelegados de nuevo ingreso

LEADERSHIP AND COMMUNICATION DELEGATES AND ADMISSION TO SUBDELEGATES NEW DEGREE PROGRAM IN PSYCHOLOGY UNIVERSITY UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL “LISANDRO ALVARADO”

Abstract

The present study was aimed to strengthen leadership and communication of delegates and subdelegados new to the Bachelor Program in Psychology at the University Centroccidental "Lisandro Alvarado". The same was framed in the qualitative paradigm approach under socio - critical. Mode Participatory Action Research, which follows the qualitative perspective and is frequently recommended in the educational context was used. We worked with twenty-eight (28) stakeholders who participated in the development of the scheduled sessions. The research design was organized into five stages: diagnosis, preparation of the action plan, implementing the plan, assessment of evidence plan executed action and its impact on the development of leadership and communication, and the fifth time replanning. The collection of information is performed using the techniques of participant observation, focused testimonies, interviews and focus group discussions. For the analysis and evidence interpretation of ATLAS.ti version 6, whereby the systematic categorization of content, was obtained. Then he reflected on the importance of initiating a process of innovation and transformation of the contents provided in the areas of personal development of the learner. It was also recommended that a program orientation discovery and exploration of skills in the area of leadership, communication and conflict resolution, which allow the student to integrate the knowledge acquired to the applicability thereof to the professional field.

Keywords: leadership, communication, delegates and subdelegados incoming

Introducción

Actualmente, el ejercicio tanto del liderazgo como de la comunicación en el ámbito escolar y sus distintas formas de reflejarse en la práctica, continúa despertando interés al momento de desarrollar estudios que revelan su consecuencia en el rendimiento estudiantil. El liderazgo es un término que ha estado a cargo de adherencias gerenciales, incluso sus primeras aportaciones estuvieron orientadas por la consideración de que éste estaba exclusivamente ligado a los rasgos y características del líder, lo cual conllevó a que se concibiera alejado de los valores de las instituciones educativas, en especial del rol que desempeñan los educandos.

Pareja, López, El Homrani y Lorenzo (2012) señalan que el liderazgo escolar es actualmente objeto de atención sin precedentes. La agenda de la reforma educacional, en su permanente evolución, parece haber captado el rol del liderazgo como importante meta en sí para la reforma, y simultáneamente, como un vehículo para que otras cosas sucedan.

Asimismo, la comunicación es un proceso que está íntimamente relacionado con las funciones que desempeña el líder, debido a que es el acto mediante el cual es posible la transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. En este sentido, la importancia del liderazgo y la comunicación como función que reside en el grupo, se inserta en una cultura y dinamiza el funcionamiento de una organización, en este caso, educativa, especialmente en los cambios y transformaciones que ya se están incorporando y llevando a la práctica en diversas universidades. Sin embargo, existen organizaciones educativas que requieren implementar en su cultura organizacional principios de liderazgo y comunicación, no solamente a un nivel general sino también hacia la población estudiantil, de manera que

los educandos puedan adquirir herramientas en estas áreas para garantizar un efectivo ejercicio de sus funciones como dirigentes estudiantiles.

Tal es el caso de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”, específicamente del Decanato de Humanidades y Artes, Programa Licenciatura en Psicología, donde se ha identificado que los delegados y subdelegados requieren fortalecer sus destrezas en el área de liderazgo y comunicación para ejercer eficazmente el rol de representantes estudiantiles. Ante estos señalamientos, se pueden proponer las siguientes interrogantes ¿De qué manera se puede fortalecer el liderazgo y la comunicación de los delegados y subdelegados de nuevo ingreso al Programa Licenciatura en Psicología? y ¿Qué acciones se pueden ejecutar para fortalecer el liderazgo y la comunicación de los delegados y subdelegados de nuevo ingreso al Programa Licenciatura en Psicología?

Ante tales interrogantes se plantearon los propósitos fundamentados en las fases de la investigación acción participativa:

- Diagnosticar las necesidades que presentan los delegados y subdelegados de nuevo ingreso del Programa Licenciatura en Psicología en cuanto al liderazgo y la comunicación.
- Elaborar un plan de acción para intervenir según las necesidades diagnosticadas en los delegados y subdelegados de nuevo ingreso del Programa Licenciatura en Psicología.
- Ejecutar un plan de acción que contribuya al fortalecimiento del liderazgo y la comunicación de los delegados y subdelegados de nuevo ingreso del Programa Licenciatura en Psicología.
- Valorar el resultado del plan de acción ejecutado y su impacto en el fortalecimiento del liderazgo y la

comunicación de los delegados y subdelegados de nuevo ingreso del Programa Licenciatura en Psicología.

- Replanificar acciones según las nuevas necesidades emergidas durante el proceso de reflexión realizado por coinvestigadores y el investigador.

Marco teórico

Algunos Estudios Previos y bases teóricas

Existen hallazgos que están relacionados directa e indirectamente con los propósitos de estudio, por considerar que contribuyen a precisar las posibles respuestas de las preguntas de investigación y permiten fortalecer la revisión preliminar de la bibliografía de este tema. Álvarez (2007) presentó una investigación de campo, de tipo descriptivo. Su propósito fundamental fue describir el liderazgo de los docentes como herramienta de gestión educativa en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado – Decanato de Administración y Contaduría. Los actores esenciales del estudio lo conformaron treinta (30) docentes del Decanato, lo cuales fueron seleccionados mediante el método aleatorio simple al azar. Para obtener la información, se utilizó un cuestionario diseñado con preguntas cerradas de escala tipo Lickert. Concluyó que el diagnóstico efectuado sobre el tipo de liderazgo que ejercen los docentes en su actividad educativa demostró que predomina un liderazgo autocrático.

El estudio señalado anteriormente, especifica la descripción del liderazgo como herramienta de gestión educativa, donde concluyen que los docentes tienden a ejercer en sus actividades un liderazgo autocrático. Esta información aporta al presente estudio, la importancia del liderazgo como herramienta de trabajo, para producir los cambios e innovaciones que demanda actualmente el

sector estudiantil. Por lo que resulta valioso formar a los dirigentes estudiantiles en ésta área como medio para desarrollar una labor educativa con una misión y visión adecuada a las necesidades manifiestas por los mismos.

Por otra parte, Gómez (2007) realizó un estudio titulado “La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas”. Entre los objetivos que planteó se destaca el mostrar cómo la información es un valor infrautilizado en la mayoría de las empresas e instituciones actuales y que debe situarse al mismo nivel que otros recursos mejor considerados (humanos, tecnológicos, económicos, etc.). Asimismo, comprobar si esta información, organizada y tratada profesionalmente, mejora la productividad. Concluyó que el establecimiento de organizaciones donde la toma de decisiones es menos piramidal y donde los directivos delegan parte de su responsabilidad y tareas en los distintos departamentos (liderazgo democrático-*laissez-faire*), hace que estos necesiten a personas mucho más formadas y con un mayor conocimiento de su entidad y del entorno que rodea a la misma. Han de saber qué factores influyen en la realización efectiva de su trabajo y en la toma de decisiones. La información sobre el entorno relevante, así como sobre la organización misma, no debe ser privativa y exclusiva de los dirigentes de las entidades, la información es patrimonio de todos los miembros en sus distintas escalas de responsabilidad. El objetivo principal es conseguir que cada miembro disponga de la información necesaria para el desarrollo de sus funciones. Una información que ha de ser personalizada, precisa y adaptada a las necesidades, perfil, formación e intereses de los empleados, ya que no todos realizan las mismas tareas, y por tanto, sus necesidades informativas también son distintas. La información ‘comodín’ resulta poco efectiva en el desarrollo del trabajo y en la resolución de problemas. Los empleados que forman

parte del circuito informativo de su empresa resultan más productivos para la organización. Este hecho ha quedado patente a través del 'supuesto práctico' realizado entre miembros de empresas e instituciones andaluzas. El 70 por ciento de los empleados, que recibieron periódicamente (durante cinco meses) información útil y personalizada a través de e-boletines, se han mostrado muy satisfechos, habiendo repercutido positivamente en su trabajo diario.

La contribución de este estudio a la presente investigación es resaltar la importancia que tiene en las instituciones el suministro de la información de manera precisa y oportuna.

Cáceres, P., Delgado L. y Martínez T. (2009) realizaron un estudio descriptivo centrado en conocer el liderazgo de los estudiantes en la Universidad de Granada, atendiendo a sus percepciones acerca de por qué son elegidos (atribuciones), para qué (funciones a desarrollar, expectativas), cómo desarrollan su rol como tales (práctica de liderazgo). La información se obtuvo mediante un diseño no experimental por método de encuesta a través de un grupo de discusión en el que la muestra seleccionada intencionadamente atendió a la diversidad de criterios representativos de cada centro universitario (edad, sexo, antigüedad, etc.). Entre las conclusiones más significativas se encuentran: 1) Son numerosas y variables las atribuciones centradas en causas internas referidas a la personalidad (carisma, extroversión, sinceridad, altruismo, autocontrol, etc.) y habilidades, destrezas (experiencia, confianza, seguridad, tranquilidad, habilidades sociales, etc.), y externas (más centradas en la ausencia de candidatos y la necesidad de cambiar cosas) que los representantes atribuyen como motivo de elección. 2) La práctica del liderazgo supone una gran dificultad basado en los enfrentamientos con los profesores (temor a las represalias, etc.) y con el alumnado (pasividad, desinterés, descontento y celos).

3) Defender los intereses del grupo, informar, cumplir con los objetivos planteados (eficacia, compromiso) y promover la comunicación entre los diferentes sectores (docentes, estudiantes, entre otros) son las principales funciones que consideran sus compañeros que esperan de ellos.

Finalmente el aporte de este estudio es de suma importancia, debido a que ofrece una visión del liderazgo estudiantil desde una perspectiva introspectiva, los actores sociales toman la palabra para definir sus atribuciones, funciones y prácticas de liderazgo. Su vinculación a la presente investigación es la coincidencia en cuanto a búsqueda de la descripción del rol del líder por parte de los estudiantes. En la inquietud que orienta este estudio los docentes señalan que los alumnos del primer semestre desconocen cuáles son las funciones que deben desempeñar como delegados de sección, lo cual fue identificado como una de las necesidades a resolver.

Base Teóricas

Liderazgo

La temática del liderazgo ha sido de las que mayor interés ha despertado en el ser humano. Ya desde antiguo, y desde diversas disciplinas, el hombre ha intentado dar respuesta a cuestiones como el origen, funciones, naturaleza, entre otros de los líderes (Sánchez, 2002). Significa entonces, que definir el liderazgo en un mundo cambiante como en el siglo XXI resulta una tarea difícil, sobre todo porque es una cualidad que se exige a diversos personajes, entre ellos a dirigentes políticos, directivos, docentes, dueños de empresas, gerentes y supervisores, e incluso, a las amas de casa. El liderazgo es una característica que hace que la gente siga a una persona y que ésta influya en sus acciones. Por su parte, Napier y Gershenfeld (2006) mencionan que "el liderazgo es un concepto que tiene la habilidad de un camaleón para

cambiar su apariencia en diferentes ocasiones” (p. 154). Por lo que, se considera una definición capaz de variar según las circunstancias y el grado de responsabilidad que se le atribuya al líder. Cabe agregar, que no existe una enunciación universal del mismo porque es un tema complejo que al estudiarse se puede analizar desde distintas perspectivas.

Importancia del liderazgo

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es necesario resaltar que la habilidad de liderazgo es importante para dirigir a un equipo hacia sus metas. Al respecto Lussier y Achua (2002), afirman que “la habilidad de liderazgo a nivel mundial es la llave del recurso intangible clave que afincará ventajas competitivas sustentables en el siglo XXI. Los líderes atribuyen el éxito de las compañías a diversos factores, entre ellos a un liderazgo sólido” (p. 9).

Asimismo, Kotter (1990) señala que “el liderazgo ha adquirido mayor importancia en los últimos tiempo debido a los cambios significativos que han ocurrido en el entorno organizacional” (p. 189). Para adaptarse con éxito a las diversas transformaciones que emergen en este entorno es necesario modificar la visión que se tiene acerca de las prácticas gerenciales. Por lo que resulta indispensable fomentar el proceso de capacitación y adquisición de experiencia de quienes asumen (o se le delega) la responsabilidad de dirigir a otros. Debido a que, es el líder quien se ocupa de comunicar la visión, de desarrollar una cultura compartida y promover una serie de valores medulares que puedan servir de guía para llegar al estado futuro deseado (logro de objetivos).

Liderazgo con Inteligencia Emocional

Por otra parte, uno de los avances más importantes en

cuanto a las competencias profesionales y gerenciales, fue el aporte de Goleman (1999) con respecto a la inteligencia emocional. De acuerdo con este autor, “está demostrado científicamente que lo que aporta el coeficiente intelectual (CI) al éxito, alcanza el 20% en el mejor de los casos, lo que significa que el resto (sobre el 80%), depende de otros aspectos”. Por tanto, se podría decir que existe otra forma de ser inteligente: la Inteligencia Emocional (IE).

La IE capacita al líder para identificar las emociones propias y ajenas, y para saber comprender las necesidades de otros, aspecto crucial para relaciones adecuadas. Asimismo, la IE faculta al líder para converger con sus seguidores en sus carencias emocionales, las cuales son las que determinan sus decisiones, en la mayoría de las ocasiones. Existe una alta correlación entre la Inteligencia Emocional y el liderazgo, debido a que liderar es la suma de las capacidades de entusiasmar, motivar, comunicar, hacer empatía, establecer conexión, negociar e influir. Todos estos aspectos son claves para el desarrollo del liderazgo (Goleman ob. cit.).

La Comunicación

La comunicación y el liderazgo son competencias complementarias, pero sólo de manera intuitiva se logra entender que es una de las competencias más importantes que debe desarrollar un líder es su habilidad de comunicación efectiva. Por tanto, sí éste desea mejorar su desempeño debe comenzar por cultivar el arte de comunicarse. (Rivera 2009).

La comunicación eficaz es una de las capacidades medulares de los líderes, pues forma parte del estilo de liderazgo. Las investigaciones empíricas apoyan la creencia de que los buenos líderes también son comunicadores eficaces; por lo que se podría considerar que hay una relación positiva entre la capacidad de

comunicación y el desempeño como líder (Lussier y Achua ob.cit.).

Tal como se ha visto hasta ahora, la comunicación está íntimamente relacionada con el liderazgo, la principal razón es porque ésta se encuentra presente en todos los ámbitos de la vida humana y se considera un nexo común entre los hombres que permiten su desarrollo. De acuerdo con Cirigliano (1981) comunicación “es participar algo en común, significando ello no la acción mecánica o externa de realizar una tarea conjuntamente con otros, sino el percibir el mismo grado de conmoción interna emocional que el otro.” (p. 43).

La comunicación está presente en el día a día, las personas pueden llegar a comunicarse de muchas formas: cuando hablan y también cuando callan, mediante el tono de la voz, así como con el cuerpo y los gestos. Es mediante ésta que se logra un intercambio de ideas y pensamientos que facilitan la comprensión entre dos o más personas.

Elementos que intervienen en la comunicación

De acuerdo con Dasi y Vilanova (1999), para que se produzca la comunicación efectiva, deben intervenir unos elementos indispensables e interrelacionados secuencialmente. Entre los cuales se resaltan los siguientes:

Emisor: es la persona que toma la iniciativa de comunicar.

Debe elaborar un proceso personal interno, que es el de codificar sus ideas – pensamientos, al estructurar el mensaje, para posteriormente transmitirlo al receptor. La codificación de las ideas se realiza generalmente en base a los signos verbales o gráficos. La calidad de la emisión es determinada por la capacidad que el emisor tenga de expresión, está condicionado por sus contenidos internos, la propia personalidad y apariencia, así como la capacidad de empatía, que es la cualidad de percibir las actitudes y aspectos internos del otro, su receptor.

Receptor: es a quien va dirigido el mensaje enviado por el emisor. Una vez recibido, debe producir un proceso interno inverso al del emisor, primero escuchará el mensaje, luego lo descifrá o decodificará para que sea entendido, para lo cual, debe estar en una actitud de atención a la escucha, ya que el contenido del mensaje llega unido a los ruidos propios del emisor, canal de comunicación elegido y los del propio receptor. El grado de efectividad en la recepción del mensaje viene determinado en gran medida por las variables del canal elegido, grado de interés y conocimiento hacia lo comunicado y la capacidad de influencia y persuasión del emisor con respecto al receptor.

El mensaje: Es el conjunto de las diferentes ideas de información transmitidas por el emisor mediante claves, símbolos o imágenes, cuyo significado materializará el emisor. La interpretación del mensaje estará en función de la recepción producida, del marco de referencia, contenidos internos del receptor y su capacidad receptiva. Para que el contenido del mensaje sea recibido lo más perfecto posible, debe constar de tres elementos importantes: el primero, ha de contener aspectos positivos con relación a la idea que se quiere comunicar; el segundo, debe estar presentado de forma que capte la atención del destinatario; el tercero, debe ser lo más concreto posible para que el receptor pueda llegar a las conclusiones que tiene previstas.

El código: es el conjunto de normas, lenguaje y símbolos empleados, que sirven para articular y transmitir el mensaje, de forma que sea comprensible tanto para el emisor como para el receptor. En la comunicación interpersonal es preciso que el receptor tenga un código común con el emisor, en una palabra, se transmitan con el mismo idioma, de lo contrario, si utilizan distintos significados de códigos, sería imposible que se comunicaran.

El canal: es el medio a través del cual se emite el mensaje desde el emisor al receptor. En la comunicación

interpersonal el canal utilizado es oral – auditivo y el gráfico – visual, ya que intervienen tanto la comunicación verbal como la no verbal, dando un significado más completo al mensaje. El canal es el soporte de la información, que actúa como línea de transmisión.

El contexto: es la situación particular del ambiente donde se desarrolla la comunicación. Este contexto general, determinará en gran parte la imagen e interpretación que se dará al mensaje. Constituye todo el entorno en que se produce la comunicación; son los aspectos psicológicos de las personas, el lugar, el ambiente, los aspectos sociológicos, los medios físicos utilizados, entre otros. Todos estos elementos actúan sobre el mensaje e influyen poderosamente en la comprensión del mismo.

Los ruidos: Son todas las alteraciones que se producen durante la transmisión del mensaje y gran parte son debido al deterioro del canal en su soporte físico.

Los filtros: no se ve, ni se oye la realidad, sino parte, lo que el sujeto desea ver y oír. Y esto ocurre, porque las personas tienen filtros mentales que son interferencias o barreras inherentes al emisor o receptor, dicho filtro se origina como consecuencia de los valores, experiencias de vida, carga y nivel cultural, conocimiento técnico, entre otros.

Realimentación o feedback: es la forma más importante de control de lo que está ocurriendo en la comunicación. La realimentación es el conjunto de información que se obtiene sobre la propia comunicación realizada, bien como reflejo de ella o como reacción de los receptores. Es un elemento fundamental, debido a que permite evaluar en todo momento el mensaje emitido y la interpretación que se está dando en él.

El receptor, al mismo tiempo que se va interpretando el mensaje en la comunicación interpersonal, se va transmitiendo a su vez impresiones, bien con preguntas, signos de aprobación o expresiones, esto es lo

que se llama comunicación retroactiva. Es esencial que en el proceso de la comunicación haya un constante flujo de información, entre el receptor y emisor, de forma que el feedback permita que ambos se acerquen a la interpretación real de los objetivos de la comunicación, es en ese caso, cuando se puede decir que se ha producido un comunicado eficaz. Un pequeño gesto del receptor puede indicar al emisor si el mensaje ha tenido un efecto positivo o todo lo contrario.

Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow

Pintrich y Schunk, (2006), interpretando los postulados de Maslow, K., consideraban que la clasificación de los motivos individuales y los intentos de desarrollar taxonomías exhaustivas que incluyeran todas las necesidades hasta el momento tenían un escaso valor teórico. Por lo que desarrolló una lista de necesidades que clasificaba todas las necesidades en cinco grupos generales y, lo que es más importante, afirmó que estos cinco grupos están organizados jerárquicamente de acuerdo a su nivel de relevancia para el desarrollo humano. Las necesidades que se encuentran en la parte superior de la jerarquía “la autorrealización”, son las más importantes para el desarrollo de la personalidad. Sin embargo, estas necesidades superiores no pueden satisfacerse si no lo están las inferiores (necesidades carenciales), como las “necesidades fisiológicas y de seguridad”. Si hay conflictos entre dos necesidades, prevalece la inferior.

Coon, D. (2005) clasifica las jerarquías de necesidades como:

1. **Necesidades fisiológicas:** Se trata de las necesidades primarias o básicas para mantener la homeostasis (referentes a la salud); dentro de estas, las más evidentes son: aire para respirar, alimento, refugio, sexo, alivio o evitación al dolor.

2. **Las necesidades de seguridad y protección:** una vez satisfechas las necesidades fisiológicas, al individuo le interesa la protección y la seguridad. Dentro de estas se encuentran: seguridad física, de salud, empleo, ingresos, recursos y de propiedad privada.
3. **Necesidades de afiliación y afecto:** luego de contar con seguridad, la gente busca el amor, la amistad, la aceptación y el afecto. Están relacionadas con el desarrollo afectivo del individuo, las necesidades de asociación y participación. Se satisfacen mediante las funciones de servicios y prestaciones que incluyen actividades deportivas, culturales y recreativas. El ser humano por naturaleza siente la necesidad de relacionarse, ser parte de una comunidad, de agruparse en familias, con amistades o en organizaciones sociales.
4. **Necesidades de estima:** después de satisfacer las necesidades sociales, la persona se concentra en el ego, la condición social, la autoestima, el reconocimiento de sus logros y en gozar de confianza personal y de prestigio.
5. **Necesidad de autorrealización:** el nivel de necesidad más elevado es desarrollar el máximo potencial personal. Para conseguirlo, se busca el crecimiento, el logro y el progreso.

Además, Pintrich y Schunk, (ob. cit.) destacó que “el ambiente también juega un papel, proporciona las oportunidades para satisfacer las necesidades” (p. 191). Si el ambiente no permitiera que se satisficieran las necesidades, el crecimiento y desarrollo no tendrían lugar del modo más propedéutico.

Finalmente, mediante los planteamientos anteriores se denota que el liderazgo está fundamentado en la motivación, debido a que ésta proporciona al líder la energía

y la dirección de su comportamiento (la función de orientar al futuro “logro de metas”), así como una evaluación de éste decidiendo si debe continuar (persistencia) o cesar.

Metodología

La investigación acción participativa (IAP) desde un primer momento de su creación ha buscado la explicación en profundidad de los fenómenos sociales estudiados; poder obtener las respuestas necesarias que permitan conocer las causas de las situaciones que emergen de los actores sociales con la controversia, el por qué y el cómo de cada situación estudiada, para cuestionar, reflexionar e ir hacia los cambios y transformaciones mediante el proceso cíclico de esta investigación. Es un método de investigación que tiene un amplio desarrollo en la educación y en cualquier contexto debido a que contribuye en la formación indeleble de los docentes, producto de la orientación hacia el análisis de las prácticas en el marco de procesos intencionales de generación de cambios. Está orientada hacia la búsqueda de conocimientos y la creación de saberes científicos cimentado en la reflexión de los propios coinvestigadores del estudio. Por ello se investiga con los actores sociales teniendo presente su discurso, argumentos, la descripción y comprensión de sus propias praxis (Chávez, W. 2012).

Diseño Empleado en la Investigación

Se enmarcó en el enfoque cualitativo y los principios del paradigma socio – crítico, con la aplicación del método de Investigación Acción – Participativa (IAP) debido a que se buscó generar y favorecer la reflexión y solución de la problemática identificada.

Coinvestigadores del Estudio

Los participantes del grupo observado, estuvieron conformados inicialmente por diez (10) docentes quienes

contribuyeron al desarrollo del diagnóstico, y posteriormente por veintiocho (28) estudiantes (incluyendo al delegado y subdelegada de la sección) del primer semestre del Programa de la Licenciatura en Psicología, adscrito al Decanato de Humanidades y Artes de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”.

Procesamiento y Análisis de la Información

Se procesó la información con el programa Atlas.ti, utilizando el Análisis de Contenidos, la Codificación y Categorización de la información, las síntesis conceptuales, las construcciones y proposiciones teóricas. Este programa, en base a su análisis, facilita el descubrimiento de patrones y contraste de hipótesis (Martínez, 2006). De esta manera se realizó el proceso de triangulación que permitió la construcción de las categorías, subcategorías, hallazgos, interpretación y reflexión respectiva. A continuación se presentan el Cuadro No. 1 y Figura No. 1, los cuales representan las evidencias:

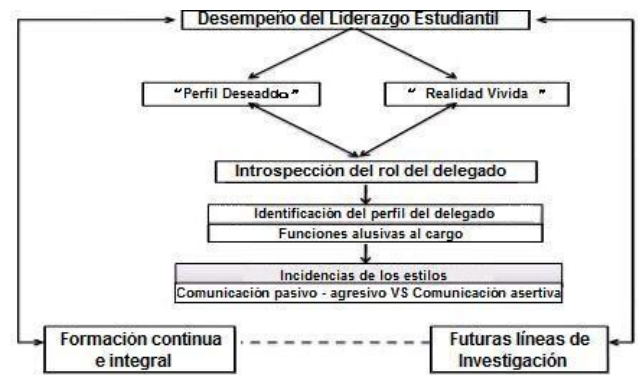


Figura 1: Bifurcaciones en el desempeño del liderazgo estudiantil

El “perfil deseado” que se destaca en esta categoría, se refiere a los atributos y funciones que los directivos y docentes del Programa de la Licenciatura en Psicología esperan que desempeñe un líder estudiantil. Esta emerge al observar en cada testimonio estudiado, donde se identificó el conocimiento parcial en cuanto a la ejecución del rol del delegado, que evidenciaban los coinvestigadores. Estos señalan algunas de las acciones que debe ejercer un delegado de sección, entre las cuales se destaca ser el “puente” o “canal” de comunicación entre los docentes y los estudiantes, responder asertivamente ante los puntos de divergencia que se puedan llegar a presentar entre éstos, capacidad para coordinar, mediar entre los directivos y docentes. Asimismo, consideran estos actores sociales que los atributos que debería poseer un delegado de sección son: sentido de compromiso y pertenencia por la carrera y la universidad, capacidad de organización, distribución adecuada del tiempo, responsabilidad, objetividad, tolerancia, comunicación eficaz y veracidad en la información suministrada.

Aunado a estos aspectos antes citados, se pudo apreciar que la comunicación de los delegados con los docentes y estudiantes es ineficaz, así como los medios para transmitir las notificaciones son accesibles a unos estudiantes y a otros no. Hay una tendencia a presentar conductas asociadas a la comunicación pasiva y agresiva, y

Categorías	Subcategorías
Categoría I: “Perfil deseado” en el rol de los delegados	El “deber ser” a desempeñar por los delegados Requisitos para desempeñar el rol de líder estudiantil.
Categoría II: “Realidad vivida” en el rol de los delegados	El “ser” desempeñado por los delegados. Comunicación inadecuada. Necesidad de capacitación.

Cuadro 1: Categorías y Subcategorías al procesar la información.

de acuerdo con los comentarios de los coinvestigadores, son pocos los que se muestran asertivos. En síntesis, los coinvestigadores manifestaron a través de sus testimonios que los delegados de sección actualmente carecen de herramientas para desenvolverse como líderes estudiantiles, por tanto fue conveniente iniciar el proceso de capacitación en los mismos desde el primer momento que ingresan a la universidad, debido a que esto les permitiría promover una figura eficaz del líder, la organización adecuada de las actividades durante el semestre, y contribuir a un mejor desempeño estudiantil. También señalan que el liderazgo y la comunicación son competencias genéricas que deben llegar a desarrollar no sólo los delegados y subdelegados de sección, sino también los estudiantes de Psicología.

Reflexión

Los argumentos presentados por los coinvestigadores están asociados a citar que era necesario comenzar por las bases de la carrera, debido a que a estos estudiantes se les solicitaba desde el inicio asumir una responsabilidad para la cual posiblemente no se encontraban preparados por ser su primer contacto con el ambiente universitario, por encontrarse en un proceso de transición a nivel académico y social. De este modo, se percibió que la concepción que tienen acerca del ejercicio del liderazgo dista de la propuesta por los docentes y directivos. Para los educados cursantes del primer semestre ser un líder estudiantil representa una tarea difícil, tomando en cuenta que para ese momento no contaban con el entrenamiento necesario para llevar a cabo la ejecución del mismo. Asimismo, se evidenció que a través de las sesiones de liderazgo los participantes lograron identificar el sentido y significado de la representación de un líder. Cabe destacar, que las reflexiones que surgieron en el grupo en cuanto a la comunicación estaban relacionadas con la premisa de que la

capacidad para transmitir pensamientos, ideas, mensajes, valores, etc. representa una competencia genérica a desarrollar por cada persona, y en especial por los estudiantes y profesionales de la carrera de Psicología, porque el lenguaje verbal y no verbal representa para éstos su garantía de éxito en la praxis profesional.

Hallazgos

El liderazgo estudiantil se perfila como un constructo polisémico, es decir, está en función del contexto y su propia práctica. Asimismo, las principales atribuciones exigidas giran en torno a la comunicación eficaz, gestión y solución de problemas. Sin embargo, existe una escasa o nula formación en el área, por lo que el líder universitario aprende básicamente en el ejercicio de su propia práctica (ensayo-error). Los coinvestigadores lograron constatar que la formación en el área del liderazgo y la comunicación no debía ser limitada al rol que desempeñan los delegados y subdelegados de sección, por el contrario debe ser un proceso de formación para los estudiantes de Psicología. Considerando que los atributos del líder y el comunicador eficaz requieren ser aplicados en la práctica profesional por el psicólogo. Sin dejar a un lado la relevancia indicada por los coinvestigadores de la función del líder estudiantil como mediador y negociador ante las problemáticas y situaciones conflictivas que se presenten en el grupo. Por lo que se considera conveniente promover la formación no sólo en el área de liderazgo y comunicación sino integrar la resolución efectiva de conflictos. Brevemente hay que ir hacia un proceso de innovación y transformación de los contenidos facilitados en las áreas de formación personal.

REFERENCIAS

- Álvarez, A. (2007). *El liderazgo de los docentes como herramienta de gestión educativa en Universidad*

- Centroccidental Lisandro Alvarado – Decanato de Administración y Contaduría*. Trabajo de Maestría no Publicado, presentado ante la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Instituto Pedagógico “Luís Beltrán Prieto Figueroa”, Barquisimeto.
- Cáceres, P., Delgado L. y Martínez T. (2009). *El Liderazgo Estudiantil en la Universidad de Granada desde una dimensión introspectiva*. Revista de Pedagogía: Vol. 61, Nº 1, 2009, págs. 109-130. Universidad de Granada: España.
- Chávez, W. (2012). *Artes Marciales internas y el Desarrollo Psicofísico del individuo*. Editorial: Neck, SA. Barquisimeto, estado Lara. Venezuela.
- Cirigliano, G. (1981). *Dinámica de Grupos y Educación. Fundamentos y Técnicas*. (14^aed.). Editorial Hvmánitas.
- Coon, D. (2005). *Psicología*. México: Thomson Learning.
- Dasi, M. y Vilanova, M. (1999). *Comunicación y negociación comercial*. España: Esic.
- Goleman, D. (1999). *La Inteligencia Emocional en la Empresa*. (3^{ra}ed.). Buenos Aires: Editorial Vergara.
- Gómez, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. [Documento en línea]. Disponible:<http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17672697.pdf> [Consulta: 2013, febrero 10].
- Kotter, J. (1990). *El factor del liderazgo*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Lussier, R. y Achua, C. (2002). *Liderazgo: Teoría, Aplicación y Desarrollo de habilidades*. Edit. Thomson.
- Martínez, M. (2006). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México: Trillas.
- Napier, R. y Gershenfeld, M. (2006). *Grupos: Teorías y Experiencias*. México: Trillas.
- Pareja, J., López, J., El Homrani, M. y Lorenzo, M. (2012). El liderazgo de los estudiantes universitarios una fructífera línea de investigación. Revista Educar: N° 48, 1, 2012, pág. 91-119. Universidad de Granada: España.
- Pintrich, P. y Schunk, D. (2006). *Motivación en contextos educativos. Teoría, investigación y aplicaciones*. (2^aed.). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Rivera, A. (2009). *Competencias Gerenciales para el Liderazgo del Futuro*. Los libros del EL NACIONAL, Editorial CEC, S.A.
- Sánchez, J. (2002). *Psicología de los grupos: Teorías, procesos y aplicaciones*. McGraw-Hill.