

CRITERIOS DE UNA CAMPAÑA SOCIAL DE CONCIENTIZACIÓN CIUDADANA PARA LA UTILIZACIÓN ADECUADA DE LOS ESPACIOS Y AMBIENTES EDUCATIVOS DEL ÁREA DE POSGRADO- UPEL-MÁCARO

Franklin Salas

UPEL - EL MÁCARO

Fecha recepción: 09 /07/2007

Fecha de aceptación: 30/07/2007

RESUMEN

El propósito del presente estudio fue desarrollar una propuesta de criterios de una campaña social de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado de la UPEL-Mácaro. Se asume la modalidad de proyecto factible, apoyada en una investigación de campo y documental, con una perspectiva humanista. La población estuvo constituida por cinco integrantes del personal directivo de la oficina objeto de estudio, dos del personal de mantenimiento, diez estudiantes usuarios de los espacios. La muestra fue de carácter censal. Las técnicas utilizadas para la recolección de información son la revisión documental, observación, entrevistas individuales y colectivas; esta última apoyada en el uso de la técnica denominada plenaria para la cual, en su aplicabilidad procedimental, se utilizó la técnica denominada: Grupo Nominal. El instrumento utilizado fue el diario de campo. Al respecto, los datos de la aplicación de los instrumentos se recogieron en un informe grupal que registró la experiencia, construido con la participación de todos los involucrados además analizado con la técnica de análisis de contenido. Las conclusiones del diagnóstico permitieron evidenciar la necesidad de la propuesta, conformada por un cuerpo de criterios que sustentaron el diseño y aplicación de una campaña social de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado, UPEL- Mácaro. Se recomendó a la Institución ejecutar la propuesta, desarrollar una jornada de concientización para informar de su implantación y luego de su puesta en marcha, evaluar los resultados de su aplicación con la técnica de Focus group.

Palabras Claves: campaña social, concientización, transformación, usuarios.

CRITERIA FOR SOCIAL CAMPAIGN SOCIAL OF THE APPROPRIATE USE OF SPACES AND ENVIRONMENTS OF POSGRADO'S AREA - UPEL-MÁCARO

The purpose of this study was to develop a proposal for criteria of a social campaign for to make conscious person to the good use of the spaces and educational environments in the of Posgrado's area of the UPEL-Mácaro. There is assumed the modality of feasible project supported by a field research and documentary, with a humanistic perspective. The population was constituted by five members of senior management of the office object of study, two maintenance personnel, and ten student users of the spaces. The sample was a census. Techniques used for the compilation of information is the document review, monitoring, individual and group interviews, the latter supported by the use of the technique called plenary; for which, in its applicability procedural technique was used called the Nominal Group. The instrument used was the newspaper field. In this regard, data from the application of the instruments were collected in a report that showed the group experience, built with the participation of all those involved and discussed with the technical content analysis. The conclusions of the diagnosis allowed to demonstrate the need for the proposal, made up of criteria sustained the design and implementation of a social campaign for citizen proper use of the spaces and educational environments of the Posgrado's area of the UPEL-Mácaro. It was recommended to the institution implement the proposal to develop an awareness day to report its implementation and after its implementation, evaluate the results of its implementation with the technical Focus group.

Key words: social campaign, awareness, processing, users

Consideraciones Iniciales

La educación es un proceso formativo e informativo que se da durante toda la vida del individuo y consiste, dialécticamente, en aprender y desaprender; respondiendo a la necesidad del hombre de superar sus contradicciones, propiciando en definitiva su autorrealización. La educación así planteada puede proveerse de dos formas: escolarizada, con un currículo sistematizado, lo que implica contar con un local apropiado y un equipamiento previamente seleccionado de materiales y docentes especializados en las distintas disciplinas o, proveerse y no escolarizada, abierta, permanente.

En el contexto de las organizaciones sociales formales con fines educativos, se incluye la universidad. A ella se le ha atribuido legalmente, el papel de ente rector de las políticas del país, es decir, le corresponde dictar pautas en todos los órdenes de la vida nacional. En este sentido, Contreras (1991) define a la Universidad como:

Una conjunción entre dos sectores: profesores y estudiantes que tienen una finalidad única, común, jamás encontrada, sino por el contrario, suplementada, que es la de buscar la verdad científica, de todas las disciplinas del saber. La compenetración con los problemas sociales le es ineludible, porque constituye para ella un deber, toda vez que ha de contribuir con sus investigaciones científicas, tecnológicas y humanísticas a la solución de esos problemas...Ello significa simplemente, que la universidad ha de estar frente a la sociedad y no de espaldas.(p.21)

Así pues, a la magna tarea de la universidad puesta de relieve por este autor, se suma lo planteado por Núñez, citado por Contreras (1991) cuando concentra los fines de la universidad en tres aspectos:

- a) El científico-cultural que está relacionado con la preservación y difusión del saber, lo que se logra a través de la investigación científica y el trabajo creador, uniendo la investigación a la enseñanza y ambas a la vida diaria.
- b) El técnico-profesional: es la función que más se cumple en la universidad. Sin embargo, hay consenso entre los estudiosos del quehacer universitario, en que ellas no están formando los profesionales y técnicos que el país necesita, sino aquellos cuya profesión ofrece se más en el mercado de la oferta y la demanda.
- c) El político-social: se trata de una universidad que realmente esté proyectada hacia el exterior, en función de la sociedad y la nación, la cultura y la educación del pueblo venezolano.

Estos planteamientos han sido acogidos plenamente por los universitarios, quienes se han dado a la tarea de investigar y plantear a través de sus obras, sus criterios al respecto. Así pues, dentro de este contexto se

encuentra la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, a la cual, está adscrita el Instituto Pedagógico Rural "El Mácaro". En efecto, la vieja Escuela Normal Rural "El Mácaro", después de medio siglo de transitar por diferentes niveles académicos, en 1991, adquiere según Qüenza (2000):

La categoría de Instituto Pedagógico Rural y pasa a formar parte de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), quien fundada en 1983 ya había incorporado a los cinco (5) pedagógicos existentes en el país. De esta manera la UPEL nació adulta, con instituciones que ya tenían una larga trayectoria histórica. (p.36).

De esta manera, el Instituto Pedagógico Rural "El Mácaro" por su parte, cuando pasa a formar parte de la UPEL ya era una institución con una larga trayectoria, con grandes y fructíferas experiencias, pero también con serios problemas de personal, planta física, servicios y procedimientos. Actualmente, esta institución cuenta con una matrícula aproximada de cinco mil doscientos (5200) estudiantes en las especialidades de Educación Integral, Rural, Preescolar e Intercultural Bilingüe con un personal docente, cuyo número alcanza a setenta y ocho (78) profesores activos, distribuidos tanto en la sede central ubicada en Aragua como en las Extensiones de Guarico (San Juan de los Morros, Valle de la Pascua y Altigracia de Orituco), Apure, Falcón (Yaracal, Dabajuro y Pueblo Nuevo de la Sierra), Zulia (Maracaibo y Machiques), Amazonas (Puerto Ayacucho y San Juan de Manapiare) y Bolívar (Santa Elena de Uairén y Canaima).

La Realidad Abordada

En este marco institucional, se ubica la Subdirección de Investigación y Posgrado la cual forma parte de la estructura administrativa del mencionado Instituto con atribuciones específicas, bien demarcadas y con ciertos rasgos de autonomía en muchas de sus áreas de competencia. Se debe a la Dirección General de la Institución y al Vicerrectorado Nacional de Investigación y Posgrado ubicado en la ciudad de Caracas, en la sede rectoral de la UPEL. Este despacho desarrolla, entre otras, actividades ligadas a la especialización y actualización de estudiantes del nivel de posgrado en especializaciones, maestría y doctorado. Sus instalaciones cuentan con la utilización frecuente, según la Subdirección de Investigación y Posgrado (2006), de los siguientes usuarios:

- a. Docentes del personal académico u ordinario de la UPEL Mácaro, Sede Turmero Total: noventa (90) usuarios por período semestral.
- b. Docentes del personal contratado UPEL Mácaro, Sede Turmero Total: veinte (20) usuarios por período semestral
- c. Estudiantes de las especializaciones del área de Posgrado. Sede Turmero Total: trescientos ochenta (380) usuarios por período semestral
- d. Estudiantes de Pre-grado Sede Turmero Total: ochenta (80) usuarios por

período semestral.

e. Usuarios internos de la Sala de Usos Múltiples, aulas y áreas comunes (pasillos). (Adscritos a todas las dependencias de la Institución, docentes de otras especialidades de la sede Turmero, estudiantes de otras especialidades de la sede Turmero, entes gremiales de la misma Sede Turmero: total dos mil quinientos) (2500).

Es decir, un total de tres mil setenta (3070) usuarios por semestre. A esto se suma dos categorías adicionales:

f. Usuarios externos de otros centros de atención de la Institución (Sedes de Apure, Bolívar, Amazonas, Zulia, Falcón y Guárico. Cuatro mil quinientos (4500) usuarios en promedio por período semestral.

g. Otros usuarios ajenos a la institución para asistencia a eventos especiales como seminarios o jornadas de investigación. Total: quinientos cincuenta (550) usuarios por período semestral.

En total, existe un aproximado de usuarios por semestre que gira en torno a los ocho mil ciento veinte usuarios (8120); quienes se desplazan en una construcción que cubre uno cuatro mil metros cuadrados (4000 m²), tal como se puede observar en la siguiente figura:

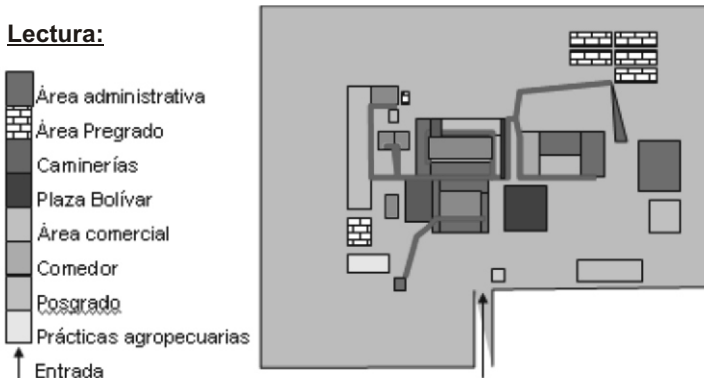


Figura 1. Localización del Área de Investigación y Posgrado, dentro de las instalaciones de la UPEL-Mácaro. Fuente: elaborado por Salas (2006) con datos del Dpto de Planta Física UPEL-Mácaro.

Esta circunstancia tiene dos (2) lecturas: la primera, gira en torno al crecimiento del radio de acción de este despacho. Eso es bueno, ya que le permite obtener ingresos que se revierten en mejoras para la universidad. Sin embargo, la segunda lectura, implica el desgaste considerable que sufren las instalaciones de esta subdirección. Al respecto, Hernández (2005) manifiesta lo siguiente:

Tengo dentro de mis preocupaciones como funcionario y como venezolano, la conducta ciudadana de los usuarios de los espacios de posgrado. Mira, te doy un ejemplo: la sala de usos múltiples es muy usada por todos. Se hizo una inversión cuantiosa. Esa es una sala que se subdivide en dos salones a través de una puerta. Bueno, esa puerta se cambió, se frisaron paredes, se incorporaron ventanas panorámicas, dos aires acondicionados de última generación, piso nuevo entre otras remodelaciones. Bueno, que sucede. Ya la puerta de madera que subdivide el salón está rota, tres (3) mesas rotas- se les montan encima-, basura dejada por estudiantes tanto en pregrado como posgrado. Eso no puede ser... Yo estoy conciente de la política de mantenimiento que debe hacerse, pero también considero que los usuarios de los servicios deben estar concientes de su responsabilidad con la institución y su condición docente. (A. Hernández, entrevista personal, Febrero 19, 2005)

De acuerdo a lo planteado, este personal directivo considera la problemática en el cuidado de la infraestructura, sobretodo de la recuperada, como prioritaria. Es más, puede considerarse una verdadera problemática no sólo por su condición ética y contradictoria a los intereses de una institución educativa formadora de formadores, sino por que está debidamente tipificado en el marco legal venezolano, si se considera lo expresado en la Ley de Salvaguarda del Patrimonio Público, cuando reza:

Serán sancionados con multa de diez mil a quinientos mil bolívares los funcionarios públicos que dejen que se pierdan, deterioren o menoscaben, salvo el desgaste debido al uso normal al cual están sometidos, las maquinarias, equipos, implementos, repuestos, materiales y cualesquiera otros bienes del Patrimonio Público. (Art. 41)

Así pues, lejos de ser una problemática relacionada sólo con un carácter moral ético o estético, está debidamente sancionado en la ley. Por consiguiente, la situación planteada por el personal directivo permite inferir la existencia de un problema que reviste alcances de carácter civil, incluso.

Entre las razones que esgrime el personal directivo, estima las siguientes circunstancias: falta de una política coordinada de mantenimiento de la infraestructura. Además, falta de una normativa oficial que regule el uso de los ambientes y espacios del área de posgrado y la inexistencia de una política comunicacional de concientización ciudadana para el uso adecuado de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado.

En este sentido, el personal directivo entrevistado asume que todas las circunstancias tienen la misma gravedad, puesto que la falta coordinada de una política de mantenimiento es quizá la raíz de todo este asunto al igual que la

carencia de un documento oficial que tenga por escrito los parámetros del usuario de las instalaciones, es decir, no puede haber sanción o atención sin un documento legal que soporte tal sanción. Se suma, la inexistencia de una campaña de sensibilización la cual ha degenerado en una falta de orientación al usuario en el "deber ser" de su comportamiento al usar las instalaciones del área de posgrado. Es por ello que el presente estudio tiene como propósito el proponer unos criterios de un Plan de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado de la UPEL-Mácaro.

En virtud de ello se consideraron las siguientes interrogantes: ¿De qué manera el desarrollo de una Campaña social de concientización ambiental en la UPEL-MÁCARO dirigida a los usuarios de los espacios adscritos a la Subdirección de Investigación y Posgrado permitirá la transformación de los mismos hacia una cultura de pertinencia institucional? ¿Cuáles son las características psicográficas de los usuarios de las instalaciones? ¿Qué elementos comunicacionales hay que considerar para el diseño de la campaña? ¿Cuáles son los medios y canales a utilizar para el desarrollo de la campaña? ¿A cuánto ascendería el presupuesto de una iniciativa de estas características?

Para dar respuesta a estas interrogantes se presentan a continuación los siguientes objetivos

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer criterios de una campaña social de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado de la UPEL-Mácaro.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación general del uso de los de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado UPEL-Mácaro.
- Analizar los elementos que precisan la caracterización de la utilización del área de Posgrado en relación a la concepción creativa de la campaña.
- Diseñar la campaña social de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado de la UPEL-Mácaro.

En virtud de lo expuesto, este estudio se justificó plenamente ya que el objetivo central de la Institución es la formación óptima de los docentes que se desempeñan en el sector educativo. Todo ello, dentro de la convicción que es necesaria la formación no sólo académica sino también de valores, principios y pertinencia institucional.

Para esto se hace necesario, el desarrollo de programas e iniciativas que contemplen la interrelación del docente con el entorno en el cual ejercerá la profesión, interacción que contribuirá al mejoramiento y óptimo aprovechamiento de los recursos de la nación. De allí, que esta investigación concentre su acción en la convergencia entre lo académico y la responsabilidad social y ciudadana.

A esto se suma, la responsabilidad legal de la Subdirección de Investigación y posgrado en la guarda y custodia del patrimonio público, lo cual, está debidamente tipificado en el marco legal vigente que rige la materia. Ahora bien, desde el punto de vista social, es un aporte comunicacional a una Institución de evidente importancia en el contexto nacional y que conlleva una responsabilidad social y ciudadana con todos sus relacionados.

Asimismo, desde el punto de vista académico, brinda insumos teóricos para el manejo comunicacional de una problemática en una institución que no cuenta en su estructura administrativa con la previsión de un área o dependencia, en el contexto de la subdirección de investigación y posgrado, dedicada a la elaboración de una política de imagen corporativa. Desde el punto de vista institucional, se brinda un aporte concreto y de gran significación a una Institución educativa de relevancia y con vínculos estrechos con instituciones similares tanto a nivel nacional como internacional.

Las Campañas Sociales: Una Aproximación Teórica

La disertación del contexto teórico que implican las campañas sociales son, sin duda, necesarias para poder hablar de la propuesta que se presenta en el presente artículo y que brinda el marco adecuado que sustenta el desarrollo de la misma. En este sentido, Caetano (2003) al definir las campañas sociales las puntualiza de la siguiente manera:

Son actividades de comunicación persuasiva que se dirigen al receptor no en su dimensión como consumidor sino en su condición de ciudadano. A través de estas campañas se intenta concienciar a la población, o a una gran parte de ella, sobre un tema de interés público y general. Esta modalidad no persigue el ánimo de lucro, como la comunicación comercial, ni la relevancia de una empresa, como la comunicación corporativa, sino que su fuerza reside en el mensaje y no en quien lo promociona. Mayoritariamente son los organismos oficiales o instituciones y las ONG's los promotores de estas campañas y los objetivos pueden ser de muy distinta índole. (Disponible: www.campus-oei.org)

De esto se infiere que la Institución donde se pretende desarrollar la campaña social se encuentra en perfecta sintonía con lo planteado por el autor: una institución formadora de formadores, lo cual agrega, sin duda, un compromiso. En correspondencia, las campañas sociales, según Caetano

(2003) cumplen los siguientes objetivos:

- Promover la solidaridad con los más necesitados (Cáritas), con el Tercer Mundo (Intermón) o con las víctimas de desastres ocasionales como terremotos o inundaciones (Médicos sin fronteras).
- Potenciar el uso de un producto o servicio beneficioso para la persona (consumo de frutas y verduras) o para el medio ambiente urbano (utilización de los transportes públicos).
- Luchar contra el consumo de productos nocivos. Éste es un objetivo que lo diferencia de otras actividades de comunicación persuasiva pues en éstas nunca se promueve el consumo negativo. Tal es el caso de las campañas contra las drogas o contra la ingesta excesiva de alcohol.
- Modificación de actitudes como las campañas en contra del racismo o para facilitar la integración de los inmigrantes.

Aunque en estos casos existe un amplio consenso general entre la población sobre la temática protagonista de las campañas, no ocurre siempre así en todas las campañas sociales. Existen otros casos en los que se produce una gran división con posturas fuertemente radicalizadas y asociaciones que actúan como grupos de presión que defienden una u otra opción y recurren a las campañas sociales para difundir y ratificar su opinión, convencer a los indecisos y luchar contra los oponentes. (Caetano, 2003)

Por ende, en el desarrollo de la propuesta que aquí se presenta, la modificación de actitud es el objetivo fundamental que aplica a las expectativas de la Subdirección solicitante, buscando transformar la realidad ocurrente en cuanto a la forma en que el usuario utiliza los espacios de las áreas solicitadas de posgrado. Para el desarrollo de la estructura de la campaña se consideró la metodología de Sheiner (1997) la cual implica los siguientes pasos:

- a) Conocimiento del problema: Obtención de insumos y datos que brinden una visión general de las circunstancias del hecho social;
- b) Elaboración y prueba de conceptos creativos: Implica la caracterización de varias ideas con detalles que permitan, comunicacionalmente hablando, dar cumplimiento a los objetivos comunicacionales que se desean ejecutar.
- c) Elaboración de la campaña (estrategias creativa: concepto creativo, tono, objetivos comunicacionales, elementos comunicacionales, piezas creativas), plan de medios y presupuesto.

En virtud de lo expuesto en el contexto educativo y, en muchos otros, la cultura, en relación a los nuevos desafíos de la integración social y el desarrollo, es un pilar fundamental que trasciende las fronteras de lo académico para adentrarse en lo humano e incluso en lo espiritual. En este marco, no basta sólo contar con grandes posibilidades económicas para decir que un país es desarrollado; se trata también de actitud. Actitud ante la vida, formas de ejecutar las cosas, solidaridad y medio ambiente.

De esta manera, un académico que no cuide, por ejemplo, los espacios de la infraestructura donde desarrolla sus actividades, no puede hacerse llamar como tal. Por ello, al hablar de desarrollo, implica repensar el tópico de las identidades sociales lejos de cualquier esencialismo; pero, también hacerse cargo de las profundas transformaciones ocurridas en torno a este tema, lo cual, en los últimos años tampoco estaban en la agenda de las visiones constructivistas más modernas. Pero ello está dando paso a nuevas formas de concebir el desarrollo desde una perspectiva más humana y trascendental. (Perales, 2005)

En este sentido, el sector educativo está en el deber de vincular al individuo con las actitudes democráticas mediante acciones y prácticas que hagan posible la participación, la responsabilidad y la autonomía como verdaderos ciudadanos. Asimismo, el pleno desarrollo de la personalidad y de la capacidad de asumir con responsabilidad y autonomía los derechos y deberes. De la misma manera, el conocimiento de sí mismo, el fortalecimiento de la autoestima, la construcción de la identidad sexual, la adecuada expresión de la afectividad y el ejercicio del respeto mutuo para el logro de una personalidad integrada que posibilite una convivencia armónica y responsable.

En este contexto, este proyecto se justifica plenamente porque contribuye de manera significativa a la construcción de espacios de reflexión en torno a una problemática presente en la Institución; pero, el alcance va más allá...Las características particulares de esta Institución, en su condición de formadora de educadores, sustentan iniciativas que persigan no sólo el mantenimiento de su infraestructura, sino el forjamiento de la identidad educadora de sus egresados que, a fin de cuentas, es el producto de todo el esfuerzo financiero, técnico, humano y académico de la Institución.

El Abordaje Metodológico de la Realidad

El tipo de investigación que rige a este estudio es el denominado: Proyecto Factible y el grado de profundidad con que se aborda el problema planteado es de una investigación de campo, de nivel descriptivo. Al respecto, la Universidad Experimental Pedagógica Libertador (2005) en el Manual de Trabajos de Grado, Maestría y Tesis Doctorales define al proyecto factible como:

La elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible a un problema de tipo práctico, para satisfacer necesidades de una institución o grupo social. La propuesta debe tener apoyo, bien sea en una investigación de campo, o en una investigación tipo documental; y puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos (p.7).

Del mismo modo, se sustenta en una investigación de campo la cual es definida por el mismo manual de la siguiente manera: "Es el análisis sistemático de problemas con el propósito de describirlos, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyentes o predecir su ocurrencia. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad" (p.5).

En efecto, en esta investigación se tomó los datos en la propia sede de la Institución objeto de estudio, a través de la aplicación de entrevistas y desarrollo de plenarias, recolección de información pertinente al enfoque metodológico para, luego, ordenarla e interpretarla a la luz, tanto de los datos recogidos como de la teoría analizada y con la confrontación de distintos puntos de vista de los especialistas de la materia. De esta manera, se pudo hacer la descripción de lo que acontece en estas áreas, entendiendo que una investigación descriptiva es, según Arias (1999): "Aquella que señala los elementos característicos de un fenómeno o una situación mediante el estudio sistemático del mismo, en una circunstancia témporo - espacial determinada" (p.23). Además, el trabajo de campo se realizó con apoyo de revisión documental lo cual conllevó al cumplimiento de las siguientes fases:

- Búsqueda metódica, la reunión sistemática y ordenada de textos, obras y datos, lo cual se realizó visitando los centros de investigación, bibliotecas de Universidades y navegación por Internet. De esta manera, se hizo la recolección de datos, hechos y experiencias recopiladas en libros, folletos, ensayos y artículos.
- Selección de material, mediante la lectura detallada de los diversos aspectos encontrados en la bibliografía para ubicar sólo aquellos que realmente definan y caractericen las variables del estudio.
- Elaboración del esquema de investigación con los aspectos seleccionados en la bibliografía.
- Fichaje para facilitar la sistematización bibliográfica, la ordenación de las ideas y el trabajo de síntesis.

Ahora bien, para el abordaje de la unidad de análisis se asumió lo planteado por Hernández, Fernández y Baptista (1999) cuando la esgrimen como:

El contexto, al ser o entidad poseedores de la característica, evento o cualidad o variable, que se desea estudiar, y a través de la cual se puede dar una respuesta completa y no parcial o desviada, a la interrogante de la investigación. La unidad de estudio puede ser una persona, un objeto, un grupo, una extensión geográfica, una institución, un libro, un documento, entre otros. (p.118)

Para estos autores la unidad determina quiénes van a ser medidos, por lo que es necesario de precisar claramente el problema a investigar y los objetivos de la investigación". En el caso de estudio, la investigación se desarrolló en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, específicamente en el Instituto Pedagógico Rural El Mácaro, ubicado en Turmero, estado Aragua, de acuerdo a las siguientes necesidades de información:

Cuadro 1

Necesidades de Información

Necesidad de información	Sujetos	Población	Técnica	Producto
Elementos que precisan la caracterización de la utilización de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado UPEL-Mácaro	Personal directivo subdirección de Inv. y Posgrado	5	Plenaria	Informe grupal
		No aplica	Observación	Registro fotográfico
	Personal de mantenimiento	2	Entrevista no estructurada	
Elementos comunicacionales del diseño creativo de la campaña social y medios a utilizar para el desarrollo de la campaña	Estudiantes	10	Plenaria	Conceptos creativos
	Cuerpo directivo de la Subdirección	(2)		

Fuente: Elaborado por Salas (2006)

Como técnica de recolección de datos, se utilizó la observación directa y las entrevistas grupales, ejecutada a través de plenaria, apoyadas en la investigación documental. De la misma manera, se desarrollaron entrevistas individuales no estructuradas a informantes claves; que son caracterizadas por Sabino (1998) como las que "Dejan un grado mayor de libertad a la iniciativa de la persona interrogada y al entrevistador. Se trata de preguntas abiertas que son respondidas dentro de una conversación, y se caracterizan por la ausencia de una estandarización formal" (p. 120). Ahora bien, a este procedimiento se suma la técnica de la Plenaria. Ésta permitió obtener datos para caracterizar la utilización de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado UPEL-Mácaro por parte de los usuarios y los elementos comunicacionales del diseño creativo de la campaña social y medios a utilizar para su desarrollo. Para la ejecución de la plenaria se aplicó la técnica denominada: Grupo Nominal, la cual según Perales (2004) implica: "la discusión en conjunto de las inquietudes y sentires de un grupo en relación a un fenómeno determinado con el fin de describirlo y categorizarlo para obtener una visión profunda de la temática estudiada" (p.45).

Al respecto, el producto de esta discusión es un informe grupal que recoge la experiencia. Por otra parte, la revisión documental fue utilizada especialmente para la búsqueda de insumos que permitieron obtener datos con respecto a fundamentos técnicos y experiencias semejantes a las planteadas en el presente estudio.

En cuanto al plan de análisis de datos, representa para la investigación con enfoque cualitativo un verdadero reto ya que se plantea por un lado, qué observadores competentes y calificados puedan informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social; y por el otro, categorizar las experiencias de los demás. En el caso de la plenaria y la observación, el proceso de análisis de los datos no es una etapa precisa y temporalmente determinada en una fase concreta de la investigación, como ocurre en el análisis cuantitativo, opera por ciclos, y tiene lugar a lo largo de todo el proceso de investigación, es concurrente a la recogida de datos y trabaja con los datos de forma exhaustiva. De igual manera, la interpretación de los datos se apoyó en las distintas fuentes teóricas con la intencionalidad de realizar un proceso de teorización como insumos fundamentales para realizar la campaña social de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado- UPEL-MÁCARO.

Así pues, el desarrollo de la presente investigación se ejecutó en cuatro (4) fases que se describen a continuación:

a.- Primera Fase: revisión bibliográfica. Esta fase permitió realizar una amplia revisión en cuanto al cuerpo de conocimientos existentes que estuvieron relacionados con la problemática planteada en la investigación, con lo que se logró la identificación del problema y la formulación de objetivos. Una vez revisado el contexto teórico, se procedió a la revisión exhaustiva de los antecedentes del estudio, así como también la construcción de la fundamentación teórica de entrada que sirvió de referencia al problema de investigación.

b. Segunda Fase: investigación de campo. Se procedió a descubrir cómo se llevaría a cabo la investigación, para tal efecto se abordó el tipo de estudio a desarrollar, seguido, se diseñó una guía que se utilizó para realizar las discusiones en la plenaria en profundidad a los participantes considerando para esto los criterios que orientaron el trabajo de campo y el desarrollo de las comprensiones teóricas que dieron consistencia al tema de investigación.

c. Tercera Fase: análisis e interpretación de la investigación. Se realizó estableciendo temáticas y categorías que emergieron de la información recopilada la cual llevó a la producción de múltiples categorías que fueron a dar cuenta de la complejidad del problema de estudio. Posteriormente, se evaluaron los resultados para contrastar los hallazgos con las teorías de partida, sobre la base de estos y de la revisión bibliográfica, lo cual permitió la investigación y discusión de resultados.

d.- Cuarta fase: está referida al cumplimiento de los objetivos generales y específicos. Se elaboró la campaña social de concientización ciudadana para la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado de la UPEL-Mácaro.

Los Resultados

Resultados relacionados con el objetivo asociado N° 1: - Diagnosticar la situación general del uso de los de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado UPEL-Mácaro.

Se instrumentó una plenaria que permitió obtener insumos (datos, expresados en ideas, sugerencias), en relación a la caracterización de la utilización de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado UPEL-Mácaro, donde el investigador sirvió de moderador y se contó con la participación de los cinco (5) directivos de la Subdirección de investigación y Posgrado.

En este sentido, se destacan los hechos más resaltantes de la plenaria, presentados en el siguiente cuadro:

Cuadro 2
Registro de observación. Plenaria sesión 1.

Registro de observación N° 1 Lugar: aula 22 Fecha: 01- 12-2006 Sesión: 1 Técnica Observación participante Observador: Franklin Salas	
Hechos	Categoría
Los participantes se manifestaron en cuanto al mal uso de las instalaciones de posgrado por parte de algunos usuarios. Ello, resulta relevante si se considera la misión institucional vinculada a la formación de formadores. Además, manifiestan la necesidad de establecer mecanismos que contrarresten la situación en virtud de la condición de funcionarios públicos del Estado venezolano, ya que el marco legal venezolano obliga a los funcionarios públicos a establecer mecanismos que permitan salvaguardar el patrimonio público. Así mismo, los principios ciudadanos y pedagógicos tácitos en el comportamiento del educador.	Relevancia del problema Pertinencia Legal
Los principales problemas que se confrontan son los siguientes: basura dentro de las mesitas de posgrado, basura regada en el patio central, dejan aires acondicionados y luces de los salones encendidas al salir y se montan en pupitres y mesitas dañándolas.	Nudos críticos
Necesidad de reforzar los principios como educadores y ciudadanos.	Dimensión social
Expresan la pertinencia del diseño y ejecución de una campaña de concientización social que permita orientar la conducta de los usuarios en cuanto a la utilización de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado.	Alternativa de solución
Finalizada la discusión y realizado el borrador del cuadro 8, se procedió a someterlo a la consideración de los participantes. Quedó aprobado.	Aprobación.

Fuente: elaborado por Salas (2006) con datos proporcionados por los participantes de la plenaria sesión 1

Con base al cuadro anterior se infiere que algunos de los usuarios de los espacios y ambientes educativos de posgrado mantienen una actitud no cónsona con los principios educativos y los relacionados a la salvaguarda del patrimonio público. De la misma manera, se observa cuatro (4) principales circunstancias: basura dentro de las mesitas de posgrado, basura regada en el patio central, dejan aires acondicionados y luces de los salones encendidas al salir y se montan en pupitres y mesitas, lo que origina daño en su infraestructura.

Por otra parte, los participantes de la plenaria asumen la necesidad de

transformar esta realidad y estiman prudente el diseño y ejecución de una campaña de concientización social que permita modificar la actual conducta y orientarla en cuanto a la utilización adecuada de los espacios y ambientes educativos del área de posgrado para así reforzar sus principios como educadores y ciudadanos. Así pues, las circunstancias presentes en la circunscripción institucional, objeto de estudio, precisan además las situaciones que se pretenden transformar, constituyéndose en cuatro situaciones que orientan, a su vez, las bases de la estrategia creativa de la propuesta, ellas son: (a) dejan aires acondicionados y luces de los salones encendidas al salir, (b) Basura regada en el patio central, (c) Basura dentro de las mesitas de posgrado y, (d) se montan en pupitres y mesitas y originan daños en su infraestructura.

Para corroborar esta información, se precisó la opinión del personal de mantenimiento encargado del aseo de las aulas adscritas a Posgrado. El resultado se tomó de un recorrido por las instalaciones comentadas por los informantes, del cual se presentan los siguientes registros fotográficos:



Foto 1. Botadero de Basura en las áreas verdes de posgrado.
Fuente: Salas (2006)



Foto 2. Condición física de puertas sala de usos múltiples rota.
Fuente: Salas (2006)



Foto 3. Depósito de Basura en las áreas verdes de posgrado no permitidas.
Fuente: Salas (2006)



Foto 4. Estado de deterioro de Mesas de Posgrado.
Fuente: Salas (2006)

En el recorrido por las instalaciones del área de posgrado, se infiere que los resultados de la plenaria coinciden con lo señalado por el personal de mantenimiento.

Resultados Relacionados al Objetivo Asociado N° 2: Analizar los Elementos que Precisan la Caracterización de la Utilización del Área de Posgrado en Relación a la Concepción Creativa de la Campaña.

Para el desarrollo de la campaña de promoción social se utilizó la metodología propuesta por Sheiner(1997), la cual implica los siguientes pasos:

a) **Conocimiento del problema.** Obtención de insumos y datos que brinden una visión general de las circunstancias del hecho social.

En este sentido, se instrumentó una plenaria (Sesión 2) que permitió obtener insumos (datos, expresadas en ideas, sugerencias) por parte de sujetos usuarios de las áreas objeto de estudio, lo cual brindó posibilidades creativas para el fundamento de la Estrategia creativa. En la misma participaron diez (10) estudiantes, el cuerpo directivo de la Subdirección (2) y el pasante sirvió de moderador: Al respecto, se cuenta con los aspectos más resaltantes de la plenaria, los cuales se resumen en los siguientes puntos:

Informe Grupal Plenario Creativo:

Razones fundamentales para emprender las acciones de corrección de actitud del usuario de los ambientes educativos del área de posgrado: Los usuarios deben cuidar las áreas y ambientes educativos de la Subdirección de Investigación y Posgrado porque: **Es una Institución formadora de formadores. Es patrimonio de todos los venezolanos. Es un deber ciudadano cuidar el patrimonio público. Está debidamente penado en la Ley (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela). Se trata de cultura educativa. Qué le espera al que destruya el patrimonio donde estudia como futuro educador. Se debe trabajar juntos por El Mácaro.**

Las frases anteriores fueron establecidas en un consenso entre los quince (15) participantes de la plenaria.

Entre otras sugerencias, los participantes manifestaron que la campaña debía ser clara y mostrar la realidad de lo que sucedía. Además, ser didáctica; es decir, dejar una enseñanza que persiga la transformación de lo que está sucediendo en un marco positivo y jovial, buscando aunar esfuerzos y no conflictos. De la misma manera, todos coincidieron que la problemática afecta hondamente no sólo a la Subdirección de Investigación y Posgrado, sino también a toda la Institución y que sentaría un precedente adecuado.

b) **Elaboración y Prueba de Conceptos Creativos.** Implica la caracterización de varias ideas con detalles que permitan, comunicacionalmente hablando, dar cumplimiento a los objetivos comunicacionales que se desean ejecutar.

Partiendo de las ideas presentadas en plenaria por el grupo de los quince (15) participantes, se desarrollaron cuatro (4) conceptos creativos que serían presentados al grupo para su discusión y aprobación, los cuales sentarían la base creativa de la campaña:

Concepto 1:

Manejo de ítemes comunicacionales relacionados a la normativa a seguir al usar los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado. Tono: racional.

Esto se resume en la siguiente figura:

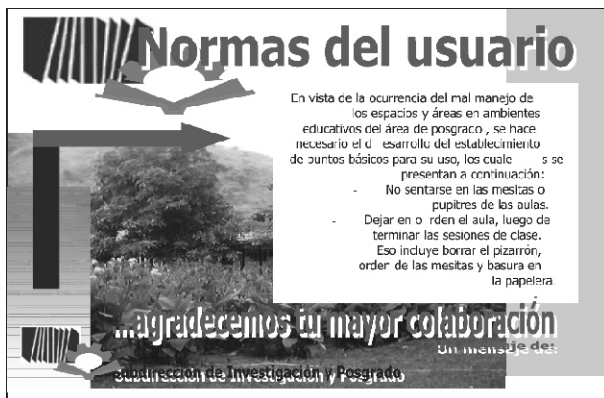


Figura 2. Concepto 1. Fuente: elaborado por el autor (2006)

Este concepto, de tono racional, produjo en el grupo de la plenaria los siguientes juicios de valor los cuales se resumen de la forma siguiente:

- Bastante Clara.
- Muy Sencilla
- Se aproxima al lenguaje usado en diversas comunicaciones de la Institución
- Parece de escuela de primaria

Hubo algunas posiciones encontradas: los docentes, aun cuando estaban de acuerdo con las ideas expresadas en el concepto, sugerían un tanto más de "contundencia" del mensaje, según sus palabras. Por otro lado, los estudiantes se rieron, literalmente, del concepto. Es decir, los estudiantes decían que ese aviso no daría miedo y, por consiguiente, debía "acompañarse de un policía para cumplirlo".

Después de estas consideraciones, el pasante presentó un segundo concepto:

Concepto 2:

Tono emocional. Utilización de frases que relacionen al usuario con su contexto educativo, produzcan reflexión y propicien decisiones de cuidado y mantenimiento de los espacios.



Figura3. Concepto 2. Fuente: elaborado por el autor (2006)

Este segundo concepto contiene elementos que vinculan directamente con la problemática al segmento al cual va dirigido el mensaje (usuarios de los espacios del área de posgrado). Además, presenta de forma gráfica la problemática y la forma de solucionarla por parte del usuario, involucrándolo en la solución. Sin embargo, no gustó porque implica un mandamiento que, según los informantes, podría traer consigo conflicto.

Concepto 3.



Figura 4. Concepto 3. Fuente: elaborado por el autor (2006)

En este concepto se usó el elemento emocional, destacando la condición en particular a transformar. Se completa con un slogan que vincula a la Subdirección de Investigación y Posgrado al esfuerzo mancomunado para solucionar la circunstancia, haciéndola más personal al no usar la palabra subdirección. Los resultados de la plenaria con respecto al concepto N° 3 fueron determinantes y contundentes: un "sí" unánime.

Posteriormente, se discutieron los temas que se considerarían para el desarrollo de esta pieza publicitaria y quedó estructurada la siguiente clasificación:

- No Montarse en los pupitres.
- No Botar basura en el aula.
- No Botar basura en las áreas verdes.
- No dañar la infraestructura.

De esta manera, se categorizaron las prioridades para el desarrollo de las piezas publicitarias.

Resultados Relacionados al Objetivo Asociado N° 3: Diseñar la Campaña Social de Concientización Ciudadana para la Utilización Adecuada de los Espacios y Ambientes Educativos del Área de Posgrado de la UPEL- Mácaro.

a) Elaboración de la Campaña. Implica la elaboración física del diseño de la campaña, es decir, concepto creativo, objetivos comunicacionales, plan de medios, estrategia creativa:

- Concepto creativo: se ha desarrollado con base a las experiencias e inquietudes de los resultados de la plenaria. Las mismas coincidieron en el concepto N° 3, el cual se desarrolla bajo un tono emocional destacando elementos relacionados al trabajo en conjunto para resolver la problemática objeto de estudio. Tono: emocional.

- Objetivos comunicacionales:

- Presentar la problemática de forma gráfica, haciendo participe al usuario de la solución del problema.
- Brindar, a través de un tono emocional, un proceso de reflexión en el usuario.
- Relacionar la Subdirección de Investigación y Posgrado con elementos que dignifican la humanidad.

- Elementos comunicacionales:

· Título: Juntos por el mácaro.

· Subtítulos:

* Cuando salgas del aula deja luces y aire acondicionado apagados.

* Utiliza adecuadamente el mobiliario disponible en las aulas.

* Usa los recipientes disponibles para colocar la basura.

* Cuida nuestras áreas verdes.

* Slogan: Podemos hacerlo... contamos contigo.

- Plan de medios: se estiman tres (3) vehículos para llegar al target establecido. Todos, impresos. Los mismos, complementados con eventos alusivos

· Campaña de introducción:

* Charlas de concientización

* Trípticos

· Campaña de reforzamiento

* Afiche

* Pendón

* Volantes

· Presupuesto:

Cuadro 3 Presupuesto General del proyecto

Recursos	Costo total (1)	Monto autofinanciado por los pasantes (2)	Aportes de otras personas naturales o jurídicas (3)	Monto solicitado a la organización (M.S. = 1 - [2 + 3]) (4)
Recursos Humanos	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
Servicios	228.000,00	-----	-----	228.000,00
Materiales	484.000,00	-----	-----	484.000,00
Equipos	No aplica	-----	-----	-----
Total	712.000,00	-----	-----	712.000,00
Porcentajes	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaborado por el autor (2006)

- Piezas Publicitarias: se presentan a continuación:



Figura 5. Afiche versión 1.



Figura 6. Afiche versión 2.



Figura 7. Afiche versión 3.



Figura 8. Afiche versión 4.



Figura 9. Pendón

Conclusiones

Al reflexionar sobre las implicaciones del "Desarrollo" en la actual dinámica mundial, surgen voces desde distintas latitudes en relación a los parámetros del modelo de desarrollo a seguir por la humanidad. Y es que, hasta los economistas, tan ligados a lo meramente financiero "están aceptando al componente humano como la columna vertebral de la transformación de la realidad social, económica, política, entre otros aspectos de la cotidianidad" (Perales, 2005). Así pues, cuando se investiga, se desarrollan propuestas y alternativas de solución o se abordan metodologías o intervenciones comunitarias, el norte, sin lugar a dudas, es el ser humano.

En este contexto, el sector educativo tiene una alta responsabilidad ya que debe buscar el proporcionar a hombres y mujeres un mínimo de habilidades necesarias que les asegure una capacitación laboral que les permita abastecer sus necesidades; despertar interés y gusto por el conocimiento; hacerlos capaces de criticar; ponerlos en contacto con las realizaciones culturales y morales de la humanidad y enseñarles a apreciarlas. De esta manera, la formación en la fraternidad y la solidaridad que lleven a escuchar el clamor de los pobres y a un compromiso gradual con la transformación de la realidad social para el progreso y el desarrollo.

Es por ello, que el presente proyecto es pertinente con estos postulados porque implica la implementación de mecanismos necesarios para brindar alternativas de solución a un problemática presenta en una Institución nada más y nada menos que formadora de formadores. El diagnóstico permite inferir el uso inadecuado por parte de los usuarios de la infraestructura académica adscrita a la Subdirección de Investigación y Posgrado.

Pareciera una problemática sencilla, sin embargo, este hecho tiene varias lecturas: propicia la violación de los principios ciudadanos de velar por el patrimonio colectivo, tanto por los usuarios como el mismo despacho objeto de estudio. Además, se presenta como evidencia empírica de la falta de pertinencia y voluntad Institucional de solventar estas situaciones.

Así pues, estas circunstancias fueron analizadas, por lo cual, la realización de este proyecto ha servido de catalizador de la concreción de mecanismos, desarrollados por todos los involucrados en la circunstancias. Así pues, el valor agregado de este proyecto gira en torno a la sensibilización de la Institución objeto de estudio y el abordaje de la problemática mediante metodologías científicas disponibles.

De esta manera, se diseñaron los criterios que permitieron el establecimiento de los elementos que precisan la caracterización de la utilización de los espacios y ambientes educativos del área de Posgrado UPEL-Mácaro y se definieron los elementos comunicacionales del diseño creativo de la campaña social. Asimismo, se propusieron los medios y canales a utilizar para el desarrollo

de la campaña y se estimó la estrategia y presupuesto de medios de la propuesta.

Recomendaciones

A la Institución:

- Se recomendó a la Institución ejecutar la propuesta, tomando en consideración para su aprobación los criterios aquí desarrollados.
- Desarrollar una jornada de concientización para informar de la implantación de la propuesta, a manera de consolidar el compromiso institucional de llevarla a cabo.
- Luego de su puesta en marcha, evaluar los resultados de su aplicación con la técnica de Focus group.
- Someter a consideración las propuestas hechas en este estudio, y explorar la experiencia vivida en este proyecto para solventar otras situaciones comunicacionales en la universidad.

A los investigadores:

- Proponer alternativas metodológicas que complementen los procedimientos aquí desarrollados.

REFERENCIAS

Arias (1999). América Latina y la Nueva Ruralidad. Caracas. Foro

Caetano, J. (2003), Mercadotecnia y Publicidad. (Disponible: www.campus-oei.org)

Contreras (1991). Radiografía del Caos Universitario. Valencia.
Instituto Universitario de Mercadotecnia ISUM (1999). Guía de Publicidad.
ISUM. Caracas Venezuela.

Hernández, R. Y otros (1999) Metodología de Investigación. Mexico. Mc. Graw Hill

Perales, A. (2005). Desarrollo y Educación. IPREM 2005. UPEL. Turmero, Venezuela.

Quenza, S. (2000). El Mácaro Cuenta su Historia. FEDUPEL. Caracas.
Rincón, J. (2005), Guía para la selección de Posibles Proyectos., UNICA.
Maracaibo, Estado Zulia.

Sabino, C. (1998) El Proceso de Investigación. Caracas, Panapo.

Sheiner, A. (1997) Estrategias Innovadoras para el Desarrollo de Productos.

Mc Graw Hill. México.

Universidad Experimental Pedagógica Libertador (2003) en el Manual de Trabajos de Grado, Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: fedeupel