

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA LA PROMOCIÓN DEL PROYECTO VETIVER FUNDACIÓN EMPRESAS POLAR Y ICV-4

N. Branger y J. Betancourt
Organización LOGROS
betan21@gmail.com nbranger@gmail.com

Palabras clave: comunicación, estrategias, aprendizaje, mapas mentales, radio difusión, ambiente.

Introducción.

La estrategia comunicacional empleada para la difusión del Proyecto Vetiver Fundación Empresas Polar, dirigido a aliviar disparidades sociales, se desarrolló en cuatro momentos significativos: preparación, presentación, difusión y resultados. En las dos primeras etapas se aplicó la metodología de los Mapas Mentales como herramienta fundamental para la planificación y ejecución del proyecto. Al conocer la importancia y trascendencia de dicho proyecto y la posibilidad de destacar y reseñar un proyecto exitoso de alto impacto social, nos cautivó. Después de visitar comunidades en el Estado Yaracuy – La Marroquina, donde se vivieron experiencias enriquecedoras con la gente participante del Proyecto Vetiver Fundación Empresas Polar, se pudo constatar de manera presencial todo el proceso. Con estos fundamentos, decidimos dar a conocer la trascendencia del proyecto a través de un medio de comunicación masiva como la radio. La proyección multidimensional del programa de formación y capacitación, y su impacto en las comunidades atendidas, la cual pudimos conocer a través de las exposiciones del Dr. Oswaldo Luque, nos sirvió de estímulo para asumir el compromiso con organismos públicos y privados para la celebración de la IV Conferencia Internacional de Vetiver. La presente exposición intenta mostrar la experiencia significativa de una estrategia comunicacional integradora, como elemento fundamental para la difusión del Proyecto Vetiver Fundación Empresas Polar.

Materiales y métodos.

I. El Mapa Cerebral como estrategia creativa.

Comunicación de ideas, planes y proyectos.

En un primer encuentro, compartimos el taller de Mapas Mentales, herramienta de aprendizaje, desarrollada por Tony Buzan. Como método efectivo para tomar notas y para la generación de ideas por asociación, nos permitió conocer de cerca la esencia del Proyecto Vetiver de Fundación Empresas Polar. Con la idea principal como centro se trabajó en varias direcciones, produciendo una estructura creciente y organizada compuesta de palabras e imágenes claves. Se exploraron los conceptos fundamentales a través de preguntas: quién, qué, dónde, cómo, para qué, porqué, cuando, cuanto. La participación consciente, la interacción y la dinámica grupal permitió establecer las bases para la difusión del Proyecto. El mapa mental fue la técnica que permitió la exposición organizada y la manera práctica de representar la información en forma creativa, espontánea, de tal manera que la misma fuera asimilada y recordada por el público. Esta técnica gráfica nos permitió los medios para llevar una información científica compleja a un lenguaje comprensible y asimilable que permitió desarrollar una estrategia comunicacional efectiva.

Las aplicaciones de los mapas fueron diversas para el desarrollo de la estrategia comunicacional: como instrumento de comunicación creativa para dar a conocer los fundamentos del proyecto, estimular la participación, como herramienta eficaz para preparar las exposiciones en las comunidades, un medio para integrar viejos y nuevos conocimientos, planificar las actividades, torbellino de ideas (brainstorming), para enfocar las fortalezas y descubrir las oportunidades de mejora, para registrar opiniones, comunicar ideas complejas y para fortalecer el sentido de pertenencia a través del CREDO VETIVER.

II Observación directa. Se realizaron visitas a las comunidades en el Estado Yaracuy – La Marroquina. Allí pudimos conocer experiencias enriquecedoras con la gente participante del PVFEP. Se pudo constatar de manera presencial todo el proceso.

Posteriormente, se solicitó una primera entrevista para tratar los aspectos generales del Proyecto y luego se propuso la idea de realizar varias entrevistas con el objetivo de dar mayor difusión a su contenido humano, social y cultural, a través de la producción de un conjunto de cinco programas radiales a través de la emisora 103.9 FM, en el programa educativo “Más Allá de lo Clásico”, que se transmite los días domingos de 9:00 am. A 11:00am.

III La estrategia comunicacional.

La radio como instrumento de difusión de valores. NUEVO PARADIGMA

La interacción con el público a través del medio radial, así como la respuesta de las comunidades ante la metodología aplicada, nos permite concluir que estas técnicas de información para llegar a las comunidades, contribuyen a la ejecución de proyectos sostenibles, económicos y desarrollo endógeno para mejorar el tejido social de nuestro país. Las experiencias significativas sirvieron de modelo comunicacional para divulgar los retos, motivación y logros del Proyecto Vetiver de Fundación Empresas Polar, las cuales han profundizado el compromiso con la protección del ambiente y el desarrollo social.

En total se realizaron 6 programas de radio de dos horas cada uno. Mediante un trabajo comunicacional sostenido, a través del cual se dirigieron los esfuerzos hacia una plena difusión, como mecanismo de divulgación de un proyecto para el desarrollo comunitario.

1er. Programa. Invitado Dr. Oswaldo Luque. Temas tratados: Que es vetiver. Historia. Aplicaciones. Experiencias exitosas. Proyección en la comunidad.

2do. Programa. Invitado Dr. Oscar Rodriguez. Red latinoamericana de vetiver. Antecedentes del proyecto. Lo científico. Lo económico.

3r. Programa. Oswaldo Luque. Tema: El proyecto vetiver. Objetivo, métodos y procedimientos. ¿Cómo se hace?. ¿Quiénes se benefician? Impacto social. Trascendencia. Contraloría social. Las instituciones involucradas. Las escuelas. Efecto multiplicador.

4to. Programa. Invitados, Grace Rivero y Edgar ceballos. Tema: La siembra y la cosecha. La fibra, las artesanías. Resultados.

5to. Programa. Invitado Ing. Armando Hernández. Tema: Lo institucional. La IV Conferencia Internacional. Importancia. Trascendencia.

6to. programa. El refuerzo. Edición especial. Promoción. IV Conferencia. La participación internacional. Los actores. Los beneficiarios. Futuro del vetiver en

Venezuela. Ejemplos significativos. Múltiples dimensiones: Humana. Ecológica. Económica. Social.

El papel de los medios ha sido fundamental para dar a conocer experiencias exitosas de desarrollo comunitario. Dentro del esquema de la Estrategia Comunicacional para la Promoción del Proyecto Vetiver se destacan algunos de los nuevos paradigmas de la radio:

- **La radio como servicio público**
- **La radio participativa e interactiva**
- **La radio como formadora de conciencia ciudadana**
- **La radio como formadora de valores**
- **La radio como reforzadora de la identidad cultural**
- **La radio como divulgadora de nuevos valores**

Resultados y discusión.

Se realizó una jornada de entrevistas con los diversos actores del Proyecto. Posteriormente se hizo la selección del material que saldría durante cuatro semanas en el mes de agosto de 2006. La respuesta del público fue contundente. A través del portal de Victoria FM, se recibieron numerosos mensajes elogiando el impacto social del proyecto Vetiver. Algunos radioescuchas manifestaron su interés por conocer más acerca de la planta y del proyecto. Fue así que el equipo de producción del programa Más Allá de lo Clásico, decidió realizar un nuevo programa y preparar una edición especial para radiarla días antes de la IV conferencia Internacional de Vetiver.

La organización y presentación de la información, la repetición y el refuerzo a través de la difusión sostenida de los alcances del Proyecto, permitieron conocimientos, fortalecer valores, educar a través del ejemplo, mostrar resultados de una experiencia significativa de desarrollo endógeno. Esta experiencia, también ha permitido mostrar el significado y el papel de la Comunicación Ambiental como un área de especialización de gran importancia para la difusión de proyectos sociales.

Conclusiones:

La interacción con el público a través del medio radial, así como la respuesta de las comunidades ante la metodología aplicada, nos permite concluir que estas técnicas de información para llegar a las comunidades, contribuyen a la ejecución de proyectos sostenibles, económicos y desarrollo endógeno para mejorar el tejido social de nuestro país. Dos experiencias significativas han servido de modelo comunicacional para divulgar los retos, motivación y logros del Proyecto Vetiver de Fundación Empresas Polar, los cuales han fortalecido el compromiso con la protección del ambiente y el desarrollo social. Entre los aspectos positivos de un esfuerzo sostenido e los promotores del proyecto, se destacan: el fortalecimiento de los valores, respeto a las creencias, solidaridad, el trabajo en equipo, el sentido de responsabilidad, identidad regional y nacional, sentido de pertenencia, potencial creativo de las comunidades y la capacidad para desarrollarse.

El gran reto como comunicadores, ha sido responder al desafío de poner todas nuestras herramientas y conocimientos para brindar apoyo efectivo a los promotores del proyecto, acompañar a las comunidades en sus aspiraciones y sus logros, y registrar testimonios sobre la trascendencia histórica, social, cultural y ambientalista de un trabajo cuyos alcances trascienden a 14 comunidades y más de cinco mil personas en el país.

Finalmente, cabe mencionar que la estrategia comunicacional empleada, ha sido un proceso sostenido de comunicación educativa, que además de transmitir información y mensajes, ha pretendido contribuir a la formación ciudadanos y ciudadanas, a través de un proceso comunicacional organizado de manera sistemática, que influye en el cambio de actitudes, valores, prácticas y comportamientos, como principios para el desarrollo comunitario, el combate de la pobreza y el emprendimiento e innovación para mejorar los ingresos de comunidades de bajos recursos.

Los autores.

Nancy Branger: Comunicadora social, educadora, ambientalista. Magister en gestión educativa. Directora de la asociación civil LOGROS. Conferencista nacional e internacional sobre temas de desarrollo humano y técnicas para el aprendizaje dinámico. Productora del programa educativo-cultural “Más Allá de lo Clásico”, que se transmite a través de Radio Victoria 103.9FM. domingos de 9am a 11 am.

Jesús Betancourt: Comunicador social, coordinador ejecutivo de la asociación civil LOGROS. Productor del programa “Ecos de Victoria”, que se transmite a través de Radio Victoria 103.9FM. domingos de 12m a 01pm. Co-facilitador en talleres sobre desarrollo humano integral.

Bibliografías:

Buzan, T. (1996) El Libro de los Mapas mentales, Ediciones Urano, Barcelona (España).

Montes, Z. (1997). Mas Allá de la Educación, Editorial Galac, Caracas (Venezuela).

Naciones Unidas. (1992) Agenda 21, Programa de Acción las Naciones Unidas. New York: UN Publications.

UNESCO. (1997) Educación para un Futuro Sostenible: Una Visión Transdisciplinaria para una Acción Concertada. Conferencia Internacional Thesaloniki 8 -12 Dic.1997.

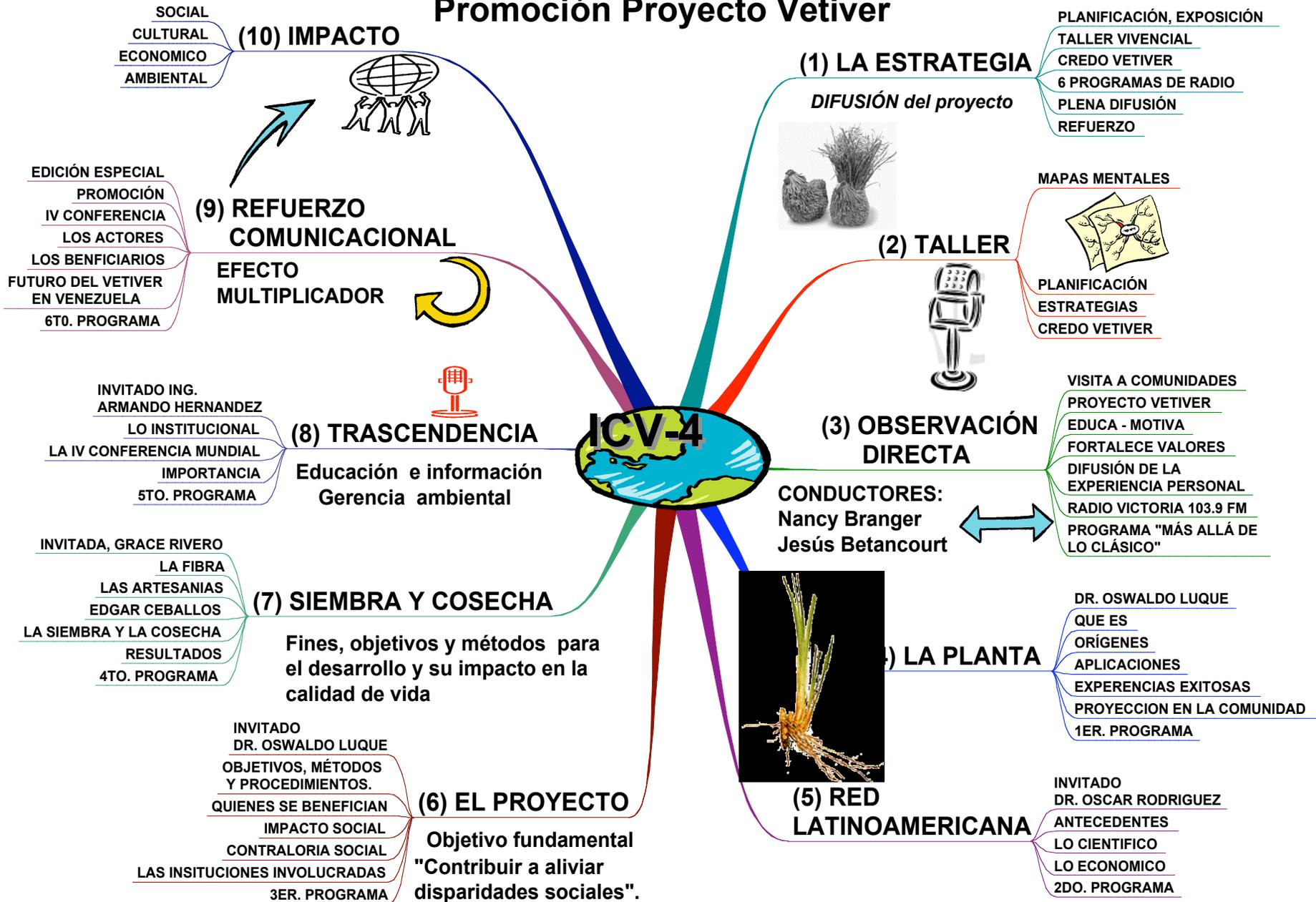
icv-4@fpolar.org.ve / ambiente@fpolar.org.ve

Debe remitirse una copia impresa a la siguiente dirección postal:

Oficina ICV-4, Proyecto Vetiver,
Fundación Empresas Polar, piso 1,
Los Cortijos de Lourdes.
Zona postal 1071-A, Caracas,
República Bolivariana de Venezuela

Estrategia comunicacional

Promoción Proyecto Vetiver



Mapa elaborado por: N. Branger (2006)