



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención Comunicaciones Publicitarias
Trabajo Especial de Grado

**VOLUNTAD DE CRECER: Creación del Voluntariado de la Escuela de
Comunicación Social de la UCAB**

Autores:

Cristel Natacha Álvarez Leite
Natasha Josefina Lashly Charboné

Profesor guía:

Elsi Araujo

Caracas, 7 de septiembre de 2009

A mis papás,
Por enseñarme a vivir,
valorando lo que tengo
Y luchando por lo que quiero.

Cristel Álvarez

A Camila Valentina Lashly Hernández,
Por ser un ejemplo de vida y fortaleza.

Natasha Lashly.

RECONOCIMIENTOS

A todas las personas que laboran dentro de la Universidad que, regalándonos desde un minuto de su tiempo, hicieron posible levantar información imprescindible para la investigación: Mercedes Morales, Karin Yancen, Luz Aimara Morales, David Da Silva, Aida Noda, Janet Guerra, Mardon Arismendi, Sheyla Goncalves, Deivy Díaz, Jonathan Moreira, Max Römer, Yasmín Trak y Darío Ramírez. A todos ellos, gracias por poner su granito de arena para este proyecto.

A nuestros Padres, por darnos el apoyo incondicional que sólo ellos pueden.

A nuestras familias por ser un ejemplo de unidad y trabajo en equipo, por lo que hoy somos auténticas en lo que hacemos.

A Emilio, por prestarnos sus oídos, su tiempo y dedicación...Gran apoyo moral.

A Elsi, nuestra tutora, por guiarnos y señalarnos el camino siempre que lo necesitamos.

Al profesor más cercano, sincero y accesible que nos regaló, entre sus horas libres, consejos invaluable, no sólo para la realización del proyecto sino para nuestra experiencia de vida. Ezenarro a ti las gracias por mostrarnos un mundo con otros ojos.

A José Leo, por su disposición y atenciones ante nuestras dudas y necesidades. Tienes un corazón de oro. Gracias por estar ahí cuando nos hiciste falta.

A la Escuela, por mantenernos sus puertas abiertas siempre que no necesitamos.

A Dios, por acompañarnos en el camino en los momentos fáciles y difíciles, alegres y tristes. Por darnos fortaleza y perseverancia, por hacernos sensibles ante el contexto que vivimos y por poner en nuestro camino a quienes caminan a nuestro lado.

ÍNDICE

RECONOCIMIENTOS	III
ÍNDICE	V
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	IX
I. INTRODUCCIÓN	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	5
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
2.3 OBJETIVO GENERAL	6
2.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
2.5 JUSTIFICACIÓN.....	7
2.6 DELIMITACIÓN.....	8
III. MARCO CONCEPTUAL	9
3.1 EL VOLUNTARIADO	9
3.1.1 <i>Fundamentación del voluntariado</i>	10
3.1.2 <i>Características del voluntario</i>	13
3.1.3 <i>Responsabilidad de los ciudadanos</i>	15
3.2 IDENTIDAD CORPORATIVA	16
3.2.1 <i>¿Qué es la identidad corporativa?</i>	16
3.2.2 <i>Signos de identidad corporativa</i>	17
3.2.3 <i>Función de los signos de Identidad Corporativa en la comunicación</i>	19
3.2.4 <i>¿Cómo se elabora un programa de identidad?</i>	21
3.2.5 <i>El programa de implantación</i>	23
3.3. MERCADOTECNIA SOCIAL	24
3.3.1 <i>Características de la Mercadotecnia Social</i>	25
3.3.2 <i>Fundamentación de la Mercadotecnia Social</i>	28
3.3.3 <i>Aplicación de la Mercadotecnia Social</i>	29
IV. MARCO REFERENCIAL	31
4.1 MISIÓN Y OBJETIVOS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO.....	31
4.1.1 <i>Misión</i>	31
4.1.2 <i>Objetivos</i>	31
4.2 OBJETIVOS DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UCAB	32
4.3 AGRUPACIONES DE VOLUNTARIADO EN UCAB-CARACAS	34
4.3.1 <i>Dirección de Proyección a la Comunidad</i>	34
4.3.2 <i>VEC - Voluntariado de Economía</i>	35
4.3.3 <i>Voluntariado de Derecho</i>	36

4.3.4 ECOUCAB – Voluntariado de Ingeniería.....	37
4.3.5 VOLET - Voluntariado de Letras	37
4.3.6 VAC - Voluntariado de Administración y Contaduría.....	38
4.3.7 EDUCAB - Voluntariado de Educación	39
4.3.8 Voluntariado de Psicología.....	40
4.3.9 UM – Universitarios en misión.....	41
4.4 VOLUNTARIADO DE COMUNICACIÓN EN UCAB-GUAYANA	42
4.4.1 Sinergia en Comunicaciones (Sinérgico)	42
4.5 ANTECEDENTES DE VOLUNTARIADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCAB-CARACAS	42
V. MARCO LEGAL	46
5.1 ETAPAS DEL TRABAJO CON COMUNIDADES	46
5.2 VOLUNTARIADO VS. LEY DE SERVICIO COMUNITARIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR..	48
VI. MÉTODO	53
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	53
6.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	54
6.3 OPERACIONALIZACIÓN	55
6.3.1 Dimensiones e indicadores	55
6.3.2 Cuadro técnico – metodológico de las variables	56
6.4 DETERMINACIÓN DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS	60
6.5 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN DE INTERÉS	61
6.6 SELECCIÓN DEL MÉTODO DE MUESTREO.....	61
6.7 DETERMINACIÓN Y ESCOGENCIA DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	63
6.8 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTO.....	66
6.8.1 Selección del Instrumento	66
6.8.2 Diseño del instrumento.....	68
6.8.3 Validación de instrumento	71
6.8.4 Ajustes al instrumento	71
6.9 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	76
6.10 EJECUCIÓN DEL PLAN	79
6.11 CRITERIOS DE ANÁLISIS	81
6.12 LIMITACIONES	83
VII. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	86
7.1 CODIFICACIÓN Y VACIADO DE RESPUESTAS	86
7.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS	132
VIII. IDENTIDAD CORPORATIVA DEL VOLUNTARIADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UCAB-CARACAS.....	149
8.1 DEFINICIÓN DEL AUTOCONCEPTO	149
8.1.1 Filosofía.....	149
8.1.2 Objetivos Institucionales.....	149
8.1.3 Objetivos Comerciales	150
8.2 SIGNOS DE IDENTIDAD	151

8.2.1 LOGOTIPO.....	151
8.2.2 SÍMBOLO	152
8.2.3 GAMA CROMÁTICA.....	153
8.3. SISTEMA DE LAS COMUNICACIONES	155
8.3.1 Medios de comunicación.....	155
8.3.2 Mensajes claves.....	156
8.3.3 Acciones.....	157
8.4 ACCIONES SOBRE EL CAMPO SOCIAL	157
IX. PLAN DE MARKETING.....	158
9.1 ELEMENTOS DE MARKETING	158
9.1.1 Causa.....	158
9.1.2 Agente de cambio	158
9.1.3 Adoptantes objetivos.....	158
9.1.4 Canales.....	158
9.1.5 Estrategia de cambio.....	159
9.2 LAS 6 P	160
9.2.1 Producto.....	160
9.2.2 Precio	160
9.2.3 Plaza	162
9.2.4 Promoción.....	162
9.2.5 Políticas.....	163
9.2.6 Relaciones públicas	164
9.2.7 Posicionamiento.....	165
9.3 APLICACIÓN DEL MARKETING SOCIAL	165
9.3.1 Concientizar a cada miembro de la empresa u organización.....	165
9.3.2 Identificar y satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta ..	166
9.3.3 Conceptualizar productos o servicios que incrementen o preserven el bienestar de los clientes y de la sociedad.....	167
9.3.4 Buscar proveedores que estén identificados con el concepto de mercadotecnia social.....	168
9.3.5 Cumplir las leyes o reglamentaciones vigentes.....	168
9.3.6 Evitar que el producto o servicio dañe la salud de los clientes.....	169
9.3.7 Generar expectativas que se puedan cumplir o superar.....	169
9.3.8 No mentir acerca de la competencia.....	170
9.4 ELABORACIÓN DE UN PLAN DE TRABAJO PARA EL AÑO ACADÉMICO 2009-2010.	170
9.5 PRESUPUESTO	175
X. CONCLUSIONES	177
XI. RECOMENDACIONES.....	180
XII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	183
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	183
TESIS DE GRADO	184
PÁGINAS WEB.....	186

FUENTES VIVAS..... 188

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

<i>Tabla 1. Operacionalización de las variables</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 2. Datos de sujetos y sus características en el Focus Group n°1.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 3. Datos de sujetos y sus características en el Focus Group n° 2.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 4. Encuesta a Profesores de la escuela de Comunicación UCAB-Caracas.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 5. Fecha de ejecución de Focus Groups a Estudiantes de Com. Social en la UCAB-Caracas.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 6. Fecha de ejecución de Entrevistas a Expertos en el Área de voluntariado de la UCAB-Caracas.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 7. Fecha de ejecución de Entrevistas a encargados de voluntariado dentro de las Escuelas.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 8. Materia dictada por profesores encuestados.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 9. Matriz de Contenido de Focus Group n°1</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 10. Matriz de Contenido de Focus Group n° 2</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 11. Matriz de contenido para Entrevistas a Expertos en el área de voluntariado de la UCAB-Caracas.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 12. Matriz de contenido de Entrevistas a Personal encargado de voluntariado de las Escuelas.....</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 13. Encuesta a profesores de la Escuela de Comunicación Social-Caracas</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 14. Encuesta a profesores de la Escuela de Comunicación Social-Caracas (continuación).....</i>	<i>130</i>

Índice de Gráficos

<i>Gráfico 1. Participación de profesores en el Voluntariado de la Escuela de Comunicación Social.....</i>	<i>144</i>
<i>Gráfico 2. Forma de Participación dentro del Voluntariado</i>	<i>145</i>
<i>Gráfico 3 Días disponibles para la Participación</i>	<i>146</i>
<i>Gráfico 4. Horarios disponibles para la Participación</i>	<i>147</i>
<i>Gráfico 5. Lugar de Participación</i>	<i>148</i>

I. INTRODUCCIÓN

Ser voluntario es una actitud ante la vida. Es entender un contexto de desigualdades que se ha ido fortaleciendo a través de los años y querer contribuir a la disminución de esto. Cuando las personas dejan a un lado el individualismo, y dentro de su ética entienden que primero son ciudadanos y luego profesionales, ahí está presente la filosofía del voluntariado. Es mucho más que las simples ganas de ayudar. Es más que un sentimiento de compasión, es una mirada diferente ante la vida en la que se quiere aportar a la sociedad tanto como queremos a portar a nuestras vidas.

La Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) cuenta con varias agrupaciones que realizan esta labor desde sus distintas posibilidades y herramientas disponibles. Sin embargo, una de las carreras que necesita gran contacto con la sociedad, Comunicación Social, carece de este ente.

El problema a plantearse trata de la inexistencia del voluntariado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello-Caracas. Se hace referencia a voluntariado como una organización institucional sin fines de lucro, que tiene por objetivo ayudar a las comunidades adyacentes. Como parte de los principales valores de esta Universidad, el compromiso social, la responsabilidad y el trabajo para mejorar el país, justifican la necesidad de tomar una acción para resolver este problema.

La UCAB cuenta con un gran número de estudiantes provenientes de todas partes del país, en su mayoría de Caracas. Dentro de la Universidad, se tomó en cuenta específicamente a la escuela de Comunicación Social, profesores y alumnos, durante el período 2008 – 2009. Culturalmente estas personas corresponden a unos hábitos de trabajo hacia la comunidad,

dependiendo de varios factores: clase social, nivel socioeconómico, nivel de estudio, religión, familia y todo aquel entorno que haya influido en el individuo antes de ingresar a la Universidad.

La población afectada son todos aquellos estudiantes de comunicación social de la UCAB-Caracas que tiene la voluntad de ayudar a la sociedad y no cuentan con un organismo estructurado dentro de la Escuela, que los guíe y les de las herramientas necesarias para satisfacer ese deseo. Además, existe otro tipo de población afectada que son todos aquellos niños, jóvenes o adultos que necesitan la ayuda que los estudiantes de comunicación social les pueden brindar.

Una de las consecuencias de no resolver esta condición es continuar con una situación de apatía y desinterés por parte de los alumnos que, además, no tienen información sobre las actividades que pudiesen ofrecer, por lo que desaprovechan un potencial de ayuda para colaborar con la situación de pobreza que vive una gran parte de la población en nuestro país.

El principal motivo que lleva al desarrollo de este trabajo es que, como futuras comunicadoras sociales, el primer compromiso es con la sociedad. Con la formación del voluntariado, y la guía de otras escuelas que cuentan con esta organización, se puede dar el ejemplo tanto a la comunidad Ucabista, como a la población venezolana de que con un mínimo esfuerzo se pueden hacer grandes cosas.

Este proyecto está compuesto por varios capítulos en los que se desglosa el proceso investigativo.

En primer lugar la definición del problema a resolver, los objetivos planteados para su resolución, la justificación y la delimitación de la investigación.

Posteriormente un marco conceptual que pretende explicar al lector con base en cuáles teorías se desarrolló la investigación y qué contenido se abarca para cumplir con los objetivos trazados. Se muestra la etapa de identificación, obtención, consulta y extracción de información necesaria e importante para el problema a investigar.

Un marco referencial, consecutivamente, para dar a conocer el contexto en el que se desenvuelve la investigación. Consiste en toda aquella información disponible y pertinente que permite exponer la situación existente de manera precisa y adecuada, para lograr la mejor comprensión del lector.

Seguidamente se presenta el proceso sistemático de recolección y procesamiento de datos conocido como método de la investigación. En él se observará, entre otras cosas, el tipo y diseño de investigación, la población objeto del estudio y la selección de la muestra, así como también el diseño y validación de los instrumentos utilizados para obtener resultados.

En quinto lugar, la presentación y análisis de resultados. Se presenta al lector las matrices de contenido de las entrevistas realizadas, los resultados de las encuestas y la interpretación de los mismos. Este es uno de los puntos más importantes del proyecto ya que muestra los resultados obtenidos durante el estudio realizado y su calidad.

Posterior a esto se presentan la interpretación de las teorías utilizadas y su aplicación en el contexto investigado, a través de la formación de la Identidad Corporativa del Voluntariado de la Escuela de Comunicación Social-Caracas y los Elementos de Mercadeo, logrando así los objetivos establecidos en la investigación.

Para finalizar, las conclusiones que se pudieron extraer de los descubrimientos de la investigación y ciertas recomendaciones aplicables para mejorar el contexto y optimizar el logro de los objetivos establecidos.

Se aspira que el producto de este trabajo sea el inicio de muchas actividades que se desarrollen para darle respuesta, de forma responsable y organizada, a los problemas de las comunidades que más lo necesitan y que permita que aquel mundo que se ve a través de las ventanas de la Universidad no pase desapercibido y reciba todas aquellas herramientas que los integrantes de esta Casa de Estudio puedan brindarles.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 *Descripción del Problema*

La Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) es un espacio que dentro de su misión y objetivos arroja el deber de solidaridad y colaboración a las comunidades que más lo necesitan a partir del uso de herramientas adquiridas durante el período de estudio, dentro de la Institución.

Existen dentro de la Universidad varias organizaciones de voluntariado que cubren diferentes necesidades sociales, bien sea por la naturaleza de los proyectos planteados o por la especialidad de quienes los ejecutan. La mayoría de estos proyectos son supervisados por la Dirección de Proyección a la Comunidad quienes se encargan de facilitar y apoyar la conexión entre los requerimientos comunitarios y los talentos, así como los conocimientos y los recursos de las diferentes instancias de la UCAB.

La Escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas, aún y cuando ha participado con voluntarios dentro de varios proyectos, no tiene una estructura formal para consolidar su equipo voluntariado; una de las razones es porque la coyuntura de los últimos años dirigió el compromiso social de los estudiantes hacia una vertiente más política, alejándolos del trabajo voluntario hacia comunidades necesitadas. (M. Römer, comunicación personal, Julio 25, 2009)

Es válido que esto ocurra, sin embargo, con las herramientas que adquieren los estudiantes durante su carrera podrían dar aportes diferentes e innovadores a los proyectos que se llevan a cabo periódicamente, es por ello que debe existir una estructura que los pueda guiar y brindarles más herramientas.

Esta investigación supone, entonces, la creación de esa estructura formal que necesita la Escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas para consolidar un voluntariado organizado y comprometido con la solidaridad social y al aprovechamiento de sus recursos tanto materiales y humanos como académicos.

2.2 Formulación del Problema

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, ubicada en la ciudad de Caracas, carece de una propuesta de voluntariado formal, no existe ninguna persona encargada, formalmente, de las actividades o programas de voluntariado dentro de la Escuela y, por tanto, los estudiantes no conocen la posibilidad de brindar ayuda a comunidades que lo necesitan.

El problema que se plantea en esta investigación es:

¿Cómo consolidar la institución de voluntariado dentro de la Escuela de Comunicación Social a través de la creación de la Identidad Corporativa de la misma?

2.3 Objetivo General

- Diseñar los elementos comunicacionales y de mercadeo del Voluntariado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, ubicada en Caracas.

2.4 Objetivos específicos

- Identificar las actividades de voluntariados que se llevan a cabo en las distintas Escuelas de la Universidad Católica Andrés Bello.

- Identificar las necesidades comunicacionales de los voluntariados existentes dentro de la Universidad Católica Andrés Bello.
- Determinar la percepción de los integrantes de la Escuela de Comunicación Social con respecto a las acciones de voluntariado
- Diseñar la estructura interna comunicacional del voluntariado.

2.5 *Justificación*

Uno de los pilares fundamentales de la Universidad Católica Andrés Bello es la sensibilidad social, y cómo los estudiantes mediante las herramientas que reciben, pueden ayudar a comunidades que lo necesitan. Varias escuelas poseen una estructura que permite la ayuda sistemática y organizada a estas comunidades aledañas al recinto universitario.

La Escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas, tiene iniciativas y propuestas para ser canalizadas por sus estudiantes. Sin embargo, la inexistencia de un programa organizado de voluntariado hace difícil que estas actividades se realicen con regularidad. Asimismo, la falta de una o varias personas que establezcan ciertos parámetros de actuación con respecto a esta labor, dificulta aún más la posibilidad de orientación de un voluntariado dentro de la escuela.

Este proyecto busca ser el comienzo de la formación de una institución que sirva para dar un aporte en la solución de los problemas de las comunidades más pobres de Caracas, específicamente comunidades aledañas la universidad, siendo el comunicador social uno de los actores principales dentro de estas actividades para la ayuda social.

De la mano a este motivo se encuentra la posibilidad de ofrecerles a los estudiantes un contacto con la comunidad en el que puedan aprender

distintos valores y experiencias, que, en conjunto con la academia, les proporcione una educación integral.

Se requiere darle forma, color y estructura a una organización que vaya de la mano con otras instituciones dentro de la universidad, que posibiliten la ayuda, de cualquier índole, a las comunidades que lo necesitan y con las que existan planes y proyectos de trabajo a los que se les pueda dar continuidad.

2.6 Delimitación

La finalidad de este proyecto fue lograr un gran alcance hacia todos los individuos que conforman la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, específicamente los estudiantes de pre-grado.

La región geográfica que abarcó este proyecto se centró en Caracas y dentro de ella, las urbanizaciones El Paraíso, Montalbán, La Vega y Antímano, siendo estas las más cercanas al recinto universitario.

El tiempo requerido para la elaboración de este estudio fue de 11 meses, durante el período escolar 2008 – 2009. Este tuvo inicio en Octubre del 2008 y finalizó en Agosto del 2009.

III. MARCO CONCEPTUAL

3.1 *El Voluntariado*

Para la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FISCRMLR, 1999), según la página web de Iniciativa Social, “el voluntariado es una actividad que se fundamenta en el libre albedrío de la persona que presta servicios de voluntariado, y no en el deseo de obtener un beneficio material o pecuniario, ni en presiones sociales, económicas o políticas externas.” (FISCRMLR, 1999, para. 3)

Para la Confederación de las entidades de acción caritativa y social de la Iglesia católica en España (Cáritas, 2001), se define voluntario de la siguiente manera:

Es el que, además de sus propias labores profesionales, de un modo continuo, desinteresado y responsable dedica parte de su tiempo a actividades (...) en favor de los demás o de intereses sociales colectivos, según un proyecto que no se agota en la intervención misma (a diferencia de la beneficencia), sino que tiende a erradicar o modificar las causas de la necesidad o marginación social. (Cáritas, 2001, para.6).

Gutiérrez Resa (1997), define el voluntariado como “aquellas personas que, voluntaria y solidariamente, deciden prestar una parte de su tiempo y de sus facultades en beneficio de otros ciudadanos que lo necesitan, en organizaciones y programas de acción social y sin recibir contraprestaciones habituales en el mercado” (p.23)

Tavazza (1995) define la acción voluntaria de la siguiente manera:

La acción de un ciudadano que, una vez cumplidos sus deberes de estado (estudios, familia, profesión) y civiles (vida administrativa, política o sindical) se pone a disposición desinteresada de la comunidad, promoviendo la solidaridad.

Para ello ofrece energías, capacidades de su tiempo y, eventualmente, los medios de que dispone, como respuesta creativa a las necesidades emergentes del territorio y, prioritariamente a aquéllas que corresponden a los marginados. Todo ello, preferiblemente, mediante la acción de un grupo que suministre la formación permanente y la continuidad del servicio en colaboración con las instituciones públicas y las fuerzas sociales. (p.56)

Para Allen (2001) “voluntariado es cualquier actividad que beneficie al prójimo, realizado libremente y sin esperar ninguna recompensa financiera inmediata”. (Iniciativa Social y Estado de Bienestar, 2009, para. 14)

Según el artículo 3 de la Ley de Voluntariado (1996) existente en España, se considera voluntariado:

“El conjunto de actividades de interés general, desarrolladas por personas físicas, siempre que las mismas no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionarial, mercantil o cualquier otra retribuida y reúna los siguientes requisitos:

- Que tengan carácter altruista y solidario.
- Que su realización sea libre, sin que tengan su causa en una obligación personal o deber jurídico.
- Que se lleven a cabo sin contraprestación económica, sin perjuicio del derecho al reembolso de los gastos que el desempeño de la actividad voluntaria ocasione.
- Que se desarrollen a través de organizaciones privadas o públicas y con arreglo a programas o proyectos concretos. (Ley del Voluntariado en España, 1996, para. 23)

3.1.1 Fundamentación del voluntariado

Según Arrabal (1993) “El voluntariado se fundamenta en tres principios: ciudadanía, participación y solidaridad”. (p.40)

La referencia a la ciudadanía social sitúa al voluntariado en el interior de una doble conquista histórica que originó la constitución del individuo

autónomo a partir del súbdito y la creación del soberano a partir del vasallo. Ambas conquistas generaron la conciencia de los derechos y la tutela ante cualquier arbitrariedad. El espacio natural de la ciudadanía través del voluntariado es la democracia política y la responsabilidad social que incorpora elementos de anticipación, autonomía, transparencia y control de las consecuencias de la acción.

Por otro lado, menciona Arrabal (1993); el voluntariado es una variable del derecho de participación que acentúa el carácter endógeno de las respuestas. Existen voluntarios porque hay ciudadanos que toman en serio su posibilidad de participar en los procesos de decisión colectiva.

“Así mismo, ejercer la solidaridad forma parte de la legitimación última del voluntariado. Este es un ejercicio de las energías dinámicas de la sociedad civil y de la participación como vinculación responsable a las decisiones colectivas”. (Arrabal, 1993, p.41)

Arrabal (1993) define la labor del voluntario de la siguiente manera:

Es ser responsable ante los sujetos frágiles, portador de derechos y deberes no sólo para sí sino para aquellos que los tienen negados. Ser voluntario es construir un mundo habitable para los más débiles, un mundo en el que haya más privilegios y se redistribuyan los recursos. (p.42)

Por otra parte, De Viana (2004) da la siguiente definición con respecto al voluntario:

El voluntario es aquel que proporciona fertilidad al campo de la ciudadanía. Es un gran ejemplo del verdadero valor humano, ese que se necesita en Venezuela para tratar de contrarrestar la cantidad de déficits existentes, sobre todo ese del sentido constructivo de lo público. (p. 320).

La ciudadanía y la participación, entonces, se planifican según el ejercicio de solidaridad, habrá voluntariado social mientras existan sujetos

frágiles, mientras existan personas excluidas socialmente, mientras haya gente con un futuro precario o que simplemente no lo tenga.

Por voluntariado social, según lo menciona Arrabal (1993) se entiende un servicio gratuito, desinteresado y solidario, una opción a favor de ciudadanos excluidos sometidos al riesgo, al desamparo y a la adaptación; es una acción que busca combatir la pobreza, la marginalidad y la exclusión social. (p.42)

Por su parte, el ex secretario general de la Organización de Naciones Unidas, Pérez de Cuéllar (1998), menciona, según García (2001), que “los voluntarios sociales son mensajeros de esperanza que ayudan a las personas y a los pueblos para que éstos se ayuden a sí mismos”. (García; cp. Pérez de Cuellar, p. 51)

Menciona García (2001) acerca de la acción voluntaria:

La acción voluntaria es transformadora en la medida en que exige, apoya y alienta la construcción de un sistema de protección y de servicios que sean un derecho para todos. Por tanto, el voluntariado social sólo es potente en países con alto desarrollo del sistema de protección pública. (p. 52)

Para Arrabal (1993) “existen tres componentes que representan este principio del voluntariado: la compasión, el reconocimiento y la universalización”. (p.42)

- El proceso comienza, según el mismo autor, en primer lugar, por un sentimiento que permite vivir como propio, el mundo de otro. Es un modo de ver, una perspectiva, un horizonte. Es dejarse llevar por el sufrimiento ajeno y entonces sentir la compasión.
- Posteriormente a ese sentimiento, se toma una actitud. Aquella en la que se reconoce al otro como otro, y no sólo en su carencia sino como origen y protagonista.

- Cuando estos dos ingredientes se universalizan y llegan a ser accesibles a todos aunque haya que discriminar a favor de los excluidos, se llega, finalmente, a la solidaridad.

Según Arrabal (1993), “la solidaridad no se presenta hoy como un propósito sino como un imperativo, no se trata de un sentimiento de benevolencia sino de una práctica de supervivencia, no es caridad sino interés colectivo.” (p. 42)

Así pues, para reconocer el trabajo de todas aquellas personas que llevan compañía, afecto y ayuda a los más necesitados, la Asamblea General de la ONU, en su Resolución 40/212 del día 17 de diciembre de 1985, que cada 5 de diciembre el mundo debía celebrar El Día Internacional del Voluntario por un Desarrollo Económico y Social. (ONU, 2009, para.1)

3.1.2 Características del voluntario

Según García (2001) “el voluntariado social tiene como objetivo principal lucha contra toda forma de opresión, discriminación y marginación por causa de raza, sexo, creencias, cultura, situación económica, edad, ideas políticas o antecedentes penales.” (p. 51)

Menciona García (2001), acerca de la iniciativa de un voluntario hacia una problemática a la que pueda ayudar a resolver:

El ejercicio exclusivo y principal del desarrollo integral de la persona y de la sociedad, no compete ni al Estado ni a los partidos políticos ni a las diversas confesiones religiosas. Es el ser humano con su familia y sus amigos, en su entorno, con su cultura y sus opciones libres en conciencia las que deben ser protagonistas de su desarrollo integral. (p.51)

El espíritu del voluntariado se caracteriza, según menciona García (2001) por:

- La gratuidad, pues es brindarse a sí mismo a los demás y tener conciencia plena de que ello forma parte de la concepción de vida personal.
- La continuidad, ya que la labor debe ser constante y pertinente, no incompleta.
- La preferencia vocacional del voluntariado, porque uno es mejor haciendo aquello que sabe hacer y que, además, gusta de hacer.
- La responsabilidad personal, ya que es un trabajo en equipo y cada integrante tiene una tarea.
- El conocimiento, respeto y valoración de todas aquellas personas a quienes se les presta ayuda y con quienes se trabaja.

Estas características que delimitan la labor de un voluntario, permiten definir, también, aquellas creencias o prácticas que aunque se aproximan a esta labor, nada tienen que ver con ella. Así explica García (2001) estas prácticas:

- La intromisión en el terreno profesional, ya que el voluntariado no lo invade sino colabora con tareas poco atendidas y con un modo de proceder que raramente se ve en el mercado laboral.
- El militatismo, ya que aunque se trate de una práctica válida y digna, de índole religiosa, política, cultural o alternativa, no tiene derecho a ser impuesta dentro del voluntariado social.
- El entusiasmo de aquellos que se acercan por frivolidad o por capricho y se sirven de los demás como objetos de curiosidad o experimentación. Se requiere un compromiso formal y serio para llevar a cabo las actividades que se planifican.
- El asistencialismo, ya que el voluntario quiere desarrollar en las personas y en los grupos, capacidades personales que les lleven a su autonomía y no, por el contrario, a la dependencia.

- Ni la compasión ni la limosna ya que nada tienen que ver con la labor de un voluntario que busca justicia para los más necesitados, no caridad.
- El voluntarismo, porque el voluntariado no debe confundir la realidad, lo que está al alcance de realizarse, de las buenas intenciones, la ilusión de ir más allá. El trabajo voluntario debe diseñar programas realistas y factibles, de lo contrario, se pierde la confianza en las capacidades de desarrollo humano, económico y social.

3.1.3 Responsabilidad de los ciudadanos

Menciona García (2001) que “todas las instituciones, asociaciones, confesiones religiosas y movimientos humanitarios, así como cada ciudadano, estamos obligados a construir una sociedad más justa, más libre y más digna en lo que cada uno pueda expresarse para poder alcanzar la plenitud personal” (p. 45).

El desarrollo tecnológico, que debe servir al desarrollo equilibrado de los pueblos, dice García (2001) “ha puesto en nuestras manos instrumentos poderosos que amenazan con ahogar los avances de las ciencias y desvincularlas de la sabiduría sin la cual todo progreso acaba por esclavizar a los hombres.” (p.45)

Justifica García (2001), entonces, el compromiso de los líderes de opinión de la siguiente manera: “de ahí la responsabilidad de todos los conformadores de la opinión pública y no sólo de los medios de comunicación, sino de quienes influyen en el mercado y se sirven de la publicidad para influir en la voluntad de ciudadanos.” (p. 45)

Además García (2001) considera que las organizaciones y ciudadanos están al servicio de sus comunidades pudiendo colaborar de diferentes

maneras, enseñando y aprendiendo al mismo tiempo y poniendo en práctica recursos aprendidos:

Existen infinidad de organizaciones donde todo tipo de personas comparten el tiempo y las habilidades que cada uno tiene, mientras se aprende algo de la complejidad de nuestra sociedad: de su riqueza, de sus injusticias, de sus posibilidades y de su dolor para poder remediarlo con proyectos alternativos que nazcan del estudio de sus estructuras y de la realidad contrastada de las soluciones que es preciso encontrar entre todos. No se precisa tener experiencia, aunque siempre se hace mejor aquello que le gusta a uno y de lo que tiene conocimientos para compartir con otras personas, tan sólo un poco de dedicación, mucho entusiasmo y ganas de sentirse mejor mientras se transforma nuestra actitud ante la vida. (p.45)

3.2 Identidad corporativa

3.2.1 ¿Qué es la identidad corporativa?

La identidad corporativa “es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir – facilitar el reconocimiento y recordación – a una empresa u organización de las demás.” (Costa, 1993, p. 15)

Para Tejada (1987), la identidad corporativa “no es una dimensión o cualidad que la empresa posee per se (...) sino el resultado de un esfuerzo que consiste en descubrir sus potencialidades mediante operaciones de autoevaluación y definición de la singularidad empresarial.” (p. 3)

Añade Tejada (1987) que “la identidad exige una manifestación visual o física, que es el rasgo externo más visible de la empresa en el proceso de diferenciación al entrar en la concurrencia del mercado o en el sistema social” (p. 3).

3.2.2 Signos de identidad corporativa

Los signos de la identidad corporativa, menciona Costa (1993), son de diversa naturaleza:

El primer signo de identidad es la lingüística. A ella corresponde el nombre de la empresa a la que un diseñador da una escritura exclusiva llamada *logotipo*, dándole una personalidad única.

Como segundo signo, se encuentra la icónica. Ésta se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la empresa. Dicha marca tiene una comercial, *marketing*, y una institucional, imagen pública. Cualquiera que sea su forma e intencionalidad expresiva, la marca se traduce en un símbolo (un signo convencional portador de significados).

Como último signo, se encuentra la cromática, la cual consiste en el color, o los colores, que la empresa adopta como distintivo emblemático.

Explica Costa (1993) acerca los signos de identidad corporativa:

- El logotipo no es ni la simple caligrafía o escritura manual corriente, ni la escritura mecánica, sino que posee un diseño específico, dotado de algún rasgo inhabitual o exagerado, que lo hace fácilmente identificable y memorable.
- El símbolo, a diferencia del logotipo, no es de naturaleza lingüística, sino exclusivamente gráfica. El símbolo (...) posee caracteres gráficos que van desde la representación icónica más realista a la más abstracta, pasando por toda clase de estilizaciones, y hasta la más estrictamente simbólica.
- La gama cromática que distingue a una compañía (...) es otro de los elementos visuales tan fuertemente vinculado al concepto de marca que llega a ser su equivalente en muchos casos. (p. 34-35)

Por su parte, Tejada (1987), añade dos signos más para el establecimiento de la identidad corporativa.

El primero de estos signos es el nombre comunicativo. Es el identificativo a través del cual se efectúa el proceso de reconocimiento de la empresa. Es la denominación breve con que se reconoce la empresa en su ámbito de influencia. Puede coincidir o no con el nombre del logotipo, pero siempre será el nombre con el que una compañía es denominada por el público.

El otro signo que agrega Tejada (1987) es la tipografía. Esta se refiere a la manera como una empresa escribe su propio nombre en el logotipo, como imprime los nombres de sus principales directivos, como utiliza en la papelería la denominación de ciertas funciones. El estilo tipográfico que utiliza.

Existen casos de probada eficiencia que utilizan de diferentes maneras los signos que constituyen la identidad visual. Las variables que pueden intervenir en este proceso pueden ser, según Tejada (1987):

- La naturaleza filosofía de la empresa.
- El sector en el que se inscribe.
- El tipo de servicios, bienes o productos que vende.
- La imagen pública que posee o que desea implantar.
- El tamaño de la audiencia (masiva o selectiva).
- La magnitud de la difusión de sus mensajes.

Sin embargo, menciona Tejada (1987) que “si el símbolo, el logotipo, la gama de colores (...) todo lo que se haya escogido como identificador físico, no están siendo respaldados por un comportamiento acorde con lo que se predica visualmente (...) la identidad corporativa será simplemente una vitrina.” (p. 4)

El autor añade, además, que la identidad corporativa tiene dos compuestos: uno colectivo y otro objetivo. “Colectivo, porque la identidad surge de la globalidad de las ideologías, prácticas y valores de la empresa. Objetivo, porque no depende del juicio individual de una persona, sino de un proceso de decantación y de elaboración supraindividual.”(Tejada, 1987, p.4)

Por su parte, Costa (1993) menciona la importancia de la parte gráfica de la identidad corporativa de la siguiente manera:

La condición sistemática en el uso de los signos de identidad es la que consigue el efecto de constancia en la memoria del mercado, por consiguiente, esta constancia en la repetición logra una mayor presencia y aumenta la notoriedad de la empresa en la memoria del público. Así, por esta acumulación y sedimentación en la memoria de la gente, la identidad sobrepasa sus funciones inmediatas y se convierte en un valor, es decir, una imagen que constituye un fondo de comercio (*good will*) de la empresa, el cual representa uno de los principales activos de ésta. (p. 16)

3.2.3 Función de lo signos de Identidad Corporativa en la comunicación

Los signos que se utilizan para crear la identidad corporativa de una empresa deben favorecer la efectividad en la comunicación. Menciona Costa, (1993):

La combinación de logotipo, símbolo y gama cromática, en la identidad visual de las organizaciones, favorece una simbiosis. Esta integración es una fuerza que está potencialmente en la naturaleza de cada signo por separado, pero que sólo cristaliza, como veremos más adelante, cuando se hace un uso inteligente de éstos. (p. 45-46)

Costa (1993) explica cual es la importancia del logotipo como signo que integra la identidad corporativa, de la siguiente manera:

El logotipo que tiene las funciones de designar y de significar, luego declina en un mensaje gráfico. Es esta simbiosis lingüística y gráfica la que define el carácter del logotipo, en tanto que es una de las representaciones visuales de identidad más destacadas de la empresa, y la más explícita. (p. 45)

Por otra parte, menciona Costa (1993) acerca del símbolo como signo de la identidad corporativa:

El símbolo es esencialmente icónico: una imagen pura separada de cualquier otro sistema de lenguaje. Su función de impacto sobre la sensación lo reviste necesariamente de una cualidad signica, esto es, muy sintetizada desde el punto de vista formal. Un símbolo es, por definición, un estímulo que remite a un significado que se encuentra fuera de él y con el cual no existe generalmente relación causal. (p. 46)

Añade Tejada (1987) que “el símbolo consigue reemplazar a la empresa desde el punto de vista material, y obtener de la gente el mismo efecto de reconocimiento que se le otorgaría a la compañía si pudiera estar físicamente presente.” (p. 37)

También menciona Costa (1993) la importancia del color en la identidad corporativa aún y cuando su valor es virtual:

El color tiene una cualidad signica emblemática y un carácter fuertemente emocional. Desde el ángulo semiótico, el color es lo opuesto al lenguaje codificado o a los sistemas secuenciales o lineales, como son el lenguaje oral y escrito, el código de notación musical, el código numérico, o el morfológico en la construcción de la forma. El color no es isofórmico, descriptivo, analógico o imitativo de otro sujeto portador de significado, sin embargo es evocador. (p. 46)

Agrega Tejada (1987) con respecto al uso del color:

El color cumple una función distintiva. Con el uso de unos determinados símbolos difundidos por los medios de comunicación, las empresas logran imponer a veces una identidad cromática. (...) No hay en principio una teoría

concluyente que prohíba el uso de ciertos colores y exija otros en particular. La cuestión queda al arbitrio del buen gusto de los diseñadores, pues a menudo ciertos colores corporativos seleccionados por algunas empresas parecerían *a priori* escandalosos y, después, el uso ha demostrado que habían sido bien escogidos. (p. 41)

3.2.4 ¿Cómo se elabora un programa de identidad?

“Un plan de creación e implantación de una imagen, comporta una tarea en cadena, que abarca diversos aspectos de la actividad empresarial, y que debe regirse bajo un criterio esencialmente integrador”. (Costa, 1993, p. 49)

Existen cuatro pasos, según menciona Costa (1993), que deben seguirse para elaborar un programa de identidad:

El punto de partida de un programa de identidad es la definición del *autoconcepto* de la empresa: su filosofía y objetivos, tanto institucionales como comerciales, en función de la imagen futura que habrá de implantar y que deberá corresponder y transmitir eficazmente la verdadera personalidad, calidad y dimensión de la empresa. El segundo paso es el análisis de la imagen existente mediante los métodos clásicos: exploratorios, dimensionales y de estabilidad. En seguida, se procede a la comparación entre la imagen ideal o futura y la imagen actual (...). El tercer paso será el estudio del sistema de comunicaciones actual de la empresa, del cual es posible hacer un modelo donde se simulen sus circuitos, itinerarios y canales, así como su dimensión espaciotemporal. Paralelamente, se analizarán los materiales que circulan por el sistema, con lo que se puede proceder a tres clases de análisis (...). En este punto es posible detectar la existencia de una determinada estructura de la acción, o una estrategia, la cual se confrontará detalle por detalle con la imagen prevista, con el fin de determinar su pertinencia. (p. 50)

Es importante añadir que “tanto más reducida sea la empresa y su mercado y menor sea su capacidad para utilizar los medios masivos de difusión, cuanto más necesario será un programa inteligente de identidad visual.” (Costa, 1987, p. 51)

Según Costa (1993) “todo programa de identificación visual, es decir, el conjunto de los signos de identidad que serán creados y aplicados interpretando el criterio vector de la alta dirección, debe ajustarse a cuatro premisas fundamentales: coherencia, exclusividad, perceptibilidad y duración.” (p.51)

Explica Costa (1993) acerca de la primera premisa:

Deberá instituirse una coherencia total entre el *autoconcepto* de la empresa – su filosofía y objetivo en tanto institución-, la organización del conjunto de colaboradores y su comprensión de tales objetivos, la programación del conjunto de los actos con los que la empresa se manifiesta de un modo general, las herramientas que deben entrar en juego, los criterios para usarlas en función de los objetivos globales de la empresa y las expectativas de distintos públicos. En relación exclusivamente con la tecnología de la identidad visual, debe imponerse una coherencia muy precisa entre los diferentes signos de identidad, observados como un sistema total. (p.56)

Con respecto a la exclusividad como premisa fundamental, Costa (1993) explica lo siguiente:

Expresar la especificidad de la empresa y su personalidad en forma exclusiva ha de ser uno de los objetivos del programa. Una empresa es como una persona: no hay dos que sean iguales. La identidad visual se basará en la *unicidad*, del mismo modo que cada empresa es única. (p.57)

Por otro lado, Costa (1993) añade acerca de la perceptibilidad como premisa fundamental:

Todo mensaje es recibido en tres niveles diferentes, pero complementarios: el de reacción sensorial (nivel de la sensación); el de reacción emotiva (connotaciones, potencial afectivo, seducción); y el de reacción lógica (comprensión, y racionalización del mensaje percibido). La interacción de estas tres formas de respuesta crea una trama de asociaciones de ideas y con ello imprime y desarrolla una imagen en la memoria. En el primer nivel de percepción, el estímulo ha de ser simple, compacto,

visualmente concreto, pregnante. El segundo nivel puede expresarse en dos sentidos: la impregnación carismática instantánea, generalmente de carácter estético y fuertemente simbólico, y la huella que esta reacción deja en el espíritu. El tercer nivel integra el sentido o significado del mensaje, y requiere a veces un determinado esfuerzo intelectual de comprensión. (p.57)

Con respecto a la cuarta premisa fundamental, duración, Costa (1987) menciona que “la duración es el coeficiente de perdurabilidad o la resistencia del sistema de identidad visual al olvido o al desgaste. El sistema de identidad no debe estar sujeto a una moda, porque se desea ante todo duradero”. (p.58)

3.2.5 El programa de implantación

La implantación de una identidad corporativa abarca tres etapas según lo descrito por Costa (1993). La primera etapa que se considera es “la etapa de preparación: es un período de transmisión de informaciones internas. Básicamente, de información al personal, con el fin de integrarlo a los objetivos del programa. (Costa, 1987, p. 111)

Seguidamente, añade Costa (1987), se presenta la etapa de implantación:

La fase de implantación requiere un acto interno en el que la compañía dé a conocer oficialmente el programa a determinados segmentos internos y externos. Los primeros públicos informados serán los que hayan sido clasificados como prioritarios, y los medios selectivos se ocuparán de estas informaciones. Frente al público en general se inicia la implantación con la puesta en marcha del sistema de identidad: en señalizaciones exteriores unificadas, en los documentos, etc. (p. 112)

Próxima a esta etapa, se presenta la última, que Costa (1987) menciona como la fase de sostenimiento que “será, lógicamente, menos intensa y más prolongada (...) La comunicación se centra entonces en los mensajes comerciales e institucionales a los cuales se

ha incorporado sistemáticamente el programa de identidad visual.”
(p.112)

3.3. Mercadotecnia social

Frente a las grandes dificultades económicas, sociales y políticas que aquejan a los países en vías de desarrollo, el mercadeo social “surge como una opción que conjuga procesos, acciones y esfuerzos de diversos sectores, en los órdenes de la vida y los subórdenes de la sociedad, para darle soluciones satisfactorias a las mismas.” (Arrieta de Plata, 2006, p. 74).

Montero (2003) menciona que el *Marketing* social tiene su origen en 1952, cuando G.D. Wiebe propuso ampliar el concepto del mercadeo hacia fines sociales a través de una pregunta “¿Por qué no se puede vender la fraternidad de igual manera que el jabón? (p.66)

La mercadotecnia social, según lo explica Arrieta de Plata (2006) surge en Estados Unidos en la década de los 60´ dentro de varias universidades de este país, como actividad de profesores y alumnos preocupados por la realidad social. Se define como “una herramienta para influenciar y producir importantes cambios en el comportamiento de grandes grupos de población.” (p.75).

Por otro lado, Kotler y Roberto (1992) aseveran que el término de marketing social surge por primera vez en 1971 “refiriéndose al uso de los principios de técnicas de marketing para hacer progresar una idea o conducta sociales.” (p.29).

La noción de mercadeo social es “sinónimo de una forma y evolución específicas que se han adoptado del sistema económico con un nuevo estilo de comunicación que busca influenciar el comportamiento de las personas hacia la solución de problemas sociales, usando los principios del mercadeo comercial.” (Arrieta de Plata, 2006, p. 74).

El marketing social se define, según Kotler y Zaltman, como “el diseño, implementación y control de programas cuyo objetivo es influir en la aceptabilidad de ideas sociales incluyendo consideraciones sobre la planificación del producto, precio, distribución e investigación comercial”. (1971; cp. Montero 2003)

En ese sentido Kotler y Roberto (1992) alegan que el mercadeo social se refiere a “una tecnología de gestión de cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a la aceptabilidad de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes de objetivos”.(p. 29)

Por otro lado, Agregan Fischer y Espejo (2009) que la mercadotecnia social es “una filosofía de la mercadotecnia que procura determinar y satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta —pero— de una manera que incremente o preserve el bienestar de la sociedad (...) Todo esto, a cambio de una utilidad o beneficio” (Mercadotecnia Social, 2009, para. 7)

Resulta posible entender el mercadeo social como un ordenamiento que persigue combinar la libre iniciativa con estrategias de mejoramiento de las condiciones de vida, asegurado éste con el rendimiento de actividades económicas.

3.3.1 Características de la Mercadotecnia Social

El fin del Mercadeo Social se fundamenta en tres principios, según lo explica Arrieta de Plata (2006):

- Un principio filosófico, con base en el cual se busca cambiar el modo de pensar de las personas, respecto de la prevención, la atención y la prestación de servicios sociales.

- Un principio procesal, que abarca todos los procesos de planeación, ejecución y evaluación de los programas de Mercadeo Social.
- Un principio práctico o táctico-operacional, a través del cual se diseñan y utilizan todas las herramientas tangibles e intangibles, que sean necesarias para lograr el cambio comportamental que se pretende. (p.75)

Por otro lado, explican Kotler y Roberto (1992) que existen tres tipos de producto social. Ellos son: *la idea social* (creencia, actitud o virtud), la *práctica social*, que puede definirse como un acto único o un establecimiento de un esquema diferente de conducta, y por último, un *objeto tangible*, productos palpables que pueden acompañar una campaña.

Afirma Cabal Sanclemente (1991), acerca de la función del Mercadeo social:

El mercadeo es la organización de las transacciones con los clientes y por tanto, es aplicable a cualquier organización en que exista una clientela. De esta manera, entonces, se reconoce la posibilidad de extender el concepto de las empresas manufactureras a las instituciones no mercantiles, a todas las organizaciones que tengan algo que vender (...). El profesional tiene para vender sus conocimientos; la universidad, sus programas; los museos, sus exposiciones; los partidos políticos, su ideología; los candidatos, sus programas; las agremiaciones, la defensa de sus intereses; las instituciones gubernamentales sus planes y programas; los bancos sus servicios financieros; las personas, su imagen y las instituciones no gubernamentales su filosofía, sus programas de apoyo y los servicios que ofrecen. (Cabal Sanclemente, 1991; cp. Arrieta de Plata, 2006).

Namakforoosh (1985), por su parte menciona algunas características que deben tener las instituciones destinadas a ser agente de cambio social, practicando la llamada Mercadotecnia social:

- Deben ser agentes de cambio social
- Su objetivo principal debe ser la defensa de los intereses de sus miembros.

- Las causas sociales han de ser específicas.
- No pueden imponer por reglamentos o leyes, los cambios que desean, las ideas que los mueve o los comportamientos que persiguen. (p.26)

En este contexto, Kotler y Roberto (1992) explican que la mercadotecnia social está compuesta por los elementos denominados las 5 C: causa (*cause*), agente de cambio (*change agency*), adoptantes objetivos (*change targets*), canales (*channels*) y estrategia de cambio (*change strategy*).

Los autores explican de la siguiente manera los elementos del mercadeo para la Acción Social:

- Causa: Es el objetivo social que los agentes de cambio consideran que puede proporcionar una respuesta esperada a algún problema social.
- Agente de cambio: son aquellas personas, grupos o alianzas, cuyo propósito es el cambio social.
- Adoptantes objetivos: individuos, grupos o poblaciones que son el objetivo del cambio social.
- Canales: son aquellas vías de comunicación y distribución a través de las que se intercambia información entre los agentes de cambio y el público objetivo.
- Estrategia de cambio: son los planes o programas que los agentes de cambio formulan para generar el cambio en las actitudes y conductas del público objetivo.

3.3.2 *Fundamentación de la Mercadotecnia Social*

Los autores Kotler y Roberto afirman que “el primer requisito de éxito en un *marketing* social es el de crear un nuevo producto social que cubra una necesidad que no está siendo satisfecha o diseñar uno mejor que los que están disponibles.” (1992, p.34)

Afirma Arrieta de Plata (2006) que el Mercadeo Social se basa en las consideraciones de costo-beneficio de las acciones que se fundamentan en las seis P's, como es señalado por Pereira (2002):

La primera consideración es el producto. Son las unidades físicas, las ideas llevadas a la práctica, los servicios y los resultados. Todos estos productos deben hacerse tangibles a los usuarios, para que sean de más fácil acceso.

El precio, segunda consideración, que se refiere al costo de estos productos, puede medirse en dinero, valor cultural, psicológico, o en los obstáculos que puedan presentarse para su creación.

La plaza o puesto, por otro lado, son las formas en que los productos y servicios han de ser distribuidos. Esta distribución debe ser accesible para los grupos objetivo que se hayan determinado.

La próxima consideración vendría a ser la promoción. La publicidad, diseño, difusión masiva, campañas, interacción personal y cualquier otro mecanismo que facilite la comprensión de los productos o servicios a los usuarios potenciales.

Asimismo se encuentran las Políticas, dirigidas a definir las acciones con los grupos sociales, para allanar obstáculos u oposiciones y facilitar las metas que pueden haber fijado.

Como última consideración, pero no menos importante, se encuentran las relaciones públicas, cuya misión es motivar a la población objetivo y minimizar los sectores que se opongan a los cambios propuestos.

Asimismo, el Mercadeo social, menciona Arrieta de Plata (2006) “complementa los elementos con procesos educativos, empleando todos los medios de comunicación posibles y los canales de distribución a su alcance.” (p.76)

3.3.3 Aplicación de la Mercadotecnia Social

McCarthy y Perreault (2009) describen ocho puntos a tomar en cuenta al momento de aplicar el concepto de mercadotecnia social:

- Concientizar a cada miembro de la empresa u organización: cada uno de los miembros de la empresa debe ser convencido acerca de la importancia que tiene la mercadotecnia social. Asimismo se le deben proporcionar directrices a los trabajadores para aplicarla en el trabajo diario. Posteriormente se debe supervisar la aplicación de la nueva filosofía para realizar los ajustes que sean necesarios.
- Identificar y satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta: Implica investigar cuáles son las necesidades y deseos del mercado, para luego materializar un producto que satisfaga de la mejor manera posible, es necesidad.
- Conceptualizar productos o servicios que incrementen o preserven el bienestar de los clientes y de la sociedad: lo cual significa crear productos o servicios que tengan dos características fundamentales: que realmente satisfagan necesidades del mercado meta y que no contaminen o dañen el medioambiente.

- Buscar proveedores que estén identificados con el concepto de mercadotecnia social: para estar en consonancia con la filosofía de la empresa y así hacer un trabajo armónico en conjunto.
- Cumplir las leyes o reglamentaciones vigentes: Se deben cumplir las leyes establecidas y reglamentos existentes para cada sector impuestos por el Estado.
- Evitar que el producto o servicio dañe la salud de los clientes: Se debe evitar la fabricación y comercialización de productos que puedan ocasionar daños a la salud de los clientes.
- Generar expectativas que se puedan cumplir o superar: Las características y beneficios que conforman al producto o servicio no deben generar falsas expectativas ni exagerar sus cualidades o atributos. Debe comunicar, por el contrario, sólo aquello que el cliente pueda conseguir en la realidad.
- No mentir acerca de la competencia: Mantener una línea ética en cuanto a la competencia, ya que esto fortalece la credibilidad de la empresa ante sus clientes, competidores y sociedad en general.

IV. MARCO REFERENCIAL

4.1 Misión y Objetivos de la Universidad Católica Andrés Bello

4.1.1 Misión

La UCAB considera como su misión específica, según el Artículo 5 del Estatuto orgánico de la Universidad Católica Andrés Bello (2000):

- Contribuir a la formación integral de la juventud universitaria, en su aspecto personal y comunitario, dentro de la concepción cristiana de la vida.
- Esforzarse por acelerar el proceso de desarrollo nacional, creando conciencia de su problemática y promoviendo la voluntad de desarrollo. Por lo mismo concederá especial importancia a la promoción de los recursos humanos y particularmente de la juventud, a fin de lograr la promoción de todo el hombre y de todos los hombres.
- Trabajar por la integración de América Latina y por salvaguardar y enriquecer su común patrimonio histórico-cultural; por la mutua comprensión y acercamiento de los pueblos de nuestro continente; por la implantación de la justicia social; por la superación de los prejuicios y contrastes que dividen y separan a las naciones, y por el establecimiento de la paz, fundada en hondo humanismo ecuménico.
- Irradiar su acción, especialmente a los sectores más marginados de la comunidad nacional.
- Promover el diálogo de las Ciencias entre sí y de éstas con la Filosofía y la Teología, a fin de lograr un saber superior, universal y comprensivo, que llene de sentido el quehacer universitario.

4.1.2 Objetivos

La Universidad Católica Andrés Bello (2000) proclama como suyos los fines y objetivos siguientes, según el artículo 5 del Estatuto Orgánico de la Universidad Católica Andrés Bello:

- La Universidad es fundamentalmente una comunidad de intereses espirituales que reúne a autoridades, profesores y estudiantes en la tarea de buscar la verdad y afianzar los valores trascendentales del hombre.
- La Universidad es una Institución al servicio de la Nación y le corresponde colaborar en la orientación de la vida del país mediante su contribución doctrinaria en el esclarecimiento de los problemas nacionales.
- La Universidad debe realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia. Para cumplir esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza; a completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores, y a formar los equipos profesionales y técnicos que necesita la Nación para su desarrollo y progreso.
- La enseñanza universitaria se inspirará en un definido espíritu de democracia, de justicia social y de solidaridad humana, y estará abierta a todas las corrientes del pensamiento universal, las cuales se expondrán y analizarán de manera rigurosamente científica. (UCAB, 2009, Objetivos y Misión)

4.2 Objetivos de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

Dentro de los objetivos y el perfil del egresado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas, se encuentran ciertas proyecciones a un profesional integral que mucho tienen que ver con la realización del voluntariado dentro de la vida universitaria. En la página web de La Universidad Católica Andrés Bello se mencionan como objetivos:

- Formar profesionales con sentido ético, conscientes de que el ejercicio de la Comunicación Social debe considerarse principalmente como un servicio público.
- Proveer a los estudiantes de una sólida formación académica e integral que les permita desenvolverse en las diversas especialidades de la comunicación social.
- Proveer a los alumnos de una sólida formación humanística que les permita interpretar y analizar en forma crítica los hechos sociales, políticos, económicos, artísticos, literarios, filosóficos y

religiosos, especialmente los nacionales, latinoamericanos y contemporáneos.

- Propiciar firmes conocimientos sobre la lengua española y su aplicación en la elaboración de mensajes orales y escritos.
- Desarrollar en los estudiantes la capacidad de análisis y síntesis, y el espíritu de investigación, puesto que estas cualidades son indispensables para el desempeño de sus funciones.
- Dotar a los alumnos de los conocimientos metodológicos que les permitan dominar las técnicas de estudio, los instrumentos de investigación y la formulación de proyectos dentro del campo de la comunicación y cada una de sus especialidades.
- Capacitar a los estudiantes en el manejo teórico y práctico de las metodologías, lenguajes, códigos, herramientas y técnicas de la Comunicación Social actual.
- Iniciar a los alumnos en el conocimiento de las nuevas tecnologías, especialmente de informática, y en el manejo de los equipos técnicos disponibles por la escuela.
- Coordinar un sistema de pasantías a fin de ofrecer oportunidades para la aplicación de las nociones, habilidades y destrezas adquiridas en las aulas. (UCAB, 2009, para. 3)

Dentro del Perfil del Egresado, se menciona que esta Escuela pretende formar individuos dotados de criterios éticos y capacidades profesionales que le permitan procesar, crear y difundir discursos contextualizados para la sociedad en que se desenvuelve. Para lograr esto se necesita entre otras cosas, conocer “la realidad social, cultural, política y económica de su entorno (...) y ser capaz de contextualizar y producir discursos comunicativos” (UCAB, 2009, para. 2)

Es a través del reconocimiento de una realidad social desfavorecida y de su inclusión dentro de un programa de estudio, además de las herramientas académicas que pueden ser proporcionadas al estudiante, que un comunicador social puede adentrarse a la labor de ayuda a los más

necesitados ya que los reconoce y tiene una formación esencial para colaborar.

4.3 Agrupaciones de Voluntariado en UCAB-Caracas

4.3.1 Dirección de Proyección a la Comunidad

La Dirección de Proyección a la Comunidad fue creada en 1987 por el R.P. Luis Ugalde como una plataforma y apoyo para que cada escuela ejerza su compromiso en comunidad. Se encarga de abordar el tema de la responsabilidad que como universidad debe asumir frente al país. (M. Morales, comunicación personal, Julio 21, 2009)

Las facultades y escuelas se alinean con la Dirección de Proyección a la Comunidad para dar respuesta a requerimientos comunitarios a través de cátedras, voluntariados y de una plataforma que facilita el cumplimiento de la Ley de Servicio Comunitario de Educación Superior. (M. Morales, comunicación personal, Julio 21, 2009)

Es así pues, como en conjunto con las diferentes escuelas y entes reguladores de la Universidad, esta coordinación puede involucrar a la comunidad Ucabista, utilizando diferentes recursos y modalidades, con la comunidad más exigida.

La Dirección de Proyección a la Comunidad tiene como misión facilitar y apoyar la conexión entre los requerimientos comunitarios y los talentos, los conocimientos y los recursos de las diferentes instancias de la Universidad Católica Andrés Bello. (M. Morales, comunicación personal, Julio 21, 2009)

Una de las estrategias fundamentales para lograr esta misión, según la propia Mercedes Morales (2009), es brindar todo el apoyo para el fortalecimiento de las agrupaciones voluntarias de la UCAB que desarrollan proyectos y programas comunitarios.

Menciona, además, que el Compromiso Social Ucabista se cristaliza en las cátedras que, a través de la aplicación de sus contenidos, mantienen vinculación directa con comunidades desfavorecidas. Estas cátedras asumen el Paradigma Ignaciano de experiencia, reflexión y acción que sugiere una multitud de caminos en los que los profesores acompañan a sus alumnos y les facilitan el aprendizaje y la madurez, enfrentándolos con la verdad y el sentido de la vida.

Esta dirección, va de la mano con las diferentes escuelas mediante las distintas agrupaciones que se han formado a lo largo de los años, cubriendo distintas necesidades localizadas en las comunidades necesitadas. Algunas agrupaciones son explicadas a continuación.

4.3.2 VEC - Voluntariado de Economía

Surge en 1996 gracias a la iniciativa de un grupo de estudiantes de la escuela y la Dirección de la misma, para ser una herramienta de solución a algunas comunidades necesitadas. (D. Da Silva, comunicación personal, Julio 21, 2009)

Según el mismo Da Silva (2009) funcionan como una asociación entre estudiantes, egresados y profesores de la Escuela de Economía de la UCAB, que brinda apoyo a las comunidades que lo necesitan. Su labor se centra en el Colegio Andy Aparicio, ubicado en La Vega.

Las actividades, mencionadas por Da Silva (2009), que realiza este voluntariado a través de su escuela son:

- Cursos propedéuticos: preparan alumnos de cuarto y quinto año del Colegio, para ingresar a diferentes universidades e institutos de educación superior
- Entrenamientos deportivos: preparan niños en el área de fútbol, para formar un equipo que pueda intervenir en competencias de ligas.

- Nivelación a niños del séptimo grado: Se dictan clases a niños que presenten dificultades en el área matemática.
- Niños no escolarizados: financiamiento de la educación y alimentación de estos niños, para insertarlos en la Educación formal.

El financiamiento para estas actividades se logra a través de donativos de ropa, libros, juguetes y medicinas; la *Econorifa* que busca recaudar fondos para las actividades del VEC y el Plan de Padrinazgo, mediante el cual profesores y alumnos de esa Escuela, de acuerdo a sus posibilidades realizan donativos. (D. Da Silva, comunicación personal, Julio 21, 2009)

4.3.3 Voluntariado de Derecho

Por su parte, el Voluntariado de la Escuela de Derecho de la UCAB está conformado por un grupo de estudiantes que de manera desinteresada y con un profundo sentimiento de solidaridad participan en proyectos orientados al desarrollo comunitario, coordinados por la Coordinación de Voluntariados. (UCAB, 2009, para. 1)

La página web de la Universidad Católica Andrés Bello (2009) menciona, también, que este voluntariado procura estimular la capacidad intelectual de sus estudiantes y el contacto con la realidad social del país, se les brinda la oportunidad de actuar como agentes de cambio social, con apoyo y asesoramiento responsable por parte de la Escuela desde el primer año de la carrera.

El Voluntariado de Derecho se encuentra organizado en dos grupos:

- Grupo de Voluntarios de Trabajo en Establecimientos Penitenciarios (VTEP)
- Grupo de Voluntarios de Trabajo de Asesoría Jurídica (VATJ) (UCAB, 2009, para. 4)

4.3.4 ECOUCAB – Voluntariado de Ingeniería

Este voluntariado fue fundado en el año 2000 por el grupo de Ingeniería Industrial para cumplir con las 16 horas de labor social requeridas por una materia del pregrado Humanidades III, según lo explicó Jonathan Moreira (2009), estudiante de dicha facultad.

El voluntariado ecológico surge porque las opciones que ofrecía la Universidad para cumplir las horas de labor social, no satisfacían los gustos de los estudiantes. Los fundadores de este voluntariado han dado continuidad al mismo. (J. Moreira, comunicación personal, Julio 13, 2009)

Según lo que explica Moreira (2009), La dirección y organización de las actividades del grupo son acciones independientes, los estudiantes proponen libremente y reciben el apoyo de la profesora Blanca Rodríguez, encargada del voluntariado de Ingeniería.

Algunas de las actividades que ECOUCAB lleva a cabo, durante cada semestre son: Jornadas de limpieza en playas (Playa Carenero y Playa Chocolate en higuero), en El Ávila (Lagunazo), en la quebrada de Chacaíto; campañas de reciclaje de papel en la UCAB; curso de Primeros Auxilios para todo público; cursos de Recreación y cursos de Defensa Personal. (J. Moreira, comunicación personal, Julio 13, 2009)

4.3.5 VOLET - Voluntariado de Letras

Este voluntariado está formado por un grupo de estudiantes que brinda apoyo pedagógico a los niños que habitan en la Casa Hogar "Nuestra Señora de la Merced", del Paraíso, según Mardon Arismendi (2009), coordinador del voluntariado de esta escuela.

Esta labor surgió hace cinco años, cuando se tomó la iniciativa de organizarse y dar ayuda a la comunidad con actividades de asistencia

académica y cultural. Actualmente se cuenta con la colaboración de la Escuela y Proyección a la Comunidad. (M. Arismendi, comunicación personal, Julio 22, 2009)

Su principal actividad, según lo menciona Arismendi (2009), es la promoción de la lectura como actividad recreativa en las comunidades más precarias. A través de la figura de un cuentacuentos, entre otros, llevan a cabo esta propuesta.

4.3.6 VAC - Voluntariado de Administración y Contaduría

Este voluntariado es uno de los más completos que posee la Universidad. Aplican varios programas para ayudar a las comunidades. En la página web de La Universidad Católica Andrés Bello (2009) se encuentra la siguiente información:

Desde febrero de 1997 se desarrollaron talleres de Microempresas en la comunidad de La Vega. En ellos se consideraron tópicos como Gerencia de Pequeñas Empresas, Economía, Informática, Mercadeo y Ventas, Administración Contable y Financiera, Marco legal y Ética. Se dictaron talleres en las áreas de prevención en drogas, enfermedades (en especial SIDA) y orientación vocacional a los alumnos de 4° y 5° año del Ciclo Diversificado del Colegio Andy Aparicio. (UCAB, 2009, para. 1)

Actualmente, los voluntarios, “dictan cursos de Contabilidad a los jóvenes del Liceo Felipe Fermín Paúl ubicado en Antímano, con miras a mejorar su rendimiento académico, aumentar sus oportunidades en el campo laboral como técnicos medios y formarlos adecuadamente.” (UCAB, 2009, para. 2)

También brindan apoyo en las asignaciones escolares a niños entre 8 y 12 años pertenecientes a la Fundación Benéfica Virgen de los Dolores, con la finalidad de mejorar el desempeño académico de los niños.

Este voluntariado también realiza prácticas y torneos deportivos con los niños y jóvenes del Hogar Virgen de los Dolores, “con la finalidad de promover el buen uso del tiempo libre, los valores de cooperación y responsabilidad y la sana competencia.” (UCAB, 2009, para. 3)

A futuro, el Voluntariado de Administración y Contaduría, plantea apoyar al Instituto Radiofónico Fe y Alegría, dedicado a la enseñanza gratuita, presencial y por radio, a través de clases de Contabilidad en algunas de sus escuelas. Por otro lado, prevé desarrollar talleres para microempresarios que recién se inician en esta actividad, en convenio con la Fundación Mendoza. Otro de los planes consiste en desarrollar un proceso de consultoría de gestión para pequeñas instituciones, tanto civiles como mercantiles, con miras a promover el desarrollo exitoso de las mismas.

4.3.7 EDUCAB - Voluntariado de Educación

El voluntariado de la Escuela de Educación, se basa en los valores que la UCAB pretende infundir en sus estudiantes. Es un voluntariado que pretende formar personas integrales. (A. Noda, comunicación personal, Julio 23, 2009)

La profesora Noda, de la mano con los estudiantes de esta escuela y Dirección de Proyección a la Comunidad realizan varios los proyectos de distinta índole. No se trata de un grupo organizado sino de estudiantes con voluntad de participar en asuntos específicos, para colaborar con la comunidad. Además, no es tarea difícil incorporar al Educador en cualquier acción de voluntariado a la comunidad ya que un período de preparación y formación es necesaria para cubrir cualquier área de interés social.

Menciona Noda (2009), que existe el Proyecto de refuerzo escolar en el Fermín Paul. Al descubrirse que los jóvenes de este liceo desertan de la educación en 6to grado, La escuela ha colaborado en el proyecto de nivelación y propedéutico.

Se ha realizado un proyecto en convenio al Centro de Salud Santa Inés para prevención de la Salud. De la mano con médicos, los voluntarios de esta escuela, se encargan de explicar estrategias de mejoramiento de la salud, entre otras. (A. Noda, comunicación personal, Julio 23, 2009)

4.3.8 Voluntariado de Psicología

Dentro de este voluntariado se llevan a cabo diferentes programas que se fundamentan en la dialéctica fe-justicia, conciencia-ciencia mediante el acompañamiento, reflexión y acción junto a niños, jóvenes y adultos para la superación de la desesperanza. (J. Guerra, comunicación personal, Julio 22, 2009).

Existen varios programas de voluntariado suscitados dentro de la escuela de Psicología. Estos son organizados de acuerdo a tres componentes.

El primero psicoeducativo favorece el desarrollo cognitivo, emocional, social y espiritual del educando, así como de docentes, padres y representantes en instituciones educativas que atienden a poblaciones de escasos recursos. El segundo componente, atención personal-comunitaria, trata de la promoción de espacios de encuentro individual y grupal para la reflexión personal y social en torno a tópicos y acciones. El tercer componente, el estudiante que participa. (J. Guerra, comunicación personal, Julio 22, 2009).

Los diferentes proyectos de este voluntariado, estructurados a partir de los componentes antes mencionados son: asesoramiento vocacional al Liceo

Felipe Fermín Paúl, Proyecto Virgen de los Dolores, Apoyo en el área de Psicología del Parque Padre Manuel Aguirre. (J. Guerra, comunicación personal, Julio 22, 2009).

Asimismo se han organizado talleres educativos en distintas comunidades en La Vega, Antímano, Petare, Masparro (Edo. Barinas) y El Nula (Edo. Apure).

4.3.9 UM – Universitarios en misión

Este voluntariado pertenece a la dirección de Pastoral. Es una agrupación que nace de dos inquietudes importantes: la búsqueda espiritual y religiosa, y cómo ésta puede proyectarse en la sociedad a través de la solidaridad. (S. Goncalves, comunicación personal, Julio 23, 2009).

Universitarios en Misión, actualmente, cuenta con 60 voluntarios, uno de las agrupaciones más grandes dentro de la Universidad, y sus actividades están, básicamente, centradas en una actividad que se realiza en Semana Santa, y otra que involucra la Navidad.

En Universitarios en Misión se ingresa como voluntario y se les ofrece un retiro espiritual en una comunidad sub rural cerca de Barquisimeto llamada Pavia. Posterior a estos días de retiro se realiza una visita a la comunidad y se les brinda apoyo durante Semana Santa en eventos religiosos. Se realizan grupos de oración semanales, visitas a otras comunidades dentro de Caracas, talleres de Crecimiento Personal y se brinda ayuda a los proyectos de Proyección a la Comunidad. (S. Goncalves, comunicación personal, Julio 23, 2009).

Este voluntariado, más que centrar su ayuda en la comunidad pretende el autoconocimiento del ámbito espiritual de las personas que participan en él, y posteriormente proyectarlo con acciones en la comunidad.

4.4 Voluntariado de Comunicación en UCAB-Guayana

4.4.1 Sinergia en Comunicaciones (Sinérgico)

Es el voluntariado de la Escuela de Comunicación Social en la sede de Guayana, el cual tiene como misión “evaluar y dar respuesta a los requerimientos comunicacionales de los programas que coordina Proyección a la Comunidad en la UCAB-Guayana, mediante la puesta en práctica de los conocimientos que están adquiriendo los estudiantes, promoviendo así la formación de un profesional sensible y vinculado a la comunidad donde se desenvuelve”. (UCAB, 2009, para. 5)

La visión de esta agrupación de voluntariado es:

Una agencia de comunicaciones reconocida por fortalecer en el voluntario su crecimiento humano y profesional, que le permita vincularse y comprometerse con el entorno, para contribuir a la comprensión del sentido de la democracia y la necesidad de gobernabilidad, que estimulen la formación de capital social. (UCAB, 2009, para. 6)

4.5 Antecedentes de Voluntariado de Comunicación Social UCAB-Caracas

La escuela de Comunicación Social, en estos 10 últimos años ha pasado por muchos cambios. Max Römer, ex director de la Escuela, estuvo encargado, *motu proprio*, de la coordinación de las actividades de voluntariado durante el tiempo que estuvo a cargo. Pese a todas sus responsabilidades como Director, no delegó el trabajo de voluntario a otro profesor. (M. Morales, comunicación personal, Julio 20, 2009)

Esta labor de voluntariado se inicia por la gran movilización que implicó desde el punto de vista humano, la tragedia de las lluvias de diciembre de 1999, según menciona el propio Römer (2009).

Esa condición hizo que se iniciara un trabajo descoordinado y a la vez, sensible y sobre la base de lo que cada quien quería aportar. Así, Teatro y su Fundación Medatia, se dedicaron a la labor de la animación socio-cultural; se movilizaron con un programa que se transmitía por TV-Familia (UHF 69) que se llamó *Visión UCAB* y que mostraba los logros de los voluntarios de la UCAB, así como entrevistas a personas claves en ese momento. (M. Römer, comunicación personal, Julio 25, 2009)

Sin embargo, varios profesores han colaborado, con diferentes acciones en esta ayuda a la comunidad.

Durante algún tiempo el profesor José Rafael Briceño estuvo asistiendo la labor. Posteriormente el profesor Markel Méndez se unió a la tarea. La profesora Liliana Martínez, de la cátedra de Fotografía, también lo hizo, así como Carlos Ramírez, director del departamento Audiovisual. (M. Morales, comunicación personal, Julio 20, 2009)

Se han realizado varias actividades, una de las más famosas realizadas por la Escuela, junto al Grupo de Teatro UCAB, ha sido la fiesta de Navidad, un espacio de verosimilitud con el nacimiento viviente: Jorge Ezenarro, José Rafael Briceño y Max Römer, profesores de la Escuela, como reyes magos.

Se fue sumando gente a las iniciativas de los grupos de voluntarios y, a pesar de que se quiso ayudar mucho en la creación de mecanismos de divulgación de estos esfuerzos, los estudiantes flaquearon mucho por dos razones fundamentales: la primera, no se creó a tiempo una estructura dentro de la escuela para apoyarlos; la segunda, la coyuntura de los últimos años dirigió el compromiso social de los estudiantes hacia una vertiente más política, alejándolos del trabajo voluntario que se intentó apoyar anteriormente. (M. Römer, comunicación personal, Julio 25, 2009)

Agrega Römer (2009) que la labor que se hizo en *Visión UCAB* fue importante. “Nos llevó a pensarnos como pivote de cambio social. Carlos Eduardo Ramírez y su equipo de Audiovisual, fueron fundamentales en esta iniciativa y yo, un simple servidor desde el rol que ejercí de director de la Escuela.” (M. Römer, comunicación personal, Julio 25, 2009)

Por otro lado, añade Morales (2009) que la dificultad que se presenta en la Escuela, es que los aportes se han diversificado por especialidad del profesor. Cada uno de los antes mencionados ha cubierto un área particular de necesidad. Los aportes se han dado de manera dispersa, sin responder a una coordinación dentro de la misma Escuela. Sin embargo, no se ha bloqueado ninguna iniciativa para no generar un descontento y por tanto desvinculación hacia el voluntariado.

Posterior a que Max Römer, representante de voluntariado de la Escuela de Comunicación frente a Proyección a la Comunidad, sale de la escuela, se convierte en directora de la misma, Tiziana Polesel, quien aún está observando el liderazgo existente dentro de la escuela para dar continuidad a los proyectos de voluntariado que puede aportar la escuela. (M. Morales, comunicación personal, Julio 20, 2009)

Los próximos pasos, aconseja Römer (2009) son articular un trabajo de difusión de toda la labor de voluntariado creando una especie de agencia de comunicaciones cuyo producto comunicativo sea ese, divulgar y posicionar la imagen del voluntariado de la UCAB. Realizar videos, programas de radio, prensa, web 2.0, folletos: “comunicación para el desarrollo social pensándonos desde el Parque Social y su labor de educación comunitaria.”. (M. Römer, comunicación personal, Julio 25, 2009)

Agrega Römer, además, una fórmula para enfocar la labor de voluntariado de la Escuela: “VOLUNTARIOS UCAB + NECESIDADES

ATENDIDAS = DIVULGACIÓN (VOLUNTARIOS ESCUELA)” (M. Römer, comunicación personal, Julio 25, 2009)

V. MARCO LEGAL

Es importante conocer el efecto que tiene la Ley de Servicio Comunitario en los estudiantes de Educación Superior, profesores y personal encargado de que se cumpla la misma, ya que tiene un carácter de deber y solidaridad social que va de la mano con el trabajo que hace un voluntario.

5.1 Etapas del Trabajo con comunidades

Rafael Gil (2009), sociólogo egresado de la UCAB y actual encargado de los Proyectos sociales de Secretaría Social dentro de la universidad, menciona que el trabajo con comunidades, desde sus inicios ha pasado por varias etapas. Es un ciclo de desarrollo en la relación entre la institución y sus entornos, las comunidades y estudiantes.

La primera etapa estuvo constituida por iniciativas no formales de personas específicas, estudiantes y profesores que tenían ciertas nociones de resolver las necesidades de las comunidades y poseían, además, herramientas para hacerlo. De esta manera lograron que nacieran aportes como, por ejemplo, Fe y Alegría. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009)

Posteriormente la Universidad comienza a darle una estructura más formal a este proyecto. Se crean coordinaciones de voluntariados en algunas escuelas, así como Proyección a la Comunidad. De esta manera, la iniciativa personal es adoptada institucionalmente, y se le da acogida en términos de espacio, presupuesto y estructura dentro de la universidad. Se materializa como un proyecto institucional fuera de las aulas, y se elimina cierto rango de libertad en el compromiso ya que comienzan a verse líneas de trabajo a seguir. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009)

A continuación se establece el vínculo del voluntariado con las cátedras. Proyección a la Comunidad, liderada por Mercedes Morales, decide estipular, en conjunto con las distintas escuelas, cátedras de responsabilidad social que vayan de la mano al trabajo en las comunidades. Estas cátedras tienen como parte de su evaluación la participación del estudiante en el trabajo con comunidades. De esta manera, se genera asistencia a la comunidad, al mismo tiempo que se evalúan los conocimientos adquiridos en la carrera, mientras van siendo aplicados. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009)

Cuando se está estructurando este proyecto de involucrar materias con el voluntariado, aparece la Ley de Servicio comunitario. El día 14 de Septiembre del año 2005, según consta en la Gaceta Oficial N° 38.272, se publicó la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, por parte de La Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.

Dicha ley establece los parámetros que deben seguir los estudiantes de Educación Superior para realizar, con obligatoriedad, el Servicio Comunitario, y su correcto ejercicio.

Debido a esta Disposición de la Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, todos los estudiantes de Educación superior deben cumplirla, como requisito indispensable para poder aspirar al ejercicio de cualquier profesión. El Artículo 6: “El servicio comunitario es un requisito para la obtención del título de educación superior, no creará derechos u obligaciones de carácter laboral y debe prestarse sin remuneración alguna”, así lo demuestra. (Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, 2005, Para. 6)

Comienza a deslindarse, entonces, el voluntariado porque el terreno académico pasa a ser de Secretaría Social y de las escuelas, así pues, el

trabajo comunitario comienza a tener otra estructura. Se realiza un convenio con las escuelas y Proyección a la Comunidad que consistía en establecer, desde el primer año de carrera hasta el tercero, el terreno idóneo para voluntariado, para alimentar iniciativas y generar habilidades en los estudiantes. A partir del tercer año, se le abre las puertas al Servicio Comunitario, que se convierte en el trabajo con comunidades en esa etapa. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009)

5.2 Voluntariado vs. Ley de Servicio Comunitario de Educación Superior

La idea es que el trabajo del voluntariado sirva de plataforma para aquellos que deben cumplir con la Ley de Servicio Comunitario. Que exista un terreno ya arado sobre el cual se pueda trabajar, y que además, necesite colaboración. Se trata de teniendo los espacios ganados, abrirlos a los estudiantes que deben cumplir con la Ley, exigiéndoles aquellos aportes que se necesiten.

Menciona Gil (2009), que el voluntariado y Ley de Servicio Comunitario no son competencia. Se busca, por el contrario, que exista un punto de intersección ya que el trabajo de voluntariado viene dándose desde hace muchos años y tiene un terreno importante cubierto que puede prestarse para el trabajo obligatorio en comunidades. Es importante reconocer la labor de voluntariado ya que el estudiante llega, después de sus tres primeros años de carrera, con experiencias valiosas, actitudes ganadas y falsas creencias desmontadas acerca de la ayuda a comunidades, para realizar su labor obligatoria. En el caso de la UCAB, cuando la ley entra en vigencia, ya se tenían espacios ganados en comunidades, gracias a prácticas anteriores.

Asimismo, el personal que debía coordinar lo impuesto por la Ley de Servicio Comunitario, fue el mismo que había, hasta entonces, coordinado

las labores del voluntariado. La diferencia de sus deberes es que al establecerse obligatoriamente el trabajo con comunidades, este personal pasa a tener una relación económica y administrativa con su escuela. Se intenta aprovechar todo el trabajo realizado con comunidades y de esta manera se logra una ventaja que otras universidades no poseían: personal entrenado, espacios ganados y proyectos concretados. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009)

Que el Estado Venezolano haya formalizado el trabajo con comunidades es una ganancia para la sociedad. Se decidió asumirlo como un deber para beneficiar a la comunidad, para dar respuestas a las demandas del entorno y generar profesionales excelentes. Es importante comprender que la ley exige trabajar con comunidades aplicando conocimientos adquiridos en las diferentes carreras.

El artículo 7 menciona los fines de la ley:

- Fomentar en el estudiante, la solidaridad y el compromiso con la comunidad como norma ética y ciudadana.
- Hacer un acto de reciprocidad con la sociedad.
- Enriquecer la actividad de educación superior, a través del aprendizaje servicio, con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, artística, cultural y deportiva.
- Integrar las instituciones de educación superior con la comunidad, para contribuir al desarrollo de la sociedad venezolana.
- Formar, a través del aprendizaje servicio, el capital social en el país. (Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, 2005, para. 7)

La ley es un proyecto de aprendizaje y servicio, se desean formar mejores profesionales por cuanto hay que lograr que tengan experiencia en las áreas en las que van a trabajar. Hay que salir a la comunidad, aplicar conocimientos y ponerlos en práctica con esa comunidad que los necesita.

Hay que buscar espacios para no generar desempleo en la comunidad. Se buscan sectores desfavorecidos por eso hay que trabajar donde existan vacíos no atendidos por el Estado o por la Sociedad. Hay que generar un servicio para las comunidades desfavorecidas.

De allí que el artículo 18 de la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, 2005, impone las obligaciones:

- Realizar el servicio, comunitario como requisito para la obtención del título de educación superior. Dicha labor no sustituirá las prácticas profesionales incluidas en los planes de estudio de las carreras de educación superior.
- Acatar las disposiciones que se establezcan en los convenios realizados por las instituciones de educación superior.
- Actuar con respeto, honestidad y responsabilidad durante el servicio comunitario.
- Acatar las directrices y orientaciones impartidas por la coordinación y el asesor del proyecto para el cumplimiento del servicio comunitario.
- Cumplir con el servicio comunitario según lo establecido en esta Ley y sus reglamentos.
- Cursar y aprobar previa ejecución del servicio comunitario, un curso, taller o seminario sobre la realidad de las comunidades. (Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, 2005, para. 18)

Cuando aparece la Ley, menciona Gil (2009), hubo una serie de reacciones por parte de los estudiantes. La disposición transitoria mencionaba, que para aquel momento, los estudiantes de los dos últimos años de carrera podían estar exentos de cumplir con este Servicio. Sin embargo según el artículo 16 de esta ley: “Los prestadores del servicio comunitario son los estudiantes de educación superior que hayan cumplido al menos, con el cincuenta por ciento (50%) del total de la carga académica de la carrera.” (Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, 2005, para. 16)

Cuando esta información llega a esa cohorte, se establece un rechazo automático ya que no tenían en su mapa mental de proceso universitario, el añadido de 120 horas de prestación de Servicio Comunitario. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009).

Así lo establece el artículo 8: “El servicio comunitario tendrá una duración mínima de ciento veinte horas académicas, las cuales se deben cumplir en un lapso no menor de tres meses. Las instituciones de educación superior adaptarán la duración del servicio comunitario a su régimen académico”. (Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior, 2005, para. 8)

Posterior a esta etapa de rechazo se presenta la confrontación del problema de manera angustiosa. Los estudiantes comienzan a tener preguntas y dudas acerca de lo que deben hacer: ¿A dónde hay que ir? ¿Qué se hace en el barrio? ¿Cómo llego? ¿En qué ayudo? Es en esta etapa donde el voluntariado ofrece sus alternativas. Ya tiene espacios de ejecución, y proyectos, personal, mapa del territorio a abarcar y propuestas estructuradas. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009).

Gil (2009) agrega que hoy en día la comunidad universitaria ya ha pasado la curva del aprendizaje, conoce la existencia de la ley de Servicio Comunitario, tiene un modelo que ya se ha formado, hay espacios ganados y dentro de la concepción de deberes universitarios de los estudiantes, es un pilar más el trabajo con comunidades.

En Latinoamérica el promedio de horas de servicio comunitario es de 480 horas. Comparado con el que estipuló la Ley del Estado Venezolano, no es mucho el trabajo que hay que hacer con las comunidades. Hay que comprender que este servicio es una tradición a nivel mundial porque las universidades se han dado cuenta de que tienen que responder a demandas y necesidades emergentes de la sociedad. El profesional ubica esas

necesidades y busca resolverlas. La UCAB ya tenía prácticas comunitarias obligatorias para dar respuesta al entorno. La Ley de Servicio Comunitario tiene como objeto potenciar el entorno en el que se desenvuelve la sociedad productiva del país. (R. Gil, comunicación personal, Julio 14, 2009).

VI. MÉTODO

6.1 Tipo de Investigación

El estudio de campo realizado fue de tipo exploratorio. Weiers (1986) define como propósito del estudio exploratorio:

Ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos ulteriores y puntualice cuál de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa. En pocas palabras, la finalidad de los estudios exploratorios es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos en una situación donde nos faltan ambas cosas. (p.64)

Así pues se estudiaron las razones por las cuales no se ha desarrollado un voluntariado en la escuela de Comunicación Social y se propone una solución a esta carencia.

“El estudio tiene tres propósitos: descubrir variables significativas en escenarios de campo, descubrir relaciones entre variables y establecer la base para una prueba de hipótesis posterior, más sistemática y rigurosa.” (Kerlinger, 1998, p.416).

Se emprende una investigación exploratoria cuando no se conoce el tema por investigar, o cuando se tiene un conocimiento vago e impreciso que impide establecer conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no. Este es el caso del voluntariado de la escuela de Comunicación Social de la UCAB. Aún no tiene una estructura formal, sino que ha respondido esporádicamente a ciertas situaciones.

6.2 Diseño de la investigación

La investigación respondió a un estudio de campo: “son investigaciones científicas y no experimentales dirigidas a descubrir las relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales.” (Kerlinger, 1998, p.418).

Lo que se pretendió con el estudio fue conocer y entender las variables estudiadas: audiencia, actividades de voluntariado de la UCAB, necesidades comunicacionales de estas organizaciones y características que debe poseer la organización de voluntariado de la escuela de Comunicación Social.

El diseño de investigación realizado es no experimental ya que no se controlaron las variables del estudio.

Lo menciona Kerlinger (1998):

La investigación no experimental es una indagación empírica y sistemática en la cual el científico no tiene un control directo sobre las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentemente no manipulables. Las inferencias acerca de las relaciones entre variables se hacen, sin una intervención directa, a partir de la variación de las variables. (p. 419)

El tipo de investigación no experimental fue transversal ya que “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández, Fernández, Baptista, 1996, p. 193 y 194)

6.3 Operacionalización

6.3.1 Dimensiones e indicadores

Las áreas en que se dividieron los objetivos de la investigación son las siguientes:

- Audiencia a que van dirigidos los mensajes
 - a. Etapa de la carrera
 - b. Disponibilidad de tiempo.
 - c. Antecedentes
 - d. Información que posee.
 - e. Lugar de adquisición de la información.
 - f. Participación previa en otras instituciones.
 - g. Vínculo emocional
 - h. Influencia social

- Actividades de voluntariado de la UCAB
 - a. Antecedentes del voluntariado
 - b. Administración y Coordinación de las actividades del voluntariado
 - c. Planificación de las actividades del voluntariado
 - d. Personal encargado del voluntariado
 - e. Actividades periódicas que se realizan dentro del voluntariado
 - f. Actividades extraordinarias realizadas dentro del voluntariado

- Necesidades Comunicacionales de los voluntariados
 - a. Comunicación interna y externa del voluntariado
 - b. Medios y canales utilizados
 - c. Aporte de la Escuela de Comunicación Social

6.3.2 Cuadro técnico – metodológico de las variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables

OBJETIVO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	INSTRUMENTO	FUENTE
Determinar la percepción de los integrantes de la escuela de Comunicación Social con respecto a la acción de voluntariado	Audiencia	Etapa de la carrera	¿Qué año o semestre se encuentra cursando el estudiante?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB
		Disponibilidad de tiempo.	¿Dispone de tiempo libre para realizar actividades referentes al voluntariado de la escuela de Comunicación Social?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB
		Antecedentes	¿Qué experiencia que tiene en el área de voluntariado?	Entrevista estructurada	Profesores de Com. Social
		Información que posee.	¿Qué información posee el estudiante acerca de las actividades de voluntariado de la escuela de Com. Social?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB

		Lugar de adquisición de la información.	¿Dónde adquiere la información acerca de las actividades que realiza el voluntariado?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB
		Participación previa en otras instituciones.	¿Ha participado en otras actividades de voluntariado?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB
		Vínculo emocional	¿Ha tenido alguna experiencia emocional que lo motive a participar?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB
		Influencia social	¿Tiene familiares o amigos que realicen voluntariado?	Focus Group	Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB
Identificar las actividades de voluntariado que se llevan a cabo en la UCAB	Actividades de Voluntarios de la	Antecedentes	¿Cuándo se fundó el voluntariado que usted representa?	Entrevista semi-estructurada	Representante del voluntariado Experto en voluntariado

	UCAB	Administra- ción y coordinación	¿Quién es el coordinador del voluntariado y cuáles son sus responsabilidades?	Entrevista semi- estructurada	Representante del voluntariado
		Planificación	¿Cómo funciona y quién es el responsable?	Entrevista semi- estructurada	Expertos en voluntariado
		Personal	¿Quiénes participan en la organización?	Entrevista semi- estructurada	Representante del voluntariado
		Actividades periódicas	¿Cuáles son las acciones que se realizan	Entrevista semi-	Expertos en voluntariado
					Representante del voluntariado

		Actividades Extraordinarias	permanente? ¿Cuáles son las acciones que se realizan eventualmente y por un motivo específico?	estructurada Entrevista semi-estructurada	Expertos en voluntariado Representante del voluntariado
Identificar las necesidades comunicacionales de los voluntariados existentes.	Necesidades Comunicacionales de los voluntariados	Comunicación interna y externa Medios y canales	¿Cómo manejan el tema de la comunicación? ¿Utilizan medios o canales específicos? ¿Qué barreras se presentan al transmitir un mensaje dentro de la organización? ¿Cuáles son los medios necesarios o ideales para la	Entrevista semi-estructurada Entrevista semi-estructurada Entrevista semi-estructurada	Representante del voluntariado Expertos en voluntariado Representante del voluntariado Expertos en voluntariado Representante del voluntariado Expertos en voluntariado Representante del voluntariado

		Aporte de la escuela de Comunicación Social	<p>promoción de la organización?</p> <p>¿De qué manera puede colaborar el voluntariado de comunicación social en su agrupación?</p>	<p>Entrevista semi-estructurada</p> <p>Entrevista semi-estructurada</p>	<p>Expertos en voluntariado</p> <p>Representante del voluntariado</p> <p>Expertos en voluntariado</p>
--	--	---	---	---	---

6.4 Determinación de las unidades de análisis

En la investigación planteada, los grupos que disponen información importante y relevante para el estudio, son específicos. Se decidió considerar las siguientes unidades de análisis:

- Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas de primero a décimo semestre.
- Expertos en el área de voluntariado dentro de la UCAB-Caracas.
- Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB-Caracas.
- Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas.

6.5 Definición de la población de interés

En el estudio que se planteó puede definirse la población de las unidades de análisis de la siguiente manera:

- Unidad de análisis *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*: son aquellas personas que están cursando uno de los semestres de la carrera de Comunicación social de la UCAB-Caracas.
- Unidad de análisis *Expertos en el área de voluntariado de la UCAB-Caracas*: se refiere aquellos individuos que poseen un conocimiento profundo y mucha experiencia en un área determinada, en este caso en el ejercicio del voluntariado dentro de la UCAB-Caracas.
- Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB-Caracas: son aquellas personas cuya labor regular o permanente es coordinar y organizar las actividades del voluntariado referente a la escuela a la que pertenece.
- Unidad de análisis *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*: está conformada por aquellas personas que ejercen la labor de docentes dentro de la escuela de Comunicación Social de la UCAB- Caracas.

6.6 Selección del método de muestreo

La determinación del método de muestreo se realizó de acuerdo a cada unidad de análisis.

- *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB Caracas*

Se utilizó el muestreo intencional no probabilístico por cuotas, que “se basa en la elección de los elementos en función de ciertas

características de la población, de modo tal que se conformen grupos o cuotas correspondientes con cada característica, procurando respetar las proporciones en que se encuentran en la población.” (Aguilar, 2006, p. 85)

Se realizó un primer *Focus Group* para estudiantes desde el primer semestre hasta el quinto semestre de la carrera. Y un segundo, se realizó con estudiantes desde el sexto semestre hasta el décimo.

- *Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB. y Expertos en el área de voluntariado de la UCAB*

Se utilizó el muestreo no probabilístico intencional ya que no se requiere de una “representatividad de elementos de una población, sino de una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema”. (Hernández, Fernández, Baptista, 1996, p. 231)

Se utilizó la muestra de sujetos tipo, ésta “se utiliza en estudios exploratorios y en investigaciones de tipo cualitativo, donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, y no la cantidad, y estandarización. (Hernández, Fernández y Baptista, 1996, p.232)

Tamayo y Tamayo (1997) definen de la siguiente manera el muestreo intencionado:

Se le da igualmente el nombre de sesgado; en él, el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo cual exige al investigador un conocimiento previo de la población que se investiga para poder determinar cuáles son las categorías o elementos que se pueden considerar como tipo representativo del fenómeno que estudia. (p.118)

Para las dos unidades de análisis anteriores se realizó el muestro intencional ya que no cualquier elemento sería capaz de proporcionar las respuestas buscadas. Sólo individuos específicos poseen información válida para la investigación.

- *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB*

Se utilizó el muestreo casual del tipo no probabilístico, que consiste en un “procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra”. (Arias, 2006, p. 85)

La muestra debía ser representativa “aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido.” (Arias, 2006, p. 83).

Así pues, al conocer la cantidad de profesores que laboran en la Escuela, se determinó un número significativo de ellos para ser entrevistados y obtener resultados de los objetivos planteados.

6.7 Determinación y Escogencia del tamaño de la muestra

- *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB Caracas.*

El tamaño de la muestra fue de 16 personas. Cada *Focus Group* debe estar conformado por un mínimo de ocho personas y un máximo de 15. Las personas que integraron el *Focus Group* fueron escogidas según sus características de personalidad y antecedentes con respecto al voluntariado. Algunos estudiantes pertenecientes a los primeros semestre, otros, a los últimos. Algunos de ellos con previa participación en el voluntariado, otros con desconocimiento total acerca de él.

Para el primer *Focus Group*, los datos a continuación:

Tabla 2. *Datos de sujetos y sus características en el Focus Group n°1*

Sujetos	Características
Sujeto 1	Edad: 19 años Semestre: cuarto
Sujeto 2	Edad: 23 años Semestre: décimo
Sujeto 3	Edad: 21 años Semestre: sexto
Sujeto 4	Edad: 19 años Semestre: tercero
Sujeto 5	Edad: 21 años Semestre: sexto
Sujeto 6	Edad: 20 años Semestre: quinto
Sujeto 7	Edad: 23 años Semestre: séptimo
Sujeto 8	Edad: 22 años Semestre: octavo

Para el segundo *Focus Group*, los datos fueron los siguientes:

Tabla 3. *Datos de sujetos y sus características en el Focus Group n° 2*

Sujetos	Características
Sujeto 9	Edad: 24 años Semestre: décimo
Sujeto 10	Edad: 23 años Semestre: décimo
Sujeto 11	Edad: 20 años Semestre: sexto
Sujeto 12	Edad: 23 años Semestre: noveno
Sujeto 13	Edad: 22 años Semestre: décimo
Sujeto 14	Edad: 22 años Semestre: séptimo
Sujeto 15	Edad: 22 años Semestre: octavo
Sujeto 16	Edad: 23 años Semestre: décimo

- *Expertos en el área de voluntariado dentro de la UCAB.*

La muestra, de tres personas, estuvo constituida por la directora de Proyección a la Comunidad, la coordinadora de voluntariado de la UCAB y de Proyección a la Comunidad y el coordinador estudiantil de voluntariado de la UCAB.

Deivy Díaz – Coordinador estudiantil de Voluntariado UCAB

Karin Yancen – Coordinadora de Voluntariado UCAB y Proyección a la Comunidad

Mercedes Morales – *Directora de Proyección a la comunidad*

- *Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB.*

El tamaño de la muestra fue de seis personas, cada una de ellas representante de un voluntariado.

Aida Noda – Coordinadora de Voluntariado de EDUCAB

David Da Silva – Asistente de Coordinación del VEC

Janet Guerra – Coordinadora de Voluntariado de Psicología

Jonathan Moreira – Director de ECOUCAB

Mardon Arismendi - Coordinador de Voluntariado de VOLET

Sheyla Goncalves – Asistente de la división de Pastoral.

Coordinadora de proyectos

- *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB.*

El tamaño de la muestra seleccionada fue de 46 personas, lo que corresponde aproximadamente, al 30% de número total de profesores de la Escuela.

Según el profesor Pedro Navarro (2009), el total de profesores que laboran dentro de la escuela son 152. (P. Navarro, comunicación personal, Julio 22, 2009)

En el cuadro a continuación se presenta el nombre de los profesores que contestaron la encuesta y una de las cátedras que dictan dentro del campus.

6.8 Elaboración de instrumento

6.8.1 Selección del Instrumento

Los instrumentos utilizados fueron las encuestas, entrevistas semi estructuradas y *Focus Group*.

- Para la unidad de análisis *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB Caracas* se realizó el *Focus Group*.

Para los estudiantes de la escuela se hizo una entrevista colectiva dirigida. Se seleccionaron tópicos que condujeran la discusión hacia focos de interés. Este tipo de entrevista es mejor conocida como *Focus Group*.

Esta técnica comprende de seis a diez personas reclutadas de tal manera que compartan ciertas características. En este caso fueron realizadas a individuos que forman parte de la escuela de Comunicación Social de la UCAB. La entrevista usualmente se realiza en una atmósfera tranquila e informal, de estilo de cuarto de conferencia o sala de recibo, que estimule la conversación. Es una reunión que dura aproximadamente dos horas. (Portal de las Relaciones Públicas, 2009, para. 9)

Un moderador se encarga de guiar la conversación siguiendo un esquema de temas para discutir, de manera tal que los entrevistados puedan dar la mayor cantidad de información de la manera más natural posible. (Recuperado el 03 de Junio de 2009, del sitio Web Los Recursos Humanos: <http://www.losrecursoshumanos.com>)

- Para las unidades de análisis *Expertos en el área de voluntariado dentro de la UCAB y Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB*, se realizó la entrevista semi-estructurada.

La entrevista permite al investigador relacionarse personalmente con aquellas personas que aportan gran cantidad de información al estudio, a través de testimonios orales. Son pocas las fuentes que pueden aportar la información pero ésta es muy valiosa para la investigación y correspondería a información de fuentes de primera mano.

“En este tipo de entrevista aún cuando existe una guía de preguntas, el entrevistador puede realizar otras no contempladas inicialmente.”(Arias, 2006, p.74)

Se utilizó la entrevista, de manera tal que se pudiera mantener un objetivo en la conversación sin coartar la comunicación o interrumpir las ideas del entrevistado.

Las preguntas establecidas para las entrevistas programadas fueron de tipo abierta. Kerlinger (1988) las define como “aquellas que proporcionan un marco de referencia para las respuestas, pero imponen un mínimo de restricción en las respuestas y su expresión” (p.501).

- Para la unidad de análisis *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB* se realizó como método de recolección de datos, una encuesta.

Para el caso de los profesores se utilizó la técnica “que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.” (Arias, 2006, p. 72)

Las preguntas de la encuesta fueron cerradas “contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas. Es decir, se presentan a los sujetos las posibilidades de respuesta y ellos deben circunscribirse a ellas.” (Hernández, Fernández, Baptista, 1991, p.277)

6.8.2 Diseño del instrumento

La primera aproximación que se le dio a cada uno de los instrumentos fue la siguiente:

- Encuesta a los *Profesores de la escuela de Comunicación de la UCAB-Caracas*

1. Si existiera el voluntariado en la Escuela de Comunicación Social, ¿estaría dispuesto a participar?

Si	
No	

2. ¿Cómo sería su forma de participación?

Planificando actividades	
Participando en los eventos	
Dictar talleres de su especialidad	
Coordinando las actividades	
Supervisando	
Aportando planes de trabajo	
Otro	

3. ¿Qué días de la semana participarías y en qué horario participarías?

	Mañana	Tarde	Noche
De lunes a viernes			
Fin de semana			
A conveniencia			

4. ¿Dónde participarías?

Dentro del campus	
Fuera del campus	
Indistinto	

- Entrevista semi-estructurada para *Expertos en el área de voluntariado dentro de la UCAB y Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB.*

Tópicos

Conformación y antecedentes

1. ¿Cuándo se fundó el voluntariado de su escuela?
2. ¿Cómo es el funcionamiento de la parte administrativa de su voluntariado y quién es el responsable del mismo?
3. ¿Quién es el encargado de coordinar las actividades internas y como lo hace?
4. ¿Cómo se planifican las actividades?, ¿Existe un encargado de este departamento?
5. ¿Cuál es el total de participantes habitual dentro de la escuela?
6. ¿Cuáles son las actividades durante todo el año?

7. ¿Cuáles son los eventos especiales y su número de participantes?

Comunicación interna y externa

1. ¿Cómo manejan el tema de la comunicación?, tanto interna como externa.
 2. ¿Utilizan medios específicos?
 3. ¿Tienen algún canal o medio determinado? Página web, *Facebook*, cartelera
 4. ¿Cuál es el principal problema cuando se quiere hacer llegar un mensaje? (interna y externamente)
 5. Si pudiese crear un medio y un canal para que la comunicación interna fuera ideal, ¿cuál sería?
 6. ¿Qué medio le gustaría tener para hacerle llegar la información a todos los voluntarios y a todos aquellos que se quieran sumar al voluntariado?
- *Focus Group para estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas.*
1. ¿Realizan actividades extra curriculares? ¿Cuáles?
 2. A parte de esas actividades, ¿tendrías tiempo libre para dedicarte al voluntariado?
 3. ¿Tienes alguna experiencia con hacer voluntariado? Colegio, Padres, amigos.
 4. ¿Posees algún tipo de información sobre las actividades del voluntariado de comunicación social?

5. ¿Si estuvieses interesado, de donde crees que puedes obtener la información sobre las actividades del voluntariado?
6. ¿Alguna vez has participado en actividades de voluntariado dentro de la universidad?
7. ¿Dónde escuchaste acerca de esa actividad?
8. ¿Qué te ha motivado a participar? ¿Qué te motivaría a participar?, contar experiencias personales para acercarse al grupo.
9. ¿Tienes familiares o amigos en el voluntariado? ¿Cuáles son sus actividades? ¿Dónde lo realizan?

6.8.3 Validación de instrumento

Los instrumentos fueron validados por:

- Jorge Ezenarro, profesor de metodología de la Escuela de Comunicación Social UCAB
- Luz Aimara Morales, coordinadora de voluntariado de la escuela de Economía.
- Janet Fernández, profesor adjunto de la Coordinación de Tecnología Educativa en la escuela de Educación

6.8.4 Ajustes al instrumento

El profesor Jorge Ezenarro, después de revisar los instrumentos, aportó las siguientes sugerencias:

- Encuestas:

Para la pregunta referente a los días de la semana, el profesor Ezenarro sugirió dividir las posibles respuestas en tres opciones: la primera,

“de lunes a viernes; la segunda, “fines de semana” y la tercera, “a conveniencia”.

- Entrevistas semi-estructuradas:

Para la entrevista semi-estructurada el profesor sugirió comenzar con su conformación y antecedentes. Aconsejó establecer primero cómo funciona la institución que representa cada una de las personas a estudiar, y llevar toda la entrevista como una conversación fluida y natural. No era necesario seguir un orden estricto en las preguntas sino establecer tópicos de conversación.

En la pregunta número 4 del primer instrumento se debía diferenciar entre preguntar si los participantes eran fijos o habituales, ya que se trata de dos conceptos totalmente distintos.

Añadió que las preguntas 5 y 6 debían ser pensadas con detenimiento, en su opinión, no revelarían información de importancia por la forma en la que estaban planteadas.

- *Focus Group*:

Recomendó comenzar el *Focus Group* identificando para qué sirve el voluntariado, y evaluar la percepción de los estudiantes sobre cómo hace la universidad la labor de voluntariado.

Aconsejó diferenciar correctamente servicio comunitario y voluntariado, para que la información sea pertinente. Un elemento que se debía incluir para diferenciar estos conceptos sería: qué consigue el estudiante a través del voluntariado desde el punto de la satisfacción personal.

Se debía resaltar que la esencia del voluntariado es querer ayudar libremente sin ningún tipo de restricciones u obligaciones, pero sí con un compromiso.

La coordinadora de voluntariado de la escuela de Economía, Luz Aimara Morales, tuvo una única sugerencia.

- Encuestas:

Modificar el ítem de “adiestramiento”, ya que el voluntariado no necesariamente se relaciona con la carrera.

La profesora Janet Fernández dio los siguientes aportes a los instrumentos

- Encuestas:

Para la primera pregunta referente a la disposición de los profesores hacia la participación en el voluntariado, Janet propuso cambiar la redacción y asumir al voluntariado como un grupo formal, el resultado de este cambio fue la pregunta “¿Estaría dispuesto a participar en el voluntariado de comunicación social?”.

Janet también sugirió que todas las opciones de participación debían contener el verbo en infinitivo.

En la sección de los días de participación, apuntó la profesora que se debía especificar la opción “de lunes a viernes”.

- Entrevista semi-estructurada:

Toda la redacción del primer bloque de preguntas debía ser modificada para plantear las dudas de una manera mucho más formal. La profesora sugirió también, concretar los planteamientos en las preguntas referentes a la comunicación, acotó que eran muy amplias y debían ser más concretas.

- *Focus Group:*

La profesora Janet aconsejó que lo importante era que el moderador supiera extraer de forma efectiva la información de los estudiantes.

Al tomar en consideración las recomendaciones de los antes mencionados, los instrumentos fueron reestructurados de la siguiente manera:

- Encuesta para *Profesores de la escuela de Comunicación Social*

Tabla 4. *Encuesta a Profesores de la escuela de Comunicación UCAB-Caracas*

¿Participaría?	Profesor 1	Profesor 2	Profesor 3	...
Si				
No				
Forma de Participación				
Planificación de actividades				
Participación en los eventos				
Adiestramiento (dictar talleres)				
Coordinación de actividades				
Supervisión				
Aportar planes de trabajo				
Otro				
Días de Participación				
Lunes				
Martes				
Miércoles				
Jueves				
Viernes				
Sábado				
Domingo				
A convenir				
Horario de Participación				
Mañana				
Tarde				
Noche				
A convenir				
Lugar de Participación				
Dentro del campus				
Fuera del campus				
Indistinto				

- Entrevista semi-estructurada para *Expertos en el área de voluntariado dentro de la UCAB y Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB.*

Conformación y antecedentes:

1. ¿Cuándo se fundó el voluntariado que usted representa?
2. ¿Quién es el coordinador del voluntariado y cuáles son sus responsabilidades?
3. ¿Cómo se planifican las actividades? ¿Existe un encargado de este departamento?
4. ¿Cuál es el total de participantes habitual dentro de la escuela?
5. ¿Cuáles son las actividades planificadas para todo el año?
6. ¿Cuáles son los eventos especiales?

Comunicación interna y externa:

1. ¿Cómo manejan el tema de la comunicación?, tanto interna como externa.
2. ¿Utilizan medios o canales específicos?
3. ¿Cuál es el principal problema cuando se quiere hacer llegar un mensaje? (interna y externamente)
4. Si pudiese crear un medio y un canal para que la comunicación fuera ideal, ¿cuál sería?
5. ¿De qué manera puede colaborar el voluntariado de comunicación social con su agrupación?

- *Focus Group para Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas.*
1. ¿Tienes alguna experiencia con hacer voluntariado? Dentro del Colegio, en compañía de tus familiares o amigos.
 2. ¿Posees algún tipo de información sobre las actividades del voluntariado de comunicación social?
 3. ¿Si estuvieses interesado, de donde crees que puedes obtener la información sobre las actividades del voluntariado?
 4. ¿Alguna vez has participado en actividades de voluntariado dentro de la universidad?
 5. ¿Dónde escuchaste acerca de esa actividad?
 6. ¿Qué te ha motivado a participar? ¿Qué te motivaría a participar?, contar experiencias personales para acercarse al grupo.
 7. ¿Tienes familiares o amigos en el voluntariado? ¿Cuáles son sus actividades? ¿Dónde lo realizan?

6.9 Método de recolección de datos

- *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*

Se consideró el *Focus Group* ya que permite tener un contacto directo con una muestra de estudiantes y así mismo conocer experiencias y compararlas entre los integrantes del grupo para concluir con nuevas ideas y conceptos que contribuirán notoriamente con la investigación.

Esta unidad de análisis fue medida a través del *Focus Group*. A través del contacto con algunos estudiantes de los distintos semestres, se

localizaron voluntarios para la realización de la entrevista grupal, vía telefónica y personal.

Se pautó un lugar céntrico localizado en el Este de la ciudad de Caracas, al que todos los participantes tuvieran acceso. El lugar fue escogido por sus características de ubicación y ambientación. Fue un salón cerrado, con buena iluminación y acústica, reservado con una semana de antelación.

Para la escogencia del lugar y hora, hubo decisiones tentativas, pero se hicieron ajustes debido al acceso y disponibilidad de tiempo de los involucrados en el proceso.

Se concretó una hora en la que todos los participantes pudieran acudir y para dejar registro audiovisual del encuentro, se utilizaron una cámara de video y un grabador, propiedad de uno de los investigadores.

Se realizó la entrevista grupal, utilizando como moderador a uno de los investigadores. Posterior a ésta, con motivo de agradecimiento, se organizó una merienda.

- *Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB y Expertos en el área de voluntariado de la UCAB.*

Se realizó la entrevista personal semi-estructurada. El tamaño de la muestra fue pequeño y específico, concentró la mayor cantidad de información referente al tema y los entrevistados fueron accesibles debido a que trabajan dentro del campus universitario y fueron fácilmente ubicables.

Se utilizó la entrevista. Para su realización fue necesario localizar a la muestra dentro del recinto universitario y pedir una cita con cada uno de ellos. Este encuentro se pautó después de verlos personalmente y explicar el

motivo de la reunión. Todos accedieron obedeciendo a la disponibilidad de su tiempo.

La locación del encuentro dependió del espacio y tiempo disponible de los mismos. Algunas fueron realizadas en la oficina de cada uno de los entrevistados, otras se realizaron en espacios privados y silenciosos de la universidad (salón de estudio de Modulo 1).

Para hacer memoria de cada una de las entrevistas y dejar registro auditivo de las mismas, se utilizó un grabador, propiedad de uno de los investigadores. Mientras éste supervisaba el correcto desenvolvimiento del dispositivo, el otro investigador cumplía con la labor de cubrir los tópicos establecidos.

De todas las citas estipuladas con cada uno de los objetos de estudio, sólo una tuvo que ser reprogramada debido a inconvenientes personales del entrevistado. Las demás fueron realizadas como estaba predeterminado.

El instrumento fue el más adecuado para obtener, persona a persona, toda la información posible y pertinente al estudio.

- *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas.*

Se utilizó la encuesta. Esta técnica permitió dar una visión sobre puntos específicos en los cuales los docentes estarían relacionados directamente para cumplir los objetivos de la investigación.

Para esta unidad de análisis se utilizó la encuesta. Los investigadores se situaron en un espacio transitado por este objeto de estudio, Modulo 4, piso 3, donde se encuentra la sede de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

En algunos casos, los profesores se detenían a contestar las preguntas en el mismo lugar, en otros, el investigador lo acompañaba a su lugar de destino, formulando las preguntas.

Los investigadores prepararon el material donde quedaría registro de los testimonios, y con acceso inmediato y práctico a él, se dispusieron a ejecutar el plan de acción.

Ningún profesor se negó a dar información, sin embargo, en algunos casos, pedían razón y detalles acerca del motivo del cuestionario. Debido a que la encuesta fue aplicada personalmente por los investigadores, a los profesores, si éstos requerían información acerca del proceso, se les suministraba fácilmente.

6.10 Ejecución del plan

- *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*

Tabla 5. Fecha de ejecución de Focus Groups a Estudiantes de Com. Social en la UCAB-Caracas

Focus Group	Fecha de ejecución
De primero a quinto semestre	12/07/09 6:00pm
De sexto a décimo semestre	06/08/09 7:00pm

- *Expertos en el área de voluntariado de la UCAB-Caracas*

Tabla 6. Fecha de ejecución de Entrevistas a Expertos en el Área de voluntariado de la UCAB-Caracas

Individuo entrevistado	Fecha de la entrevista
Deivy Díaz Coordinador estudiantil de Voluntariado UCAB	23/07/09 11:30 am.
Karin Yancen Coordinadora de Voluntariado UCAB	08/07/09 10:30am.
Mercedes Morales Directora de Proyección a la comunidad	20/07/09 12:30pm.

- *Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería de la UCAB-Caracas*

Tabla 7. *Fecha de ejecución de Entrevistas a encargados de voluntariado dentro de las Escuelas*

Individuo entrevistado	Fecha de la entrevista
Aida Noda Coordinadora de Voluntariado de EDUCAB	23/07/09 10:30 am.
David Da Silva Asistente de Coordinación del VEC	09/07/09 8:00 am.
Janet Guerra Coordinadora de Voluntariado de Psicología	22/07/09 2:30 pm.
Jonathan Moreira Director de ECOUCAB	13/07/09 9:00am.
Mardon Arismendi Coordinador de Voluntariado de VOLET	22/07/09 4:00pm.
Sheyla Goncalves Asistente de la división de Pastoral. Coordinadora de proyectos	23/07/09 9:00am.

- *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*

Las encuestas fueron realizadas durante el mes de Julio, época de entrega de notas y exámenes finales y de reparación, durante el cual los profesores estuvieron circulando por la escuela.

Algunos profesores enseñan más de una materia en la Escuela, a continuación, el nombre de los entrevistados y, como referencia, una de sus cátedras.

Tabla 8. *Materia dictada por profesores encuestados*

Profesor	Materia
Acianela Montes de Oca	Periodismo III
Adriana Rubio	Publicidad III
Alfredo Poggi	Introducción a la Comunicación
Ana Carolina González	Planificación de Medios
Anabella Abadi	Principio de Economía

Carlos de Armas	Historia de la Cultura III
Carlos Hullet	Planificación de la Comunicación
Carlos Ramírez	Periodismo Televisivo
Cristóbal Guerra	Literatura y Comunicación I
David Moreno	Conductas del Consumidor
Desirée Rodríguez	Comunicaciones Publicitarias
Eduardo Burger	Artes Escénicas
Elisa Martínez	Artes Audiovisuales
Emilia Araujo	Agencias de Publicidad
Francisco Coello	Sociología Política
Giannina Olivieri	Morfosintaxis
Hernán Salinas	Gerencia de Empresas de Comunicación
Isaac Bencid	Televisión II
Javier Hernández	Ética Profesional
Janette Pinaud	Metodología III
Jerry O' Sullivan	Introducción a la Comunicación
Jesús Ma. Aguirre	Sociología de la Comunicación en A.L.
Jorge Ezenarro	Metodología
José Da Silva	Ética Profesional
José Rafael Briceño	Movimientos Artísticos
José V. Carrasqueño	Teorías de la Opinión Pública
Jossu Ortuondo	Publicidad I
Juan Manuel Trak	Sociología General
Keyla Bernal	Producción de Videos Institucionales
Lidia Pinto	Comunicaciones Publicitarias
Ligia Goncalves	Metodología I
Lisbeth Lira	Morfosintaxis
Liza López	Redacción para los medios
Ma. Alejandra Berroterán	Redacción para los medios
Ma. Soledad Hernández	Historia de Venezuela I
Markel Méndez	Comunicación Oral
Mercedes Pulido	Psicología Social
Nivia Cuevas	Publicidad II
Patricia Fernández	Conductas del Consumidor
Pedro Navarro	Mercadotecnia
Ramón Chávez	Comunicaciones Integradas
Tiziana Polesel	Mercadeo Especializado II
Víctor Pineda	Historia de la Cultura I
Virginia Aponte	Textos Literarios
Yasmín Trak	Artes Gráficas
Yraida Sánchez	Morfosintaxis

6.11 Criterios de Análisis

- Entrevista semi-estructurada

Se utilizó una matriz de contenido para vaciar las respuestas de las entrevistas. Se elaboró una matriz de contenido por cada unidad de análisis. En ellas se especificaron preguntas realizadas, el nombre del entrevistado y sólo se registraron aquellas palabras, frases u oraciones que respondieran a la intención de la entrevista.

Los datos se analizaron de forma cualitativa y fueron utilizados como información clave para el desarrollo de la investigación.

El criterio del análisis de los resultados se inclinó hacia la identificación y reconocimiento de tendencias que satisficieran las necesidades del estudio.

- Encuesta

A través del programa *Microsoft Office Excel 2007*, de *Windows Vista*, se calculó frecuencia y porcentaje para cada una de las respuestas ya que se quería conocer la cantidad de profesores, dentro de la Escuela, que pudiesen ayudar en el voluntariado y de qué manera podrían hacerlo.

No hubo cruce de variables ya que no era uno de los objetivos de la investigación, ni era necesario para la información que se quería levantar.

- *Focus Group*

Se utilizó, como en la entrevista, una matriz de contenido. Se especificaron las preguntas y se identificó a cada participante con un número (Ej. Sujeto 1, Sujeto 2, Sujeto 3, etc.), dando su derecho a anonimato en la investigación. Lo importante no fue quién lo dijo sino qué dijo. Se registraron sólo aquellas palabras, frases u oraciones que satisficieran directamente con el propósito de la entrevista.

Los datos fueron estudiados cualitativamente, y se consideraron información necesaria para la investigación.

El criterio del análisis de los resultados estuvo inclinado hacia la labor de identificar y reconocer tendencias, coincidentes o encontradas, que satisficieran las necesidades del estudio.

6.12 Limitaciones

Durante la búsqueda de información para la completación de los marcos, fue necesario constatar desde fuentes primarias las propuestas de cada agrupación de voluntariado ya que no se encuentra registrada gran parte de la información acerca de las mismas. La dificultad estuvo en el encuentro personal con cada uno de los individuos debido a la disponibilidad de tiempo de ellos. Además la recolección de fuentes bibliográficas estuvo limitada a las bibliotecas de la Universidad Católica Andrés Bello y Universidad Central de Venezuela, debido a la disponibilidad geográfica y de tiempo.

Parte del método de investigación, para llevar a cabo los objetivos, fue la utilización de tres instrumentos que dieran respuestas claves y arrojaran tendencias observadas, útiles para el desenvolvimiento del proyecto. Los instrumentos utilizados fueron: la encuesta, la entrevista semi-estructurada y el *Focus Group*.

Para las encuestas, una de las limitaciones encontradas fue la escasez de profesores en el período que se delimitó para la realización del instrumento. Se estableció la ejecución del instrumento en el mes de julio, ya que por ser época de entrega de notas y exámenes finales, sería fácil localizarlos. Sin embargo no muchos profesores hicieron acto de presencia en la Escuela durante el tiempo que se estuvieron ejecutando las encuestas. Algunos no querían ser interrumpidos durante la hora del examen y otros alegaban que no tenían tiempo para contestar.

Las encuestas fueron enviadas mediante el correo electrónico para agilizar el proceso, algunos profesores contestaron, otros no. También se utilizó la llamada telefónica; algunos contestaron y respondieron al cuestionario sin mayor problema; otros, no contestaron el teléfono.

Las limitaciones presentadas durante la ejecución del *Focus Group* se debieron, en primer término a la convocatoria de estudiantes. Fue difícil conseguir los diferentes perfiles requeridos. Algunos se iban de viaje, otros no tenían como movilizarse y otros no estaban disponibles en ningún momento. Debido a esto, no todos los participantes del *Focus Group*, son lo que inicialmente se contactaron.

Otra dificultad presentada fue establecer una hora, día y lugar que coincidiera con la comodidad o posibilidad de todos los participantes.

Durante la realización del *Focus Group* no fue tarea sencilla que todos emitieran alguna opinión. Algunos estudiantes no tuvieron problema en contestar todas las preguntas y llevar una conversación amena. Otros, sin embargo, hicieron observaciones muy puntuales y no muy relevantes para la investigación.

De igual forma, algunos de los asistentes a la entrevista grupal tuvieron que salir de ella antes de finalizada la sesión debido a tiempo disponible. Algunos celulares sonaron, en ambas sesiones, lo cual distraía la sesión por algunos momentos.

En cuanto a los aparatos utilizados para grabar la sesión, en una de las entrevistas grupales, la cámara de video no grabó aunque señalaba lo contrario, por lo que no se tiene memoria visual de la misma. Se tienen los datos e información emitida por los sujetos investigados ya que además de una videocámara, se utilizó una grabadora de sonidos que sí guardó la

conversación que se tuvo. Para ambas entrevistas grupales se utilizó la cámara de video y la grabadora de sonidos.

Uno de los encargados del voluntariado de la Escuela de Derecho no fue accesible. No atendía llamadas telefónicas ni hizo acto de presencia en los momentos en que se le precisaba. En la Escuela de Derecho se solicitó su e-mail y teléfono. Sólo se consiguió el número telefónico de su oficina dentro de la Universidad pero en ningún momento atendió las llamadas. Se le preguntó a algunos estudiantes de la Escuela de Derecho acerca de sus datos pero ninguno de los compañeros de a quienes se les preguntó, tenía información acerca de él.

En este mismo contexto hay que acotar que no muchos entrevistados sintieron comodidad ante la noticia de que serían grabados visualmente, por lo que el único registro que se logró fue auditivo.

VII. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

7.1 *Codificación y vaciado de respuestas*

Para cada Unidad de Análisis se estableció un método de vaciado de respuestas y presentación de resultados. Para las entrevistas y *Focus Group*, se presentan, a continuación matrices de contenido. Con respecto a las encuestas se realizó una tabla en la que pudiera observarse las respuestas de cada uno de los profesores encuestados.

- Unidad de Análisis *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*

Se realizaron dos entrevistas grupales, a continuación los resultados de cada una de ellas.

Focus Group n°1

Tabla 9. Matriz de Contenido de Focus Group n°1

Objeto de estudio Preguntas	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6	Sujeto 7	Sujeto 8
¿Tienes alguna experiencia con hacer voluntariado?	"Yo tuve experiencia (...) en mi colegio que es el Mater (...) pero nunca fue así como que bueno vamos a promover el voluntariado serio, tenía que ser labor social y listo".	"Sí."			"Sí. No en la universidad pero he hecho en el colegio, iba a dar clases en el colegio con niños y en ancianatos también, llevábamos juegos y hacíamos visitas." "Con gaitas una vez tocamos también."	"Yo también, siempre." (Llevarles regalitos a niños enfermos).	"Yo estuve en el voluntariado del colegio."	"Llevarles regalitos a niños enfermos"
¿Posees algún tipo de información sobre las actividades del voluntariado de comunicación social?	"Llegaron una vez a hablar en mis salón, y nos dijeron así como que bueno miren nosotros estamos tratando de promover un voluntariado de comunicación, no sé que,				"Sé que hay."	"Yo me imaginaba que existía, yo sé que existe en general..."	"No hay propuestas claras."	"Yo no sabía del voluntariado."

	<p>quien se quiera meter. Me parece una oportunidad buenisima por sí, venía con la preocupación de que yo no veo movilización alguna hacia ayudar a las comunidades cuando se supone que tu vas a trabajar para la comunidad"</p>					<p>"Está proyección a la comunidad..."</p>	
<p>¿Si estuvieses interesado, de donde crees que puedes obtener la información sobre las actividades del voluntariado?</p>					<p>"No sé a dónde ir." "Puedo preguntar de repente en la escuela pero..."</p>		
<p>¿Alguna vez has participado en</p>	<p>"Sabes que ahora están tratando de empezar un</p>	<p>"Yo he hecho voluntariado con Proyección a la Comunidad. Di</p>					

<p>actividades de voluntariado dentro de la universidad?</p>	<p>voluntariado de comunicación, entonces era como un cierre de una obra que estaban haciendo y era subir a la comunidad y documentar todo. Era tomar fotos de la obra, de los niños, era muy chévere."</p>	<p>clases en el liceo Felipe Ferrín Paúl a estudiantes de séptimo grado, un propedéutico allá en el barrio de dos años. Nosotros creamos un refuerzo hacia la profesora de castellano, ellos no tuvieron profesora de castellano ese año, entonces lo único que vieron de castellano y literatura ese año era lo que nosotros les dábamos los lunes en las tardes."</p>			<p>"Hay gente que lo busca o sea yo tengo una amiga que ella ha estado que si en MilenMil, en ayuda, y tal cual, desde que entró. "Bueno ajá ¿En dónde puedo ayudar?" porque ella es así. Entonces uno busca la manera, (...) pero es muy particular esa</p>	<p>"Te provoca, si en verdad tú ves a un grupo de gente trabajando, y te dicen, mira mañana vamos a ir a tal lado, y en verdad si te provoca decir: bueno, no estoy ayudando en nada, voy a ir".</p>	<p>"A mí me mueve el típico video con música linda, que tú ves a los niños sonriendo y a los niños (tristes).</p>
<p>¿Qué te ha motivado a participar? ¿Qué te motivaría a participar?</p>	<p>"Me llamaron y me dijeron mira están tales eventos, ¿cuáles quieres cubrir?, vas subes y tomas la foto. Porque yo me he dado cuenta de que en mi salón no hay gente que quiera hacer voluntariado, la gente está como muy desmotivada</p>	<p>"En mi caso yo me presenté en Proyección a la Comunidad, yo quería hacer voluntariado de algo y fui como en julio, sin embargo en octubre empezamos de una con el colegio."</p>					

<p>¿Por qué creen que los estudiantes no están motivados a hacer voluntariado?</p>	<p>con eso. No hay mucha motivación."</p> <p>"En mi caso si pasaron por mi salón, también yo creo que la gente no está muy enterada de qué es el voluntariado, de qué hacen, qué organizaciones son, cómo te metes ahí. Entonces no es nada aparte que no consigues dónde informarte, sino que nadie sabe lo que es..."</p> <p>"Los comunicadores sociales somos los que tenemos una gran responsabilidad social porque tú tienes que construir mediante los medios, entonces es una cosa muy impresionante,</p>	<p>"No se motivan porque, primero con decirte que vas a un barrio a dar clases, ya la inseguridad te mata y dices mira, yo no voy a ir a un barrio a dar clases; o te dicen: el horario es en las tarde de dos a cuatro, y mucha gente trabaja o tienen actividades extras y también lo dejan. Es una apatía en general, creo que en La Católica no hay una cultura de promover el voluntariado de manera que active. Yo he visto las campañas, pegan sus afiches y hacen charlas pero, hay algo más allá que hace que esa apatía no se rompa."</p> <p>"Siempre éramos muy pocos voluntarios y siempre faltaban,</p>	<p>"Yo siempre he querido hacer voluntariado, porque siempre me ha llamado la atención, pero siempre digo lo que dice Fabiana, siempre lo dejo para después. Siempre digo, bueno lo puedo hacer después y lo dejo, por estudiar o porque quiero trabajar o porque estudio y trabajo y no me da tiempo."</p> <p>"Yo tengo muy claro que puede ser gente que nunca lo ha hecho, y que simplemente tiene la curiosidad de saber qué es. O hay mucha gente que quizás del colegio vienen haciéndolo y</p>	<p>gente"</p> <p>"Es algo de falta de información. Yo no me había enterado, de lo que estás haciendo y es de comunicación social. Y no es sólo porque es apático, porque yo participo y no me había enterado."</p> <p>"Eso es como educación de voluntariado, educación social. No te has interesado en eso porque no te han enseñado a estarlo."</p>	<p>"Honestamente porque la gente prefiere hacer otras cosas y dicen, en otro momento ayudaré".</p> <p>"Uno de los problemas que ha tenido comunicación es que no ha conseguido una actividad precisa en qué ayudar. Economía tiene su voluntariado de toda la vida, ya es más como por tradición que por información, y de verdad hay actividades que se sientan a ayudar a la gente de la comunidad, para resolver problemas económicos, a ver como organizan una cooperativa. Derecho tiene algunas asesorías legales, Educación puede dar clases, pero Comunicación no tiene como... bueno lo que está diciendo ella, lo que están haciendo es subir y cubrir actividades que por más que sea no te estás involucrando de lleno con la</p>	
--	--	--	---	---	---	--

	<p>como, por lo menos en mi caso o lo que yo veo en mi promoción o la gente con la que yo he compartido en comunicación, es que nadie está motivado, a nadie le importa."</p> <p>"Era una cosa que, me acordó, estábamos en una clase y llegaron los profesores y dijeron como que levanten la mano aquí quiénes son los voluntarios, nosotros éramos como 40 personas y dos levantaron la mano. (...) Me quedé así como que bueno ¿y ustedes que están haciendo?, se supone que quieres trabajar con las comunidades y</p>	<p>y era difícil reclutar más".</p> <p>"Yo creo que las comunicaciones deberían ser distintas, porque fue una actividad puntual o fueron distintas actividades".</p> <p>"Hay que evaluar lo predispuesta que está la escuela que a estas alturas no hay un voluntariado de comunicación social. Desde ahí viene la falla, ni siquiera la escuela se ha preocupado por tener un voluntariado".</p>	<p>les da fastidio seguir en esto o quizás gente (...) que sí continúa".</p>		<p>comunidad."</p> <p>"Yo estuve en el voluntariado del colegio, estuve en modelos, y sí me gusta y me hubiera gustado volver a hacerlo pero me puse a buscar otras cosas".</p> <p>"Siempre ha habido unas personas que lo están montando. Y todavía no hay nada".</p> <p>"El problema es que ya la inducción es una carga tan grande de información para los estudiantes el primer día".</p>	
--	---	---	--	--	---	--

¿Qué ideas proponen para el voluntariado de comunicación social?	"Tienes que ir ganando espacio paulatina-mente."	"Primero nos limitamos muchísimo a la carrera, siempre pensamos que un voluntariado de comunicación es un video, unas fotos o un periódico escolar. No. Ahora es cuando se les ha dado mayor participación a las comunidades, que ahora están más activas por todo lo que ha promovido el gobierno de alguna u otra forma. Nosotros podemos potenciar eso, que es lo que hacemos con UCABMUN, y darle justamente a esas personas, herramientas comunicacionales que las ayuden a ser mejores líderes o a trabajar de forma activa en sus comunidades."	"Yo creo que hay que hacer énfasis en la parte emocional, en ese beneficio que te puede dar a ti. Vas a tener un voluntariado que te puede dar muchas cosas, pero ese beneficio, no se ve tan claro". "Hay que aprovechar también la gente que, en la inducción sería genial, porque la gente de primer semestre cuando uno entra, uno está demasiado emocionado con la universidad. Uno llega y quieres hacer todo. Eso es algo que pueden aprovechar demasiado	"Primero a mi me gustaría que fueran a mi salón y que sea puntual, y te digan estos son los proyectos". "Involucrarlo con que los primeros tres años no hay nada práctico". "Los testimoniales son importantes (...) tienes un video y a alguien real que se parece a ti que te lo está diciendo". "Otra herramienta que se puede utilizar es (...) buscar profesores claves por semestre". "Otra cosa que puede ser fino, una vez yo fui a una charla (...) que trajeron a los niños. De repente un		"Usar testimoniales, que la gente vea que las cosas tienen resultado". "Tienen que hacer algo así: la gente que trabajó este año en el voluntariado tienen que comprometerse a conseguir gente para el año que viene, que parte del proyecto sea: para terminar tu proyecto tú tienes que hacer una campaña para el año que viene". "Aprovechar (...) Twitter, Facebook y otros más, (...) miren que bien nos va". "Para iniciar esa cultura, el contacto cara a cara es básico". "Ya la escuela tiene un programa que está haciendo junto con en CADH que se llama profesor tutor. Ellos en especial se ponen a	
no te importa".							

		<p>de limitar la carrera, porque nosotros somos comunicadores y debemos saber que cualquier proceso comunicacional que involucre a un receptor, interlocutor y un feedback, ahí podemos entrar nosotros como voluntarios. Hay que ver más allá de un simple video institucional."</p> <p>"Tienes que buscar una forma de vender el voluntariado."</p> <p>"Para enganchar a los de primer semestre a lo mejor podrías proponer que los profesores abran campo en su materia y los manden a hacer un trabajo con la comunidad, de cualquier tipo."</p> <p>"Deberían segmentar por tiempo, por duración. Hay que identificar las</p>	<p>para el voluntariado".</p>		<p>testimonial por parte de ellos también sería distinto".</p> <p>"El reconocimiento para la gente es algo básico para todo lo que hagas".</p>	<p>monitorear el desenvolvimiento del salón. Y que hagan comentarios de vez en cuando".</p>	
--	--	---	-------------------------------	--	--	---	--

Focus Group n°2

Tabla 10. Matriz de Contenido de Focus Group n° 2

Objeto de Estudio Preguntas	Sujeto 9	Sujeto 10	Sujeto 11	Sujeto 12	Sujeto 13	Sujeto 14	Sujeto 15	Sujeto 16
¿Tienes alguna experiencia con hacer voluntariado?	"Yo hice talleres de habilidad verbal y numérica, los dicte en La Católica en segundo o tercer semestre, este casi un año, 8 o 9 meses. Fui voluntario un año en el colegio, en el hospital San Juan de Dios."	"Yo trabajé con Dany en Olimpiadas especiales... cuando estuve en bachillerato fui cuenta cuentos en un barrio de San Antonio. Más allá no he hecho más nada sino en Novartis porque Novartis tiene muchísima responsabilidad social y he desarrollado proyectos... Han sido casos muy puntuales."	"En el colegio, (ir a Barinas a una escuela de Fe y Alegría)."	Yo cuando estaba en el colegio trabajé de voluntaria en varias organizaciones. Daba clases en un colegio en Campo Rico, y también era voluntaria en Soñar Despierto y en Acción Positiva, dos organizaciones diferentes. Ahora por cuestiones laborales también empecé un proyecto de cero, como UCABMUN, que es el programa de formación integral de la organización	"Yo he ayudado en muchas cosas a través tanto del bachillerato como de la universidad, pero creo que el mayor logro ha sido UCABMUN."	"Yo antes estudiaba Derecho y esas materias teníamos que hacer voluntariado para un trabajo, hice voluntariado en unos preescolares en la Vega, íbamos 2 veces a la semana en la tarde a hacerles tareas dirigidas a los niños... aprendían muchas cosas que no veían en sus casas, ciertos valores."	"Más allá del colegio... Telecorazón, no he hecho nada en la universidad."	"Yo estuve 8 años en olimpiadas especiales. Yo empecé como voluntario en un juego en el estadio... me gustó la experiencia y me fui metiendo. Llegué a ser parte de la directiva."

¿Posees algún tipo de información sobre las actividades del voluntariado de comunicación social?	"Hay un movimiento de voluntariado, ... con Dario".	"¿Medatia?"	"No."	Cisneros, que dan diversos talleres a niños del Colegio Mano Amiga ubicado en Turpa. Damos talleres para capacitar a los niños sobre todo en la responsabilidad ciudadana, salud e higiene."	"No existe voluntariado de Comunicación Social, acciones aisladas sí, pero no existe el voluntariado formal."				
¿Si estuvieses interesado, de dónde crees que puedes obtener la información sobre las actividades del voluntariado?			"A la escuela."	"Cuando yo entré a la universidad yo no sabía dónde quedaba Parque Social ni que había voluntariado."	"Proyección a la Comunidad"				"En la UÇAB no saben ni ellos mismos dónde quedan las cosas."

<p>¿Alguna vez has participado en actividades de voluntariado dentro de la universidad?</p>	<p>"Yo hice talleres de habilidad verbal y numérica, los dicte en la católica en segundo o tercer semestre, estuve casi un año, 8 o 9 meses."</p>	<p>"No me involucré en el servicio social porque no lo sabía. Yo nunca sentí ese llamado Ucabista."</p>	<p>"No."</p>	<p>"Estuve en Medatia". "Por experiencia en mi propio proyecto que es UCABMUN, que ha sido un proyecto que muchos creían que no se podría hacer, hasta el propio Ugalde, y nosotros le demostramos lo contrario. Que justamente ir al barrio, que son esos mismos que están al frente, y sensibilizar o generar un estado de conciencia de que ellos también tienen las mismas aptitudes, las mismas habilidades y las mismas capacidades que tenemos nosotros."</p>	<p>"No."</p>	<p>"No, porque ya trabajaba en Olimpiadas Especiales."</p>
<p>¿Qué te ha motivado a</p>		<p>"Comenzar a hacerlo, y</p>	<p>"A lo mejor me pones un</p>			<p>"Para mi tiene que existir una</p>

<p>participar? ¿Que te motivaría a participar?</p>		<p>precisamente sientas esa satisfacción que da hacer voluntariado, eso te motiva a hacerlo. La labor social obligatoria es necesaria, porque es el comienzo de que sientas esa conexión con la comunidad y trabajos."</p>	<p>video en la inducción que es cuando estás más nuevo ..."</p> <p>"Si provoca ayudar, si provoca colaborar cuando te pintan las cosas por el lado positivo"</p>				<p>cosa que te motive. Que te primero para hacer la labor social. Siempre tiene que haber un beneficio, más allá de la satisfacción personal, cualquier tipo de cosas, siempre tienes que tener un beneficio. Por ejemplo: de mis 8 años de voluntariado en las Olimpiadas Especiales yo tengo como beneficio la formación profesional, yo puedo decir que trabajé en una organización mundial. Entonces eso va para el curriculum. ... yo viajé muchísimo, y aprendí, fui a seminarios, a cursos de inducción sobre el voluntariado."</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

<p>¿Por qué creen que los estudiantes de la escuela de comunicación social, no están motivados a hacer voluntariado?</p>	<p>"Yo creo que el trabajo social en Venezuela está mal enfocado, yo creo que el problema con el trabajo social y el voluntariado en su mayoría, siento que primero hay lástima, y es muy difícil quitar la sensación de lástima, y en segundo lugar creo que mucha gente lo hace para ponerse un escudo de que hizo algún acto social, pero al final se desprende totalmente, en tercer lugar creo que se acostumbra mucho a tener un papá que te dé. A las personas hay que facilitarles la infraestructura y las herramientas"</p>	<p>"No me involucré en el servicio social porque no lo sabía. Yo nunca sentí ese llamado Ucabista."</p> <p>"Falta de visión de qué puedes hacer con el llamado del barrio, proyectos... no hay una estructura en la que el llamado de comunicación social pueda ingresar."</p>	<p>"Al no sentir identificación con la UCAB, muchos menos vas a sentir identificación con tu voluntariado. Podrías tratar de que esa persona, el Ucabista, se sienta Ucabista y quiera formar parte de todas sus actividades."</p>	<p>"Algunas veces el voluntariado no se enfoca hacia un empoderamiento de la persona, razón por la cual no ves el resultado a largo plazo."</p> <p>Es que busques la manera de empoderar a las personas que estas buscando."</p>	<p>"Porque yo a la UCAB entro y salgo así (muy rápido), a mí me la puedes empapelar toda con los valores Ucabistas, con lo que ayudemos al barrio que tenemos al frente... y yo voy entro a la clase y me voy."</p> <p>Y como eso yo creo que es todo el salón, al menos que me agarres en las clases que te tengo que escuchar porque no me puedo ir, no."</p> <p>"Yo creo que la mayoría de los estudiantes ahorita no se sienten Ucabistas."</p> <p>"Hasta el</p>	
--	---	--	--	--	--	--

<p>¿Qué ideas proponen para el voluntariado de comunicación social?</p>	<p>"Yo digo comercializarlo. Convertirlo en un producto. Buscar gente con otro perfil,</p>	<p>"Primero hay que hacer una campaña informativa, tratar de ligar mucho más ese concepto que tiene la UCAB como institución socialmente</p>	<p>"Hacer un proyecto en donde se ofrezcan diversas opciones de ayudar. Esa puede ser una manera</p>	<p>"No todo el mundo puede hacer lo mismo porque no todo el mundo tiene vocación para lo mismo. Pueden</p>	<p>"No puedes ayudar a la comunidad si no entras en contacto con ella. Una forma de encasillar el voluntariado de Comunicación</p>		<p>trabajo social obligatorio, que debería ser una buena experiencia... es hasta engorroso".</p>	
---	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>hay que ver como se hace una campaña donde a otras personas, personas que son mucho más vivas, más lucidas, más creativas, más integrales, más sociales. Es ilógico que quien hace trabajo social es un antisocial. Yo creo que hay que hacer una campaña... la mayor comunicación que hay con los MUN es lo que la gente expresa con su experiencia, pero también no en vano hay gente que se faja a hacer una bonita publicidad al momento de la inscripción, no estoy diciendo que eso es lo que te va a convencer... pero eso te termina de</p>	<p>responsable y tratar de que la gente no piense en la UCAB como simplemente universidad sino que automática-mente sepa que es una institución responsable, sepa donde canalizar esas cosas. ... que la universidad fuese un espacio que por donde tú voltearas tuvieses sus principios y sus valores vivos dentro de la gente y dentro de tus clases y dentro de las carteleras".</p>	<p>de promoción- narlo, mira todo lo que puedes hacer, y estas ayudando".</p> <p>"Hay muchas maneras de ayudar... es preferible organizar cosas como verbenas, eventos, recaudar fondos y eso apuntarnos a la construcción de un salón más, de capacitar a gente, tal vez del mismo barrio o comunidad a que tenga una educación para luego educar a los más chiquitos. Hacerlo desde lo más grande que es construir un colegio, hasta lo más chiquito, no sólo dándoles habilidad</p>	<p>agarrarse de la parte de las menciones y tal cual hay unos que les gusta más tomar fotos...</p> <p>Tener algo para cada quien".</p>	<p>Sociales eso, en fotos y videos".</p> <p>"Yo no me anclaría a campaña o el panfleto, yo me anclaría a través de la experiencia vivida en el salón. Tráiganse 10 niños al salón, porque sino lo ves tangible, no te lo crees, razón por la cual no te vas a acercar".</p>		
--	--	---	--	--	---	--	--

	<p>comprar".</p> <p>"Meter a gente más chispa."</p> <p>"A las personas hay que facilitarles la infraestructura y las herramientas. Es decir, para mí es mejor un trabajo social que sea construir una escuela con todas las facilidades, donde ya el chamo en primer año va a saber sumar y restar, para mí esa es la acción social. Realmente generarle algún tipo de infraestructura y espacio donde pueda crecer el chamo".</p>		numérica".					
--	--	--	------------	--	--	--	--	--

- Unidad de Análisis *Expertos en el área de voluntariado de la UCAB.*

Tabla 11. Matriz de contenido para Entrevistas a Expertos en el área de voluntariado de la UCAB-Caracas.

Entrevistado	Mercedes Morales	Karin	Deivy Diaz
<p>Pregunta ¿Cuándo se fundó el voluntariado que usted representa?</p>	<p>“Esta dirección fue fundada en el año 87. Operativamente en el 88 fue constituida por nuestro rector el padre Luis Ugalde. El fue, como quien dice, el primer director de esta oficina cuando era vicerrector académico, él la funda y el queda dirigiéndola y luego el primer director fue el profesor Hernán Salinas”.</p>		
<p>¿Quién es el coordinador del voluntariado y cuáles son sus responsabilidades?</p>	<p>“Desde el año 2000, yo estoy aquí desde el 99 – 2000”.</p> <p>“Hay una concesión de la Universidad estratégica, donde cada escuela, de la Universidad, tiene un coordinador del voluntariado, nombrado por el rector, la vicerrectora, tiene todo el respeto y la autoridad que la Universidad le confiere. Esa persona es la que anima y promueve el voluntariado en esa escuela. Hay escuelas que tienen muchísimos años y muchas agrupaciones voluntarias porque a ese profesor le fascina (...) A veces no siempre tenemos esa virtud, (...) a veces hemos tenido que cambiar de coordinador. El coordinador se elige en alianza estratégica entre nosotros y el director, a veces eso funciona unas veces mejor que otras, también las escuelas son libres. Una escuela puede decidir quién es su coordinador aunque a mí no me guste, yo puedo opinar pero no tengo voto, porque nosotros somos una unidad independiente a las direcciones”.</p>	<p>“Soy la coordinadora de proyección a la comunidad, dentro de mis funciones y una de las más estratégicas está la coordinación del voluntariado. Allí es todo lo que tiene que ver con la revisión de programas de formación para los voluntarios, claro, como parte de la línea estratégica tanto de Proyección a la Comunidad como de la universidad, tiene que estar todo enmarcado en un proyecto de formación integral, que esa es la idea, la razón de ser entre otras cosas de este espacio de voluntariado. Está un poco revisar el programa de formación que estaba vigente, revisar los contenidos, ver si esos se adecuaban o no a las necesidades actuales”.</p> <p>“Cuándo yo comencé el programa estaba muy completo porque tiene cuatro líneas o cuatro años de formación continua con todo lo que tiene que ver, descubrir a la comunidad, formar al voluntario, potenciar su rol como líder transformacional dentro de esas comunidades”.</p>	<p>“Mis funciones son coordinar todas las agrupaciones de voluntarios. Antes habíamos dos coordinadores y se dividían (...), pero ahorita estoy yo solo dirigiendo a todas las agrupaciones”.</p> <p>“Más que todo yo tengo trato es con los coordinadores de cada agrupación”.</p> <p>“Yo soy el enlace entre los voluntarios y proyección a la comunidad, soy la vía de comunicación. Ellos se comunican conmigo si quieren talleres, materiales, proyectos, si les gusta o no les gusta, cuáles están siendo rentables”.</p>

<p>¿Cómo se planifican las actividades? ¿Existe un encargado de este departamento?</p>	<p>"Las iniciativas parten de todos lados".</p> <p>"Nosotros trabajamos en alianza estratégica, no trabajamos mandando a nadie, tenemos a veces poco poder, pero tenemos un alto poder moral. Poco poder de toma de decisiones, (...) pero si institucionalmente está la idea y la misión, que se cumple, de que cada escuela tiene que tener un coordinador. Y su objetivo central es animar y promover acciones voluntarias, pero no aleatorias y regadas sino coordinadas. Y por eso todos los coordinadores del voluntariado, aquí hay un coordinador de trabajo, un coordinador de voluntariado que solamente su trabajo es reunirse y coordinar las acciones con esos que están en toda la universidad. Ellos se reúnen todos los primero o últimos viernes de cada mes, se reúnen aquí, ven los planes que tienen, ven hacia dónde van, nosotros les ofrecemos lo que tenemos, les decimos lo que estamos viendo en la calle, (...) No todos manejan la ley de servicio comunitario, unos sí, otros no. La idea es que ellos oferten a los estudiantes que tienen que hacer ley, que están obligados. Recuerda que los coordinadores de voluntariado son anteriores a la ley, eso significa que ellos ahora tienen más trabajo".</p> <p>"Nosotros trabajamos con 2 tipos de coordinadores de voluntariado: un coordinador profesional que es Karín que se reúne con los profesores y un coordinador estudiantil".</p>	<p>"Proyección a la comunidad busca integrar en una sola unidad todas las iniciativas de voluntariado de la universidad, para servir de plataforma, potenciar las ideas que ellos tengan, de alguna manera para que ellos sean los protagonistas y nosotros poder brindar esa plataforma".</p> <p>"Cómo funciona el voluntariado: tenemos 20 estudiantes en una agrupación, esos 20 estudiantes tienen un compañero, que está a lo mejor en cuarto año, que tiene más experiencia y el los coordina. (...) Estos coordinadores se reúnen todos los miércoles mínimo (...) dos veces al mes con el coordinador de voluntariado estudiantil que es otro licenciado en Educación, pero que su perfil es de ser un muchacho más recién graduado, que esté como más próximo a los estudiantes, (...) la información va bajando a los voluntarios a través de esos muchachos".</p> <p>"Con los profesores una vez al mes me reúno yo. (...) Una vez al mes nos vemos en dos modalidades: una estamos todos, es mucho más enriquecedor, (...) o por lo menos yo me encuentro una hora con cada uno".</p> <p>"En principio estoy yo y el coordinador del voluntariado estudiantil y la chica de beca trabajo, que es más la parte operativa".</p>	<p>"Normalmente ya los proyectos están establecidos, eso se hace desde el primer mes que entramos, se establecen los proyectos con las comunidades que se va a trabajar, lo que se hace es que se le dice a los voluntarios, a las agrupaciones: tenemos varios proyectos, a no ser que ellos traigan uno, se evalúa si es rentable, si se puede hacer y se aplica".</p> <p>"De resto nosotros le asignamos proyectos y ellos de acuerdo a los horarios que tienen y a los voluntarios que tienen les asignan esos proyectos".</p>
--	--	---	--

<p>¿Cuáles son las actividades planificadas para todo el año?</p>	<p>"Tenemos coordinadores estudiantiles (...) ellos tienen el cargo porque tienen 4 años de voluntariado, (...) no es cualquiera, es un chamo que trabaja y va a trabajar más ahora. Se reúne en el cafetín, no aquí, con los estudiantes, pasa por los salones, está pendiente de los muchachos, (...) el trabajo de él es hacer pasillo. Pero tiene que tener una contraparte con quién hablar (...) si existe un coordinador y por lo menos nosotros nos encargamos en el diseño curricular de ver las materias y de ver las alianzas que podemos hacer. Pero yo tengo que tener un coordinador del Voluntariado de Comunicación Social que me ayude a esto".</p>	<p>"El rol de proyección siempre es estar como acompañando y potenciando esa agrupación. (...) Que todas las agrupaciones sientan que hay una dirección en la universidad que potencia sus acciones, necesitamos formación, necesitamos cosas como financiamiento, necesitamos que nos orienten en saber si este proyecto es viable y sustentable y con ese respaldo, digamos, todos caminan de una forma independiente. Hay otras agrupaciones que no son de las escuelas que también encuentran su plataforma aquí, la gente de pastoral (...)".</p> <p>"Un 80% sí, es por el perfil mas o menos de la escuela".</p> <p>"El voluntariado de la escuela de Derecho cumple 2 funciones: el VETAJ, que es el voluntariado de asistencia jurídica, y el VETEP que es el</p>	<p>"Mi trabajo es el acompañamiento, la guía de los voluntarios, yo por lo menos subo algunos días a las comunidades con ellos, solventar los problemas, materiales, si necesitan talleres de capacitación, todo lo que ellos necesiten ellos vienen a mí".</p> <p>"Yo tengo que captar voluntarios. Por lo menos los eventos no se exactamente la fecha porque no he asistido a ninguno de esos eventos, pero yo si tengo que captar voluntarios, por lo menos yo conozco bastantes personas en la universidad, voy por el cafetín, me preguntan, yo les envío correo".</p>
---	--	---	--

		<p>voluntariado de trabajo en establecimientos penitenciarios".</p> <p>"Administración y contaduría también, ellos les dan todo lo que es clases de contabilidad a la comunidad y a los jóvenes de los liceos; Psicología también, ellos acompañan muchísimo en acciones de, vamos a trabajar autoestima, acciones recreativas en niños para fortalecer las destrezas emocionales y destrezas sociales. Educación, también, todo lo que es refuerzo escolar todo lo que tiene que ver con actividades pedagógicas, ellos lo hacen muy bien. Luego tenemos el voluntariado de Letras, también lo hacen de su perfil, porque ellos llevan un club de lectura, promoción de lectura en las comunidades. Luego tenemos Economía, quizás es el voluntariado que es un poquito más alejado de su perfil porque ellos si llevan: refuerzo escolar para niños no escolarizados, actividades deportivas para niños de primera etapa de educación básica, lo que mas se aproxima a su perfil (...) es todas las actividades de nivelación de 7mo. que hacen también con jóvenes de liceo".</p>	
<p>¿Cuáles son los eventos especiales?</p>	<p>"Cuando se arranca el año académico en Octubre, nosotros le hacemos una presentación a los nuevos. Se hace una feria aquí en la universidad, entonces la gente se inscribe, (...) tú luego los llamas, entonces ellos se incorporan a los proyectos".</p> <p>Otras formas de comunicación que utilizamos son eventos masivos, para</p>	<p>"Seguimos todo el año a través de la red amigos de voluntarios, se siguen invitando muchachos y creo que también llama mucho la atención el evento de los reyes magos, el evento del encuentro pedagógico que casi siempre se moviliza la universidad, nunca tenemos menos de 300 voluntarios".</p>	<p>"Eventualmente siempre se hace un evento en donde se monta un stand, se da información, se anota la gente e la nueva base de datos del voluntariado, se les envía correos, se les llama si están interesados".</p>

	<p>que se vean ellos. Aunque tu puedas brindar un servicio a la comunidad como por ejemplo el día de Reyes, el encuentro pedagógico, como ejemplo el plan vacacional; el objetivo de esos días no es solamente la comunidad, es que los voluntarios se vean. (...) Es como ratificarse contigo mismo y con lo que tu estás haciendo, eso es un evento donde la gente se siente más identificada con la universidad y con la decisión de vida que ha decidido tomar en relación a hacer voluntariado”.</p>		
<p>¿Cómo manejan el tema de la comunicación?, tanto interna como externa.</p>	<p>“Aunque tu puedas brindar un servicio a la comunidad como por ejemplo el día de Reyes, el encuentro pedagógico, como ejemplo el plan vacacional; el objetivo de esos días no es solamente la comunidad, es que los voluntarios se vean. (...) Es como ratificarse contigo mismo y con lo que tu estás haciendo, eso es un evento donde la gente se siente más identificada con la universidad y con la decisión de vida que ha decidido tomar en relación a hacer voluntariado”.</p> <p>“Tenemos coordinadores estudiantiles (...) ellos tienen el cargo porque tienen 4 años de voluntariado, (...) no es cualquiera, es un chamo que trabaja y va a trabajar más ahora. Se reúne en el cafetín, no aquí, con los estudiantes, pasa por los salones, está pendiente de los muchachos, (...) el trabajo de él es hacer pasillo. Pero tiene que tener una contraparte con quién hablar (...) si existe un coordinador y por lo menos</p>	<p>“En principio tenemos el espacio de la feria del decanato que es a principio de año en el mes de octubre, donde se ponen todos los stands de la feria y dentro del stand de proyección del voluntariado. Allí está el coordinador del voluntariado estudiantil, estoy yo, pasa la profesora Mercedes Morales, (...) y los distintos voluntarios. Todos los voluntarios porque este es un espacio de todos ellos, (...) hacemos como los tripticos, las chapas, todo el material POP, (...) allí se hace una base de datos en principio donde captamos a todos los muchachos nuevos donde se le colocan todas las opciones”.</p> <p>“El resto pues lo típico, los que ya están tienen amigos, corren la voz”.</p>	<p>“Vía correo electrónico, vía telefónica y ahora yo utilizo la comodidad de que yo les mando mensajitos de texto”.</p> <p>“Anteriormente se reunían una vez a la semana, ahorita que entré yo ha sido un poco más constante porque hemos tenido el encuentro pedagógico, ahora con el plan vacacional”.</p>

	<p>nosotros nos encargamos en el diseño curricular de ver las materias y de ver las alianzas que podemos hacer. Pero yo tengo que tener un coordinador del Voluntariado de Comunicación Social que me ayude a esto”.</p>		
<p>¿Utilizan medios o canales específicos?</p>	<p>“De divulgación está El Ucabista, nosotros mensualmente sacamos siempre artículos mensuales, (...) hacemos un esfuerzo gigantesco para que todas las escuelas pongan las fotos de sus chicos”</p> <p>“Tenemos un periódico chiquitico, es simplemente informativo. (...) es Voluntariado Hoy, se llama. Voluntariado Hoy se reparte en todas las escuelas, pero lo distribuyen los mismos voluntarios porque con artículos de ellos”.</p> <p>“Otras formas de comunicación que utilizamos son eventos masivos, para que se vean ellos”.</p>	<p>“Tenemos nuestro grupo en Facebook, pero sin embargo vamos a decir que es discretamente participativo”.</p> <p>“Lo que mas nos ha funcionado, aunque no lo creas por los momentos, es el contacto directo por los correo, (...) ese contacto personal es lo que más ha funcionado”.</p> <p>“Sobre todo con los estudiantes el correo electrónico y la llamada”.</p>	<p>“Vía correo electrónico, vía telefónica y ahora yo utilizo la comodidad de que yo les mando mensajitos de texto”.</p>
<p>¿Cuáles el principal problema cuando se quiere hacer llegar un mensaje? (interna y externamente)</p>	<p>“Somos muy malos en eso, realmente somos malísimos en lo que es la comunicación, en general la Universidad es mala en las formas de comunicarse. Nosotros nos manejamos con las instancias que existen y el tema de la comunicación es que la instancia está como diluida. Nosotros trabajamos con 2 tipos de coordinadores de voluntariado: un coordinador profesional que es Karín que se reúne con los profesores y un coordinador estudiantil”.</p>	<p>“Creo que todavía tenemos que trabajar bastante en eso. Tenemos desde que yo comencé, nuestra meta y se renueva cada año, porque siempre es necesario, es esa parte de la difusión y de que el otro te conozca”.</p> <p>“Mas allá de eso, creo que sí, se tiene que continuar trabajando en que los muchachos conozcan en la universidad que es lo que se hace del voluntariado, para que se haga y por qué se hace y (...) muchachos que están 5to año pueden no saber que hay cosas que se hacen en la universidad, entonces sigue</p>	<p>“El correo no lo revisan, (...) el mensajito es para confirmar solamente, para recordarles, porque a veces tienen tantas cosas entonces yo los llamo”.</p>

<p>Si pudiese crear un medio y un canal para que la comunicación fuera ideal, ¿cuál sería?</p>	<p>"Me dijeron de una pantalla gigante colocada en el cincuentenario" "Yo estoy frustrada, no se (...) yo siento que los medios de comunicación actuales no son a los cuales yo estaba acostumbrada, yo siento que esta broma (refiriéndose al Black Berry) puede más que yo" "Todo el mundo se manda mensajitos, (...) ya entendi que este es el medio"</p>	<p>siendo una tarea activa"</p> <p>"De todo un poco, primero una de las cosas que tenemos que sentarnos a haceres (...) hacer un levantamiento de qué le gusta al estudiante (...) a lo mejor la cosa es más bien por internet"</p>	<p>"via telefónica, llamarlos y hablar uno a uno, o si cuabras alguna reunión, llamándolos (...) no está demás enviarles un correo para que ellos sepan lo que va a tratar en la reunión" "Llamarlos, estar constantemente detrás de ellos"</p>
<p>¿De qué manera puede colaborar el voluntariado de comunicación social con su agrupación?</p>	<p>"Me dijeron de una pantalla gigante colocada en el cincuentenario" "Yo estoy frustrada, no se (...) yo siento que los medios de comunicación actuales no son a los cuales yo estaba acostumbrada, yo siento que esta broma (refiriéndose al Black Berry) puede más que yo" "Todo el mundo se manda mensajitos, (...) ya entendi que este es el medio" "Comunicación social ha pasado por muchos, en estos diez años, por muchos cambios. Max Römer siempre fue el coordinador de voluntariado (...) Un tiempo José Rafael Briceño estuvo apoyando a Max, después estuvo Markel Mendez (...)" "El problema de comunicación social es que se han diversificado los aportes. Ha sido hasta por especialidad. Carlos Eduardo asume su barranco, (...) ¿y ves a Liliana que cuando está en fotografía, ella (...) ellos han tenido como su perfil. Y tu no puedes tampoco bloquear las</p>	<p>"El levantamiento de la memoria audiovisual del voluntariado, que puedan haber espacios donde haya pauta (...) de todas las acciones que hace el voluntariado" "Quizás también la asesoría en cuanto a concretar o mejorar el material divulgativo, los tripticos, la publicidad y una tarea pendiente que (...) es terminar de diagramar la primera revista del voluntariado" "Algo que nos falta es retomar a esos chicos, porque siento que iniciamos muy bien (...) retomar otra vez esas tareas y cuál sería la motivación para ese estudiante de Comunicación Social, que se enlace con el coordinador de cada voluntariado" "Se que la profesora Tiziana está súper motivada y le encanta la idea, pero eso que mencionaste ha sido el éxito en muchas otras escuelas, ese profesor de</p>	<p>"En los eventos, por lo menos aquí, siempre sacan un artículo en el periódico el Ucubista, toman las fotos"</p>

	<p>iniciativas, tienes que respetar también eso porque sino se te van, (...) Comunicación Social ha tenido esa variedad. Si tu me dices ¿quién es de Comunicación Social?, un genio, ¿quién de verdad se responsabiliza?, nadie. Yo creo que ese ha sido el gran problema".</p> <p>"Hay que conseguir ese perfil que esté interesado"</p> <p>"En primer año hay que ofrecerles cosas pequeñas pero que les impacte, que sea de contacto, que sea un descubrir (...)"</p> <p>"Hay que hacer una propuesta para los primeros años y segundo tiene que haber una plataforma, que se sientan seguros, que aprendan de su carrera, pero que a la vez los entusiasme. Hay materias en primero y segundo año que se prestan para esas cosas y a esas materias las llamamos cátedras de compromiso social y son voluntarias. Es cuestión (...) de enamorar a profesores para que hagan pequeñas cosas, que les manden tareas, que en vez de hacerlas en el jardín de la universidad tienen que entrevistar a alguien, estadísticas, tienen que sacar unos datos, no los saque ahí sácalos en una comunidad".</p> <p>"Una vez que un muchacho con una cátedra pisa la comunidad, ya tu tienes un posible voluntario".</p> <p>"Si tu pones una materia en primero y segundo año, que sea transversal, tu vas hilando. Porque tú puedes tener un estudiante de primer año que ve materias como estadística, que ve lenguaje, que le manden a hacer una</p>	<p>"El levantamiento de la memoria audiovisual del voluntariado, que puedan haber espacios donde haya pauta (...) de todas las acciones que hace el voluntariado".</p> <p>"Quizás también la asesoría en cuanto a concretar o mejorar el material divulgativo, los tripticos, la publicidad y una tarea pendiente que (...) es terminar de diagramar la primera revista del voluntariado".</p> <p>"Algo que nos falta es retomar a esos chicos, porque siento que iniciamos muy bien (...) retomar otra vez esas tareas y cuál sería la motivación para ese estudiante de Comunicación Social, que se enlace con el coordinador de cada voluntariado".</p> <p>"Se que la profesora Tiziana está súper motivada y le encanta la idea, pero eso que mencionaste ha sido el éxito en muchas otras escuelas, ese profesor de la escuela que me acompaña, que me orienta".</p>	
--	---	---	--

	<p>tarea en esas materias, pero que se pueda hacer en la comunidad. Nosotros ponemos todo, nosotros ponemos la plataforma para que lo hagan porque nosotros ahí capitalizamos el voluntario. Les damos talleres, los enamoramos, vienen para acá, hacemos un entrenamiento, porque todo es por el bien de la comunidad, entonces cada vez se sienten más importantes, y además si el profesor te da una nota, muy bien, pero si no la tarea tiene que ser cumplida ahí”.</p> <p>“(...) necesitas un enganche académico en Comunicación Social. A mi me ha ido muy bien con Liliana Martínez, pero ella nada más me hacía los enlaces con la gente de ella de fotografía”.</p> <p>“Mi recomendación es esa, primero y segundo motivar mucho para ser voluntario, tercero cosechas, porque ya tienes un muchacho más preparado, ya ve su carrera, ya puede ver hacia dónde le gustaría apuntar mejor su acción social, está estudiando dónde hacer su ley de servicio comunitario, ya en cuarto la ejecuta (...) ya tiene el ejercicio profesional con una visión distinta”.</p> <p>Mi propuesta es el eje transversal por lo menos, (...) tener la posibilidad de tener algunas carreras, primero, segundo, tercero, cuarto año, por lo menos una; dos es chévere porque si pueden ser dos profesores que se conecten, buenísimo, porque pueden hacer un trabajo muy bueno”.</p>		
--	---	--	--

- *Unidad de Análisis Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuela de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en misión de la UCAB*

Tabla 12. Matriz de contenido de Entrevistas a Personal encargado de voluntariado de las Escuelas

Entrevistado	Pregunta	Mardon Arismendi	David Da Silva	Sheila Goncalves	Janet Guerra	Jonathan Moreira	Aida Noda
	¿Cuándo se fundó el voluntariado que usted representa?	<p>“...el voluntariado esta por cumplir 8 años en la Escuela de Letras. La primera persona que impulsó el voluntariado fue Addler Hernández que es una psicóloga (...). Llevó a cabo esta propuesta de voluntariado y fue que comenzó a conformarse, comenzó con un grupo muy pequeño de jóvenes (...) y después fue creciendo.”</p>	<p>“Se fundó en el año 1996, nosotros de la Universidad fuimos el primer voluntariado, de Economía, surge de la preocupación de la profesora María Inés Cumari, que inicio todo el proceso, debido a la situación en La Vega se decidió organizar un grupo de estudiantes, de cualquier año, voluntario para dar clases en la vega, específicamente en el colegio Andy Apancio.”</p>	<p>“Universitarios en Misión es una agrupación que nace de dos inquietudes importantes. Primero (...) la inquietud espiritual, religiosa, de crecimiento personal y segundo trabajamos la fe y trabajamos quienes somos y cómo se puede proyectar eso en la sociedad de forma solidaria y positiva. El centro es la formación del universitario, no tanto lo social.”</p>	<p>“El voluntariado tiene ya 20 años” “La historia está en la página web de la escuela.”</p>	<p>“ECOUCAB se fundó en el año 2000 por un grupo de estudiantes de Ingeniería Industrial, que tenían que conseguir 16 horas de labor social para una materia que se llama Humanidades III, entonces a ellos no les gustaban las alternativas que en ese momento les ofrecía la Universidad y decidieron crear el voluntariado ecológico de la universidad. Después que ellos cumplieron sus 16 horas y toda la materia ellos siguieron ese voluntariado a lo largo del tiempo para darle la oportunidad a los otros estudiantes que también necesitaban cumplir esas horas, que lo pudieran hacer en ECOUCAB.”</p>	<p>“Desde que estoy trabajando en la escuela le doy respuesta a las personas de Parque Social con los alumnos que consigo.”</p>

<p>¿Quién es el coordinador del voluntariado y cuáles son sus responsabilidades?</p>	<p>"El voluntariado se maneja de la siguiente manera: está el coordinador del voluntariado que soy yo en este caso, yo coordino el voluntariado, coordino todo lo que son las actividades referentes al voluntariado, coordino a los voluntarios y soy el encargado de la parte de logística, sobre todo, y de la parte de aplicación de esa logística, es decir, de ejecución de los proyectos que nosotros mismos con los voluntarios discutimos para aplicar en la comunidad. Luego están los asesores que son por lo menos dos estudiantes de Letras que están en el voluntariado. Esas dos personas se encargan de darle la inducción a los chicos nuevos que llegan en primer año, y se encargan también de ayudar en la logística que estamos planteando, ellos son como la mano</p>	<p>"Aimara es la coordinadora del voluntariado por parte de la escuela, pero yo soy un voluntario y trato de ayudar a Aimara, pero un cargo como tal no lo tengo. Aimara administra, coordina, se encarga del transporte, de pagar la merienda, de la recolección del dinero para los profesores, ella administra la caja chica del voluntariado, de reclutar a voluntarios, de hacer cualquier actividad que se nos ocurra para atraer voluntarios."</p>	<p>"Soy la asistente de la Dirección de Pastoral y la Coordinadora de este proyecto".</p>	<p>"Yo soy la coordinadora de todo lo que es voluntariado en la Escuela de Psicología". "En el momento actual, (...) dependemos totalmente de la Escuela y de Proyección a la Comunidad, la dirección." "Puedes preguntarle a cualquier profesor y ellos los remiten a mí."</p>	<p>"Nosotros somos 2 directores, después vienen 2 coordinadores, (...) y los voluntarios. Para ser director, nosotros establecimos ahora que necesitabas tener 1 año en el voluntariado, necesitabas ser voluntario y después coordinador, y para ser coordinador mínimo tienes que tener un semestre en la organización. Los directores proponen las actividades para el semestre, (...) y los coordinadores nos ayudan, (...) y una vez que se realiza entre todos, desarrollamos esta actividad con los voluntarios."</p>	<p>"Yo soy quien anima a la gente, tengo los correos y sus números. (...) Juan Manzanilla estudiante de 3er año de Pedagogía es quien se está encargando de organizar un grupo como tal. Desde aquí se va generando esa necesidad del otro, es la filosofía de la Universidad".</p>
--	---	---	---	---	--	---

<p>¿Cómo se planifican las actividades? ¿Existe un encargado de este departamento?</p>	<p>derecha del coordinador, es para delegar funciones y que el trabajo se haga más efectivo."</p>	<p>"En enero tuvimos una reunión para planificar la Economía que se hace en mayo. (...) Cada programa tiene un coordinador que se encarga de programar las actividades que se hacen los días sábado. Nivelación hace qué ejercicios van a hacer, qué temas vas a tratar, igual que en refuerzo. Deportes, qué ejercicios van a hacer, qué deportes van a practicar. Hace dos años ya tenemos trabajando parte de fútbol y kikingball para los chicos, antes solo trabajábamos con niños y hace dos años empezamos a trabajar con niñas. (...) al igual que con niños no escolarizados, las actividades ya sean pintar o manualidades."</p>	<p>"Nos acompañan los chicos de Beca trabajo, ellos terminan ayudando mucho. El resto de la gente que apoya son los voluntarios, los que han tenido dos, tres, cuatro campamentos que son los que están pendientes de organizar y de las comunidades a la que vamos a ir (...) Buscar donaciones, etc. Montan las actividades, montan los talleres de recreación, montan los encuentros (...) meses antes, encuentro, reuniones, talleres."</p>	<p>"Hay distintas fuentes, te voy a hablar como en un año académico. Empezando este año académico qué ocurre: viene la inducción a los estudiantes nuevos, luego al iniciar el año paso yo o pasa el estudiante coordinador del voluntariado, porque yo tengo estudiantes coordinadores, pasa por los distintos salones presentando a los programas o invitando a formar parte del voluntariado. Pero lo hacemos especialmente en la inducción a los estudiantes nuevos, el día de la inducción (...) los invito para una reunión que ya iniciado el curso tendremos para todos aquellos que quieren formar parte del voluntariado."</p>	<p>"Nosotros ponemos a principio de semestre una reunión (...) donde también van a asistir las personas que están haciendo labor social, por ejemplo: los martes y los jueves. Ahí casi siempre (...) tratamos de que todos coincidamos en las reuniones"</p>	<p>"La estrategia que yo uso es para que la gente descubra una realidad que no sabían que existía y yo siento que después que la conozcan no la van a abandonar"</p>
--	---	--	---	--	---	--

	<p>"Este año se inscribieron 20 voluntarios en primer año, y el año pasado había 8, en total fueron 28. Lo cual es una gran cifra, un gran aumento, son bastantes voluntarios."</p>	<p>"Entre Almará y yo, este año, nos encargamos de llamar a las empresas a ver en qué pueden colaborar con nosotros."</p>	<p>"Al campamento van 60, (...) quiénes se quedan cerca, aproximadamente unos 20, 30 que están siempre disponibles."</p>	<p>"Durante todo el año, (...) tenemos un promedio entre 50 y 60 voluntarios. Recuerden unos son específicos de un momento y otros, como unos 10, son los que sí se me pueden mantener."</p>	<p>"La última vez que contamos, que fue el semestre pasado, éramos 14 y ese semestre se quedaron 4 personas más, podríamos contar 18."</p>	<p>"Mis voluntarios son personas puntuales, y lo más importante es que el voluntariado tenga actitud. Es un voluntariado Ucabista porque responde a ser integral y a los valores de la universidad."</p>
<p>¿Cuáles son las actividades planificadas para todo el año?</p>	<p>"... Tiene como objetivo la promoción de la lectura y el arte para cualquier circunstancia, hay niños no escolarizados que lo necesitan, niños que motivar que lo</p>	<p>"... Hacemos varios programas: el primer programa es de deportes, más que todo con chicos de 5to y 6to grado al principio, ahora estamos trabajando con estudiantes de</p>	<p>"Nos vamos (...) a una comunidad que se llama Pavía. (...) que es una comunidad subrural cerca de Barquisimeto."</p> <p>"Apoyar a la</p>	<p>"La idea es trabajar siempre en eventos interdisciplinarios."</p> <p>"Programa con el liceo Fermín Pauli desde el 2002, en ocasiones se hace o no por las características del</p>	<p>"Hacemos jornadas de limpieza en la playas, Playa Carenero, Playa Chocolate en Higuero, jornadas de limpieza en el Avilá, en el Legunazo que queda más arriba</p>	<p>"Educar como prevención de la salud (...). Educar a la gente para no enfermarse (...) Eran más de 30 voluntarios. Era un convenio con el Centro de Salud</p>

	<p>necesitan, depende de las circunstancias."</p> <p>"Nuestro perfil es proporcional al goce estético por la lectura, que vea el niño a través de la lectura otra ventana al mundo..."</p> <p>"En primera instancia tenemos a los niños no escolarizados, que son niños que vienen de un contexto social un poco fuerte porque no están estudiando... nosotros trabajamos en La Vega en un sitio que se llama La Pradera, y eso está dirigido por una comunidad de monjas, es una vicaría, ... esos niños no escolarizados proviene de las invasiones, esos niños van allí para que nosotros los ayudemos a nivelarse... para que posteriormente puedan integrarse al colegio regular. Nuestra tarea es la promoción de la lectura, por nuestro</p>	<p>8vo grado.</p> <p>Otro programa es el de nivelación, que es más que todo, clases de matemática, tratar de nivelarlos para que puedan entrar en bachillerato. El otro programa es propedéutico, para preparar a los chicos a que entren en la Universidad, pero ahora como cambió la metodología de presentar un examen, cambiamos el nombre por refuerzo de matemática, que es ayudar a los estudiantes a que aumenten su promedio y puedan ingresar a la Universidad.</p> <p>Esos programas son en el colegio Andy Aparicio, pero también tenemos otro programa en Vicaría, que es más arriba del colegio Andy Aparicio. Tenemos el programa que se llama niños no escolarizados. Ahí ayudamos a los niños a leer y escribir para que puedan entrar al</p>	<p>comunidad en lo que tengan organizado para semana santa. Hacemos grupos de oración semanales. Hay un grupo que va a Cátuche."</p> <p>"Otra cosa que hacemos en el año es una exposición en Navidad. (...) si hay un plan de ir a diferentes comunidades donde la Universidad trabaja desde Proyección a la Comunidad o porque hay diferentes organizaciones, (...) no es que caemos de paracadistas a un lugar donde no conocemos. (...) la idea es apoyarlos a ellos en sus celebraciones. Hay una casa en La Vega (...) que nosotros apoyamos. El resto del año las actividades van más a formar a los chicos (...)"</p> <p>"Entiendan que también hay una sociedad que nos necesita como profesionales".</p>	<p>mismo liceo."</p> <p>"Hogar Virgen de los Dolores desde el 2001, este año comenzamos en mayo, normalmente lo hacíamos desde octubre a julio."</p> <p>"Muchachos en la unidad de psicología de Parque Social."</p> <p>"Programas de Proyección a la Comunidad en distintas escuelas Encuentros de fe y alegría. Encuentro con las personas de gerencia comunitaria (ONG), evaluación psicológica de unos niños que están en riesgo. Encuentro con una organización Argentina que se llama Los Samaritanos, se estaba haciendo un programa de prevención en drogas para niños desde un enfoque psicológico, a los estudiantes voluntarios de 4to y 5to año se les dio todo un entrenamiento. Talleres de sexualidad en distintos liceos."</p>	<p>de Humboldt, en quebrada Chacaito; Campañas de reciclaje aquí dentro de la Universidad; participamos en el Encuentro Pedagógico, encuentro de Reyes aquí en la Universidad; también hemos brindado cursos de primeros auxilios y de recreación para todo público, (...) cursos de defensa personal también dentro de la universidad".</p> <p>"Proyecto de refuerzo escolar en el Fermin Paúl (...) Se descubrió que los jóvenes desertan de la educación en 6to grado (...) La escuela ha colaborado en el Proyecto de Nivelación y Propedéutico."</p> <p>"Hay proyectos en los que están conectadas varias escuelas".</p> <p>"Aquellos estudiantes que no les gustan las actividades de educación ellos mismos buscan su norte y el grupo al que les guste pertenecer. (...) Yo promuevo es la sensibilidad por el</p>	<p>Santa Inés (...)</p> <p>Educador para el centro de misión y salud. Es el educador que va de la mano con el médico (...)</p> <p>Tenemos todo un período de formación en medicina y después se va a los módulos, de las comunidades a dar talleres".</p>
--	---	--	--	--	--	---

	<p>perfil no nos referimos a labores de educación como tal..."</p> <p>"Tenemos que ir adecuando nuestros programas para incentivar valores en ellos."</p> <p>"Con los bebés, trabajamos con ellos la etapa antes de preescolar, leemos cuentos con ellos y hacemos que dibujen muchísimo, es el arte más que todo."</p> <p>"Se unen dos vertientes la lectura y el arte."</p>	<p>sistema educativo formal".</p> <p>"Hay que recordar que esos niños nunca han tenido una educación formal, los ayudamos a escribir y a leer para que posteriormente entren a un colegio como tal. Ahorita estamos trabajando con niños de 8 a 10 años."</p> <p>"Las actividades se realizan todos los sábados: primero fue de 7:30 a 11:00am. Ahora lo cambiaron de 9am hasta las 12, fue una petición de la escuela ya que los chicos no llegaban o tenían otras actividades."</p> <p>"Nosotros tenemos un plan de padrino, que cada profesor apadrina a un niño de La Vega. Entonces él da cierta cantidad de dinero cada mes."</p>		<p>"Los estudiantes les dan apoyo, brindando refuerzo académico a los niños atendidos en Proyección, a los psicólogos de Parque Social."</p> <p>"Se les da entrenamiento especial a parte de los entrenamientos que ofrece Proyección a la Comunidad para saber cómo tratar a estos niños. Siempre está el apoyo directo de psicólogos supervisores."</p> <p>"Los psicólogos pueden ser de la Escuela, de la Unidad de Psicología o de la Dirección de Proyección a la Comunidad. En ocasiones son profesores de la Escuela. Por ejemplo una vez se solicitó un taller sobre sexualidad y el profesor colabora con los talleres."</p> <p>"Asesoramiento</p>	<p>otro y que vayan generando proyectos haciendo diagnóstico y lectura de la realidad".</p> <p>"Todos los proyectos que están en el Parque Social están integrados por muchachos de Educación".</p>
--	---	---	--	---	---

¿Cuáles son los eventos especiales?		<p>"Este año hicimos rock para los niños de La Vega, que fue organizado por la Escuela de Economía para recolectar fondos y juguetes, fue en octubre, para regalárselos en diciembre... Pero una actividad que hacemos todos los años a parte de los sábados es la Econorifa. Hay que destacar que nosotros somos el único grupo de voluntarios que nos autofinanciamos. Es a través de la Econorifa (...) También es un show más que todo,</p>	<p>"Trabajamos con Proyección en algunas actividades que promueve Proyección. Por ejemplo el encuentro de Reyes, el encuentro Pedagógico, y apoyamos, en el caso del Andy Aparicio que es un proyecto en La Vega, somos parte del proyecto en La Vega. En esas cosas puntuales a nivel social".</p>	<p>vocacional. Implica 3 fases grandes de noviembre a marzo. Por medio de una de las electivas una profesora supervisa dentro de su materia el trabajo con la comunidad y no pierde el carácter de voluntario porque es una electiva."</p> <p>"Siempre hay un apoyo directo de un psicólogo supervisor."</p>	<p>"Encuentro pedagógico, encuentro de reyes en la universidad".</p>	
-------------------------------------	--	---	---	--	--	--

<p>¿Cómo manejan el tema de la comunicación?, tanto interna como externa.</p>	<p>llevamos grupos de cantantes, películas, es un show más que todo. Siempre escogemos un tema cada año (...). El año pasado fue la mejor Econorifa que hemos tenido, para mí, que fue de los 80's y 90's (...)."</p> <p>"Se llaman patrocinantes que les patrocinan los premios."</p>	<p>"Mas que todo es por correo, también tenemos nuestra página de Facebook, que es Voluntarios de Economía, nos comunicamos por ahí, a veces hay voluntarios que se acercan a Alimara vienen para acá y pasan por la Escuela y hablamos de lo que podemos hacer, son mini reuniones como informales. Y a veces los convocamos por correo o teléfono para una reunión más formal".</p>	<p>"Pegamos afiches, ponemos una pancarta en la puerta de la Universidad y en la entrada de la pasarela, del metro, mandamos correos electrónicos. (...). Pedro Navarro a veces nos ayuda, (...) volantes, y a veces se pone un stand (...) suele tener algo de movilización (...). Visitamos los salones en octubre y previo a Semana Santa (...). Este año pasamos por Psicología, por Educación, por algunos salones de Comunicación, por</p>	<p>"El día de la inducción les hablo de lo que es el Voluntariado de Psicología, les hablo en general de algunas de las actividades de las cuales ellos pueden formar parte."</p> <p>"Una de las vías es a través de los estudiante coordinadores, o directamente yo voy a los salones, o los convoco a una reunión para hablarles de lo que va a ser tal proyecto y cómo lo vamos a llevar, otra vía es</p>	<p>"Via mail. Tenemos un mail de ECOUCAB y por ahí nos comunicamos y un Facebook, entonces cualquier cosa nosotros los ubicamos en Facebook o en el mail".</p>	<p>"La convocatoria la hago personalmente con mis alumnos, por proyectos puntuales donde me necesiten".</p> <p>"Hablo con mis alumnos de 3ro 4to o 5to año y los persuado de participar un sábado por ejemplo".</p> <p>"A partir de esa experiencia hay muchos alumnos se terminaron de enamorar de la carrera, porque sintieron que su vida es útil, encontraron su vocación".</p>
	<p>"En primer año está lo que se llama la captación de voluntarios. En primer año cuando el estudiante llega se le ofrecen una serie de ofertas y el elige la que más le convenga. Nosotros le ofrecemos el Voluntariado de Letras (...) luego en segundo año tratamos de mantenerlos ahí, ellos no tienen que aplicar el liderazgo, y posteriormente quedan los que quieren estar realmente (...). A</p>					

	<p>ellos tenemos que seguir dando la formación a través de Proyección a la Comunidad."</p> <p>"Tenemos muchos medios, nosotros tenemos un correo específico para el Voluntariado de Letras dónde cada integrante tiene su clave entonces puede entrar y revisar sus tareas."</p> <p>"Nos reunimos una vez al mes, luego de haber creado el cronograma, en Proyección también tienen reuniones que son una vez cada dos meses, aproximadamente, donde se reúnen todos los coordinadores de todas las escuelas de voluntariado, ahí explican lo que han hecho hasta ahora y se dan sugerencias... si hay alguna información importante de una vez el coordinador contacta a las asesoras... ellas</p>	<p>"Captar voluntarios, podemos hacer otras actividades, por ejemplo: aquí en la Universidad se hace una inducción a principio de año en septiembre a los nuevos alumnos, ahí aprovechamos (...) de decir las actividades de la Escuela, en esta caso voluntariado (...) ahí algunos se motivan y se unen al grupo."</p> <p>"También trabajamos en conjunto con el Parque Social donde está la coordinación voluntariado, que coordina a todos los voluntarios de los grupos de cada escuela. Hacen varias actividades, (...) la Toma UCAB que era más que todo, captar voluntarios, (...) pero no llamó mucho la atención. (...) Podemos hacer muchas actividades como conciertos o como las de la toma pero depende de los voluntarios que en verdad quieran hacer</p>	<p>Derecho, algunos de Ingeniería. Ahí nos contactamos con algún profesor que conocíamos".</p>	<p>correo, otra vía que funciona muy bien son mensajitos de texto, que está siendo algo muy novedoso que llega más incluso que el correo."</p> <p>"Las reuniones son cuando lo consideramos necesario."</p> <p>"Lo primero que hago es decirle al estudiante que puede ser voluntario y puede ser en el tiempo en que tú dispongas, la frecuencia con la que tú dispongas o en el momento en el que tú dispongas. No les pido jamás, como pueden hacer las otras escuelas, que un voluntario se comprometa de octubre a junio en un proyecto, no, es muy raro que ellos puedan ofrecerme esa cantidad de tiempo."</p> <p>"Puedo tener desde un estudiante que sí se compromete conmigo a una hora semanal todo el año (...) el que puede</p>	<p>"Son muchachos voluntarios que no tienen ningún tipo de reconocimiento y si ellos quieren continuar se integran a otros grupos".</p>
--	---	--	--	--	---

	<p>pasan la información a los demás estudiantes."</p> <p>"La información va de lo general a lo específico."</p> <p>"El voluntariado es muy dinámico y muy espontáneo si hay una información y se puede dar en el momento el coordinador va de una vez al salón... y se da la información"</p> <p>"Lo que más funciona es el correo y la cartelera, que está en módulo 6 piso 4, esa es la cartelera de la Escuela de Letras, específicamente de Voluntariado."</p>	<p>eso."</p> <p>"Los mismos voluntarios si tienen un amigo o amigo que esté interesado en ese tipo de actividades lo traen para el voluntariado."</p>	<p>tener dos horas, me da dos horas."</p> <p>"Lo que si tenemos en Psicología son muchas Cátedras de Compromiso Social, (...) esa es una de las vías."</p>			
¿Utilizan medios o canales específicos?	<p>"Correo electrónico, cartelera, llamadas telefónicas."</p> <p>"Se puede hacer más bien por cadena que fue lo que aplicamos a mitad de año fue lo que hicimos, en primer año hay tantos estudiantes y uno se va a encargar de avisarle a sus compañeros por</p>	<p>"Correo electrónico más que todo."</p> <p>"Nos comunicamos a veces por Facebook, publicamos las fotos, las actividades..."</p> <p>"También recibimos mucha ayuda de los profesores, (...) que ellos hablen en sus clases o que los inviten a las</p>	<p>"Correo electrónico, Universitarios en Misión tiene una cuenta en Gmail y nos comunicamos por correo electrónico. Si es así extremo, nos llamamos. Se abrió una cuenta en Facebook este año, como para estar un poco más actualizados y ha funcionado. El público</p>	<p>"A través de los estudiantes coordinadores"</p> <p>"Voy directamente a los salones."</p> <p>"Convoco una reunión para hablar de los proyectos y ver como se van a tratar"</p> <p>"Correos"</p>	<p>"También via mail. Tenemos un mail de ECOUCAB, y por ahí nos comunicamos y un Facebook, entonces cualquier cosa nosotros los ubicamos en Facebook o en el mail"</p> <p>"Tenemos una cartelera también, colocamos las noticias."</p>	<p>"Cara a cara"</p>

	<p>llamada o mensajes de texto."</p>	<p>actividades que tenemos."</p> <p>"Captamos más que todo en la parte de inducción, (...) después hacemos una reunión para hablar más detalladamente del grupo voluntario."</p>	<p>Ucábista funciona muy bien por correo electrónico"</p> <p>"Abrimos un blog, en el blog tratamos de informar lo que hacemos"</p> <p>"También está el Ucábista que siempre está muy pendiente de lo que hacemos para poder publicarlo"</p>	<p>"Mensajes de textos, que están siendo más novedosos y más efectivos que el correo."</p> <p>"Muchas cátedras de compromiso social."</p>	<p>"La publicidad de ECOUCAB siempre la trabajamos directamente con las personas que cumplen la labor social (...) toda la publicidad tiene que tener el logo de ECOUCAB"</p>	
<p>¿Cuál es el principal problema cuando se quiere hacer llegar un mensaje? (interna y externamente)</p>	<p>"Nosotros en Letras no tenemos una materia o Cátedra de carácter social, como tiene Ingeniería o Psicología que tienen Cátedra Social, y es lo que se está planteando, ya lo discutimos este año para aplicar el año que viene. Es necesario."</p> <p>"Si cuesta a veces, a algunos no les llega el correo, algunos no leen el correo, lo más efectivo es llamarlos, pero algunos no atienden el teléfono por ejemplo, llamar sería llamar a 25 personas ..."</p>	<p>"Nuestro problema es hacer que los demás sepan que nosotros existimos, que el Voluntariado de Economía existe, que el Voluntariado de Derecho existe y así..."</p>	<p>"Hemos tratado de hacer como la cultura (...) en ese sentido ha habido mucha dificultad. No somos de estar acostumbrados a contestar. De repente vemos una convocatoria, ahorita de Proyección a la Comunidad, que están buscando del Plan Vacacional, que es la semana que viene, y sí hicimos una invitación masiva a todos los voluntarios del año, nadie contestó y claro, pero después se acercaban. De repente para convocar reuniones,</p>	<p>"Perfecto no funciona, es algo que a veces no los he visto, no los he ayudado, se que hay maneras de hacerlo más efectivo, (...) me ofrecieron en estos días asesoría (...) para montar una base, una página donde a través de eso yo los tenga a todos ubicados. Permitiría registrar más el número de horas."</p> <p>"Yo lo llevo pero, arcaicamente."</p> <p>"El que ellos se identifiquen como voluntarios, no lo he logrado todavía."</p>	<p>"No tenemos problemas de comunicación"</p>	<p>"El porcentaje de voluntarios es mínimo con respecto a lo que debería haber."</p> <p>"Hoy en día que se habla de cambios curriculares es momento de incluir esa responsabilidad en las Cátedras. Una de las fallas es que los que tienen cargos directivos no les hacen la debida inducción a los estudiantes"</p>

	<p>"Algo ideal para comunicarnos con los estudiantes sería, justamente, el abordaje del mensaje con los profesores de todos los años, eso es lo que yo he visto... Cada quien es libre de tomar la decisión con respecto a la situación social del país y demás, pero resulta ser que hay muchas personas que están en su mundo... no ha habido un trabajo fuerte con ellos... para que lo tomen más en serio."</p> <p>"Sería buenísimo que los profesores también ayudaran a eso, estar siempre promocionando de estar hablando de eso"</p>	<p>"Nosotros usamos el e-mail para comunicarnos con nuestros voluntarios, más que todo."</p>	<p>"Hay dos cosas importantes. A mi me gustaría que todo el mundo esté enterado de lo que hacemos, (...) por eso lo del blog. (...) Un espacio o un medio donde el grupo pueda informarle a la comunidad y a los interesados, a los que están y a los que no están de lo que hacemos".</p>	<p>"para prepararnos y organizar, se haga la invitación por correo, pero necesitamos confirmar personalmente".</p> <p>"Nos ha costado mucho el tema comunicación, el tema publicidad, (...) sí ha sido muy duro".</p>		
<p>Si pudiese crear un medio y un canal para que la comunicación fuera ideal, ¿cuál sería?</p>	<p>"Me ofrecieron en estos días asesoría (...) para montar una base, una página donde a través de eso yo los tenga a todos ubicados... permitiría registrar más el número de horas"</p> <p>"Implicaría mayor efectividad para lo que es el proyecto."</p>					

	<p><i> aunque sea un momento en su clase...creo que hace falta eso."</i></p>	<p><i>"Más que todo, dar a conocer que nosotros existimos, publicidad. (...) situ preguntitas a un estudiante de Comunicación qué hace el voluntariado de Economía no creo que se sepa."</i></p>	<p><i>"Algun estudiante de publicidad, nos diseñe un Plan de Publicidad. Me gustaría que nos ayudaran a hacer el video"</i></p>	<p><i>"Desde quizás esa parte de facilitar más esas comunicaciones y como poderle llegar mas a los estudiantes... En cuanto a la propaganda siempre me consigo a alguien que me ayude a montar. (...) Otra llega mucho, son los medios audiovisuales, (...) poder diseñar un video que vaya hacia sexualidad que podamos usar en los talleres, eso sería excelente."</i></p>	<p><i>"Fotografiando los eventos de nosotros y documentando. Dejar la memoria de lo que se hizo"</i></p>	<p><i>"Vayan generando los espacios, generando proyectos y actividades, generando la sensibilidad por el otro. Haciendo grupos de encuentro, tertulias etcétera."</i></p> <p><i>"No esperen que se meta un mayor en eso, porque se convierte en un puesto burocrático, el voluntariado tiene que ser espontáneo. Estudiantes solidarios con el otro. Tú misma tienes que generar los cambios. Lograr que el voluntariado trascienda un poco más a la vida del estudiante. Lograr que esa persona que ayudamos se incorpore a la vida. Para hacer que el otro viva dignamente"</i></p>
<p>¿De qué manera puede colaborar el voluntariado de comunicación social con su agrupación?</p>	<p><i>"Nosotros hacemos muchas cosas, muchísimas, pero a veces sufrimos un pequeño desgaste porque esas cosas no son reconocidas, la gente no sabe que hacemos eso, a pesar de que hay un gran trabajo, muy pocos saben eso. Sería buenísimo que esa información llegara a toda la población universitaria, eso sería excelente...El Ucabista nos apoya muchísimo, pero algo más continuo no solo con la Escuela de Letras sino con las otras Escuelas también. Saber qué hacen, a dónde van, a qué barrios van, qué tipo de estudiantes van allá, cuál perfil, qué actividades hacen, con quiénes trabajan"</i></p> <p><i>"Pueden ser una gran plataforma y un gran apoyo para las demás escuelas."</i></p>					

- Unidad de análisis Profesores de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

Tabla 13. *Encuesta a profesores de la Escuela de Comunicación Social-Caracas*

	¿Participaría?																									
	Si	No	Jerry O'Sullivan	Pedro Navarro	Alfredo Poggi	Carlos de Armas	Ma Soledad Hernández	Carlos Ramirez	Anabella Abadi	Yasmin Trak	Victor Pineda	J. Vicente Carrasquero	Mercedes Pulido	Jorge Ezenarro	Ligia Goncalves	Desire Rodriguez	Javier Hernández	Eduardo Burger	Keyla Bernal	José Rafael Briceño	Juan Manuel Trak	Jose Da Silva	Cristobal Guena	Elisa Martinez	Francisco Coello	
Forma de Participación																										
Planificación de actividades																										
Participación en los eventos																										
Adiestramiento (dictar talleres)																										
Coordinación de actividades																										
Supervisión																										
Aportar planes de trabajo																										
Otro																										
Dias de Participación																										
Lunes																										
Martes																										
Miércoles																										
Jueves																										
Viernes																										
Sábado																										
Domingo																										
A convenir																										
Horario de Participación																										
Mañana																										
Tarde																										
Noche																										
A convenir																										
Lugar de Participación																										
Dentro del campus																										
Fuera del campus																										
Indistinto																										

Tabla 14. Encuesta a profesores de la Escuela de Comunicación Social-Caracas (continuación)

	¿Participaría?																							
	Jesus Ma. Aguirre	Iraida Sanchez	Herman Salinas	Tiziana Polesel	Markel Méndez	Ramón Chávez	Adriana Rubio	Nivia Cuevas	Emilia Araujo	Carlos Hullet	Lidia Pinto	Patricia Fernández	Ana C. González	Giannina Olivieri	Virginia Aponte	Isaac Bencid	Jossu Ortuondo	Janette Pinaud	Liza López	María A. Berroteran	Actianela Montes de Oca	David Moreno	Lisbeth Lira	
Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
No																								
Forma de Participación																								
Planificación de actividades		X	X	X	X						X	X	X	X			X			X	X			X
Participación en los eventos				X	X				X			X	X	X			X		X	X	X			X
Adiestramiento (dictar talleres)	X				X					X	X	X	X	X			X			X	X			
Coordinación de actividades					X																			
Supervisión		X																						
Aportar planes de trabajo	X				X					X	X	X		X										
Otro				X																				
Días de Participación																								
Lunes																								
Martes																								
Miércoles			X																					
Jueves																								
Viernes			X									X												
Sábado	X																							
Domingo																								
A convenir				X	X				X	X	X			X	X		X	X	X	X	X			X
Horario de Participación																								
Mañana	X	X	X									X												
Tarde		X																						X
Noche								X																
A convenir				X	X					X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X			
Lugar de Participación																								
Dentro del campus		X	X																					X
Fuera del campus								X		X	X													
Indistinto	X			X	X					X		X	X	X			X		X	X				

7.2 Análisis de resultados

Para la unidad de análisis *Expertos en el área de voluntariado dentro de la UCAB-Caracas*, se realizaron entrevistas semi-estructuradas, de las cuales se pudieron extraer las siguientes tendencias:

- La Dirección de Proyección a la Comunidad tiene 21 años de fundada y ha pasado por varios directores. Fue constituida por el rector actual de la universidad y ha permanecido en funcionamiento dando continuidad a cada uno de los proyectos establecidos.
- La Dirección de Proyección a la Comunidad está constituida por un director, una coordinadora y el coordinador estudiantil. Además de ellos, varios voluntarios colaboran con esta organización.
- Proyección a la Comunidad se encarga de integrar todas aquellas iniciativas de voluntariado de los distintos organismos de la universidad.
- La coordinación de Proyección a la comunidad se encarga de la revisión de los programas para la formación de voluntarios, revisión de los contenidos de cada programa y su adecuación al contexto, potenciar las distintas agrupaciones, financiar proyectos, etc. Se considera un respaldo para las diferentes agrupaciones dentro del campus.
- El coordinador estudiantil es el enlace, la vía de comunicación entre los estudiantes y Proyección a la Comunidad. Su labor consiste en coordinar las distintas agrupaciones de voluntariado, acompañamiento a las actividades, servir como guía de los voluntarios, solventar los problemas que se puedan presentar, ofrecer

los materiales necesarios, y de ser requerido, dictar talleres de capacitación.

- Las iniciativas de proyectos de ayuda a la comunidad parten desde las distintas escuelas o agrupaciones que promuevan el voluntariado. Cualquiera puede presentar iniciativas a la Dirección de Proyección a la Comunidad y éstas serán evaluadas para su posterior ejecución.
- Los proyectos ya constituidos cuentan, normalmente, con un coordinador en cada escuela, comúnmente un profesor, lo cual se considera una virtud, que de la mano con los estudiantes ejecutan las tareas necesarias para ayudar a la comunidad desde distintas perspectivas.
- Se realizan reuniones periódicas entre la dirección, coordinación y coordinación estudiantil conjuntamente con los coordinadores de cada escuela para revisar los proyectos y su alcance.
- Asimismo el coordinador estudiantil se reúne con estudiantes que lideren esta labor en las distintas escuelas, de manera más informal pero para conocer el status de los distintos programas.
- Las actividades que se planifican durante todo el año tienen su base en cuatro pilares fundamentales: descubrir la comunidad, formar al voluntario, potenciar su rol como líder social en las comunidades y potenciar la formación socio-política y reflexión sobre la realidad.
- Las actividades más frecuentes son realizadas para beneficiar a los niños de las comunidades que lo necesitan.
- Anualmente se realizan eventos masivos con una finalidad de motivación. El propósito es que los voluntarios se conozcan entre sí y como agrupaciones, ofreciendo, simultáneamente, a la comunidad, un

día distinto de entretenimiento. Estos eventos son: El Encuentro Pedagógico, La celebración de los Reyes Magos y el Plan Vacacional.

- El primer contacto comunicacional que hace Proyección a la Comunidad con los estudiantes es en La Feria del Decanato dentro del campus, en el que aquéllos que sienten curiosidad por la labor de voluntariado se acercan, y se les explica las distintas manifestaciones de trabajo voluntario existente en la UCAB. Se reparte material POP de las agrupaciones y se establece una base de datos con aquellos interesados.
- Proyección a la Comunidad tiene distintos medios o canales para comunicarse con sus audiencias. El principal medio es el correo electrónico ya que facilita y da practicidad a las comunicaciones. También utilizan las llamadas telefónicas ya que son inmediatas. Para su promoción cuentan con un periódico llamado *Voluntariado Hoy*, que brinda cierta información acerca de las dinámicas, la página web de la UCAB, poseen un grupo en *Facebook* y el periódico *El Ucabista* realiza reseñas acerca de las distintas actividades.
- Una de las vías de comunicación más eficiente para atraer a las audiencias es el contacto personal. Hablar cara a cara o llamar por teléfono a las distintas personas interesadas o comprometidas con la labor de voluntariado los acerca aún más. Sin embargo la inversión de energía es mucho más intensa que utilizando otros medios.
- Uno de los problemas comunicacionales que presenta Proyección a la Comunidad es que no cuenta con una publicidad exitosa en exteriores. Más allá de eso necesitan trabajar en llevar la información necesaria a los estudiantes, ya que la desinformación de los estudiantes con respecto a las actividades que realizan los distintos voluntariados, es un obstáculo.

- No se tiene claro cuál es la mejor vía para llevar información a los estudiantes, por ello, se trata de diversificar ubicándola en distintos canales para cubrir más audiencia.
- Para Proyección a la Comunidad la Escuela de Comunicación Social debe organizar su potencial para unificar los distintos aportes que pueden ofrecer. Sí hay estudiantes que participan como voluntarios, la dificultad ha estado en canalizar las propuestas y darles organización.

En la unidad de análisis *Personal encargado de la labor de voluntariado de las escuelas de Economía, Psicología, Educación, Letras e Ingeniería y Universitarios en Misión de la UCAB-Caracas*, se observó:

- Todas las escuelas cuentan con una figura que coordina las actividades de voluntariado y que trabaja conjuntamente a Proyección a la Comunidad para llevar a cabo proyectos integrales y continuos.
- Los coordinadores, normalmente poseen ayudantes llamados asesores, asistentes, entre otros. Estas dos figuras son las encargadas de proponer actividades, convocar a los voluntarios y prepararlos (de ser necesario), difundir la información de actividades, ejecutar los proyectos y establecer la logística de trabajo.
- A principios del año académico se tienen reuniones para establecer los proyectos a ejecutar y el cronograma de dichas actividades. Asimismo, se tienen encuentros con aquellos estudiantes interesados en participar que hayan escuchado hablar acerca del voluntariado durante la inducción y en la Feria de Decanato. Una excepción es el voluntariado de la escuela de Educación el cual no está estructurado de esta forma sino que al recibir la información de los proyectos desde

Proyección a la Comunidad, convoca distintos grupos para colaborar con estas actividades.

- El número de participantes varía dependiendo del proyecto a ejecutarse. No es un número constante o fijo. Para las actividades más regulares se cuenta con menos voluntarios. Cuando los encuentros tienen un motivo especial la convocatoria es mayor.
- Los distintos proyectos de voluntariado son capaces a abrigar ayuda de distinta índole. Los voluntarios no tienen el deber de ser constante. Pueden colaborar de acuerdo a sus posibilidades.
- Cada agrupación de voluntariado se centra en brindar un tipo de ayuda específica. Algunos se enfocan en la recreación, otros en la educación, organización, etc. Algunas de las agrupaciones optan por realizar actividades en las que se pongan en práctica conocimientos académicos.
- Los eventos que reúnen mayor cantidad de voluntarios de cada una de las distintas agrupaciones es El Encuentro Pedagógico y la celebración de Los Reyes Magos.
- El primer acercamiento que se hace entre el voluntariado de cada Escuela con sus estudiantes es mediante la inducción. Allí le dan la información general acerca de los proyectos que se pretenden lograr y los interesados podrán acercarse, posteriormente, a esa cara conocida indagar.
- Algunas escuelas funcionan con base de datos, otras, se encargan de motivar a la gente personalmente para una primera experiencia que, normalmente, los lleva a una repetición.

- La vía de comunicación más efectiva para comunicarse es el correo electrónico. La mayoría de las agrupaciones de voluntariado se comunican con los estudiantes de esta manera. La escuela de Psicología, por ejemplo, utiliza los mensajes de texto que se vuelven más personales aún. También se utiliza la visita a cada uno de los salones para dar las informaciones de interés.
- Cuando se necesita, se realizan reuniones personales para establecer ciertos parámetros de orden u organización en determinado proyecto que vaya a ser ejecutado.
- Se tienen carteleras informativas, folletos y trípticos para complementar ciertas informaciones, sin embargo no es la vía más interesante o más motivadora para los estudiantes.
- Se hace uso del *Facebook*, en algunas agrupaciones ya que es uno de los medios más populares entre jóvenes. Se publican fotos, se programan actividades y cada quien puede aportar lo que desee.
- En algunos casos los profesores dentro de sus aulas de clase hacen comentarios acerca de algún evento de voluntariado que esté pronto a hacerse, para llamar la atención de los estudiantes.
- Se utiliza, también, la comunicación en cadena cuando se utiliza como canal el mensaje de texto o la llamada telefónica. De esta manera se logra el contacto personal pero la tarea no es de una sola persona sino de varios involucrados.
- Una de las fallas que se encuentra en las comunicaciones de estas agrupaciones es que los estudiantes al recibir un correo, un mensaje o una llamada no dan una retroalimentación: no confirman, no contestan, no atienden el teléfono.

- Otra de las fallas es la desinformación del estudiante. No todos conocen la existencia de una agrupación de voluntariado dentro de la escuela, lo que se traduce en que no ha habido una publicidad o comunicación pertinente hacia los estudiantes.
- Muchas escuelas plantean rediseñar el *pensum* para agregar cátedras de compromiso social que acerquen a los estudiantes a los proyectos de voluntariado y se sirvan de ellos como plataforma su carrera.
- No existe un medio ideal para comunicarse con los estudiantes. Es una combinación de varios aspectos que al juntarse dan mayor efectividad no sólo a la comunicación sino también a la motivación de los estudiantes en la labor de voluntariado. Lo primero que debe conseguirse es la conciencia social. Que los estudiantes entiendan el contexto en el que viven y sepan que pueden hacer algo para cambiarlo. El profesor puede ayudar mucho en este aspecto ya que es un líder de opinión para los alumnos.
- Posterior a la toma de conciencia, algunos estudiantes querrán participar en el voluntariado por lo que es de gran utilidad crear una base de datos para localizar con mayor facilidad a estas personas y dar más organización a la agrupación.
- Asimismo hay que informar acerca de los proyectos, de las actividades o de lo que se esté planeando para el momento. Aquí entra la publicidad, el email, los blogs, todos aquellos medios de comunicación que los jóvenes utilizan y a través de los cuales pueden enterarse de lo que sucede con las comunidades y el voluntariado.
- La Escuela de Comunicación Social, por su naturaleza de comunicar, sirve de gran ayuda para las demás agrupaciones en varios aspectos. Se hace muy notoria la desinformación de los estudiantes con

respecto al voluntariado. Se necesita crear publicidad o información efectiva que le llegue a los estudiantes, que les permitan enterarse de las actividades que se realizan.

- Para muchos es importante dejar una memoria audiovisual de las diferentes actividades realizadas, ya que no sólo sirve para recordar el momento sino para promocionar el voluntariado ante nuevas audiencias. La creación de material de apoyo para programas de labor voluntaria es otra de las herramientas que los estudiantes de la escuela son capaces de proporcionar.
- Comunicar es una de las grandes tareas que tienen las diferentes agrupaciones de voluntariado. En este aspecto, la Escuela de Comunicación Social, posee instrumentos que dan a sus estudiantes para que éstos puedan llevar a la práctica toda aquella teoría que aprenden en las aulas.

Para la Unidad de Análisis *Estudiantes de Comunicación Social de la UCAB-Caracas de primero a décimo semestre* se realizó un primer *Focus Group* con estudiantes de primero a quinto semestre para reconocer las distintas actitudes frente al ejercicio del voluntariado. Las tendencias observadas fueron las siguientes:

- La mayoría de los estudiantes no han realizado voluntariado dentro de la Universidad. Algunos cuentan con la experiencia de la labor social que debían realizar obligatoriamente para graduarse de bachilleres. Otros, tienen experiencia voluntaria de visita a los hospitales a llevar regalos.
- Algunos de los estudiantes no conocen una propuesta clara acerca del voluntariado que se realiza dentro de la UCAB. Algunos fueron

informados vagamente en los salones, sin mucho detalle, otros asumen que debe haber algún tipo de voluntariado.

- No todos los alumnos tienen claro dónde pueden recibir información acerca de las actividades de voluntariado. Para algunos ese lugar es la Escuela, para otros, Proyección a la Comunidad.
- Algunos estudiantes sienten que sus compañeros no están motivados a hacer voluntariado. No hay mucha participación. Sin embargo consideran que una manera de motivarlos es hablar personalmente, contar experiencias y mostrar material de apoyo que apele a la emocionalidad de los mismos estudiantes para lograr una mejor respuesta hacia esta labor.
- Una de las razones por la que los estudiantes no tienen una actitud proactiva con respecto al voluntariado es la desinformación que existe. No muchos conocen las actividades que se realizan.
- Por otro lado, la inseguridad dentro de la ciudad frena la disposición de algunos estudiantes que sienten miedo a subir a un barrio a ayudar. Los padres también tienen una cuota importante de responsabilidad ya que por el mismo miedo pueden impedir a sus hijos que realicen este tipo de actividades.
- Algunos estudiantes opinan que este desinterés también viene dado porque la poca información que se brinda es poco atractiva o llamativa. Hay afiches, charlas, pero no una cultura de promocionar el voluntariado como una actividad realmente importante. En la inducción se hace, pero es tanta la información que se recibe ese día que los alumnos quedan saturados y dejan de prestar atención a ciertos aspectos.

- Para algunos el voluntariado debe ser un espacio en el que el estudiante se sienta cómodo y tenga distintas alternativas para ayudar. La labor del comunicador social no es la de hacer simplemente un video institucional y tomar fotos en alguna actividad. Todo proceso comunicativo de emisor, mensaje y receptor, constituye la labor del comunicador.
- Una opción de involucrar a los estudiantes con el voluntariado es ofrecer en las cátedras la opción de realizar trabajos con comunidades, ya que van arando el terreno para la sensibilidad social.
- Se debe, también, reconocer la labor que hace el voluntario ya que aunque se trate de una actividad altruista, nunca está de más ser reconocido por esta labor de ayuda.
- Los estudiantes proponen utilizar los medios más comunes entre los jóvenes (*Facebook, Twitter, etc.*) para promover el voluntariado, las actividades realizadas y sus experiencias, y aquéllas que aún están por realizarse para animar a más personas.

Un segundo *Focus Group*, realizado a estudiantes entre sexto y décimo semestre, arrojó las siguientes observaciones:

- Los estudiantes tienen experiencias previas con respecto a la labor comunitaria ya que desde los dos últimos años de educación diversificada la ley les impone ciertas horas de acción social. Algunos de ellos permanecen ayudando en algunas comunidades, otros, lo consideran un capítulo cerrado ya que sus prioridades y disponibilidad de tiempo ha cambiado.
- No muchos estudiantes tiene clara la labor de voluntariado que realiza la Escuela de Comunicación Social. Para algunos, *Medatia* es la agrupación de voluntariado de la escuela, sin embargo este grupo no

está únicamente constituido por estudiantes de esta escuela. La información que tienen los estudiantes es escasa.

- Los estudiantes no tienen muy claro dónde pedir la información acerca del voluntariado. Algunos acertaron asumiendo que la Escuela es dónde se consigue este tipo de información, otros creen que Proyección a la Comunidad tiene las respuestas, y algunos no saben dónde informarse.
- La mayoría de los estudiantes que realizan voluntariado dentro del campus lo hacen bajo la coordinación de agrupaciones ajenas a la Escuela de Comunicación Social. Algunas de estas actividades las realizan con *Medatia* y *UCABMUN*, u otras agrupaciones dentro del campus.
- Para algunos estudiantes la satisfacción personal de ayudar a alguien que lo necesita es suficiente retribución para hacer voluntariado. El brindar algún tipo de ayuda o conocimiento, para dar una herramienta a alguien que le hace falta es todo lo necesario. Sin embargo otros piensan que el reconocimiento es importante. Hacer voluntariado y recibir a cambio una recompensa, por muy simbólica que sea, alienta más al estudiante.
- Los estudiantes alegan la falta de motivación hacia al voluntariado debido a la falta de pertenencia a la UCAB. Si no se sienten a gusto dentro del campus, si no lo consideran como un espacio suyo, no verán el potencial que tienen dentro de él. No querrán involucrarse con la universidad.
- Para otros estudiantes la falta de motivación viene dada a la falta de información que se posee acerca del trabajo de voluntariado. Si no

hay un conocimiento o testimonio previo, muy difícilmente la gente puede interesarse.

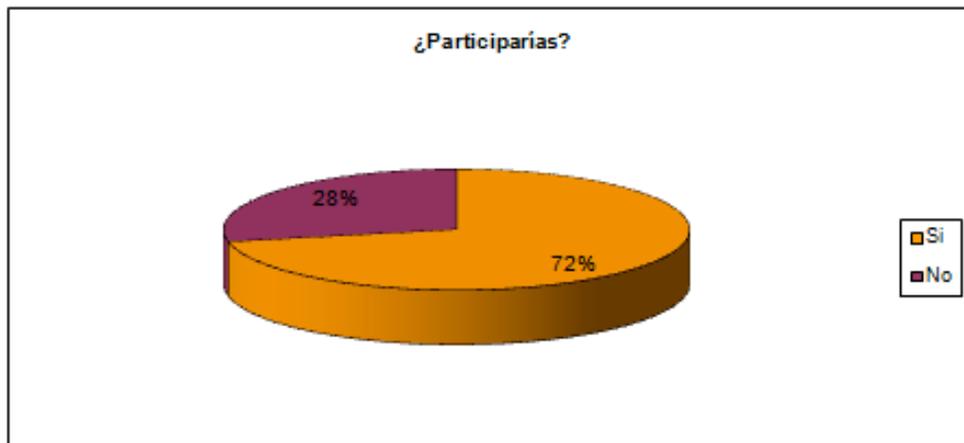
- Los estudiantes piensan en la promoción del voluntariado de la Escuela como un producto que hay que hacer atractivo a la audiencia. Hay que saber venderlo, mostrarlo, ofrecerlo de la mano con lo que constituyen los valores de la propia universidad.
- Se debe atraer un perfil diferente, ofrecer programas flexibles que permitan que cualquier estudiante por mínima que sea su disponibilidad de tiempo tenga la posibilidad de dar su aporte a la comunidad como le sea posible.

Para *Profesores de la escuela de Comunicación Social de la UCAB-Caracas*, como unidad de análisis, se realizó una encuesta que consta de cinco preguntas de carácter cerrado. Las preguntas formuladas fueron:

1. Si existiera el voluntariado en la Escuela de Comunicación Social, ¿estaría dispuesto a participar?
2. ¿Cómo sería su forma de participación?
3. ¿Qué días de la semana participarías y en qué horario participarías?
4. ¿Dónde participarías?

Para la primera pregunta “Si existiera el voluntariado en la Escuela de Comunicación Social, ¿estaría dispuesto a participar?”, se consideraron dos respuestas posibles: “Si” y “No”. Los resultados arrojaron las siguientes tendencias:

Gráfico 1. Participación de profesores en el Voluntariado de la Escuela de Comunicación Social

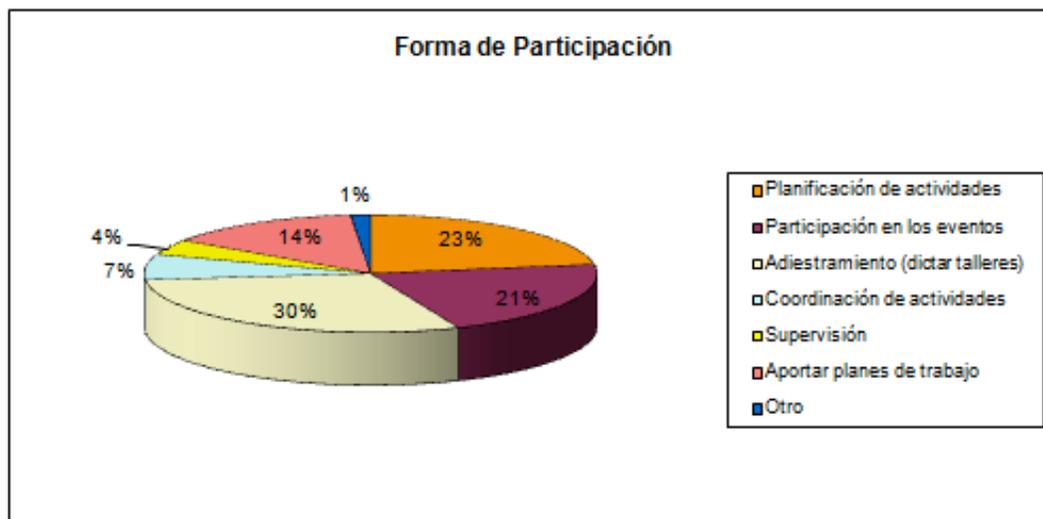


El 72% de los profesores que laboran en la Escuela de Comunicación Social estarían dispuestos a participar en las actividades de voluntariado. El 28% restante, no participaría ya que no tienen disponibilidad de tiempo, participan en agrupaciones voluntarias fuera de la universidad o simplemente no están interesados en hacerlo.

La segunda pregunta realizada fue: “¿Cómo sería su forma de participación?”.

Esta interrogante tenía varias alternativas: Planificación de actividades, participación en los eventos, adiestramiento, coordinación de actividades, supervisión, aportar planes de trabajo, y otros. Esta vez los resultados arrojados por la encuesta fueron los siguientes:

Gráfico 2. Forma de Participación dentro del Voluntariado



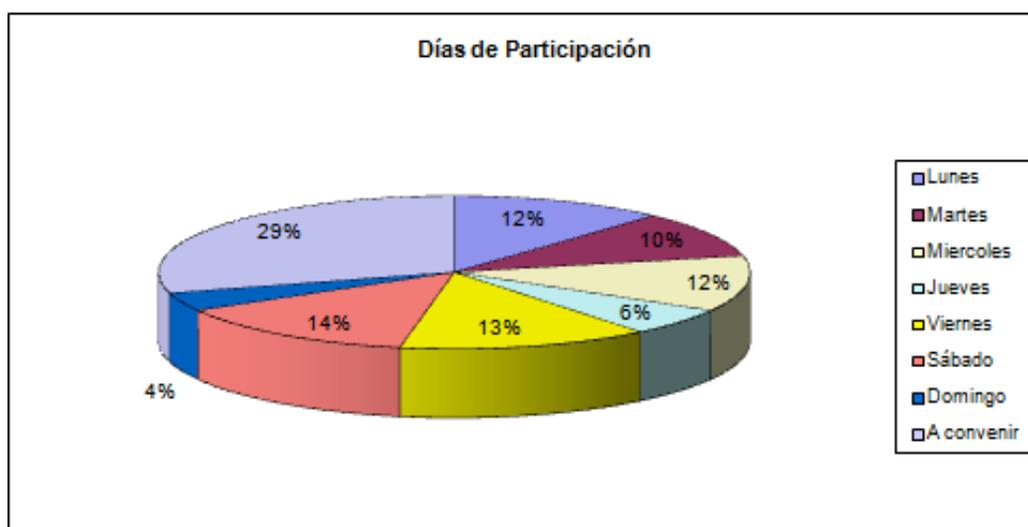
La mayoría de los profesores, representando un 30% del total, consideraron que, dentro de sus capacidades e intereses, su aporte con respecto al voluntariado sería en el aspecto de Adiestramiento. Este aspecto incluía dictar talleres en las distintas áreas que fueran de dominio para los profesores, para, de esta manera, contribuir en la formación de los voluntarios.

Seguida a esta opción está la disposición de los profesores de planificar las actividades del Voluntariado de Comunicación Social con un 23% sobre el resto de las preguntas, y muy cerca de esta opción está un 21% de los encuestados que preferían participar en los eventos programados para días específicos.

Posteriormente se observa que el 14% está dispuesto a aportar planes de trabajo, el 7% a coordinar las actividades y únicamente el 4% ayudaría con la labor de supervisión de los programas de trabajo.

Para profundizar cómo sería su participación en las distintas opciones que seleccionaron en la pregunta anterior se planteó lo siguiente: “¿Qué días de la semana participarías?”, las respuestas fueron las siguientes:

Gráfico 3 Días disponibles para la Participación



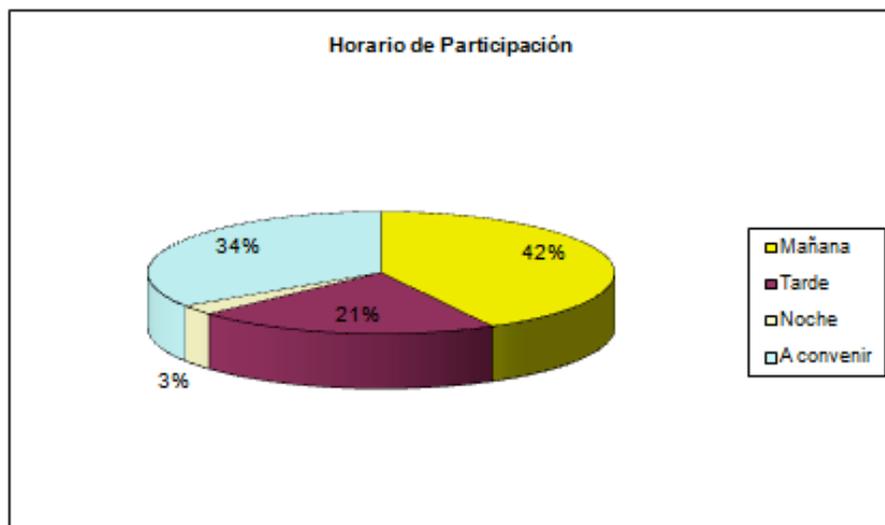
La mayoría de los profesores no tienen un horario establecido que indique qué días de la semana exactamente podrían participar con el Voluntariado. El 29% de ellos está dispuesto a participar dependiendo de su disponibilidad de tiempo. Los días sábados también son una opción para muchos de los profesores ya que pertenece al tiempo libre de cada uno de ellos.

Así sucesivamente, la disponibilidad de días quedó diluida en los distintos días de la semana. El día que presenta menor frecuencia, lógicamente, es el domingo, ya que para muchos es el día de descanso o de compartir con la familia.

Profundizando en la disposición de tiempo de los profesores se les planteó la siguiente pregunta: “¿En qué horario participarías?”. Las opciones

de respuesta eran cuatro: en la mañana, en la tarde, en la noche o a convenir. Se obtuvieron los siguientes resultados:

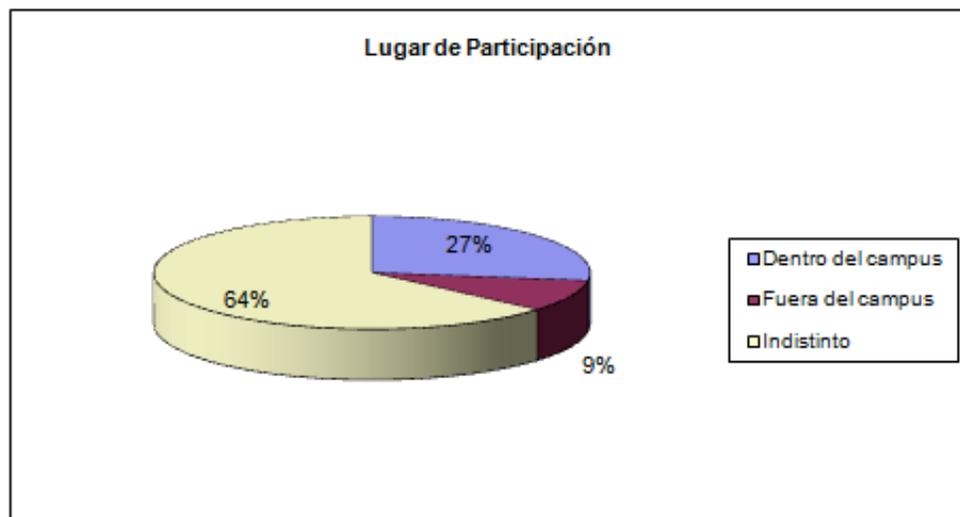
Gráfico 4. Horarios disponibles para la Participación



Un gran número de encuestados (un 42%) revelaron que preferían colaborar en el horario matutino. Seguido a este, el ítem a convenir tiene gran importancia ya que es difícil conocer el horario específico al que los profesores se tienen que apegar durante todo el año académico, por ello el 34% de los encuestados, toman esta opción. Posteriormente la preferencia se inclinó hacia la tarde con un 21%. Sólo un 3% optó por el horario nocturno, es uno de los menos atractivos para los profesores, y menos práctico para cualquier actividad que se pretenda realizar.

Por último se les preguntó: “¿Cuál sería su lugar de participación?” con tres alternativas: dentro de la universidad, fuera de la universidad o indiferente (el lugar de participación).

Gráfico 5. Lugar de Participación



Se evidencia que para la mayoría de los profesores es poco importante el lugar donde se realicen las actividades (64%), sin embargo un 27% prefirió participar dentro del campus universitario por la facilidad de encontrarse en la instalación y poder desplazarse con facilidad y un 9% se inclinó por realizar su aporte fuera del campus, ya que no todos los profesores invierten tantas otras dentro de la Universidad y se les hace más fácil colaborar desde otro lugar más accesible según sus condiciones.

VIII. IDENTIDAD CORPORATIVA DEL VOLUNTARIADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UCAB-CARACAS

8.1 Definición del Autoconcepto

8.1.1 Filosofía

Para nosotros el voluntariado es una actitud ante la vida, es querer tener contacto con los menos favorecidos porque somos agradecidos con la vida. Nos motiva el deseo de ayudar a las comunidades que no gozan de los privilegios de los que nosotros disfrutamos. Nos mueven las ganas de despertar la curiosidad de la solidaridad en los estudiantes.

Voluntariado es una elección de vida, y porque en nuestro país hay un gran nivel de desigualdad, el profesional no debe ser nada más para sí y su familia, sino para la sociedad. Por eso creemos profundamente en la formación integral de los estudiantes, en la capacidad de los jóvenes para construir sus realidades a través de su lenguaje, pensamiento y acciones. Creemos en el trabajo en equipo. Creemos que el hombre es un ser en permanente evolución, que logra aprender en cualquier momento de su vida y que puede hacer una gran diferencia al validar a otros en sus recursos y habilidades.

8.1.2 Objetivos Institucionales

Queremos:

- Ser una agrupación de voluntariado orientada a dar respuesta, desde los conocimientos adquiridos en la carrera, a un problema social.
- Conectarnos con el otro, ofreciéndoles nuestras herramientas, para que él mismo, desde sus posibilidades, pueda generar un cambio.

- Darle al estudiante un espacio de experiencia de conciencia y sensibilidad social a través de la puesta en práctica de la Comunicación Social.
- Ser una agrupación solidaria con los valores de la Universidad y con las demás agrupaciones de voluntariado.

8.1.3 Objetivos Comerciales

- Promover la participación del estudiante dentro del voluntariado de la Escuela de Comunicación Social.
- Involucrar a todos los integrantes de la Escuela de Comunicación Social: profesores, alumnos y demás trabajadores, en el compromiso social.
- Ofrecer diferentes proyectos que involucren las distintas áreas de interés de la carrera.

8.2 Signos de Identidad

Para identificar una empresa como única, se utilizan ciertos elementos que le dan forma y originalidad. Para dar a conocer y posicionar el voluntariado de la Escuela de Comunicación Social fueron creados los siguientes signos.



8.2.1 Logotipo



Se decide darle el nombre VOCS al Voluntariado de la Escuela de Comunicación Social ya que:

- Convive armónicamente con los nombres de voluntariados de otras Escuelas. Ej.: VOLET (Voluntariado de Letras), VAC (Voluntariado de Administración y Contaduría) y VEC (Voluntariado de Economía).
- Es de fácil recordación debido a la relación que tiene el nombre del voluntariado con su naturaleza. Se remite a las iniciales que fonéticamente combinan y son asociadas fácilmente.
- La tipografía del logo es moderna, flexible, sin la formalidad de una línea recta, asimétrica, precisa y clara para ser recordada fácilmente por quien la observa y para mostrar la naturaleza del voluntariado: un ente que abriga la variedad, cercano a los estudiantes por su estilo juvenil.
- Adicionalmente, su estética converge con el logotipo del Centro de Estudiantes de la Escuela (CECOSO) en cuanto al color y la flexibilidad de su tipografía.

8.2.2 Símbolo



Se utiliza como símbolo la silueta de un ser humano con cuatro brazos. Esto se hace debido a que una agrupación de voluntariado cuenta con muchas manos que posibilitan gran ayuda hacia aquellos que lo necesitan. La silueta simula desplazarse hacia adelante porque así es un voluntario, camina hacia el frente ofreciendo sus brazos, su ayuda.

Abrir las puertas de una organización de esta índole, permite brindar muchas manos: a los estudiantes que quieren experimentar en el terreno profesional, a las personas que quieran prestar su ayuda a quienes lo necesitan, y a aquellas personas no tan privilegiadas que pueden obtener algo mejor de lo que tienen.

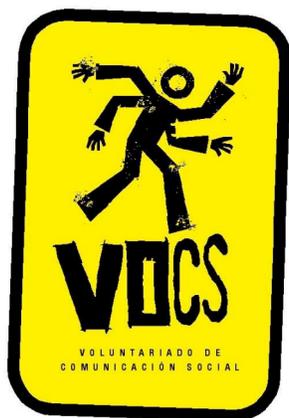
Este símbolo también quiere transmitir que la experiencia, capacidad y aporte de un solo voluntario tiene el mérito de muchos. Sus dos brazos, mente y corazón ayudando y colaborando con una sociedad que lo necesita, vale por muchos.

8.2.3 Gama Cromática

La base de la Identidad Visual es realizada en blanco y negro, primordialmente, ya que estos colores pueden adaptarse a distintas situaciones o temas en los que el Voluntariado de la Escuela pueda estar involucrado. La gama cromática de la Identidad puede variar según sea necesario para el objetivo con el que vaya a ser utilizado.

Para las distintas adaptaciones que se le pueda dar a la Identidad del voluntariado se recomienda la aplicación de colores planos porque el diseño y la conformación de los elementos del logotipo no ameritan degrade ni textura ya que la estética del voluntariado es simple y todos los colores que se apliquen al soporte deben ir en concordancia con la esencia que se quiere transmitir.

Algunos temas en los que puede ser utilizada la Identidad se presentan a continuación:

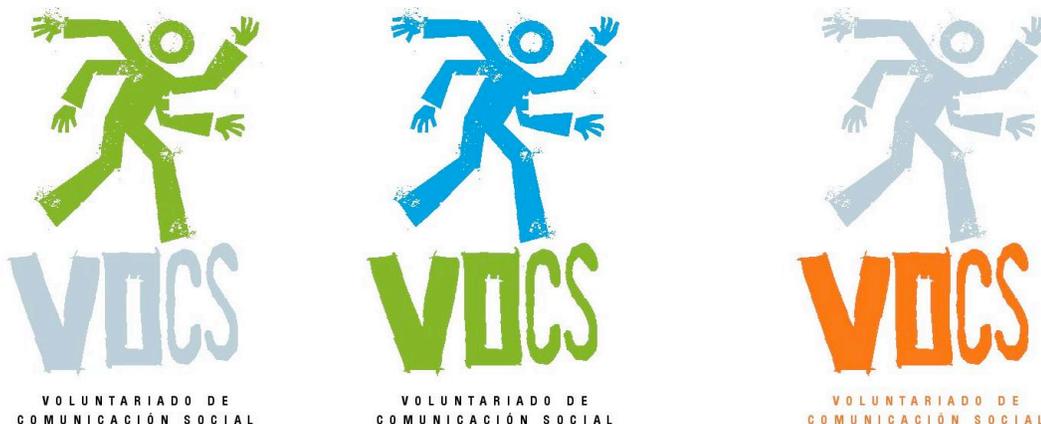


Su utilización se pretende para la etapa de Lanzamiento del Voluntariado, haciendo alusión a señales de advertencia. Se utiliza el color amarillo, para llamar la atención e impactar a los Estudiantes para que se enteren de que ya tienen las puertas abiertas para vivir la experiencia de un voluntariado en el que van a recibir mucho más que sólo la satisfacción de ayudar.



Estos diseños permiten la aplicación de la Identidad Visual a distintos proyectos que puedan organizarse: reciclaje, atención a alguna institución de salud o proyecto destinado a la misma y actividades que se realicen en la época Decembrina. Todos mantienen la misma línea en cuanto a colores planos y la presencia tanto del logotipo como el símbolo que identifica al Voluntariado de La Escuela de Comunicación Social.

Asimismo se presentan variaciones en la gama cromática de la Identidad para ofrecer diferentes opciones en su exposición para sus distintos usos: folletos, trípticos, calcomanías, camisas, bordados, etcétera; Utilizando colores relacionados los que identifican a la Facultad de



Humanidades y Educación.

8.3. Sistema de las comunicaciones

El sistema de comunicaciones para el Voluntariado de la Escuela de Comunicación Social en su etapa de iniciación, se basa en tres aspectos: establecer los medios de comunicación que se trabajarán interna y externamente, los mensajes claves que debe manejar la organización para mantenerse acorde con sus propósitos originales y por último, las distintas acciones que se realizarán para esta etapa introductoria.

8.3.1 Medios de comunicación

Para dar a conocer la organización del Voluntariado de Comunicación Social se proponen dos etapas. Una inicial en la que se nutran a los profesores, trabajadores y centro de estudiantes de la Escuela con toda la información sobre el voluntariado a través videos informativos y charlas con

expertos, como lo pueden ser Karín Yancen que maneja información tanto de los voluntariados como de su funcionamiento y Luz Aimara Morales quien es un ejemplo de un voluntariado exitoso.

Posteriormente, en la segunda etapa, esos profesores, trabajadores y representantes del centro de estudiantes serían el medio conector con los estudiantes de la escuela de primero a décimo semestre estableciendo como principal vía el contacto cara a cara con los estudiantes ya sea dentro o fuera de las aulas.

Para la promoción y motivación de los estudiantes se proponen testimoniales que ocurran dentro de los salones ya sea con voluntarios o con los propios niños contando sus experiencias, material POP, un *banner* en la página web de la UCAB que los dirija al *link* con toda la información y un video emotivo que sirva de viral en *Facebook* y *Youtube*, promoviendo el Voluntariado de la Escuela.

La comunicación con los integrantes del voluntariado debe canalizarse por medio de un calendario de reuniones, el correo electrónico y mensajes de texto recordatorios.

8.3.2 Mensajes claves

Los mensajes dirigidos a todas las audiencias siempre deben expresar una idea en la que se refleje la filosofía y los objetivos de la institución. Se proponen tres mensajes para los estudiantes: El Voluntariado de Comunicación Social le ofrece a todos sus integrantes un contacto cercano con la comunidad en el cual se nutrirán de experiencias para su crecimiento personal; Así mismo su función principal es ayudar en problemas sociales específicos dándole respuesta a las necesidades de los más desfavorecidos; El voluntariado le ofrece sus integrantes una formación práctica de aplicación

y orientación hacia los conocimientos adquiridos en la carrera como beneficio secundario en su labor.

Por otro lado se propone un solo mensaje a los profesores y trabajadores: El Voluntariado de Comunicación Social les ofrece la posibilidad de canalizar una necesidad social a través de la materia que dicta o sus conocimientos aportando para la formación integral de los estudiantes.

8.3.3 Acciones

En el sistema de comunicación la principal tarea es poner en práctica la difusión de mensajes claves mediante los medios propuestos, las actividades deben estar enfocadas a informar a todos aquellos integrantes de la escuela sobre la nueva labor de voluntariado que se está formando.

8.4 Acciones sobre el campo social

Las acciones deben corresponder a los propósitos principales de la organización, filosofía y objetivos. En esta primera etapa deben centralizarse en el soporte a los demás voluntariados con respecto a sus necesidades comunicacionales y la formación de voluntarios propios de la escuela de Comunicación Social. Paralelo a La formación de voluntarios evaluar las actividades de proyección a la comunidad que puedan servir de base para nuevas propuestas enfocadas hacia el campo de la comunicación social, así mismo como plantear actividades que sean originales del voluntariado de la escuela, que sirvan para que el voluntario se sienta plenamente identificado tanto con la labor voluntaria como con su carrera.

IX. PLAN DE MARKETING

9.1 Elementos de Marketing

9.1.1 Causa

El propósito de esta agrupación es contribuir a la solución de problemas sociales que afectan a la comunidad, formando a todas aquellas personas que quieran brindar ayuda voluntaria con las herramientas de comunicación y capacitación que se necesiten.

9.1.2 Agente de cambio

Son todos aquellos individuos, estudiantes y profesores, que participan activamente en la agrupación de voluntariado de la Escuela de Comunicación Social.

9.1.3 Adoptantes objetivos

Son aquellos individuos o grupos de personas pertenecientes a una comunidad con necesidades de un cambio social. Específicamente niños y jóvenes en edad escolar.

9.1.4 Canales

La vía de comunicación más importante entre los agentes de cambio y adoptantes objetivos es el contacto personal ya que se establecen lazos de confianza que permiten una interacción más efectiva.

Sin embargo, los canales más prácticos para mantener contacto y organizar las diferentes actividades que pueden ejecutarse, son vía telefónica y electrónica. Son las más accesibles y cómodas.

Asimismo, se debe establecer un cronograma de actividades para todo el año, de manera tal que las comunidades con las que se va a interactuar conozcan el programa que se va a ejecutar, cómo va a hacerse y cuándo.

9.1.5 Estrategia de cambio

La idea es que la percepción general del voluntariado sea igual a la que cualquier persona tiene sobre un producto o un servicio común. En este caso el servicio del *Voluntariado de Comunicación Social* tiene como principal beneficio ofrecerles a los estudiantes, profesores o todos aquellos que quieran participar una oportunidad para colaborar con el contexto en el que se vive en Venezuela, además esa oportunidad es segura, y pretende darle un *feedback* de conocimientos a sus participantes en las áreas de interés de cualquier comunicador social en la aplicación de sus proyectos.

Por todo esto el concepto en el que se debe fundamentar su difusión y crecimiento es en *Abrir puertas*. Se le abren las puertas a los estudiantes a tener un contacto directo con la comunidad y a su vez ayudarla con planes específicos de trabajo en pro a la educación y una difusión de valores para que esos niños y jóvenes entiendan que tienen herramientas para una vida digna y salir adelante; se le abren las puertas a esos mismos voluntarios a ayudar aplicando las mismas herramientas que les ofrece la carrera que escogieron, poniendo en práctica todos sus conocimientos; y por último se le abren las puertas a la comunidad para que ellos vean una salida a sus problemas a través de la ayuda que reciben por parte de la organización.

Toda la estrategia de mercadeo de la organización debe estar amparada bajo ese concepto de abrir puertas y mantener la unidad en sus comunicaciones. De esta manera los integrantes podrán apropiarse de ese concepto y de esa identidad ya que no solamente se abren puertas para dar algo bueno sino que también se abren las puertas para recibir algo muy bueno.

9.2 Las 6 p

A continuación se definen las 6 P, de Pereira con el agregado del Posicionamiento del producto.

9.2.1 Producto

El Voluntariado de Comunicación Social es un servicio. La materialización de este servicio como tal se traduce en que los jóvenes y niños a los que se van a tratar en las comunidades reciban un aporte de tal magnitud que generen expectativas de superación y conciencia de las herramientas que tienen a su alrededor para cumplir y superar esas expectativas; por otro lado ese servicio debe generar una actitud primordialmente en los estudiantes en la que ellos sientan como parte de su vida esa colaboración que ofrecen y la vean reflejada en satisfacción personal, más ganas de ayudar, y una ganancia de conocimientos prácticos para su desarrollo como profesionales.

Algunos de los productos tangibles que pueden mencionarse son: campañas publicitarias, estrategias comunicacionales, proyectos audiovisuales, material visual, de apoyo, artículos periodísticos, fotografías, diseños comunicacionales, entre otros.

9.2.2 Precio

El precio que se paga por participar en una organización de voluntariado de calidad tiene una recompensa considerada como invaluable, su precio tangible, sin embargo puede ser el tiempo y el esfuerzo que se hace para realizar los proyectos.

El primer gasto que presenta la organización es económico, son todas aquellas cifras que se deben cubrir para la realización de la publicidad así como la parte de logística, traslado y materiales necesarios. Para cubrir estos

aspectos la agrupación debe apoyarse en el departamento de Proyección a la Comunidad, lo ideal sería que posteriormente se planifiquen actividades para el autofinanciamiento.

Un aspecto muy importante es el precio psicológico que genera el trabajo voluntario. La realidad a la que se enfrentan los voluntarios es muy distinta y contradictoria comparada con la realidad que los voluntarios pudiesen vivir a diario. A pesar de que desde los salones de clase pueden ver los barrios, según lo revelado en el *Focus Group*, muchos de ellos no están conscientes de lo que implica tener un contacto directo con las comunidades pobres y necesitadas, puede que hayan tenido alguna experiencia previa en el trabajo voluntario pero su magnitud generalmente se aleja a la experiencia desde la universidad. Este choque de realidades puede causar un gran impacto psicológico: miedo, desilusión, depresión, repulsión, o se pueden involucrar sentimentalmente con ciertos casos particulares.

Para disminuir estos gastos psicológicos la agrupación debe estar aliada con el grupo de psicología de la universidad y uno de los puntos primordiales en la preparación del voluntario debe ser concientizar en dónde se va a brindar la ayuda y las razones de peso para sobrellevar el impacto y seguir trabajando.

Los obstáculos que se presenten son muy importantes dentro del precio porque implican un esfuerzo extra, por parte del Voluntariado de Comunicación Social, para superarlos y resolver los problemas. Un aspecto importante es el contexto en el que se desenvuelven las actividades, el cual está en constantes cambios políticos, económicos y sociales que repercuten directamente en el trabajo.

Otro precio es el de conocimiento. Si bien los proyectos que se plantean realizar requieren de una cierta comprensión para la ejecución, por lo tanto prepararse para realizarlos es importante.

Sin duda la mayor inversión es de tiempo, ya que para participar en el voluntariado es necesario invertir cierta cantidad de tiempo en la actividad que se esté realizando, bien sea de panificación, ejecución, adiestramiento, etc. Pero por el carácter voluntario de la agrupación resulta ser un precio accesible y flexible para todo aquel que se sienta en la necesidad de ayudar y participar.

9.2.3 Plaza

El ancla de todos los canales de distribución es el campus de la UCAB. Allí es donde el servicio está disponible y se extiende a los distintos sectores de la comunidad donde se pretende trabajar, como el liceo Andy Aparicio en La Vega. Se puede disponer de la información y del servicio tanto en la Escuela de Comunicación Social como en Proyección a la Comunidad. La duración de esta disposición es desde el momento de su lanzamiento hasta que caduque la existencia de voluntarios y generaciones de relevo. El producto se puede obtener contactando al coordinador designado para el voluntariado, este debe incluir al aspirante en una base de datos, luego hacerle la convocatoria, cumplir la etapa de capacitación y comenzar a trabajar activamente.

9.2.4 Promoción

La principal meta que se debe cumplir en la promoción, es informar a los estudiantes sobre las actividades y la dinámica del voluntariado para cambiar la percepción de que es algo que está ahí pero no se sabe qué es ni cómo funciona. Todas las campañas que se realicen deben contener la Identidad Corporativa y reflejar sus valores así como estar apegada al concepto de puertas abiertas con múltiples manos para ayudar.

La promoción en la etapa de lanzamiento estará basada en una campaña a principios del año académico, meramente informativa. La

aplicación será mediante comunicaciones y material POP. En la etapa de mantenimiento y crecimiento la promoción debe continuar informando pero su centro serán los testimoniales y experiencias con la comunidad, buscando que los integrantes de la Escuela de Comunicación Social perciban directamente en las aulas ese llamado a la acción para cambiar y ayudar a los demás.

Todas las promociones deben estar respaldadas por la página web y el contacto vía correo electrónico para completar la información.

Utilizando el recurso de la creatividad se propone hacer actividades BTL para llamar la atención dentro del campus universitario y reafirmar el posicionamiento que se quiere adquirir en el público. Una táctica puede ser aliarse con algún profesor de publicidad y hacer un concurso para el mejor BTL del voluntariado, por ejemplo. Eso motivaría a los estudiantes a hacer un esfuerzo por destacarse y al aplicarlo los resultados deben ser muy positivos.

Durante el año académico no se debería sentir una ausencia de la figura del Voluntariado de Comunicación Social en los espacios que frecuentan sus integrantes, para esto cuando se descansa de las campañas se pretende mantener la esencia del voluntariado utilizando el logo de la institución de distintas formas, todas muy sutiles que se disimulen con el entorno pero permitan la recordación.

Para concluir, la difusión masiva de la información tiene su esencia en informar y en tener un contacto directo con el público. Toda la publicidad debe contener una gran idea creativa y procurar una excelente ejecución, para poder lograr los objetivos.

9.2.5 Políticas

Todas las decisiones que se tomen con respecto a la organización deben estar amparadas por las leyes de la Escuela y de la Universidad.

También requieren de la aprobación de la directora de la escuela para su posterior aplicación.

Ningún evento del voluntariado deben alejarse de la figura, principios y valores de la Escuela y mucho menos de la figura de la UCAB. Se debe establecer unas normas internas para que cuando se presente algún inconveniente sirvan estas normas de guía para su solución. Todo esto en pro de poder cumplir y superar los principales objetivos del servicio que se ofrece. Estas normas, si son bien planteadas y abarcan la mayor cantidad de directrices que se puedan generar, evitarán futuras oposiciones a proyectos o a la organización en general.

9.2.6 Relaciones públicas

Estratégicamente los coordinadores del voluntariado y sus integrantes deben manejar el mismo código de conducta, y respuestas ante los distintos públicos con los que se tiene roce y puedan ejercer algún tipo de influencia en la organización. La actitud debe orientar a esas influencias externas a que sean positivas y de aporte para la institución, de lo contrario una sola persona se podría convertir en un obstáculo para sacar adelante proyectos de crecimiento.

Siguiendo esta línea estratégica, las relaciones públicas con el entorno son otras organizaciones de voluntariado, las distintas escuelas, todas aquellas empresas que puedan estar interesadas en colaborar, incluyendo las autoridades de la Universidad. Todas las relaciones deben llevarse en buenos términos manteniendo los códigos de conducta correctos como el respeto y la tolerancia.

9.2.7 Posicionamiento

El Voluntariado de Comunicación Social (VOCS) busca posicionarse como un servicio de calidad que le abre las puertas a quien quiera colaborar, ofreciéndole una relación bilateral de ganar, ganar.

9.3 Aplicación del Marketing Social

9.3.1 Concientizar a cada miembro de la empresa u organización

En este punto inicial se deben realizar distintas tácticas para informar tanto a profesores como alumnos la importancia que tiene la existencia de una organización de voluntariado propia de la Escuela de Comunicación Social. El material que se propone utilizar son videos de carácter meramente informativo con ejemplo de otras instituciones que ya tengan una larga trayectoria en la labor voluntaria, como el caso de la Escuela de Economía que, de hecho cuenta con apoyo audiovisual que muestra su labor.

Se propone, también, dar charlas de expertos en el área de voluntariado para explicar su esencia y propósitos. El momento ideal para proyectar los videos y convocar a las charlas es en la época de noviembre, si bien es a principios del año académico ya habría pasado la época en donde hay un bombardeo de información. Esta información debe ser dada a los profesores y Centro de Estudiantes ya que son las principales fuentes de información que tienen los estudiantes. Es más probable que escuchen a un profesor o compañero de clases, a que asistan a una charla informativa sobre voluntariado.

Es importante presentar a la comunidad de la Escuela el proyecto que se tiene sobre del *Voluntariado de Comunicación Social*, ya que ver una

identidad visual y lineamientos estratégicos, define mejor lo que se quiere lograr con el proyecto, y permite que pueda ser difundido correctamente.

Todo esto en la primera etapa de lanzamiento, que debe venir acompañada de un proyecto como el “Encuentro de Reyes” y su documentación visual, por ejemplo.

Es ideal hacer un cronograma de actividades para que todos aquellos que quieran participar, profesores o alumnos, tengan la posibilidad de hacerlo en sus momentos disponibles. En el caso de los estudiantes la propuesta de cómo aplicar a su rutina una actividad voluntaria debe estar segmentada por semestres ya que, a pesar de que la mayoría de las opiniones de los estudiantes coinciden en el tipo de actividades que les gustaría hacer, cada semestre tienen distintas demandas para él y en cada uno exige una distribución de tiempo diferente.

Existen varios profesores con la disposición de ayudar a construir el Voluntariado de la Escuela. Sin proponer nombres, se identifican 16 profesores que serían capaces de planificar las actividades, lo que supone, no sólo las dirigidas hacia la comunidad sino aquellas que permiten lanzar al mercado el Voluntariado de Comunicación Social. Se pueden establecer como voceros principales del VOCS para darse a conocer entre colegas y otros miembros de la Escuela.

9.3.2 Identificar y satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta

Se trabaja con dos mercados meta. El primero son los estudiantes que, mediante la técnica de *Focus Group*, se analizaron sus necesidades y se concluyó al respecto. El segundo son las comunidades, las necesidades de este grupo ya están identificadas por un departamento de la universidad que es Proyección la Comunidad.

Las necesidades del estudiante son adentrarse en el terreno profesional de su carrera a través de la aplicación de la teoría, hacer algo que les llama la atención, les gusta y los apasiona e involucrarse con el contexto que viven desde diferentes perspectivas.

Proyección a la Comunidad, ha realizado estudios previos de las comunidades, sus necesidades y análisis de cómo se puede colaborar. Este departamento sirve de ancla o plataforma para la aplicación de planes cuyo objetivo principal sea satisfacer las necesidades de este grupo.

9.3.3 Conceptualizar productos o servicios que incrementen o preserven el bienestar de los clientes y de la sociedad

Resulta esencial para el mercadeo que el servicio *Voluntariado de Comunicación Social* satisfaga las necesidades de sus clientes. Lo investigado durante este trabajo revela las necesidades encontradas: por un lado satisfacer la ausencia de una organización que guíe a todos los integrantes de la escuela que deseen participar activamente y voluntariamente en la colaboración directa con un problema social, por otro lado, la ausencia de práctica durante los primeros años de carrera, y por último, abrirles las puertas a una comunidad para brindarle muchas manos que los guíen en un mundo de posibilidades para salir adelante.

Debido a eso se establece el Voluntariado como una organización que pretende servir a la comunidad a través de la puesta en práctica de proyectos que puedan o no aplicar conocimientos adquiridos en la carrera para servir de apoyo a otros voluntariados o a organismos que lo necesiten.

9.3.4 Buscar proveedores que estén identificados con el concepto de mercadotecnia social

Todos aquellos entes que deseen colaborar con la organización deben estar aliados con la misma filosofía de la agrupación. Los principales aliados del Voluntariado de Comunicación Social son todas las organizaciones de voluntariado de la UCAB porque mantienen la misma línea filosófica, los mismos principios y existe cierta unidad en los fines. A parte de estos aliados todas aquellas empresas que se convoquen para colaborar ya sea en un evento en particular como “el Encuentro de Reyes” o alguna rifa para recolectar fondos, deben converger en que el Voluntariado es una actitud de vida y reflejarlo en sus acciones, para evitar contradicciones.

Los principales proveedores de un Voluntariado suelen ser los voluntarios, ya que son los que aportan su tiempo, disposición, conocimientos y trabajo para concretar proyectos de ayuda a los más necesitados. Pero todos aquellos que participen, pidiendo colaboración, proponiendo proyectos, ayudando a ejecutarlos, son los que dotan al voluntariado de esencia.

9.3.5 Cumplir las leyes o reglamentaciones vigentes

El buen desarrollo del servicio dependerá de que todas sus acciones estén bajo las normas y leyes de la Universidad Católica Andrés Bello. Que no interrumpan o contraríen normas establecidas, principios o valores implementados. Su formalidad y credibilidad dependen estrictamente de que son un brazo más de ayuda hacia la comunidad. Los planes de trabajo deben estar en convivencia con la Ley de Servicio Comunitario, ya que aunque no están íntimamente relacionados, ambos son trabajos con y para comunidades, así que el voluntariado puede servir de apoyo en cuanto a proyectos planteados para ofrecerlos a los estudiantes que deban cumplir

con el reglamento. En ningún momento la organización y sus actividades deben obstaculizar el desenvolvimiento de la Ley.

9.3.6 Evitar que el producto o servicio dañe la salud de los clientes

Si bien se quiere una plena identificación por parte de todos los clientes (estudiantes, profesores, comunidad), la organización debe evitar todo aquello que pueda dañar a su público, específicamente en dos puntos. El contacto con la comunidad debe ser estrictamente profesional, evitar involucrarse personalmente con la situación de las distintas personas a las cuales se pretende ayudar para proteger a las comunidades de una desilusión y proteger la identidad del voluntariado.

Asimismo, la organización debe velar por la seguridad de sus participantes cuando estén trabajando en áreas peligrosas o catalogadas como *zonas rojas*. Para esto siempre deben estar acompañados por un adulto experto en el trabajo voluntario o personas que conozcan el entorno y disponer de medios de transporte y elementos de trabajo efectivos y asertivos.

9.3.7 Generar expectativas que se puedan cumplir o superar

Los objetivos trazados en la organización están muy claros, no se pretende salvar a una comunidad de la pobreza sino darles las herramientas necesarias para que ellos mismos puedan buscar las mejores vías para superarse. Tampoco se pretende darles los equipos más avanzados a los estudiantes para aplicar los conocimientos con el voluntariado, se busca la iniciación profesional a través de experiencias que le den un contacto directo con el público para buscar soluciones prácticas. Ligado a este aspecto, todas las actividades promocionales del voluntariado (charlas, POP, publicidad, videos, debates, BTL) no deben exagerar los atributos y beneficios de la

institución, esto les haría perder credibilidad. Sólo se deben promocionar aquellos atributos y promesas que se estén seguros de cumplir. Se busca hacerlas atractivas para el público, eso no significa exagerar o engañar.

9.3.8 No mentir acerca de la competencia

Por un lado se puede apreciar que la competencia directa del Voluntariado de Comunicación Social es la Ley de Servicio Comunitario, ya que la disposición de tiempo del alumno para realizar voluntariado disminuye por el cumplimiento de unas horas de trabajo obligatorio. Sin embargo la organización debe presentarse como un aliado, brindando herramientas y espacios de a aquellos estudiantes que deban cumplir con la ley para cumplir con los objetivos trazados de algunos proyectos.

Por otro lado, las otras agrupaciones de voluntariado de la Universidad también se pueden apreciar como competencia directa, pero al igual que pasa con la Ley, la imagen que quiere presentar el VOCS es servir de aliada con estas instituciones. No se debe ocultar a los estudiantes de la Escuela sus posibilidades de participación. Ser aliados de la competencia y estar abiertos a dar toda la información necesaria fortalecerá la credibilidad hacia el *Voluntariado de Comunicación Social*. La misión de esta institución no es ganar en cantidad sino poder ofrecer posibilidades a aquellos que quieran participar ayudando a la comunidad y ganando experiencia laboral.

9.4 Elaboración de un Plan de Trabajo para el Año académico 2009-2010

Para el próximo año académico se propone la Etapa de Lanzamiento y posicionamiento del Voluntariado de la Escuela de Comunicación, mediante dos fases. Durante este primer año la propuesta es trabajar como una agencia de publicidad que resuelva las necesidades comunicacionales y

aporte soluciones de este tipo a las comunidades Ucabistas o aledañas que lo necesiten.

El primer paso, o primera fase, para dar a conocer el Voluntariado de la Escuela es identificar a aquellos posibles líderes que puedan manejar la agrupación. Según la encuesta realizada a los profesores, 11 de ellos pueden planificar las actividades y cinco señalaron la opción de coordinación. Ambos trabajos pueden ir de la mano.

En esta etapa, las primeras actividades requeridas para dar a conocer el voluntariado son las siguientes:

- Agregar el *Voluntariado de Comunicación Social (VOCS)* en la página web de la Escuela de Comunicación Social.
- Crear una cuenta de correo electrónico propia del Voluntariado que llegue a todos los estudiantes a través de la base de datos que posee el *comes*, a través del cual puedan ser solicitados voluntarios para actividades específicas de la Escuela o proyectos establecidos por la Dirección de Proyección a la Comunidad.
- Colocar un pendón, en la Feria del Decanato, que promocióne la existencia del nuevo voluntariado, y que posteriormente pueda exponerse en la Escuela, así como folletos que den a conocer las actividades que se pretenden realizar y la posibilidad de recibir sugerencias. Asimismo, debido a que el estudio demostró que los estudiantes son más fácil de persuadir mediante el contacto personal, puede estar algún representante del nuevo Voluntariado explicando con más detalle esta nueva agrupación, sus fines y propósitos.
- Realizar y exponer afiches en distintos puntos claves de la Universidad para que los estudiantes se familiaricen con la existencia de un voluntariado y se acerquen a su concepto.

- Establecer una base de datos de posibles voluntarios, recolectada a través de la Feria de Decanato y del contacto que los estudiantes realicen con esta agrupación, para tener más de cerca la posibilidad de reclutamiento de individuos.
- Abrir un espacio en la cartelera para poner toda la información actualizada acerca de las actividades del Voluntariado.
- Ponerse en contacto y a disposición de otras unidades de voluntariado de la UCAB, para adentrarse como un aliado más en este objetivo de ayudar a la comunidad, estableciendo lazos de apoyo en los demás. Esto se hace, formalmente, en reuniones establecidas por la Dirección de proyección a la Comunidad con los representantes de cada voluntariado. Al asistir, se expone públicamente la presencia del VOCS en la Universidad.
- Crear un grupo en *Facebook* que contenga la Identidad Corporativa de la agrupación, las actividades que ofrece (actualizándose regularmente), la posibilidad de sugerencias por partes de sus integrantes y publicación de actividades realizadas.
- Coordinar un día con Proyección a la Comunidad y los profesores para hacer actividades con un grupo de niños, de los colegios donde se colabora, dentro de las aulas de la UCAB, para que los estudiantes tengan un primer acercamiento con la experiencia.

Todas estas actividades, para su mayor efectividad, deben estar coordinadas (no necesariamente ejecutadas, pero sí supervisadas) por uno o varios profesores, ya que es una figura respetable para los estudiantes y tiene acceso a ellos a través de las cátedras. Los profesores que cuentan con un mejor perfil, debido a su disposición para participar en el voluntariado y su disponibilidad de tiempo son: Pedro Navarro, Yasmín Trak, Jorge Ezenarro, Elisa Martínez y Markel Méndez.

El período de tiempo en el que deben ser cubiertos estos proyectos debe establecerse en un plazo no mayor a tres meses para así poder avanzar y comenzar a cubrir los requisitos comunicacionales identificados en la investigación.

Octubre es el comienzo del año académico, sin embargo para este momento el proyecto aún no va a ser ejecutado por lo que se le da fecha de inicio el mes de noviembre y de esta manera, éste y los dos meses siguientes se utilizan para introducir el Voluntariado al mercado. Los meses restantes del año académico cumplirían con una segunda etapa de lanzamiento.

La segunda fase consiste en comenzar a cubrir las necesidades comunicacionales de los organismos investigados. ¿Cómo? Las diferentes escuelas mostraron sus inquietudes acerca de la comunicación que tienen tanto internamente, con sus voluntarios, como con el público al que van dirigidos.

Se pueden establecer unidades de trabajo para cubrir estas necesidades.

- La unidad de Publicidad que se encargue de satisfacer solicitudes de otros departamentos, en cuanto a su promoción. Bien sea diseñar una campaña, un folleto, un tríptico, diseñar una red de comunicación interna, externa, estrategias organizacionales, entre otros. Mediante las herramientas publicitarias, brindar ayuda a las agrupaciones que lo necesitan para darse a conocer, presentar una actividad, etcétera.
- La Unidad Audiovisual que puede encargarse de plasmar en físico actividades realizadas para su posterior exposición. Crear documentales que sirvan de apoyo para talleres que puedan darse, tomar fotos de eventos, entre otras actividades.

- La Unidad de Periodismo que le regale reconocimiento a todas aquellas personas que ponen su grano de arena con la comunidad, mediante la composición de artículos publicados en los distintos medios de la Universidad, por ejemplo. Asimismo las reseñas de actividades realizadas y la convocatoria de otras a realizarse.
- La Unidad de Comunicaciones que se encargue de establecer la comunicación interna y externa del voluntariado con los estudiantes, con las agrupaciones interesadas en los proyectos y con los profesores que puedan ayudar en los mismos. Este departamento es estratégico para la agrupación ya que al manejar las comunicaciones se identifican las necesidades y las personas que mejor puedan desempeñar o supervisar las tareas. Éstas deben ser contactadas y fijadas para la ejecución de los proyectos. Asimismo esta unidad pone en contacto a los posibles voluntarios con otras actividades que puedan realizarse fuera de esta agrupación ya que no sólo se trata de ayudar dentro de la Universidad sino fuera de ella también.

Se propone que cada unidad pueda contar con un profesor que guíe las diferentes actividades, ya que es importante destacar que los voluntarios pueden pertenecer a cualquier semestre y, por tanto, tener conocimiento pleno o no, de lo que se va a realizar.

Cada profesor en la Escuela se especializa en una u otra materia por lo que se pueden proponer puntualmente para planificar o coordinar actividades según su especialidad.

- Unidad de Publicidad: Lidia Pinto, Jorge Ezenarro
- Unidad Audiovisual: Carlos Ramírez, Elisa Martínez.
- Unidad de Periodismo: Giannina Olivieri, Iraida Sánchez.
- Unidad de Comunicaciones: Tiziana Polese, José V. Carrasquero.

El funcionamiento de estas unidades va a depender de los proyectos específicos que soliciten las diferentes agrupaciones.

9.5 Presupuesto

El presupuesto cambiará de acuerdo a los proyectos que se realicen dentro del Voluntariado de Comunicación Social (VOCS). En primera instancia el presupuesto que puede sacarse es el que establece la primera fase de la Etapa de Lanzamiento explicada anteriormente.

La información esencial del VOCS puede estar almacenada en un CD: identidad visual y lineamientos estratégicos. Los logos y sus distintas aplicaciones sólo representarán costo monetario cuando sean expuestos en físico.

Algunas de las actividades establecidas sólo requieren el tiempo y esfuerzo de los voluntarios para ser realizadas. No tienen ningún tipo de costo monetario. Éstas son: el grupo de *Facebook*, la cuenta de correo electrónico y abrir la base de datos. Estas actividades se pueden realizar haciendo uso de los servicios que presta la Universidad en cuanto al acceso a computadoras e internet.

Sin embargo, el material POP que se requiere para dar a conocer la Identidad Visual del voluntariado sí tiene un costo monetario. Algunos de los elementos que deben ser utilizados son: un pendón, que después de exhibirse en la Feria de Decanato puede colocarse en la Entrada de la Escuela para que quien transcurra ese pasillo, pueda verlo. Folletos que contengan la información necesaria acerca del voluntariado, que puedan encontrarse en la Escuela para los interesados en participar y algún afiche que pueda colocarse en cartelera que contenga el logo y símbolo del VOCS y en otros espacios de la Universidad, así como la información impresa de las actividades a realizarse.

El presupuesto establecido para el pendón, los folletos y afiches, corresponde a la Compañía *Printco* C.A, destacada por su excelente calidad gráfica y costos accesibles, ubicada en Chuao. Lo denominado como información impresa corresponde al precio que estipula la Universidad en cualquiera de sus laboratorios de Informática para la Impresión de una Hoja tamaño carta en blanco y negro.

Material	Precio por Unidad	Precio total
Pendón (2 unidades) Tamaño 1,20m x 90cm	\$.29.56	\$.59.12
Trípticos (1000 unidades) Tamaño: carta	\$.1.42	\$.1422.32
Afiches (20) Tamaño: 60cm x 46 cm	\$.9.08	\$.181.67
Información Impresa (5 unidades) Tamaño: carta	\$ 0.09	\$. 0.46

TOTAL: \$.1663.57

Bs.F. 3.567,67

El presupuesto estipulado para la primera fase de lanzamiento sería de \$.1663.57. El cálculo de los precios se realizó mediante el cambio al dólar oficial, equivalente a Bsf.2,150.

X. CONCLUSIONES

- Para que una agrupación como el voluntariado se desarrolle con éxito, es necesario que las acciones nazcan de un esfuerzo organizado, que no se desvíe la atención de los objetivos trazados, que los integrantes tengan funciones específicas y éstas sean respetadas y que se conozca el público objetivo con el cual se va a trabajar. No es suficiente la mera voluntad de ayudar, es necesario canalizar el compromiso en acciones puntuales.
- Para que una agrupación como el voluntariado tenga permanencia en el tiempo es necesario disponer de integrantes que se mantengan como figuras coordinadoras que ofrezcan información a las generaciones de relevo.
- Las labores fundamentales que tiene una agrupación de voluntariado son: planificar actividades, comunicarlas a los posibles interesados en participar, ejecutarlas, supervisar su correcto desarrollo y analizar su efectividad dentro de los objetivos planteados.
- Las agrupaciones de voluntariado están formadas por un coordinador, quien establece la comunicación con Proyección a la Comunidad y es el eje fundamental para armar el calendario de actividades y los posibles ayudantes. Usualmente, el coordinador es un profesor que labora en la escuela y que tiene frecuente contacto con los estudiantes. En algunas agrupaciones también está la figura del ayudante, asistente o asesor, quien se encarga de disminuir la carga de coordinador, ejecutando las comunicaciones.
- Las actividades que planifica el voluntariado, están basadas en: descubrir la comunidad y sus necesidades, formar al voluntario como

herramienta de ayuda y potenciar su rol como líder social en las comunidades y su formación socio-política y reflexión sobre la realidad.

- Los medios de comunicación que se utilizan para promocionar las actividades que realizan las diferentes agrupaciones de voluntariado no son las más efectivas, ya que no convocan a la cantidad de estudiantes que podrían. Se realizan folletos, se reparten trípticos, se anuncian en algunos medios electrónicos, sin embargo no logran la convocatoria esperada.
- Es necesario optimizar las vías de propagación de información. Se deben tener claros los mejores canales de comunicación para cada objetivo que se tenga. Para motivar la participación de estudiantes: el contacto personal y los testimoniales. Para comunicarse como agrupación de voluntariado con sus integrantes: el correo electrónico y mensajes de texto. Para promocionarse y recordar su existencia: usos de páginas web (*Facebook* y *Twitter*). Para reconocer y elogiar a los participantes, además de mostrar a la población universitaria las actividades realizadas, el uso de periódicos dentro de la universidad y medios electrónicos.
- Uno de los primeros contactos formales que tienen las agrupaciones de voluntariado con los estudiantes, es la Feria del Decanato. En ella se establece la primera base de datos de los posibles participantes en las diferentes actividades.
- Los estudiantes se sienten motivados a participar cuando se usan dos vías específicas: el contacto personal y la exposición de testimonios. Si alguien se les acerca a hablarles íntimamente acerca de la labor de voluntariado sienten mayor compromiso para llevarlo a cabo. Asimismo, se ven conmovidos ante testimoniales que apelen a la

emoción. Esta última herramienta causa una reacción positiva de solidaridad social en los estudiantes.

- El hecho de reconocer públicamente la labor de voluntariado que realizan los estudiantes, los hace sentirse motivados a nuevas experiencias. Que se publique un artículo, que se les dé algún mérito por la labor realizada, es un incentivo que los estudiantes valoran plenamente.
- La falta de participación de los estudiantes en las agrupaciones de voluntariado se debe a la desinformación existente. Los alumnos no tienen claro en dónde conseguir la información, a quién preguntarle, cómo pueden ayudar, y por tanto, no lo hacen.
- Dentro de la Escuela de Comunicación Social, son varios los profesores que pudieran servir de coordinadores de la agrupación de voluntariado debido a su disponibilidad de tiempo y disposición de ayuda. No es necesario limitar la colaboración que cualquiera de ellos pudiera brindar ya que son varias las tareas de un voluntariado y los distintos aportes le dan integración al voluntariado.
- Una de las herramientas, dentro de la Escuela de Comunicación Social, es que varios profesores dan importancia al adiestramiento y capacitación para los programas de voluntariado, lo cual permite que los estudiantes interesados en involucrarse con esta labor puedan hacerlo siendo asesorados por los profesores.

XI. RECOMENDACIONES

- Canalizar las necesidades comunicacionales de otras agrupaciones de voluntariado para apoyarlas mediante los canales de comunicación. Algunos voluntariados no utilizan sus vías de comunicación correctamente para difundir información, por lo que fracasan en el intento. Se les puede brindar herramientas de asesoría para mejorar sus comunicaciones.
- Muchos voluntariados requieren material de apoyo audiovisual para la realización de actividades. Asimismo quisieran dejar el recuerdo de algunas de estas actividades en físico, por lo que el comunicador social sería de gran ayuda para realizar estas labores, y colaborar con sus compañeros.
- Se pueden establecer proyectos de voluntariado que pongan en práctica el aprendizaje de la teoría. Permitirle al estudiante experimentar la parte práctica de la carrera que los primeros tres años no es tan evidente. Brindarle la posibilidad de adentrarse en el terreno laboral, ayudando a la comunidad.
- Sin embargo, también podrían establecerse proyectos, que vayan de la mano con las agrupaciones de voluntariado ya existentes, y no se imiten únicamente a la ayuda como comunicador social. Hay muchas maneras de brindar un servicio a la comunidad. Se le debe permitir al estudiante la flexibilidad de elegir en qué tipo de proyecto desea participar según su disponibilidad de tiempo.
- Anclarse en la inducción para promocionar las actividades del voluntariado, es un error. Los estudiantes reciben demasiada información acerca de todas las instalaciones, actividades y procesos

de la Universidad como institución. Utilizar ese momento para promover el voluntariado no es la mejor opción. Es más recomendable dar una información breve y completa que despierte la curiosidad de los estudiantes hacia esta labor.

- La Ley de Servicio Comunitario es canalizado como un deber de acción social. Con la formación del voluntariado de Comunicación Social se puede potenciar una plataforma para aquellos estudiantes que deben cumplir con la ley. La posibilidad de ofrecerles a los estudiantes alternativas de proyectos, puede, además, servir de ayuda a la ejecución de programas establecidos dentro del voluntariado.
- Para promocionar el voluntariado, una vez creado, se pueden utilizar varias alternativas de comunicación que lleguen a la mayor cantidad de estudiantes universitarios: el uso de páginas web (UCAB, Facebook, Twitter), el contacto personal entre los que poseen información y su público objetivo, publicidad BTL que en la cotidianidad del día sea capaz de llamar la atención.
- Se puede tomar en consideración el modelo Cátedras de Compromiso Social que aplican algunas materias de otras escuelas, para agregar al *pensum*. Lograr algún objetivo de la materia a través del trabajo en comunidades puede resultar interesante para que el estudiante conozca su contexto y pueda participar activamente en su mejoramiento.
- Se recomienda hacer un segundo trabajo de investigación que proponga una Estrategia Comunicacional y ponga en práctica un Plan de Medios para la primera campaña formal de la institución.
- La publicidad y las comunicaciones se pueden potenciar desde las cátedras. Motivar al estudiante a hacer licitaciones para la campaña

del voluntariado puede ser muy efectivo, así como elegir la mejor propuesta audiovisual y periodística para apoyar a la organización.

XII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fuentes Bibliográficas

- Arias, F. (1997). *El Proyecto de Investigación*. (5ta. edición). Caracas, Venezuela. Editorial Episteme.
- Arrabal González A. et al. (1993). *El Voluntariado*. Madrid, España. Editorial Popular.
- Allen, K. *Acción voluntaria y voluntariado: Construyendo un movimiento para el cambio social y económico*. Ponencia de la 4^a Asambles Mundiao de Civicus, Agosto 2001.
- Arrieta de Plata, G. (2006) *El mercadeo social, más allá del régimen de competencia económica. Volumen 11*. p.73-78.
- Costa, J. (1993). *Identidad Corporativa*. México, D.F. Editorial Trillas.
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, España. Mc Graw Hill.
- Delgado, G. (1999). *El mundo moderno y contemporáneo* (4 ed.). México: Pearson Education.
- De Viana, M. De Diego, L y Pérez, M. (2002). *Ser persona, cultura, valores y religión* (2 ed.). Caracas: Publicaciones UCAB y Konraid Adenauer Stiftung.
- Kotler, P. y Amstrong, G. (2004). *Marketing*. Madrid, España. Pearson Prentice Hall.
- Ferrero, C. (1979). *Iniciación a la metodología de la investigación*

científica. Caracas, Venezuela. Editorial Arte.

- Gutiérrez Resa, A. (1997). *Acción Social no Gubernamental. Análisis y reflexiones sobre las relaciones voluntarias*. España, Valencia. Editorial Tirant lo Blanch.
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (1996) *Metodología de la Investigación*. (Tercera Edición). México, D.F. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana de México, S.A
- Libaert, T. (2005). *El plan de comunicación organizacional: cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*. México, D.F. Editorial Limusa.
- Namakforoosh, M. (1985). *Mercadotecnia Social* (2 ed.). México, D.F. Editorial Limusa.
- Sabino, C. (1980). *El proceso de investigación*. Caracas, Venezuela. Editorial El Cid.
- Tavazza, L. (1995) *El nuevo rol del voluntariado social*. España, Madrid. Editorial Lumen.
- Weiers, R. (1986) *Investigación de Mercados*. (Primera edición). México

Tesis de grado

- Castro, N. (2000) *Abriendo puertas: Instalación de un taller de producción audiovisual para jóvenes del interior del país*. Trabajo de grado de licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello.
- Coello, V y Taurchini A. (2005). *Estrategia comunicacional de reposicionamiento para la marca de máquinas de Café Rancilio*. Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

- Humpierres A. (2006). *Estrategia comunicacional para una marca de trajes de baño en el mercado caraqueño: caso: gipsy*. Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Perdomo, Y. (2000). *El reto de los voluntarios Ucabistas ante la Educación Especial*. Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Rodríguez, B. (2005). *Modelo de formación del Voluntariado de la Asociación Venezolana Beneficio Social "Hogar Virgen de los Dolores"*. Trabajo de Especialización, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Gonzales, A. Landaeta, S. (2002). *Influencia sobre la motivación hacia el voluntariado, el apoyo social percibido, la satisfacción con el trabajo voluntario, el tipo de voluntariado y el sexo sobre la duración de Universitarios en trabajo de voluntario*. Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Páez, J. (2005). *Relación entre Trabajo voluntario y Compromiso Organizacional en trabajadores que practican voluntariado corporativo*. Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Balza, B. Montero, C. (2005). *Diseño de una Estrategia Comunicacional para una ONG. Caso: Fundación Luz y Vida*. Trabajo de grado de Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

- Correia, M. Trak, J. (2005). *“La mentalidad” Política de la élite económica venezolana: una aproximación desde la sociología comprensiva*. Trabajo de grado, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Páginas Web

- *Efemérides Ambientales*. Recuperado el 02 de Abril de 2009 de <http://cegae.unne.edu.ar/efemeridesambientales.htm>
- *Iniciativa social y Estado de Bienestar*. Recuperado el 02 de Abril de 2009 de <http://www.iniciativasocial.net/voluntariado.html>
- IVPA. *Volunteering Abroad*. International Volunteer Programs Association. Recuperado el 7 de Octubre de 2008 de www.volunteerinternational.org
- *Ley de Voluntariado en España*. Recuperado el 02 de Abril de 2009 de http://www.mma.es/secciones/el_ministerio/organismos/oapn/pdf/oapn_vol_ley_estatal.pdf
- Los Recursos Humanos. *Focus Group: Técnica de recolección de datos*. Recuperado el 03 de junio de 2009 de <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/212-focus-group-tecnicas-de-recoleccion-de-datos.html>
- Organización de las Naciones Unidas. *Resolución 40/212*. Recuperado el 02 de Abril de 2009 de <http://daccessdds.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/486/99/IMG/NR0.pdf>

- *Plataforma del voluntariado de España*. Recuperado el 08 de Abril de 2009, de <http://www.plataformavoluntariado.org/web/volunteer/index>
- Portal de Relaciones Públicas. *Focus Group*. Recuperado el 03 de junio de 2009 de <http://www.rrppnet.com.ar/focusgroups.htm>
- Promonegocios.net. *Mercadotecnia Social*. Recuperado el 6 de abril de 2009 de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia-social.html>
- *Real Academia Española*. Recuperado el 8 de Octubre de 2008 de <http://www.rae.es/rae.html>
- Tribunal Supremo de Justicia. *Gaceta Oficial*. Recuperado el 22 de Enero de 2009 de <http://www.tsj.gov.ve/gaceta/septiembre/140905/140905-38272-05.html>
- Universidad Católica Andrés Bello. *Escuela de Administración y Contaduría*. Recuperado el 19 de julio de 2009 de <http://www.ucab.edu.ve/actividades.htm>
- Universidad Católica Andrés Bello. *Escuela de Comunicación Social-Guayana*. Recuperado el 19 de julio de 2009 de <http://guayanaweb.ucab.edu.ve/escuelas/comsocial/index.htm>
- Universidad Católica Andrés Bello. *Escuela de Derecho*. Recuperado el 19 de julio de 2009 de <http://www.ucab.edu.ve/voluntariados.376.html>

- Universidad Católica Andrés Bello. *Estatuto Orgánico de la Universidad Católica Andrés Bello*. Recuperado el 10 de junio de 2009 de http://www.ucab.edu.ve/tl_files/Reglamentos/2.01.pdf

Fuentes vivas

- Aida Noda
Coordinador estudiantil de Voluntariado
- Darío Ramírez
Presidente del Centro de Estudiantes de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (2008-2009).
- David Da Silva
Grupo Voluntarios de Economía (VEC)
- Deivy Díaz
Ex director de la Escuela de Comunicación Social-Caracas
Grupo de Voluntarios EDUCAB
- Jeannette Guerra
- Jonathan Moreira
Grupo de Voluntarios ECOUCAB
- Karin Yancen
Coordinadora de Voluntariado UCAB
- Max Römer
Ex Director de la Escuela de Comunicación Social UCAB-Caracas
- Mercedes Morales
Directora de Proyección a la Comunidad
- Pedro Navarro
Profesor de la Escuela de Comunicación Social-Caracas
Profesora Escuela de Psicología. Voluntariado
- Rafael Gil
Sociólogo egresado de la UCAB