



PLANIFICACIÓN DE PROCESOS COMUNICACIONALES PARA LA COMPRENSIÓN Y ACEPTACIÓN DE LAS CONSTRUCCIONES DE TIERRA POR POBLADORES RURALES

Mabel Fábrega¹, Liliana B. Vega², J. Arturo Pereyra³

Instituto Regional de Planeamiento y Hábitat, Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño,
Universidad Nacional de San Juan, Argentina.

¹fernandezfabrega@speedy.com.ar; ²ivega@fau.unsj.edu.ar; ³arturoar2003@yahoo.com

Palabras claves: construcciones - tierra cruda – mensajes - comprensión - conductas

Resumen

El esfuerzo está dirigido a elaborar mensajes sobre construcciones de tierra para diferentes receptores, pertenecientes a sistemas sociales rurales cualificados, con la intención de lograr la comprensión como unidad de sentido. Creando la posibilidad de generar o reforzar las imágenes de los pobladores, adquiridas en las interacciones de su vida cotidiana.

A partir del estudio de las percepciones de los pobladores se obtuvo el diagnóstico de sus imágenes mentales, resumido en la siguiente idea “la tierra cruda es un material de construcción que está asociado a: pobreza - apariencia desagradable - identificadas con clases sociales marginadas – insegura”. Partiendo de esta premisa se elabora un Plan de Comunicación, seleccionando los segmentos del público al que van dirigidos los mensajes, dispuestos en diversos soportes comunicacionales. Se hace necesario encarar acciones en forma planificada y coordinada para trabajar las imágenes de los públicos, tratados como activos intangibles con el fin de posibilitar conductas relacionadas con sus asociaciones mentales.

La idea rectora de este Plan es transmitir las bondades del adobe y de otros sistemas de construcción con tierra, elaborados con materiales locales; se pone en práctica la utilización y reutilización de los materiales naturales para crear un hábitat donde nada se destruye solamente se transforma. La tierra, la paja, la caña, así como la madera son materiales naturales que están disponibles en las zonas rurales y se han utilizado para la construcción a través de los siglos.

Los segmentos de público son docentes y alumnos de escuelas primarias de zonas rurales, usuarios sin conocimientos de construcción, o con saberes constructivos y público en general. Esta ponencia es parte de un Proyecto de Investigación¹.

Los procesos comunicacionales consisten en cursos a los docentes relacionados con trabajos prácticos de los alumnos de nivel primario; talleres teóricos prácticos a los usuarios con o sin conocimientos constructivos, según sea el caso y una campaña gráfica que incluye folletos y afiches.

El Plan de Comunicación se plantea para una comunidad rural, pudiéndose convertir en un modelo referencial para casos similares con las debidas adaptaciones.

Finalmente se espera que se cumpla la circularidad de la comunicación al recibir los emisores – investigadores -, la respuesta de los públicos – receptores - y lograr una comunicación eficaz.

1. INTRODUCCION

La comunicación es parte integrante de un proyecto que se inscribe en el tema tecnologías apropiadas en el ámbito rural, con el objetivo específico de crear imágenes mentales positivas en los pobladores sobre las construcciones de tierra. Para lograrlo se siguen una serie de pasos comenzando con una segmentación del público atendiendo tanto a las personas más representativas de la comunidad que se relacionen con el tema, como a la posibilidad de actuar del equipo de investigación en cuanto a su conformación como a su capacidad de gestión y a los recursos económicos. Luego se realiza un estudio de las imágenes mentales de los pobladores aplicando técnicas de metodología cualitativa, ya probadas en otros proyectos de investigación anteriores y adaptando la propuesta de Paul

Capriotti Peri, en su libro "Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa" (Capriotti Peri, 2009).

Con estas etapas concretadas se propone un Plan de Comunicación que será ejecutado en una etapa posterior del Proyecto de Investigación, mencionado anteriormente.

Se fundamenta el estudio de las tecnologías apropiadas por el crecimiento edilicio en los poblados sanjuaninos debido al desarrollo económico, y al aumento natural de la población, situación que, lleva aparejada la demanda de nuevas construcciones. Los planes de viviendas agrupadas o individuales, ofrecidos por la administración gubernamental como los de iniciativas privadas, no resuelven esta demanda.

Muchos pobladores, especialmente de zonas rurales, que tienen la capacidad de ser hacedores de sus propias viviendas y edificios para otros usos, siguen construyendo con tecnologías inadecuadas para zonas sísmicas, dado que recrean sus conocimientos aplicando su criterio sin el apoyo de un sustento tecnológico adecuado, llevando a la práctica conocimientos empíricos heredados de sus ancestros, observándose una pérdida importante de características y detalles constructivos de las técnicas de construcción con tierra, dando como resultado edificaciones en condiciones cada vez peores en cuanto a su sismo resistencia.

El imaginario colectivo de los pobladores rurales guarda significados sobre las construcciones con tierra, la mayoría de las veces, asociadas a la pobreza, apariencia desagradable, inseguridad e insalubridad. Se cree que a través de mensajes producidos respetando su cultura y demostrativos de las bondades de este material es posible comenzar a cambiar esta imagen.

Se conoce por el resultado de ésta y otras investigaciones realizadas en el país que, pese a los inigualables beneficios inherentes a la construcción con tierra, tanto en términos económicos y sociales, como ecológicos, resulta imposible desconocer su alta vulnerabilidad estructural debiéndose en parte, a su poca resistencia a la tracción ante eventos sísmicos. Actualmente la construcción con tierra sigue vigente de manera dispersa en áreas urbanas y mayormente localizadas en los sectores rurales de Argentina. Gran parte de la población rural vive en casas de tierra sin posibilidad de acceder a una de ladrillo o de otros materiales industrializados. Se puede reafirmar junto a Rotondaro (2002, p.33) que

... considerando la Argentina, la realidad muestra un diagnóstico similar: teniendo en cuenta que casi un 75% del país es árido y semiárido, la arquitectura de tierra es parte del patrimonio tradicional, y solución habitacional vigente para el habitante sin recursos, pero aún sin el adecuado reconocimiento y promoción por parte del Estado.

Actualmente, los avanzados estudios de métodos de reforzamiento y consideraciones morfológicas para mamposterías macizas portantes en tierra cruda, supone una oportunidad de re-validación de estas técnicas por la incorporación de propuestas que aumentan su resistencia al sismo.

Con la propuesta del Plan de Comunicación se espera crear en los pobladores rurales, imágenes mentales positivas referidas a las construcciones con tierra, que favorezcan el uso de estas tecnologías apropiadas a su idiosincrasia y posibilidades.

2. LINEAMIENTOS CONCEPTUALES

La planificación de la comunicación es un instrumento de gestión capaz de generar interpretaciones en los públicos, creando imágenes mentales fuertes que posibiliten conductas favorables hacia las construcciones de tierra. En ese sentido, el Plan de Comunicación permite orientar la toma de decisiones, por cuanto contiene una serie de propuestas programadas a ejecutar en el futuro en distintos plazos. La comunicación tratada como un instrumento estratégico se convierte en una herramienta dúctil que se amolda, en el tiempo, a los cambios producidos en los receptores. Las respuestas del público son retroalimentadas por el polo productor de los mensajes. Los emisores son los hacedores del

mensaje, para ello poseen conocimiento del tema, del receptor y de cada uno de los componentes de la comunicación.

Se habla de polo y de modelo de producción a los emisores, ellos son todas las personas y grupos que intervienen en la producción de las unidades de sentido y el modelo interpretativo designa a los públicos.

Asegurar una buena acogida de los mensajes viabiliza el éxito de la comunicación, lográndose con el conocimiento del receptor, su entorno y los sistemas sociales a los cuales pertenece. Estableciéndose segmentos y perfiles del público lo más cercano posible a la realidad. Cuando se pretende una comunicación estratégica con resultados eficientes, las fortalezas y debilidades del emisor deben considerarse, respetando recursos económicos, humanos y técnicos disponibles.

La construcción de las viviendas obedece a prácticas, en general, espontáneas que adolecen de errores porque sus constructores no cuentan con el asesoramiento de técnicos ni tienen acceso a manuales para construir con tierra, adaptados a su nivel de comprensión de un mensaje gráfico.

Se propone formular un Plan de Comunicación para informar sobre el tema construcción con tierra a diferentes públicos generando una nueva corriente de percepciones positivas respecto a las asociaciones establecidas de inseguridad, insalubridad y pobreza.

Para lograrlo se trazan como objetivos:

- Definir una muestra con un contorno lo suficientemente amplio para que sea capaz de contener un público amplio y representativo de usuarios y personas que se relacionen con las construcciones de adobe con el fin de formular un diagnóstico altamente abarcativo minimizando el margen de error.
- Formular un Plan de Comunicación lo suficientemente flexible para adaptarse a diferentes receptores que solamente poseen un denominador común, el contacto vivencial con las construcciones de tierra.
- Generar una imagen colectiva favorable a la tecnología con tierra en los usuarios y en los pobladores rurales en general.
- Posicionar el tema desde una actitud positiva.

3. ESTUDIO DEL PÚBLICO

Se detectan los públicos que se relacionan con las construcciones de tierra que poseen una imagen mental de estas construcciones, con el propósito de actuar sobre ellos, luego de conocer sus atributos además de las relaciones e interacciones entre los diferentes públicos.

Para analizar y definir el perfil del público y el conocimiento y profundidad del tema se trabajan los índices de notoriedad, contenido –diferencial semántico- y el de motivación en sus alcances positivos o negativos. Estas técnicas de investigación del público se aplican en una muestra extraída en el Departamento Pocito, perteneciente a una zona rural situada al sur de la capital de la Provincia de San Juan. Se realiza el estudio en las localidades que tienen la mayoría de sus viviendas construidas con tierra. Se seleccionan personas que viven en estas viviendas o que tengan algún contacto con este tipo de construcciones.

Para conocer el pensamiento del público sobre las construcciones de tierra se realizan entrevistas en profundidad semidirigidas, encuestas estandarizadas y aplicación del modelo de medición de la fortaleza de la imagen obtenida por el modelo de Bandz (Capriotti Peri, 2009).

En las entrevistas se escucha al entrevistado pero se trata de dirigir la conversación hacia los datos que se detallan a continuación y que serán de sumo valor a la hora de evaluar:

Datos personales

- Como está compuesto su grupo familiar, edades
- Nivel de educación del grupo familiar

Actividades

- Actividades que desarrolla el grupo familiar
- Actividades en tiempo de ocio
- Algún integrante de su familia sabe hacer trabajos de albañilería

Relaciones Comunitarias

- Pertenecen a alguna asociación comunitaria
- Con que integrantes de la comunidad tiene relaciones
- Que temas conversa con sus vecinos
- Que espera del gobierno municipal con respecto al sitio en que vive

Vivienda

- Que antigüedad tiene su casa
- Que es lo que más le gusta de su casa
- Que es lo que menos le gusta de su casa
- Que cambiaría de su casa
- Cree que su casa es cómoda
- Si tiene que realizar trabajos de albañilería a quien contrata
- Sabe de qué material son las paredes de su vivienda
- De las casas de sus vecinos cual es la que más le gusta
- Le gusta vivir en este lugar

Comunicación

- Que medios de comunicación ve, lee o escucha
- Que programas informativos de la TV le gustan más
- Que programas de radio le gustan más
- Qué origen tiene la información que posee de los terremotos
- Por qué calles transita cuando va a la villa

Sismo

- Le asustan los terremotos; por qué
- Qué hace cuando tiembla
- Con qué color asocia a los temblores

Patrimonio

- Que edificios antiguos del departamento recuerda o conoce
- Conoce la historia del departamento
- Que hechos históricos del departamento cree que son más importantes

El estudio del público consta de dos partes, la primera se refiere al estudio de las imágenes mentales que tiene la gente sobre las construcciones de tierra cruda. En la segunda se parte del diagnóstico y se propone un Plan de Comunicación que refuerce la imagen, si es positiva, o que trate de cambiarla en algunos aspectos, si es negativa. El Plan de Comunicación se aplica en el Departamento Pocito como un Modelo Experimental de alta replicabilidad en otros sitios con similares características y con las debidas adaptaciones a los diferentes públicos. A través de éstas técnicas y metodologías se mide la imagen mental para poder actuar sobre ella; para ello se realizan estudios de campo acercándose lo más posible a lo que la gente piensa.

La investigación de los públicos y sus ideas y el Plan de Comunicación se basa en todas sus partes y extensión en los conceptos y procesos vertidos por Capriotti Peri (2009).

Por momentos se siguen literalmente sus conceptos vertidos en el marco teórico y en los fundamentos de esta investigación. En los aspectos prácticos y propositivos se han seguido las ideas estructurales pero se han realizado adaptaciones dado que Capriotti Peri (2009) se refiere a la Comunicación en las Empresas. Aunque en variadas oportunidades él expresa que su estudio y metodologías no solamente son aplicados en el ámbito corporativo sino que se extiende a instituciones y otros públicos con otros intereses.

Origen de la imagen mental del público

Se obtiene como resultado que los públicos forman su imagen mental por la influencia primeramente de los contactos e interpretaciones de las comunicaciones masivas, sobre todo en lo relacionado con los fenómenos naturales como sismos, inundaciones y vientos. Este canal incentiva sobre todo el miedo y la desprotección: se puede perder la vivienda.

Los medios de comunicación son productores de noticias, proveedores de información, con una interface de interpretación y en oportunidades con intensiones que van más allá del bien común. También expresan opiniones, todas estas instancias a veces cargadas de redundancia que van moldeando las ideas, conceptos e imágenes que los públicos van formando sobre un tema.

Siguiendo el orden de las influencias un segundo canal de información para los públicos son las relaciones interpersonales, se trata de la influencia recíproca ejercida por las personas en su relación cotidiana. Tiene gran valor para la formación y modificación de opiniones, está dentro del interaccionismo simbólico encuadrado en la psicología social que da importancia a la formación de significados de los objetos y de las acciones humanas. En este punto se destaca como resultado de las percepciones de los pobladores respecto a las construcciones de tierra, el mal aspecto y la pobreza, con algunas respuestas favorables como la adaptación al clima sobre todo cuando se trata de casonas altas con gruesas paredes que determinan que sean frescas en verano y cálidas en invierno por sus cualidades térmicas.

Por último se detectó la información obtenida por los pobladores a través de la experiencia personal, directa o indirecta, que representa datos de primera mano, experimentados directamente, respuestas consideradas muy confiables. Se destacan las sensaciones de calidez y frescura que ofrecen las construcciones con tierra y el cariño y resguardo de los bienes propios, como las tecnologías heredadas de sus ancestros, aunque también surgen algunas ideas sobre la inseguridad y el miedo a los terremotos.

La información que reciben estos públicos es la causante de una actitud negativa o positiva, influenciada por experiencias pasadas o de otras personas y también por motivaciones y situaciones del momento. Es una información de alta calidad por su autenticidad y fiabilidad. Tiene fuerza de presencia, es veraz al menos para quien lo recibe.

También se puede concluir que a las ideas obtenidas por los medios de comunicación masiva u otras formas de circulación más reducida y de las relaciones interpersonales, los públicos no las consideran como propias pero no tienen conciencia de cuanto les influyen en su significado.

El público de zonas rurales posee opiniones claras sobre las construcciones de tierra asociadas a miedos, desprecio y pobreza pero también se refieren al respeto por estas técnicas constructivas, heredadas de generaciones anteriores, como también al arraigo a sus pertenencias.

Estas últimas son palabras claves de las cuales se desprende un análisis profundo de las construcciones mentales de la gente, llegando con la investigación al conocimiento de la imagen. Este es el punto de partida del Plan de Comunicación destinado a un público rural con características distintivas para cada sector.

Concluyendo, a partir del estudio de las percepciones de los pobladores se obtuvo el diagnóstico de sus imágenes mentales, resumido en la siguiente idea “la tierra cruda es un material de construcción que está asociado a: pobreza - apariencia desagradable - identificadas con clases sociales marginadas – insegura”¹.

4. PLAN DE COMUNICACIÓN

El público, los pobladores rurales, poseen imágenes mentales respecto a las construcciones de tierra cruda, especialmente a las de adobe dado que son las más difundidas y conocidas entre las tecnologías espontáneas que utilizan materiales del lugar, en el ámbito rural.

Con la elaboración del Plan de Comunicación se pretende conseguir el conocimiento de las imágenes mentales - imaginario colectivo - de los pobladores rurales, estudiando todas las instancias del proceso comunicativo para cambiar la imagen de las construcciones de tierra cuando se imponga erróneamente el aspecto negativo de éstas y reforzándola cuando esté sustentada en una actitud positiva por parte del público.

Se parte de este resultado y se quiere lograr una propuesta de puesta en práctica que desde la comunicación esté expresada en mensajes diferentes para los públicos y con distintos soportes y medios, pensando siempre en el receptor, sus filtros culturales, operativos y los referidos a los sentidos. En la construcción de las piezas gráficas la denotación estará situada cerca del receptor con menos capacidades para la interpretación acentuando la carga connotativa cuando el receptor sea capaz de comprometerse en la comprensión del mensaje desde su conocimiento.

La imagen de las construcciones de adobe debe existir en la mente del público; teniendo esta certeza se puede trabajar con las imágenes mentales. Además de estar, esa idea debe ser valiosa y se puede disminuir la influencia de los aspectos negativos, básicamente con información.

El público debe elegir una buena idea sobre las construcciones de adobe, acción que solo la puede lograr al seleccionarla entre otras alternativas con la posesión de conocimiento objetivo y verdadero. Debe también saber de sus beneficios y defectos posibilitando la formación de una actitud positiva. Este enfoque le ayudará a mejorar su calidad de vida al crearle una conciencia sobre las viviendas de adobe asociada a condiciones favorables como confortabilidad, estéticamente aceptables, higiénicas, adaptadas a las condiciones áridas y sísmicas en las que vive y a sus posibilidades económicas y constructivas.

La imagen es un capital importante por tanto es necesario que se planifique una actuación coherente que pueda influir en la imagen que se forman los públicos (Capriotti Peri, 2009, p.13)

4.1 El comunicador y el receptor

El objetivo del Plan de Comunicación es tratar de llegar al receptor con unidades de sentido que se alejen de la prefiguración considerando la otredad, el ser del otro hacer un esfuerzo para dejar de lado nuestro propio ser para llegar a la interioridad de los pobladores.

Propiciar un encuentro producido desde un diálogo alimentado por unos únicos códigos pensando en una variedad de resultados.

Se propone conservar los valores del comunicador sin interponerse en las ideas y el convencimiento de la gente que se ubica en el otro polo de la comunicación. Dejar la soberbia y trasponer el tradicional poder del emisor para dejarlo en el receptor elegido.

La idea rectora es transmitir las bondades del adobe y de otros sistemas de construcción con tierra, elaborados con materiales locales donde se ponen en práctica la utilización y reutilización de los materiales naturales para crear un hábitat donde nada se destruye solamente se transforma.

La tierra, la paja, la caña, así como la madera son materiales naturales que están disponibles en las zonas rurales y se han utilizado para la construcción a través de los siglos.

El equipo de investigadores, emisores de los mensajes, basan su propuesta también apoyados por el resurgimiento de este tipo de construcciones, tras un largo periodo de abandono de estos sistemas constructivos en los que predomina la valoración de materiales industrializados. Actualmente las tecnologías que emplean materiales naturales se están utilizando cada vez con mayor frecuencia en mérito a sus beneficios, entre ellos, menores costos, propiedades de aislamiento termo acústicas, regulación de la humedad del aire, aumento de su sismo resistencia con la incorporación de algunas técnicas innovadoras, y mejoramiento de su percepción desde lo estético. A ello se le agrega la alta probabilidad de autoconstrucción por su facilidad de ejecución formando parte de las tecnologías alternativas o apropiadas y de baja intensidad tecnológica. Estas construcciones poseen un bajo impacto ambiental por utilizar materiales crudos extraídos directamente de la naturaleza y tienen la propiedad de ser reciclables. Sus percepciones no rompen el equilibrio existente entre lo natural y lo antrópico porque tienen un bajo impacto ambiental al ser reutilizables y no contaminantes.

El Plan de Comunicación tiene como objetivo asegurar la efectividad de la transferencia de estos conceptos por el comunicador mediante la facilitación de los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información presentada.

Se tiene en cuenta el receptor, no en sentido amplio sino segmentado. En primera instancia la preocupación está centrada en ofrecerles un mensaje que puedan interpretar para lograr a posteriori aplicar el conocimiento y las acciones que deriven en prácticas que tienen que ver con el reconocimiento de los pobladores rurales de las bondades de las construcciones de tierra.

Se considera a los receptores con sus individualidades cognitivas, culturales, expectativas, sentimientos, intenciones, sistema de valores y niveles de inteligencia.

El convencimiento que se tiene, parte de la idea de concebir unidades de sentido que no solo sean interpretadas sino que se convierten en una vía segura para actuar.

Los mensajes están compuestos de textos e imágenes elaborados por un equipo de especialistas en comunicación y arquitectos, especialistas en tecnologías apropiadas, contando con la colaboración de alumnos de la carrera de Diseño Gráfico. Estos especialistas se dan a la tarea de organizar la información verbal e icónica basados en sus conocimientos de procesos cognitivos, perceptuales, dominio de los signos y símbolos, investigación de las imágenes mentales de los receptores, además de los saberes sobre las construcciones de tierra.

Con este bagaje de conocimientos la construcción del Plan de Comunicación responde a las preguntas: ¿Qué se hace? ¿Para quién se hace? ¿Para qué se hace?

Se considera la comunidad y sus familias, todas las exterioridades e interioridades que manifieste, tanto los mensajes gráficos que consumen como los comportamientos cotidianos así como lo que expresan y la forma en que lo expresan a través de la palabra y sus énfasis o modo de decirlo: todo comunica para el observador entrenado.

Todas las personas del sistema social seleccionado tienen que conservar la esencia de la idea propuesta en los mensajes. Estas personas son células saneadas capaces de transmitir,

de contagiar la aceptación de las construcciones de tierra, permitiendo un efecto sinérgico de todos los mensajes de la comunidad en forma clara y coherente.

4.2 Etapas del Plan de Comunicación

El Plan de Comunicación consta de tres etapas interactivas: investigación, planificación e implementación, que tienen una relación circular porque no se identifica el principio ni el fin. Las distintas actividades se enriquecen mutuamente y así se logran los objetivos y luego de evaluarlos se comienza nuevamente con el proceso, manteniendo el *background*.

La primera etapa es la búsqueda sistemática de información o investigación de la comunicación, para describir y comprender los públicos y la propia actividad de comunicación. En este conocimiento está la base imponderable para producir mensajes que en sí se constituyen en unidades de sentido.

Esta etapa una vez ejecutada con responsabilidad, permite desarrollar ampliamente la empatía y anticiparse a las respuestas del receptor y prever las conductas. Se identifican los públicos a los que llegarán los mensajes teniendo en cuenta: respuestas - actitudes- relación con el tema.

Los segmentos de público son docentes y alumnos de escuelas primarias de zonas rurales, usuarios con o sin conocimientos de construcción, y público en general, a quienes van dirigidos los mensajes, en diferentes soportes y canales.

Este es el resultado alcanzado en el Proyecto de Investigación en el cual está inserta esta ponencia.

Se realiza la segmentación del público receptor con el objetivo de construir comunicaciones adaptadas a cada sector. Para caracterizar los públicos se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

- Expectativas e intereses
- Caracterización demográfica
- Patrón identificable
- Caracterización psicológica
- Infraestructura de los públicos
- Hábitos de información

Para la producción de mensajes se identifican los conceptos estilos, que no sólo se refieren al aspecto físico del mensaje, a lo perceptible sino al significado, al aspecto interpretativo, a lo no perceptible, que es lo que debería comprender el receptor.

Paso seguido se seleccionan los medios, soportes, canales - como los medios de comunicación, las instituciones involucradas-, que constituyen las herramientas para llevar a cabo las actividades de comunicación, considerando el impacto de cada uno de ellos.

4.2.1 Campaña gráfica para el público en general

La campaña gráfica se realiza con la implementación de un sistema gráfico para la elaboración de folletos y afiches durante seis meses. El material gráfico cambiará cada mes pero constará de un identificador potente para establecer una continuidad de las ideas propuestas, comenzando con una función informativa, incrementándose la complejidad para lograr paso a paso la comprensión del tema.

El conocimiento y la visualización de la información aumentarán las expectativas del público en general sobre las bondades y requerimientos de las construcciones de tierra. Asegurando que no se puede aceptar lo que no se conoce. La inseguridad y la pobreza son dos conceptos que se pueden mejorar con el conocimiento de la tecnología y con ejemplos estéticamente agradables.

Los folletos y afiches se distribuirán en los edificios públicos, poniendo énfasis en las escuelas, centros de salud, entidades bancarias y en la municipalidad. Los afiches se expondrán además en la vía pública, en los carteles publicitarios del Municipio.

4.2.2 Folletos

Un folleto es un impreso reducido, que sirve como instrumento para la divulgación de ideas. Es una forma sencilla y económica, de informar sobre un tema.

El folleto que integra el Plan de Comunicación contiene imágenes a mano alzada y fotografías, con texto de frases cortas. El formato es un tríptico desarrollado en una hoja tamaño oficio para facilitar el fotocopiado; en lo posible será a color. Se distribuirá directamente al público en general, en los sitios antes mencionados. Otra forma de distribución es agregándolo a la edición del domingo del diario local.

Las características morfológicas que se tienen en cuenta en el diseño del folleto son:

- Redacción de títulos y subtítulos claros y atractivos.
- Argumentaciones sintéticas pero completas de los beneficios de las construcciones de tierra.
- Inclusión de fotografías de casonas y edificios contruidos con tierra representativos para la comunidad.
- Texto acompañado con algunos dibujos esquemáticos fáciles de reconocer.

Se diseñan seis folletos, uno por mes, secuenciales y numerados, respetando el sistema gráfico. El primero informa sobre los materiales que se emplean para construir, que se encuentran en el lugar donde viven y que se extraen directamente de la naturaleza; el segundo se refiere a la confección del adobe y de la quincha, comparándolo con el nido del hornero; el tercero y cuarto versarán sobre técnicas constructivas de fácil ejecución, finalmente el quinto y sexto contendrán ejemplos de construcciones de tierra estéticamente agradables y otro tipo de construcciones que tengan valor para la comunidad.

4.2.3 Afiches

Los afiches son seis, uno por mes. El mensaje contenido en el afiche es una producción de sentido destinada a informar al público en una primera instancia; posteriormente se van presentando las denotaciones para acercarse a lo connotativo y procurando que el público interprete desde los materiales a utilizar en las construcciones de tierra, hasta la secuencia de los procesos tecnológicos. Se informa y persuade sobre las bondades y requerimientos de este tipo de construcciones. El fin de esta producción es motivar al receptor a pensar, juzgar, desarrollar y construir un conocimiento que le permita realizar conductas ulteriores conducentes a querer o llegar a interesarse por construir su vivienda con estas tecnologías.

Los elementos tanto icónicos como digitales que están dispuestos en el afiche se han concebido en forma ordenada y de fácil comprensión y se ha tenido en cuenta los perfiles y características de los receptores.

4.3 Programa educativo para docentes y alumnos

El Plan de Comunicación incluye este programa educativo con el objeto de integrar la educación impartida por las escuelas primarias del ámbito rural, con las técnicas de la construcción con tierra, a través de acciones conjuntas del equipo de investigación con la comunidad educativa, que tiene como protagonista a docentes y alumnos de tercero a sexto grado del nivel primario de zonas rurales, quienes en un proceso de enseñanza aprendizaje conocen el tema y transmiten su valor cargado de sentimiento, en el diálogo cotidiano.

Es una propuesta pedagógica que propone la transmisión de saberes y experiencias a los docentes y estos a sus respectivos alumnos quienes lo transmiten a sus familias y amigos, bajo la dirección y supervisión del equipo de especialistas.

La metodología es sencilla, útil y aplicable en los niveles de educación primaria, poniendo especial énfasis en la participación de los distintos estamentos sociales de la comunidad educativa: directivos, docentes, alumnos, padres y vecinos, que se involucran en las tareas propuestas.

Esta participación responde al diseño de una transposición didáctica que comienza en el saber científico producido en la universidad y por medio de un equipo técnico es transferido a los docentes del nivel primario. Éstos, trabajan con sus alumnos y familiares, construyendo el conocimiento y la concientización sobre el tema propuesto, la construcción con tierra.

Se pretende provocar un efecto multiplicador que tiene como protagonista al alumno como trasmisor del conocimiento a su familia y a la sociedad, alentando la participación de todos en entidades intermedias y medios de comunicación para propiciar la defensa y difusión de la temática planteada.

Los alumnos se convierten en activos defensores de la idea rectora del Plan de Comunicación que es transmitir las bondades del adobe y de los sistemas de construcción con tierra que emplean materiales locales.

Se propone un trabajo metodológico mancomunado entre todos los actores sociales que intervienen. Este proceso involucra a los especialistas que transmiten su conocimiento sobre las tecnologías constructivas que emplean materiales naturales, especialmente la tierra cruda, a los docentes primarios que intervienen en la experiencia, a través de cursos teórico – prácticos que incluyen los siguientes aspectos sobre el tema:

- Importancia de construir con tierra desde la antigüedad hasta el presente, en el mundo y en San Juan.
- Generalidades sobre tecnología y morfología de las construcciones de tierra.
- Bondades y defectos del sistema constructivo.
- Aspectos estéticos de las construcciones de tierra.
- Valor patrimonial del sistema constructivo.
- Monumentos patrimoniales contruidos con tierra cruda.

Se trata de favorecer en los docentes la adquisición de conocimientos, destrezas, actitudes y competencias para transmitir la temática en forma integral.

Los maestros reciben los mensajes, los adaptan y a su vez los transmiten a sus alumnos, quienes bajo su supervisión y la colaboración de sus familias, elaboran trabajos prácticos que tratan sobre el tema aprendido.

Concluidas las tareas de aprendizaje y evaluación, se realiza un Encuentro Comunitario donde los especialistas, docentes y alumnos narran a los asistentes lo aprendido y exponen los trabajos realizados. Se elabora un documento, escrito y en soporte digital, con contenidos teóricos elaborado por el equipo de profesionales intervinientes, que incluye también los trabajos prácticos de los alumnos. Este documento se distribuye en otras escuelas primarias del ámbito rural.

El objetivo de la realización de estas actividades donde intervienen docentes, alumnos y familias, se basa fundamentalmente en la idea de que los niños se sientan protagonistas y sean verdaderos embajadores de sus saberes y sentimientos.

4.4 Programa educativo para los usuarios con o sin conocimientos de construcción con tierra

Se plantea un proceso de enseñanza aprendizaje que desarrolle acciones capaces de propiciar en los actores intervinientes aptitudes y actitudes sobre el reconocimiento y aprecio por el uso de la tierra en las construcciones, paso previo y necesario para una verdadera valoración de las tecnologías con tierra cruda, propia de las comunidades rurales sanjuaninas que son las encargadas de custodiarlas.

Con esta transposición del conocimiento del ámbito científico a la comunidad se pretende fortalecer la identidad de los pobladores rurales a través del reconocimiento del valor de sus construcciones de tierra, de hacer consciente los valores y sentimientos que tienen hacia su vivienda construida principalmente de adobe, de tapia o de otras tecnologías constructivas donde tiene protagonismo la tierra cruda.

El aceptar su hábitat y valorar sus viviendas como algo propio que los identifica, es reconocer estos materiales y técnicas constructivas como propias, es elevarles la autoestima y propiciar que desde la práctica de sus saberes y sentires puedan rescatar su identidad que permanentemente se ve amenazada.

Estas acciones tienen como fin último mejorar su calidad de vida y potenciar sus capacidades para el uso de la tierra como recurso para construir sus viviendas, como también brindar el apoyo tecnológico adecuado a los hacedores de sus propias viviendas que emplean prácticas inadecuadas para zonas sísmicas debido a que recrean conocimientos empíricos heredados de sus ancestros, observándose una pérdida paulatina de características y detalles constructivos, dando como resultado edificaciones en condiciones cada vez peores en cuanto a su sismo resistencia.

Se plantea un proceso de comunicación en el que se transmite conocimientos de construcción con tierra, a través del dictado de un Curso - Taller que motive a los asistentes a utilizar estos saberes como instrumento para construir sus propias viviendas u otros edificios, empleando la tecnología aprendida, poniendo énfasis en los cambios necesarios a realizar en las prácticas erróneas que se realizan comúnmente que disminuyen su resistencia al sismo.

El curso se desarrolla a partir de la transferencia del conocimiento teórico práctico del equipo de extensionistas, a miembros de la comunidad del Departamento Pocito. La formación se refiere al estudio particularizado sobre los materiales, principalmente el adobe, y a las tecnologías constructivas que utilizan la tierra cruda como materia prima preponderante.

Los cursos son teórico – prácticos y la formación se refuerza con la entrega de un manual de autoconstrucción confeccionado y probado en Proyectos de Extensión desarrollados en años anteriores. El dictado de las clases teóricas incluye mensajes gráficos adaptados al nivel educativo de los distintos receptores con el fin de favorecer el proceso enseñanza aprendizaje. Las clases prácticas consisten en la elaboración en el terreno, de adobes, como así también la ejecución de distintas etapas constructivas de las tecnologías con tierra, donde participan los alumnos con el asesoramiento y supervisión de los docentes.

Estos cursos se realizan con la colaboración del Municipio, quien realiza la convocatoria, provee el lugar tanto para las clases teóricas como para las prácticas, además de los materiales y herramientas necesarias.

5. REFLEXIÓN FINAL

El Plan de Comunicación se plantea en el Proyecto de Investigación pero se aplicará posteriormente.

Las etapas que se proponen ya han sido probadas en otros proyectos con buenos resultados. Se espera lograr una comunicación exitosa, dejando siempre un espacio para la retroalimentación, lo que permitirá a futuro realizar los cambios necesarios.

Las percepciones de los pobladores se irán nutriendo de buenas ideas en las distintas comunicaciones a través del tiempo. Si bien la comunicación ideal es difícil alcanzar, se intenta lograr una comprensión del tema y sembrar una semilla de curiosidad en sus recuerdos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Capriotti Peri, P. (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago, Chile: Andros Impresores.

Rotondaro, Rodolfo (2002). *El proyecto en zonas áridas. Propuesta para el ecoproyecto con el altiplano argentino*. Memoria 1º Seminario – Exposición. Buenos Aires. Argentina. Editor Centro de Investigación Hábitat y Energía, FADU- UBA. Publicación Proterra/CYTED.

Nota

¹ PIC: *Estrategias tecnológicas y morfológicas de diseño sismo resistente para construcción y restauración de edificios de tierra*. Cód. 21/A852. Director. Arq. Juan Arturo Pereyra – Codirector Esp. Lic. Mabel Fábrega *Proyecto de Investigación*. CICITCA- UNSJ. (2012) San Juan. Argentina: Editorial FAUD.UNSJ

Currículos

Mabel Fábrega. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Especialista en Docencia Universitaria. Docente Investigador en el Instituto Regional de Planeamiento y Hábitat de la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño – UNSJ. Experiencia en investigaciones referidas a Procesos de Comunicación en públicos de zonas rurales, Comunicación en Empresas y Patrimonio Inmaterial desde la comunicación. Profesor Titular de la asignatura Psicología de la Comunicación y Adjunto en Gestión Empresarial y Mercadotecnia a cargo del módulo Comunicación, Branding Corporativo y Brand. Equity. Ambas de la Carrera Diseño Gráfico.

Liliana B. Vega. Arquitecta. Investigador en el Instituto Regional de Planeamiento y Hábitat de la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño - UNSJ

Actividad en investigación referidas a Conservación del Patrimonio Urbano de pequeños poblados rurales y tecnologías apropiadas en zonas rurales árido sísmicas.

Arturo Pereyra. Arquitecto. Docente Investigador en el Instituto Regional de Planeamiento y Hábitat de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño - UNSJ. Actividad en investigación referidas a Tecnologías Apropiadas en zonas rurales árido sísmicas.

Docente en las cátedras de Construcción con Tierra, Diseño Bioclimático e Instalaciones II. la Carrera de Arquitectura y Urbanismo.