PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN BARRIO CERO BASURA FASE I - DISEÑO DE PRUEBA PILOTO PARA PROYECTO DE RECICLAJE "CONSERVARED" DE LA FUNDACIÓN CONSERVARÉ EN EL BARRIO GETSEMANÍ DE CARTAGENA DE INDIAS

CLAUDIA MARCELA CORREA RENGIFO
PAOLA ANDREA ARTEAGA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS D. T Y C
2013

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN BARRIO CERO BASURA FASE I - DISEÑO DE PRUEBA PILOTO PARA PROYECTO DE RECICLAJE "CONSERVARED" DE LA FUNDACIÓN CONSERVARÉ EN EL BARRIO GETSEMANÍ DE CARTAGENA DE INDIAS

CLAUDIA MARCELA CORREA RENGIFO

PAOLA ANDREA ARTEAGA RODRÍGUEZ

Trabajo de grado presentado para optar al título de comunicadoras sociales

VERÓNICA MARTÍNEZ

TUTORA

Magíster en Comunicación Social UNINORTE – Comunicadora Social UTB

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARTAGENA DE INDIAS D. T Y C

2013

Nota de aceptación:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del presidente del jurado

_____

Firma del jurado

_____

Firma del jurado

_____

A mi primer gran amor, mi apoyo y mi guía: mi mamá.

Al ángel que me cuida.

A Paola, mi "compañera de universidad" y de tesis, mi amiga del alma.

A Juli, por estar y aportar sus conocimientos para el desarrollo de este proyecto.

Claudia

A mis pensamientos de infancia que creían de esto un imposible, un sueño.

A mi madre, siempre a mi madre.

A Claudia, por estar, por querer, por señalar el camino.

A Mate, por unirse a las calles difíciles.

A Verónica, por la paciencia, por creer.

A quien me dijo que se podía 'vivir sin pensar'.

Paola

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

CAPÍTULO I. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN…….. 11
1.1. Descripción del problema..... 12
1.2. Planteamiento de la pregunta de investigación …… 14
1.3. Justificación……..... 14
1.4. Objetivos……. 18

CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA, MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL Y MARCO LEGAL

2.1. Marco de Referencia…….. 19
2.2. Marco Teórico.……... 24
2.3. Marco Conceptual…….. 35
2.4. Marco Legal……... 44

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación…..…….. 47
3.2. Diseño de investigación…….. 48
3.3 Técnicas de recolección de información.……. 49
3.4. Operacionalización de variables...……..... 52
3.5. Procedimiento de investigación…….…….. 55

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis de resultados…….. 59
4.2. Manual de imagen Proyecto Barrio Cero Basura…… 83
4.3. Plan Estratégico de Comunicaciones Barrio Cero Basura Fase I…… 87

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES…… 118

BIBLIOGRAFÍA……..... 120

TABLA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Cuadro 1. Implementación de Gestión Integral de Residuos Sólidos…. 22

Cuadro 2. Clasificación de residuos……. 37

Cuadro. 3. Enfoques de investigación…… 48

Cuadro 4. Operacionalización de Variables……. 52

Cuadro 5. Operacionalización de Ejes…… 54

TABLA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Sexo…….....	59
Tabla 2. Edad…….....	59
Tabla 3. Número de personas por vivienda…….....	60
Tabla 4. Lugares de socialización……..	61
Tabla 5. Frecuencia de actividades de participación e integración vecinal en el barrio……..	63
Tabla 6. Participación en actividades de participación e integración vecinal…….	64
Tabla 7. Medios de comunicación a los que acceden regularmente…….	65
Tabla 8. Reconocimiento de la Fundación Conservaré……	66
Tabla 9. Computador en casa…….....	66
Tabla 10. No. de personas de la casa que saben utilizar el computador…….	67
Tabla 11. Acceso a internet en casa……..	68
Tabla 12. Identificación de organización que trabaje temas ambientales en Getsemaní……...	69
Tabla 13. Participación en organización o proyecto ambiental……...	70
Tabla 14. Identificación del concepto “Estrategias de Entorno Saludable”……	71
Tabla 15. Interpretación del “reciclaje”…….	72
Tabla 16. Reciclaje en la fuente……...	73
Tabla 17. Conocimiento de destino final de material reciclado en la fuente……..	73
Tabla 18. Disposición para reciclar……	74
Tabla 19. Identificación de recicladores de Getsemaní……	75
Tabla 20. Identificación de horarios de recicladores…….	76
Tabla 21. Disposición para asistir a actividades en el marco del proyecto BOB…	76
Tabla22. Tipo de participación en el proyecto……...	77
Tabla 23. Disposición de días para participar en actividades del proyecto BOB….	78
Tabla 24. Sugerencias……	79

TABLA DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1. Sexo…….. 59

Gráfica 2. Edad……. 60

Gráfica 3. Número de personas por vivienda……..... 60

Gráfica 4. Lugares de socialización…….. 62

Gráfica 5. Frecuencia de actividades de participación e integración vecinal en el barrio…… 63

Gráfica 6. Participación en actividades de participación e integración vecinal…... 64

Gráfica 7. Medios de comunicación a los que acceden regularmente…….. 65

Gráfica 8. Reconocimiento de la Fundación Conservaré……. 66

Gráfica 9. Computador en casa…… 67

Gráfica 10. No. de personas de la casa que saben utilizar el computador……. 68

Gráfica 11. Acceso a internet en casa……... 68

Gráfica 12. Identificación de organización que trabaje temas ambientales en Getsemaní…….. 69

Gráfica 13. Participación en organización o proyecto ambiental…… 70

Gráfica 14. Identificación del concepto "Estrategias de Entorno Saludable"…… 71

Gráfica 15. Interpretación del "reciclaje"……. 72

Gráfica 16. Reciclaje en la fuente……. 73

Gráfica 17. Conocimiento de destino final de material reciclado en la fuente….. 74

Gráfica 18. Disposición para reciclar……... 74

Gráfica 19. Identificación de recicladores de Getsemaní……. 75

Gráfica 20. Identificación de horarios de recicladores……. 76

Gráfica 21. Disposición para asistir a actividades en el marco del proyecto BOB... 77

Gráfica 22. Tipo de participación en el proyecto…….. 77

Gráfica 23. Disposición de días para participar en actividades del proyecto BOB.. 78

Gráfica 24. Sugerencias…… 80

ANEXOS

	Pág.
ANEXO A…….....	128
ANEXO B……..	133
ANEXO C……..	134
ANEXO D……..	135
ANEXO E……..	136
ANEXO F……...	137
ANEXO G……..	139
ANEXO H……..	140
ANEXO I……	141

INTRODUCCIÓN

Este es un proyecto de investigación realizado por Paola Arteaga Rodríguez y Claudia Correa Rengifo como trabajo de grado para optar al título de comunicadoras sociales. Este proyecto tuvo como resultado el Plan Estratégico de Comunicación "Barrio Cero Basura" Fase I, el cual tiene como propósito llevar a cabo la primera etapa de la prueba piloto del proyecto "ConservaRED" de la Fundación Conservaré.

El plan busca generar una cultura de reciclaje en los habitantes del barrio, vinculando al marco de actividades a los recicladores con el propósito de que la labor que ellos ejercen pueda tener reconocimiento digno y derribar los imaginarios peyorativos y excluyentes que tiene la sociedad sobre ellos.

La investigación dio como resultado un Plan de Comunicación idóneo de acuerdo a las características de los grupos a quienes va dirigido el Plan.

Para recolectar la información necesaria que permitiera construir un Plan Estratégico de Comunicación idóneo, dirigido a la población del barrio Getsemaní y a los recicladores que trabajan en la zona, se utilizaron tres herramientas para la recolección de la información: la revisión documental, la encuesta y la entrevista.

El análisis y el resultado de la investigación están expuestos en este proyecto.

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Cartagena genera alrededor de 916 toneladas diarias de residuos sólidos[1], que corresponde a más del 70% de los residuos del departamento, los cuales son dispuestos en el relleno sanitario "Loma de los Cocos", cuya vida útil ha sido considerada hasta el 1 de febrero de 2025, recibiendo los residuos provenientes únicamente de la ciudad capital.[2]

Tal como lo constata el Plan de Gestión Integral de Residuos (PGIR), (2007) en Cartagena el 77.6% de los residuos sólidos generados son orgánicos –aprovechables para compostaje y lombricultura- y el 18% de los residuos inorgánicos son reutilizables; lo cual se traduce en un 96% de residuos sólidos potencialmente útiles dentro de un proceso adecuado de reciclaje (El Planeta, 2011).

Además, "se calcula que cada habitante de una ciudad promedio de 1 millón de habitantes genera más o menos un kilo de basura diaria, y que separándola en la fuente; es decir, en la casa, no solo reduce esa cantidad a unos 400 gramos, sino que produce material reutilizable

[1]Pesaje de tonelada de residuos en Cartagena de Indias según datos de Caribe Verde; empresa privada prestadora del servicio para disposición final de desechos sólidos ordinarios en la ciudad.

[2]Análisis a los sistemas de disposición final de residuos sólidos por municipios en Colombia y las acciones adelantadas y previstas por los alcaldes de cada región para corregir la manera como se ha venido prestando el servicio público de aseo en las cabeceras distritales de cada departamento, en un informe realizado por la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios en el año 2009.

de valor" (Periódico El Universal, 2013). Es muy importante hacer énfasis en este último punto, puesto que en Cartagena no existe la cultura del reciclaje en la fuente, sino más bien una falta de cultura ambiental y ciudadana que fomenta el consumismo más que el reciclaje y cuidado del medio ambiente.

En Cartagena los basureros satélites –improvisados en medio de cualquier calle o barrio- son cada vez más comunes (Periódico El Universal, 2013), los rellenos sanitarios se están llenando con residuos sólidos que podrían ser perfectamente reutilizados y la recolección de materiales reciclables se hace de manera informal; en este tipo de reciclaje hay dos partes: una que deposita en bolsas sus desechos mezclados para que sean dispuestos en rellenos sanitarios y otra que escudriña esas bolsas para encontrar materiales reciclables que puedan reutilizarse en la fabricación de nuevos productos.

Basurero satélite. Tomada de Periódico El Universal (2011)

Siendo así, es evidente que el proceso actual del reciclaje en Cartagena es indeficiente, porque no hay clasificación de residuos en la fuente (los hogares) y los recicladores están ejecutando una actividad que pone en peligro su salud y que tarda muchísimo más de lo que

debería -si se estableciera una ruta o modelo de educación ambiental y reciclaje a seguir- y que de ninguna manera es rentable sopesando riesgos y tiempo del proceso por un lado y ganancias por otro.

Hay que tener en cuenta que en Cartagena el problema de basuras del cual se habla constantemente en los medios de comunicación de la ciudad no se va a remediar en un abrir y cerrar de ojos con campañas ambientales itinerantes aisladas unas con otras, y que por ello se requiere de un proyecto serio y responsable que responda a las problemáticas de la ciudad y que se mantenga en el tiempo.

Así pues, Cartagena de Indias necesita una intervención inmediata para crear una conciencia ambiental que detenga la inminente contaminación de terrenos y cuerpos de agua, y que además empiece a gestar planes que edifiquen una cultura de reciclaje en el distrito y que complementen la tendencia global hacia la reutilización de materiales reciclados –y reducción de uso de materias primas- y hacia el cuidado del planeta.

La propuesta de la Fundación Conservaré es realizar la prueba piloto del proyecto de reciclaje "ConservaRED" en el barrio Getsemaní, pero para eso requieren estrategias comunicacionales que garanticen que este no sea un proyecto más de esos que realizan actividades aisladas, sino que por el contrario sea un proyecto innovador que cambie viejas malas prácticas de disposición de desechos, por unas nuevas que apunten hacia la conservación del medio ambiente.

1.2. PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué elementos, procesos y agentes comunicativos deben hacer parte de un Plan Estratégico de Comunicación para la prueba piloto del proyecto de reciclaje "ConservaRED" de la Fundación Conservaré en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto pretende generar impacto en los espacios sociales, académicos e institucionales.

<u>En espacios sociales</u>

Desde la Comunicación Social se pueden generan cambios para el desarrollo social de las comunidades que garanticen mejores condiciones de vida entre personas que habitan espacios comunes. Por lo anterior, se espera que al finalizar el trabajo las estrategias comunicacionales propuestas sean implementadas en el barrio Getsemaní y que provoquen un gran impacto; de tal manera que la comunidad getsemanisense reemplace viejas por nuevas prácticas enfocadas a la conservación del medio ambiente a través de la adquisición de hábitos de *consumo responsable y reciclaje*.

Para la vida en sociedad, ConservaRED sería un proyecto innovador, pues en la ciudad no ha habido proyectos ambientales y mucho menos de reciclaje con Planes Estratégicos de Comunicaciones- PEC que tengan como fin un portal en la Web dispuesto para todos los usuarios del proyecto.

De la misma manera, la expectativa es que a futuro se vinculen todos los gremios sociales que conforman el barrio Getsemaní: comerciantes y habitantes del barrio en general, con el fin de generar un mayor impacto noticioso en los medios de comunicación (pieza fundamental en la difusión de las actividades del Plan Estratégico de Comunicaciones) y que el resto de la ciudadanía sienta la necesidad de hacer parte de este proyecto innovador en la ciudad de Cartagena.

Por ser un proyecto ambiental sin precedentes a nivel distrital, se espera generar un impacto positivo y de responsabilidad social y ambiental en Getsemaní, con intención de réplicas en toda la ciudad.

<u>En lo académico</u>

Para las investigadoras es un reto la creación de un Plan Estratégico de Comunicaciones acorde a los requerimientos de la Fundación Conservaré; es decir, que indague la cultura getsemanisense, que eduque a los habitantes del barrio entorno a una conciencia ambiental y de reciclaje, y que difunda estrategias comunicacionales para el cambio. El desafío se centra más que todo en impactar a la comunidad académica, consiguiendo que este

proyecto sea avalado por el gobierno distrital para su réplica en los demás barrios de Cartagena.

En este sentido, para la Universidad de Cartagena y el Programa de Comunicación Social será benéfico que sus estudiantes logren generar impacto en distintas esferas de la ciudad, por el reconocimiento académico que esto les generaría.

En lo institucional

Para la Fundación Conservaré el desarrollo de esta investigación, cuyo resultado es un Plan Estratégico de Comunicaciones para la implementación de la prueba piloto de su proyecto "ConservaRED", es fundamental y de mucha trascendencia a nivel institucional, pues será el primer proyecto ambiental grande que desarrollarán en la ciudad y con el cual se darán a conocer ante la ciudadanía en general.

Para la Alcaldía de Cartagena podrá ser una herramienta fundamental en la medida de que se vean interesados por los resultados que genere la prueba piloto que se implementará en el barrio Getsemaní en el 2014. De tal manera, que esta prueba piloto de "ConservaRED" con su Plan Estratégico de Comunicación sirva de guía y herramienta para la réplica del modelo comunicacional utilizado, y se pueda ejecutar en todos los barrios de Cartagena, logrando entornos saludables, una cultura ambiental bien fundamentada, reconocimiento del trabajo de los recicladores y prolongando la vida del planeta.

De otro modo, el impacto esperado para la comunidad de recicladores de Getsemaní es de visibilidad, de tal manera que los recolectores de residuos sólidos inorgánicos comiencen a ser identificados en el barrio donde realizan su oficio, esto teniendo en cuenta que ellos serán la pieza fundamental en la constitución de "ConservaRED" como espacio en la Web destinado a dar información acerca de los recorridos y horarios de los recicladores. Lo anterior, previendo también que este reconocimiento suceda a futuro con los recicladores que operan invisibilizados y desde siempre en todo el resto de Cartagena.

La Ashoget (Asociación de Hoteleros de Getsemaní), aunque no esté contemplada a incluirse en la primera fase del proyecto, se vería favorecida con participar y apoyar proyectos como el de ConservaRED, pues sería un beneficio de doble vía. Pues al darle respaldo a la realización del proyecto, recibirían a cambio una mejor imagen de su entorno ante los visitantes de otros lugares del mundo y podrían ofrecer planes de ecoturismo siendo aliados fundamentales de la Fundación Conservaré y del proyecto como tal.

1.4. OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar una intervención en materia de comunicación que permita el diseño de un Plan Estratégico de Comunicación enfocado hacia el reciclaje en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias para el primer semestre del año 2014.

Objetivos específicos

- Analizar la importancia de estrategias comunicacionales en proyectos sociales.
- Crear el Manual de Imagen para la marca del Plan Estratégico de Comunicación.
- Diseñar un Plan estratégico de Comunicación adecuado y efectivo para la prueba piloto del proyecto “ConservaRED” de la Fundación Conservaré.

CAPÍTULO II

MARCO DE REFERENCIA, MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL Y MARCO LEGAL

2.1. MARCO DE REFERENCIA

Este marco pretende hacer un recorrido histórico y referencial en lo que desde los años 90 hasta hoy se ha adelantado en materia de campañas de reciclaje a nivel internacional, nacional y local. De tal manera que se pudieran encontrar guías para este proyecto y sobre todo para el diseño del Plan Estratégico de Comunicación.

A nivel mundial el programa Basura Cero, pensado en 1990 por activistas filipinos y que hoy promueve la organización ambientalista Greenpeace, es un programa de recuperación de basuras y protección del medio ambiente. Basura Cero tiene la intención de reducir los niveles de residuos sólidos que terminan en los rellenos sanitarios diseñando estrategias que tienen como objetivo esencial inducir a que los individuos reduzcan el consumo, aumenten el reciclaje y así disminuyan los desechos, buscando que se creen políticas mundiales industriales donde se garantice que los productos sean fabricados sin usar elementos tóxicos para ser reutilizados y puedan volver al mercado (The GrassRoots Recycling Network).

La aplicación del programa Basura Cero en Bogotá apuesta por incluir en el proceso no sólo a las grandes industrias sino que buscar dar “reconocimiento e inclusión de la

población que desempeña el oficio de reciclaje, como prestadores del Servicio Público de Aprovechamiento, a través de Organizaciones de Recicladores Autorizadas (ORAs) […] estableciendo ‘alianzas estratégicas’ entre las organizaciones de reciclaje, el sector privado y el sector público” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012). Los ‘recicladores’ se convierten en agentes claves del proceso de Basura Cero.

El Ministerio de Ambiente de la República de Colombia y el Fondo Mundial para la vida silvestre (WWF), se unen en el año 2010 y, crean la campaña 'Soy ECOlombiano', "cuya meta es que Colombia sea reconocida en un futuro no sólo como un país mega-diverso, sino como un ejemplo de responsabilidad ambiental en el mundo" (Soy ECOlombiano, 2010).

Bajo esa premisa, la campaña nacional 'Soy ECOlombiano', consolida en la ciudad de Cartagena el evento "Cartagena es una obra maravillosa, ayúdanos a restaurarla”, cuya planeación se da a partir del impacto que produce la ciudad en el ambiente, puesto que las cifras mencionan que allí se generaban para el año 2010 750 millones de toneladas de residuos sólidos por día. Según el Fondo Mundial para la Vida Silvestre en Colombia (WWF), (2011) el propósito era que los ciudadanos aprendieran a separar los residuos, que estos se entregaran limpios y que se dispusieran en lugares adecuados. Este evento realizó, como producto de impacto una muralla elaborada con 4.000 botellas de plástico, a cargo de recicladores, artistas plásticos y voluntarios.

En el año de 1988, la Fundación Social -que trabajaba proyectos a nivel nacional- aliada con el Círculo de Obreros de la ciudad de Cartagena, consolidó en esa ciudad un programa

de economía solidaria o (también denominado proyectos de microempresa) que trabajó el tema de reciclaje, cuyo plan fue implementado en la zona de Enequén, pues ahí se encontraba el botadero a cielo abierto de la ciudad. El programa pretendió ser integral al incluir dentro de su constitución aspectos económicos (generación de ingresos), sociales (trabajo por la visibilización de los recicladores) y políticos (trabajo con la institucionalidad). El producto de este programa microempresarial fue la creación de la Pre-cooperativa Reciclar Ltda. con las familias recicladoras de Enequén.

La función de la Pre-Cooperativa era la de ejercer como centro de acopio del material que llevaban los recicladores, se hacía el lavado de los materiales recolectados y funcionaba una oficina en donde ellos establecían negociaciones con las industrias que compraban el material reciclado. La Fundación Social quedó encargada de dar capacitación administrativa para que los recicladores que hacían parte del proyecto hicieran contacto con empresas. La Pre-Cooperativa funcionó como una sede de reciclaje de 1988 a 1992, luego de que se debilitara cuando el modelo de disposición final de residuos de Cartagena –el botadero a cielo abierto- se convierte en relleno sanitario, el cual no incluía a los recicladores en su estructura[3].

[3] Información recolectada a través de una Entrevista realizada a Marylin Pasos, quien fuera una de las profesionales encargadas de impulsar y acompañar los proyectos de economía solidaria en el área de reciclaje que líderó la Fundación Social a finales de los 90 en la ciudad de Cartagena.

Para el año 2007, el Establecimiento Público Ambiental (EPA) de Cartagena de Indias, realizó un proyecto llamado 'Plan de Educación Ambiental de Cartagena', cuyo objetivo era sensibilizar a la población de la ciudad respecto a problemáticas ambientales. La intención de este era informar qué problemas había respecto al ambiente y qué se debía hacer en correspondencia a estos (EPA Cartagena, 2007).

En el año 2009 en el marco del Día Mundial del Reciclaje, en Cartagena de Indias, se adelantaba el seguimiento al Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS), supervisado por el EPA. Este Plan tenía como objetivo minimizar o eliminar los procesos de mal manejo de los residuos sólidos y con esto mejorar la salud ambiental. El Plan incluye dentro de sus propósitos el estímulo por reciclaje, incluyendo dentro de sus propósitos actividades en trabajo conjunto con recicladores. La implementación del sistema de gestión integral de residuos sólidos implica:

1. La instalación de equipamientos: centros de acopio y plantas de separación y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos e inorgánicos.
2. La inclusión social de recicladores.
3. La constitución de alianzas estratégicas con los empresarios del reciclaje.
4. El desarrollo de actitudes y prácticas ciudadanas favorables a la separación en la fuente, la reducción, el re-uso y el reciclaje.

Cuadro 1. Implementación de Gestión Integral de Residuos Sólidos[4].

[4] Tomado del Plan de Gestión de Residuos Sólidos del Distrito de Cartagena de Indias.

La Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco adelanta desde el año 2010, una campaña anual de reciclaje denominada “Reciclatón”, con el apoyo del Establecimiento Público Ambiental de Cartagena (EPA, 2010). Esta actividad se realiza en el marco del día mundial del reciclaje que se celebra los 17 de mayo de cada año, y pretende recordar la estrategia de 'Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar' en el manejo de los residuos sólidos urbanos, como el papel, cartón, vidrio, plástico y metales.

“Reciclatón 2013” se realizó el 24 de mayo y el objetivo de este año era vincular a los sectores comerciales, hoteleros y turísticos del centro histórico de la ciudad de Cartagena, a través de la aplicación de la primera prueba piloto de reciclaje en el centro histórico de la ciudad. Esta prueba piloto pretendía formar y concientizar a los sectores mencionados en temas de manejo de residuos sólidos; aprender cuáles residuos no son reciclables y cuál es la gestión adecuada que se debe realizar para su disposición final[5].

El consorcio de aseo Promoambiental Caribe (Pacaribe), (2012) lanza una campaña ambiental llamada 'Reciclaremos' con una prueba piloto aplicada en el Centro Histórico de la ciudad y a través de jornadas sociales de información realizadas por Caracol Radio, la Asociación Colombiana Hotelera Regional Bolívar, y la Alcaldía de Cartagena de Indias. El objetivo principal de esta actividad pretendía que los ciudadanos tuvieran mayor

[5]Proyecto académico propuesto en el año 2013 por la Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco, ejecutado en conjunto con el Establecimiento Público Ambiental EPA Cartagena, denominado ‘Reciclatón en el Centro Histórico’ para la ciudad de Cartagena.

compromiso para disponer sus residuos, en especial las botellas de plástico y otros residuos del mismo material. Para ello dispusieron en la zona del centro histórico de la ciudad de Cartagena (parques y plazas), botelleros con función de canecas, que permitirían facilitar y hacer eficiente la recolección de residuos (Periódico El Universal, 2012).

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Comunicación para el desarrollo

Hallar una definición de "comunicación para el desarrollo" implica delimitar primeramente, a qué desarrollo se está refiriendo. Jorge Bracho (1997), define el desarrollo -desde la modernidad- como una idea de progreso, determinada por el aumento de bienes, cifras, conocimiento. Sin embargo señala que la sociedad se regenera a partir de las interacciones entre individuos, quienes son portadores/transmisores de cultura, es decir, la cultura y el individuo en el la concepción del desarrollo en la modernidad importan.

La UNESCO, por su parte reconoce que encaminar el progreso de los países sin tener en cuenta al individuo y su cosmovisión era un intento fallido, y por lo tanto se consideró que "la idea de desarrollo tenía que ser el de las personas, en lugar de ir acumulando objetos [...] Lo importante no era 'dar cosas' a la gente sino movilizarlas a su destino" (Agustín Hatar referenciado en Agencia Española de Cooperación Internacional, 2004).

Y la vía para movilizar a los individuos se da a través de multiplicar los cauces de comunicación, liberando la comunicación y los agentes de desarrollo y, aumentando el alcance de los medios de comunicación (Klapper 1988, Schramm 1961, Rogers y

Shoemaker 1973, et al.; p, 70). Se deduce que la comunicación es trasversal a todas las esferas de la vida social y al serlo funciona como un transformador de la sociedad.

Por la incidencia de la comunicación al desarrollo en la modernidad, por la importancia de agentes de desarrollo y por la valía del individuo y su cultura dentro del espectro del progreso, es que se considera la participación del receptor como un elemento esencial al desarrollo; se debe partir del receptor para poder llegar a él nuevamente con un mensaje construido con signos familiares a él que pueda decodificar con facilidad.

La comunicación participativa "pone énfasis en la importancia de la identidad cultural de las comunidades locales y de la democratización y participación a todos los niveles—global, internacional, nacional, local e individual. Apunta hacia una estrategia, no solamente inclusive de, sino surgiendo ampliamente desde, los "receptores" tradicionales (Servaes, 2010, p; 7).

Para el investigador chileno, Carlos Del Valle, la comunicación participativa debe contener los siguientes elementos:

- De la lógica vertical a la horizontal.
- De los productos a los procesos.
- De las propuestas a corto plazo a las propuestas a largo plazo.
- De las dinámicas individuales a las colectivas.
- De las condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades.
- Del acceso a la participación.

- De la instrucción difusional a la educación comunicacional (Del Valle, 2007:19 referenciado en Marí, 2010).

Vista así, la participación ciudadana se convierte en una premisa de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. En donde la labor de los agentes de desarrollo es determinante, pues es él quien debe proponer estrategias que movilicen a los ciudadanos para que participen efectivamente y transformen su realidad por decisiones, que hacen a través de las orientaciones impartidas por medio de las estrategias ya mencionadas.

2.2.2. Estrategias de Entorno Saludable (EES)

En 1977 la Organización Mundial para la Salud (OMS) contrae el compromiso global de instaurar salud para todos. Dentro de ese marco, se realiza el 15 de junio de 1991 la tercera conferencia internacional sobre promoción de la salud, denominada Entornos Propicios para la Salud, conocida también como Conferencia de Sundsvall (Referenciado en Organización Panamericana para la Salud (PAHO), 1991).

La intención de la Conferencia era establecer lineamientos y ejemplos sobre cómo hacer del medio ambiente un espacio favorecedor para la salud y la calidad de vida. Esta conclusión se da en principio a las consideraciones que se hicieron acerca de la dualidad amiente-salud; son interdependientes e inseparables, además es una de las bases para lograr el objetivo mundial de desarrollo sostenible que en la década de los 90 se venía impulsando[6].

[6]La Organización Panamericana para la Salud PAHO hace un llamado a todos los agentes de comunitarios de la salud y el medio ambiente y a las entidades gubernamentales para que el logro de espacios propicios para la salud se incluyan como objetivos primordiales al momento de elaborar planes de desarrollo.

Las temáticas de Entornos Propicios para la Salud, generaron en la Conferencia cuatro estrategias para un entorno saludable al nivel de la comunidad (PAHO, 1991):

- Reforzar la acción de defensa de la causa a nivel de la comunidad, principalmente por conducto de grupos organizados por mujeres.
- Dar a las comunidades y a las personas los medios para administrar su propia salud y su entorno mediante la educación y diferentes medidas para facultarlas.
- Forjar alianzas a favor de la salud y de entornos propicios con miras a reforzar la cooperación entre las campañas y las estrategias a favor de la salud y del medio ambiente.
- Conciliar los intereses en conflicto de la sociedad para garantizar un acceso equitativo a entornos propicios para la salud.

En Colombia hace un poco más de 10 años se ha venido promoviendo la Estrategia de Entornos Saludables (EES), con la finalidad de que los espacios donde habitan las familias estén aptos para proveer bienestar a los individuos, y evitar cualquier tipo de amenaza que se pueda manifestar en contra de la salud de las personas.

"La Estrategia de Entornos Saludables permite realizar acciones de promoción, prevención y protección que contribuyen al mejoramiento de las condiciones de salud de las poblaciones en su entorno (hogar, escuela, trabajo, barrio, localidad) promoviendo estilos

de vida saludables complementadas con intervenciones de mejoramiento del entorno" (Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia).

Ambiente y salud, por lo tanto están relacionados y cualquier plan de desarrollo sostenible que se idealice debe incluirlos. La salud de un organismo depende de las condiciones que en el ambiente se generen, pues en principio, es el espacio donde este habita; vive.

2.2.3. Comunicación y salud

Una de las funciones que puede aportar la comunicación al propósito de mejorar la calidad de vida de las personas es que esta incide en el comportamiento de los individuos, modificándolo, en este caso, para promover estilos de vida más saludables.

En el campo de la salud, es imprescindible ejecutar planes vinculados a las políticas públicas de protección social que estén direccionados a la promoción de salud para prevenir enfermedades. Es importante informar para educar; es decir, conseguir que la gente diferencie hábitos de vida saludables que generan bienestar y hábitos de vida no saludables que pueden desembocar en afecciones, para que de esta manera sean conscientes de la importancia de crear y mantener un entorno saludable.

Es así como informar; comunicar se convierte en una materia necesaria para la construcción de contenidos que puedan motivar al cambio. Para Paul Watzlawick de la Escuela de Palo Alto la comunicación es trasversal a todas las prácticas, se fundamenta en la interacción

con otros y por lo tanto hace parte de un modelo sistémico, aduce además que "no se puede no comunicar" (Juan Irmain Referencia en Enz, Fantín y Laharrague, 2006), es decir, todo el tiempo se está generando y recibiendo mensajes que impactan en los sentidos, las emociones, la conciencia y voluntad de un individuo. La comunicación, por lo tanto tiene la capacidad de disuadir o incitar respecto de un mensaje.

Lo anterior explica que la comunicación no funciona en una sola dirección, "es una construcción de vínculos y sentidos compartidos, esto significa que estamos hablando de un diálogo entre interlocutores" (¿Cómo pensar la comunicación para la promoción de salud? 2007; p, 17) cuyos actores, tanto emisor como receptor son los encargados de producir y recibir el mensaje. Sin embargo, en este proceso comunicacional de elaboración y recepción de mensajes para la vinculación con actores de una comunidad específica, el receptor o destinatario tiene un papel principal, partiendo del hecho de que "la acción comunicativa sólo se consuma cuando el receptor del mensaje lo percibe a través de los sentidos, lo decodifica y lo entiende […] Hay comunicación cuando un significado -o al menos una parte de él- se hace común, y eso sólo sucede en el momento de la recepción" (Irmain, et al., 2006).

Trabajar con un grupo requiere que para impactar en el destinatario se le conozcan características sobre las cuales se pueda generar mensajes comunicativos que tengan sentido y sean efectivos, “para dialogar con otro, individual o colectivo, primero tengo que entender cómo es, saber qué le pasa, cuáles son sus palabras, sus historias, sus maneras de ser” (Manual de Comunicación para la Salud, 2006; p. 23).

Entendida la comunicación, entonces, como un proceso que puede estimular al receptor al cambio; al quiebre con el *status quo,* que hace parte esencial de la construcción y promoción de estrategias y tácticas alrededor de temas en salud, en donde se halla una herramienta fundamental para concientizar a determinado público sobre ejercicios cotidianos que impactan de manera negativa en el bienestar y calidad de vida de los individuos que lo conforman.

2.2.4. Plan de Comunicaciones

Un Plan de Comunicaciones es una propuesta que se desarrolla pensando en la producción de acciones y materiales comunicativos con un sentido educativo (Manual de comunicación para la salud, et al. p. 35). En ese sentido, un plan de comunicaciones lo conforman estrategias y métodos planificados que deben estar conectadas, tener sentido y lineamientos que puedan generar impacto, los cuales se construyen a través de estudios previos sobre la población con la que se está trabajando. Un plan de comunicaciones "recoge metas, estrategias, públicos objetivo, mensajes básicos, acciones, cronograma, presupuesto y métodos de evaluación" (Molero, 2005; p.4).

¿Cómo se diseña un Plan de Comunicación?

Los Planes de Comunicación se conforman por cinco etapas: análisis, planificación, desarrollo y prueba de materiales, ejecución, monitoreo y evaluación[7].

Parafraseando a Cecilia Cabañero (1991) en la publicación 'Comunicación Estratégica para proyectos de Desarrollo' del Banco Mundial, se explicará las etapas o fases del Plan de Comunicaciones sobre las cuales se fundamentará esta investigación de la siguiente manera:

La primera etapa, la de análisis, es la fase diagnóstica que deja en evidencia problemáticas de un sector, contexto, grupo social específicos. Aquí se define el asunto sobre el que se va a trabajar; los fines que se pretenden lograr y, se da un estudio minucioso sobre las actividades previas que se han ejecutado sobre el mismo tema y se delimita el público objetivo al que se piensa dirigir el Plan.

En la segunda etapa, la de planificación, se proyectan los lineamientos y tareas que se pretenden ejecutar, sustentadas por las investigaciones previas. Las actividades se diseñan en base a las características, intereses y expectativas del grupo objetivo.

La tercera etapa, la de desarrollo y prueba de materiales considera al sujeto con el que se está trabajando para elaborar los mensajes. "Para persuadir al grupo que el nuevo

[7] Según Molero (2005) las etapas de un Plan de Comunicaciones son concebidas como cíclicas. Están permanentemente retroalimentándose a través de procesos de revaluación.

comportamiento le brindará beneficios notorios, los mensajes tienen que ser fáciles de entender y culturalmente sensibles" (Cabañero, et al. 1999; p. 19).

La cuarta etapa, la de ejecución, supone la puesta en marcha de las actividades anteriormente planificadas.

La quinta y última etapa, la de monitoreo y evaluación, exige hacer seguimiento sobre el Plan ejecutado, aquí se visibiliza y mide cuál fue el impacto del mensaje en el grupo objetivo. Se reflexiona sobre las falencias y las posibles modificaciones que se le puedan hacer a este.

2.2.5. Prueba Piloto

Para conocer la efectividad, dificultad e identificar errores sobre las estrategias y tácticas de un Plan de Comunicaciones antes de que el proyecto sea ejecutado, se considera realizar primeramente un ensayo previo, conocido como prueba piloto. "La prueba piloto es aquella práctica de investigación en donde se prueba la metodología, la muestra, la funcionalidad de los instrumentos, el análisis de los datos y la viabilidad del proyecto investigativo"[8].

Una prueba piloto tiene la intención de eliminar eventuales problemas en la constitución de las estrategias del Plan de Comunicaciones (Malhotra, 2004 referenciado en Semanario

[8]Informe de los hallazgos técnicos encontrados en una prueba piloto realizada en el año 2000 por el Ministerio de la República de Colombia sobre el Modelo de oferta y demanda de recurso humano en el área de la salud en Colombia.

Estudiantil La Catarina; p. 40), y que estas puedan tener coherencia con los objetivos previamente estipulados. La prueba ha de realizarse, en lo posible, a un gran número de personas con el fin de tener una muestra diversa con la que se reduzcan las posibilidades de haber hecho una mala elección en el grupo donde se aplicó la prueba (Weinreich, 1999 referenciado en Jaso y Weisinger, 2004; p. 57).

2.2.6. Herramientas NTIC's y lógica de redes.

La globalización ha hecho del mundo un lugar conectado, que funciona a través de redes. El desarrollo de la ciencia y la tecnología ha influido en la manera cómo nos comunicamos. Dicho así, los medios masivos de comunicación configuran las relaciones entre los sujetos, influyen en las dimensiones políticas, económicas y culturales que estructuran esa globalidad.

Giddens (2001) señala que el término 'globalización' es un proceso que anula y deja sin efecto la importancia de las distancias en el espacio y las divisiones territoriales, y que a consecuencia de ello se da una reorganización del tiempo, distancia y espacio de las relaciones globales (Referenciado en Silva, 2013). De allí, se origina que las nuevas tecnologías de la información y comunicación, a través de los medios masivos, tengan un papel protagónico y casi dirigente en las políticas mundiales. "Se puede afirmar que las tecnologías -en tanto abren nuevas vías de conversación- fortalecen la comunicación" (La Penna referenciado en Enz, Fantín, Laharrague, et al.; p. 107).

Las NTIC's sustentan el marco de lo global acortando espacios, pero además, reduciendo tiempos y costos. “Las NT permiten extender una red y ampliar las posibilidades de solicitar ayuda al vencer las barreras del tiempo y el espacio. Se facilitan las peticiones a personas distantes a quienes se pueda recurrir rápidamente y se aceleran los tiempos de coordinación y ejecución de acciones” (La Penna. et al.; p. 107).

Éstas tecnologías adquieren tal importancia en las prácticas sociales que han llegado a ser instrumentos transversales a esa sociedad; todas las actividades que hacen parte de la cotidianidad de un individuo involucran en alguna medida las tecnologías de la información, hoy no es posible dejar de usarlas, son imprescindibles, puesto que en sí mismas pautan el tiempo, la manera de trabajar, aprender, comunicarse y de gobernar (Silva, et al., 2013).

Lo que da el sentido a la globalización, entonces es el funcionamiento de redes que tienen las NTIC's, no trabajan de forma centralizada, lo que buscan es interconectar y hacer circular datos; información, proceso que se da a través de Internet, esta “es una red que conecta a otras redes y dispositivos. Su fin es servir de autopista donde se comparte información o recursos. Esto lo hace por medio de páginas, sitios o softwares” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

El Plan Estratégico de Comunicación para desarrollar la prueba piloto del proyecto de reciclaje “ConservaRED” de la Fundación Conservaré en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias, tendrá elementos y conceptos que son transversales en la elaboración y ejecución de la estrategia.

Este Plan está fundamentado en un marco de objetivos sobre sostenibilidad ambiental, por lo tanto la estrategia se comprende y justifica desde nociones contextualizadas al concepto de medio ambiente y su consideración en la sociedad.

2.3.1. Medio ambiente

"Condiciones físicas, químicas y biológicas que rodean un organismo" (Seoánez, 1995, p. 398). Así define el ingeniero de medio ambiente Mariano Seóanez este conjunto de palabras. Medio ambiente, es así, el conjunto de elementos que permiten la vida y generan un espacio.

Seóanez, considera que el 'medio ambiente' tiene distintas acepciones y se acomoda de acuerdo al contexto del que se está hablando. Divide el 'medio ambiente' en humano y natural; donde el primero lo señala como "el conjunto de factores bióticos, abióticos y sociales que ejercen influencia sobre el hombre" (p, 398).

Mientras el medio ambiente natural es el "conjunto de condiciones naturales físicas químicas y biológicas que rodean un organismo" (p, 398). El medio ambiente humano tiene una categorización del hombre respecto a lo social, mientras el segundo concepto tiene una visión de biología sobre los organismos que componen el ambiente. Lo que resume que es del medio ambiente de donde los seres vivos obtienen los recursos que necesitan para la supervivencia.

2.3.2. Salud

La Organización Mundial para la Salud (OMS) (1946) define el término ‘salud’ como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (OMS, 1946). En ese sentido, 'salud' es hallarse en un estado de bienestar, donde los factores externos (ambiente) pueden incidir directamente sobre el cuerpo y el estado general de un individuo, tener buena salud depende también del entorno en el que se habite, si no existe un conjunto de cosas necesarias para vivir bien y que estas afecten las condiciones de un organismo se dirá que no hay salud.

2.3.3. Basura

"La basura es todo material considerado como residuo o desecho y que se necesita eliminar. Es producto de las actividades humanas y no necesariamente debe producir malos olores, ser repugnante o indeseable, pues todo dependerá de su origen y composición" (Organización Azul Ambientalistas).

Sin embargo la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), aclara que existe una diferencia entre la concepción de residuo y desecho. Mientras el residuo puede tener una segunda vida útil (reciclaje) -a estos se le denominan residuos sólidos-, el desecho requiere tratamiento especial porque su descomposición no se da fácilmente, generando un impacto negativo en el medio ambiente.

Esta división hace que sea necesario diferenciar la basura de acuerdo a su composición y tiempo que le toma en descomponerse:

Residuo orgánico: Todo desecho de origen biológico, que alguna vez estuvo vivo o fue parte de un ser vivo, por ejemplo: hojas, ramas, cáscaras y residuos de la fabricación de alimentos en el hogar, etc.	**Residuo inorgánico:** Todo desecho de origen no biológico, de origen industrial o de algún otro proceso no natural, por ejemplo: plástico, telas sintéticas, etc.	**Residuos peligrosos:** Todo desecho, ya sea de origen biológico o no, que constituye un peligro potencial y por lo cual debe ser tratado de forma especial, por ejemplo: material médico infeccioso, residuo radiactivo, ácidos y sustancias químicas corrosivas, etc.
SE DESCOMPONEN	NO SE DESCOMPONEN	NECESITAN TRATAMIENTO ESPECIAL

Cuadro 2. Clasificación de residuos[9].

[9] Tomado de informe de Organización Planetica.

El incremento de la población y el sistema de consumo mundial, aumentan la proporción y cantidad de basura generada por día. En Colombia, por ejemplo, se generan diariamente 22.911 toneladas de basura (Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, et al., 2012).

2.3.4. Reciclaje

Todos los residuos sólidos generados (en los hogares, plazas de mercado, escuelas, instituciones, vía pública, etc.) ya sean orgánicos o inorgánicos, pueden tener un proceso para que puedan volver a usarse llamado reciclaje. Para que se pueda dar una segunda vida útil a un material, es necesario que la labor inicie en el lugar en donde se generó dicho residuo (Todo sobre el Medio Ambiente).

El programa de las cuatro 'R' se creó con la intención de disminuir la proporción y cantidad de basura generada y alargar la vida útil de los rellenos sanitarios que es el sitio a donde va a para la basura que "no tiene utilidad práctica para a actividad que lo produce" (‘Todo sobre el Medio Ambiente’, esta técnica utiliza principios de ingeniería para confinar la basura en un área lo más estrecha posible, cubriéndola con capas de tierra diariamente y compactándola para reducir su volumen).

Pero los rellenos sanitarios llegan a ser agentes contaminadores para el ambiente, pues hay sustancias peligrosas, metales pesados producción de líquidos y gases que se generan cuando estos se están descomponiendo. Es por ello que se propone reducir la basura desde

el origen para que los materiales que van a parar en rellenos sanitarios sea menor (Greenpeace Argentina, 2008).

- **Reducir** la generación de desechos, disminuyendo las cantidades que consumimos.
- **Reutilizar** al máximo los objetos y materiales en diferentes usos, antes de que se conviertan en basura.
- **Reciclar** los materiales, como el papel, cartón, vidrio, plásticos como el PET, latas, etc., para convertirlos de nuevo en materia prima, útil para producir los mismos u otros objetos (Todo sobre el Medio Ambiente, et al.).
- **Recuperar:** Consiste en recuperar materiales o elementos que las industrias, generalmente, puedan utilizar como materia prima. (Fundación HazloPosible)

2.3.5. Recicladores

La actividad de reciclar, asumida desde la acción laboral, ha tomado forma en un grupo de personas que se han hecho cargo de estos materiales desechados -pero que pueden ser reutilizados- y que encuentran en estos un mecanismo de aporte económico para su subsistir.

"Muchas de estas personas son víctimas del desempleo o del subempleo, del desplazamiento forzoso, o entran dentro de la categoría de habitantes de la calle. Desde su labor, realizada por razones de supervivencia, han aportando ambiental, social y económicamente a la ciudad en general, sin que ello les haya sido reconocido" (Parra, 2004, p. 1).

El grupo de personas que ejerce la labor de reciclar, asume un trabajo que es informal, por fuera de toda legislación laboral. Por lo que su actividad ha sido invisible u opacada por las instituciones de aseo formales privadas, que en últimas no tienen en cuenta la labor de estos gremios informales en la cadena de la recolección de basuras, asumiendo este conjunto de personas un trabajo que queda en lo 'popular'[10].

Proceso de reciclaje popular:

1. Desde los lugares de generación de basura (calles, casas, instituciones, etc.), desechos inorgánicos y orgánicos son dispuestos en basuras sin algún proceso de separación.
2. Estas basuras revueltas, empacadas en bolsas son dispuestas en la calle, esperando a que las empresas de aseo formal llegue a recogerlas.

[10] Federico Parra introduce un panorama sobre el trabajo y condiciones socioeconómicas de los recicladores en Bogotá.

3. Los 'recicladores' -entre el tiempo en que son puestas las basuras a la calle y llega el servicio de aseo a recogerlas-, revisan y recuperan el material que puede ser reutilizado.
4. Inicia la parte formal del proceso, a través de la compra de estos materiales a los recicladores, por parte de pequeñas bodegas que clasifican y limpian. Pasa a bodega medianas que se encargan de distribuir a las bodegas especializadas en cada uno de los materiales reciclables.
5. Las grandes empresas productoras y transformadoras se ocupan de la última fase de este circuito, utilizando los materiales reciclados para fabricar un nuevo producto pero mezclándolo con un gran porcentaje de materia prima (Parra, et al., 2004).

2.3.6. Plan de Gestión Integral de Residuos (PGIR)

Bajo la Ley 99 de 1993 de la República de Colombia -la cual crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables-, se dicta el Decreto 1713, el cual establece que municipios y departamentos deben controlar y mitigar el impacto ambiental que estaba causando el mal manejo de los residuos sólidos en todo el país, por lo que sea constituye el Plan para la Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS).

En el distrito de Cartagena, para el año de 2004, se introduce este Plan, en cuyos objetivos se dispone a cumplir con la normativa ambiental, minimizar o eliminar los procesos de mal manejo de los residuos sólidos y con esto mejorar la salud ambiental y por ende la de los

seres vivos que lo componen, reducir costos del manejo de estos residuos y reducir la generación de residuos y poner en funcionamiento una apropiada disposición final (Alcaldía Distrital de Cartagena de Indias, PGIRS, 2007; p, 6).

2.3.7. Basura cero

El principio de este concepto (ideado desde países como Filipinas y Australia) es que no exista basura, a través de procesos de reciclaje total. Este método busca como primera medida en la cadena; disminuir el consumo (y con esto disminuir los desechos) y que los materiales con los que se elaboren estos mismos garanticen que se puedan volver a utilizar y, aumentar los niveles de reciclaje.

El método de Basura Cero "cuestiona los sistemas comerciales mal diseñados que utilizan demasiados recursos para lograr que muy pocas personas sean más productivas" y que dependen para ellos de materiales tóxicos" (Greenpeace Argentina, 2003).

Plantea además, que la participación ciudadana es vital para la constitución y eficacia del método. Emprende la situación desde las mismas comunidades, trabajando en redes, donde se pueda generar empleo,

> 'Basura Cero' permite compatibilizar virtuosamente economía, trabajo y limpieza ya que ofrece una solución para la crisis en la que se encuentran los rellenos sanitarios, que se agotan y son muy resistidos por los vecinos; genera una

> actividad económica que demanda una importante mano de obra y crea un circuito de materiales y energía eficiente y ambientalmente sustentable (Greenpeace Argentina, et al; 2003).

Se plantea desde aquí que el trabajo de los 'recicladores' tiene parte conveniente y vital en el proceso de 'Basura cero'.

2.3.8. Comunicación

Erick Torrico (2004) define la comunicación como un elemento estructural de la sociedad, es decir, la comunicación como la base o fundamento de las relaciones entre los sujetos, aduciendo que la comunicación es inherentemente social; no hay sociedad sin comunicación (o viceversa). Torrico introduce este concepto más allá de la concepción reducida que se hacía sobre esta área, la comunicación no es solamente instrumental, ligada exclusivamente a los medios y a la tecnología, es un proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados (Torrico, 2004; p 21)

2.4. MARCO LEGAL

- Ley 99 de 1993, “Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental - SINA- y se dictan otras disposiciones”.

- Ley 142 de 1994, por la cual “Se establece el régimen de todos los servicios públicos domiciliarios, entre ellos el servicio de aseo y se dictan otras disposiciones”.

- Ley 632 de 2000, la cual “Señala los esquemas de prestación del servicio público domiciliario de aseo para las actividades de recolección y transporte de residuos ordinarios de grandes generadores, de reciclaje, tratamiento, aprovechamiento, disposición final de residuos sólidos y operación comercial”.

- En el Decreto 1713 de 2002. “Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, en relación con la prestación del servicio público de aseo” se dan algunas definiciones importantes en temática ambiental, entre ellas el “Aprovechamiento en el marco de la Gestión Integral de Residuos Sólidos”, la cual se presenta como un proceso mediante el cual, a través de un manejo integral de los residuos sólidos, los materiales recuperados se reincorporan al ciclo económico y productivo en forma

eficiente, por medio de la reutilización, el reciclaje, la incineración con fines de generación de energía, el compostaje o cualquier otra modalidad que conlleve beneficios sanitarios, ambientales, sociales y/o económicos".

- La sentencia T-724 de 2003, resultado de una acción de tutela interpuesta por Silvio Ruiz Grisales y la Asociación de Recicladores de Bogotá contra el Distrito Capital de Bogotá – Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos, sentó precendente y fue trascendental en la inclusión de los recicladores en las concesiones en los servicios de recolección, transporte y disposición de los residuos, pues exigió incluirlos en ellas.

- Resolución 1045 del 26 de septiembre de 2003. Elaborada por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. "Por la cual se adopta la metodología para la elaboración de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos, PGIRS, y se toman otras determinaciones".

- Ley 1259 de 2008, "Por medio de la cual se instauró en el territorio nacional la aplicación del Comparendo Ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros, y se dictan otras disposiciones".

- El Auto 275 de 2011 se hace en solicitud al cumplimiento de la sentencia T-724 de 2003, para reconocer al reciclador como sujeto de especial protección del Estado

dadas sus condiciones de pobreza y vulnerabilidad. Reconoce también el trabajo de los recicladores en el componente de “aprovechamiento” en los servicios de aseo, el aporte ambiental, económico e incentiva a la consolidación de empresa por parte del gremio.

Además, responsabiliza a las autoridades municipales como desarrolladoras de estas acciones afirmativas.

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLOGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto de investigación fue de tipo mixto, pues los procesos de recolección y análisis de información para cumplir con los objetivos trazados se hicieron desde enfoques *cualitativos y cuantitativos*.

Desde el enfoque *cualitativo* se puede decir que busca adentrarse en una problemática estableciendo una relación directa con el objeto a estudiar. Acudiendo a la definición de Elsy Bonilla: "La principal característica de la investigación cualitativa es su interés por captar la realidad social 'a través de los ojos' de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto" (Bonilla y Rodríguez, 2005; p. 84). Lo anterior teniendo en cuenta que "en los métodos cualitativos, se explora el contexto estudiado para lograr las descripciones más detalladas y completas posibles de la situación, con el fin de explicar la realidad subjetiva que subyace a la acción de los miembros de la sociedad" (Bonilla y Rodríguez, et al; p. 71).

En este proyecto lo cualitativo fueron los métodos de acercamiento a los recolectores de residuos reciclables, las entrevistas establecidas con ellos y el análisis de las mismas.

Desde el enfoque *cuantitativo* se puede decir que busca entender las problemáticas desde la cuantificación de resultados. La relación con los sujetos y objetos es técnica y se hace para obtener resultados medibles o cuantificables.

El siguiente cuadro, tomado de 'El proceso de la investigación científica' de Mario Tamayo (2003), hace un compendio de las características de estos dos enfoques de investigación, los cuales fueron integrados en la investigación mixta de este proyecto.

Aspecto	Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa
Realidad	Invariable	Dinámica
Perspectiva	Externa	Interna
Enfoque	Particularizante	Holístico
Orientación	Hacia la verificación	Exploración
Diseño	Orientado al resultado	Orientado al proceso
Estructura	Rígida y sistemática	Flexible
Proceso	Controlado	Sin control
Procedimientos	Estructurados	Flexibles
Condiciones	Controladas	Naturales
Datos	Objetivos	Subjetivos
Hipótesis	Probables	Contrastables
Análisis	Inferencial / Hipotético / Deductivo	Descriptivo e Inductivo
Conclusiones	Generalizables	No generalizables
Resultados	Confiables	Válido

Cuadro. 3. Enfoques de investigación[11].

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación fue descriptiva, pues se descubrió y narró una realidad para luego trabajar sobre ella y proponer como resultado un Plan Estratégico de Comunicación.

[11] Tomado de El proceso de la investigación científica de Tamayo y Tamayo. 2003

Tal como define John W. Best, la investigación descriptiva "Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente" (Referenciado en Tamayo y Tamayo, M. et al; p.53).

3.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Con el fin de obtener la información necesaria para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación que propuso y fue el fin mismo de este proyecto, se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de información: la encuesta y la entrevista.

La encuesta

Para Naresh Malhotra las encuestas son entrevistas dirigidas a un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado con el fin de obtener la información específica que desea conocer el investigador (Referenciado en Alelú, Cantín, López, y Rodríguez). Se decidió aplicar las encuestas de manera personal y en los domicilios de los habitantes para asegurar que se diligenciaran el número de encuestas requeridas y para resolver cualquier inquietud que pudiera presentarse.

Muestra: La muestra representativa correspondía a 83 getsemanisenses. Pero por motivos de tiempo, clima, disposición de los sujetos y por la cantidad de casas vacías y nuevos hoteles en la zona, se encuestaron a 67 habitantes de Getsemaní (correspondiente al 80% de la muestra).

La muestra representativa se obtuvo a partir del siguiente cálculo:

$$n = \frac{Z^2.N.P.Q}{E^2.(N-1) + Z^2.P.Q}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Margen de seguridad (entre 95 y 100%)

N= Número de la población total

P= Probabilidad pertinente del hecho que se investiga (50%)

Q= Probabilidad no pertinente del hecho que se investiga (50%)

E= Margen de error (entre 5 y 10%)

Entonces:

n= Desconocida

Z= 0,95

N= 950 hogares

P= 0,5

Q= 0,5

E= 0,05

$$n = \frac{0{,}95^2.950.0{,}5.0{,}5}{0{,}05^2.(950-1) + 0{,}95^2.0{,}5.0{,}5}$$

$$n = \frac{0{,}9025.237{,}5}{0{,}0025.949 + 0{,}9025.0{,}25}$$

$$n = \frac{214{,}34375}{2{,}598125}$$

n = 82,5

n = 83 (Valor aproximado)

Instrumento: ANEXO A

La entrevista

Para Gaskel la entrevista denominada cualitativa es aquella donde existe un "intercambio de ideas, significados y sentimientos sobre el mundo y los eventos, cuyo principal medio son las palabras." (Referenciado en Bonilla y Rodríguez, et al; p. 159). Es así como a través de la entrevista dirigida a los recolectores de residuos inorgánicos reciclables, se pudo tener información acertada acerca de sus horarios de trabajo, sus rutas, los materiales que están recogiendo, los puntos de acopio en Getsemaní y el destino final de los materiales reciclables.

Se entrevistaron a 3 recicladores del barrio Getsemaní, al dueño del único punto de acopio existente en Getsemaní y a la directora de la Fundación Conservaré.

Lo anterior, con el fin de garantizar que el Plan Estratégico de Comunicación fuera adecuado ante las problemáticas o posibilidades detectadas en el proceso investigativo.

Instrumentos: ANEXOS C y D

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE EJES Y VARIABLES

En los siguientes cuadros se puede evidenciar la operacionalización de las variables o ejes, los cuales fueron los atributos a investigar a través de las técnicas anteriormente descritas.

Variables	**Dimensiones**	**Ítems**
Composición familiar	- Número de personas por vivienda	¿Cuántas personas habitan en su vivienda?
Comunicación	- Comunicación Intervecinal - Medios de Comunicación - Comunicación Institucional	¿Cuáles espacios de su barrio usted utiliza como lugar de socialización? ¿Con que frecuencia en su barrio se planean actividades que motiven la participación e integración vecinal? ¿Participa usted en estas actividades? ¿Cuáles medios de comunicación usted consume generalmente? ¿Conoce o ha escuchado hablar sobre la Fundación Conservaré?
NTIC'S (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación)	- Apropiación y acceso	¿Tiene computador en su casa? ¿Cuántas personas en su casa saben utilizar el computador? ¿Usted y su familia tienen acceso a internet en casa?

Participación	- Reconocimiento - Niveles de participación	¿Sabe usted de la existencia alguna organización que trabaje temas ambientales en su barrio? ¿Alguna vez usted o alguien de su familia ha hecho parte de alguna organización o proyecto ambientalista?
Estrategias de Entorno Saludable	- Concepto	¿Sabe qué son o ha escuchado hablar sobre entornos saludables?
Reciclaje	- Concepto - Cultura de reciclaje - Nivel de concientización - Reconocimiento de los recicladores	Defina en una palabra lo que para usted es el reciclaje ¿En su hogar reciclan? ¿Sabe usted a dónde van los residuos que usted recicla? Si conociera los grandes beneficios que reciclar le traería a su comunidad y que hay comunidades que ya reciclan, ¿reciclaría? ¿Identifica a alguno de los "recicladores" que transitan por su barrio? ¿Sabe qué días pasan los "recicladores" por su casa?
Componente educativo	- Disposición	¿Está dispuesto a asistir a talleres, seminarios y actividades que realice la Fundación Conservaré para la ejecución de un proyecto ambiental de reciclaje?

	- Disponibilidad	¿De qué manera le interesa participar en este proyecto? ¿Qué días está dispuesto a asistir a las actividades programadas por la Fundación?

Cuadro 4. Operacionalización de Variables.

Ejes	**Dimensiones**	**Ítems**
Condiciones socioeconómicas	Edad Nivel socioeconómico	¿Cuántos años tiene? ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
Oficio	Antigüedad Motivaciones Horarios Recorridos Materiales reciclables Destino final de residuos	¿Cuántos años lleva trabajando en torno al reciclaje? ¿Hace cuántos años tiene su punto de acopio? ¿Cómo comenzó a trabajar en este oficio y con qué motivo lo hizo? ¿Alguna vez ha decidido cambiar de oficio? ¿Por qué? ¿Cuántas veces a la semana y en qué horarios trabaja? En su trabajo, ¿Cuál es su recorrido normal? ¿Qué tipo de materiales está recogiendo actualmente para reciclar? ¿Qué tipo de materiales está comprando actualmente para reciclar? ¿A dónde van a parar los residuos que usted recoge? ¿A dónde van a parar los residuos que usted compra?

Cultura de reciclaje en Getsemaní	No. de Puntos de Acopio Apoyo Reconocimiento	¿Cuántos Puntos de Acopio para materiales reciclables hay en Getsemaní? ¿Las personas de Getsemaní reciclan? ¿Los habitantes de Getsemaní lo identifican?
Componente educativo	Disposición	¿Estaría dispuesto a hacer parte de una nueva Red de recolectores de residuos inorgánicos en la Web para que la gente lo identifique y sepa los horarios en los que usted transita por su barrio? ¿Estaría dispuesto a hacer parte de un nuevo proyecto enfocado al reciclaje?
Proyecto Barrio Cero Basura	Expectativas	¿Qué resultados espera obtener con el proyecto BOB? ¿Qué resultados espera obtener con el proyecto ConservaRED?
Macroproyecto ConservaRED	Prueba Piloto Perdurabilidad	¿Por qué eligieron a Getsemaní para implementar la prueba piloto de ConservaRED? ¿Cuál es su propuesta para que ConservaRED perdure en el tiempo?

Cuadro 5. Operacionalización de Ejes.

3.5. PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN

A continuación se describen las fases que permitieron la realización del proyecto de investigación en el transcurso de aproximadamente 6 meses (ver Cronograma en ANEXO H): revisión documental, identificación de participantes reales y potenciales, diseño metodológico, recolección de datos, resultados y análisis de la información, y elaboración

de conclusiones y recomendaciones. A continuación se describe detalladamente el proceso de cada una de las fases:

3.5.1. FASE I: REVISIÓN DOCUMENTAL

Tiempo de duración: 6 semanas.

La revisión documental para Arias "es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos" (Arias, 1999). En esta fase se hizo la revisión documental pertinente para tener claridad en cuanto a la temática del reciclaje a nivel local, nacional e internacional, sus aplicaciones y resultados en comunidades que ya conviven con esta práctica ambientalista; lo que suministró la información necesaria para plantear la descripción del problema y la pregunta problema, y desarrollar los marcos de referencia, teórico, conceptual y legal.

3.5.2. FASE II: IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES REALES Y POTENCIALES.

Tiempo de duración: 1 semana.

En esta investigación los participantes fueron los habitantes de Getsemaní y los recicladores, quienes serán a fin de cuentas, los beneficiarios directos del proyecto.

Los participantes y beneficiarios potenciales serían la Asociación de Hoteleros de Getsemaní y demás comerciantes de la zona, los habitantes de los demás barrios de la

ciudad, la Alcaldía de Cartagena y otras fundaciones y empresas que se interesen en el proyecto.

3.5.3. FASE III: DISEÑO METODOLÓGICO: FORMULACIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS Y MÉTODOS.

Tiempo de duración: 6 semanas

En esta fase se formuló el problema y se plantearon los objetivos, el tipo y diseño de investigación y las técnicas e instrumentos para la recolección de información; lo anterior, de acuerdo a una situación real dada en el contexto de la ciudad de Cartagena de Indias en cuanto a temas ambientales y en especial de reciclaje.

3.5.4. FASE IV: RECOLECCIÓN DE DATOS

Tiempo de duración: 4 semanas

Con el fin de obtener la información necesaria para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación que propuso y fue el fin mismo de este proyecto, se utilizaron como técnicas de recolección de información la encuesta y la entrevista.

3.5.5. FASE V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

Tiempo de duración: 5 semanas

En esta fase el equipo se dedicó a la tabulación y análisis de resultados de encuestas y entrevistas, a la creación del Manual de Imagen del proyecto y al diseño de un Plan Estratégico de Comunicación que fuera idóneo en correspondencia a los resultados de las encuestas y lo socializado en las entrevistas.

3.5.6. FASE VI. ELABORACIÓN DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Tiempo de duración: 1 semana.

Esta fase estuvo dedicada a la elaboración de conclusiones y recomendaciones para la implementación del Plan Estratégico de Comunicación a realizar en el año 2014.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

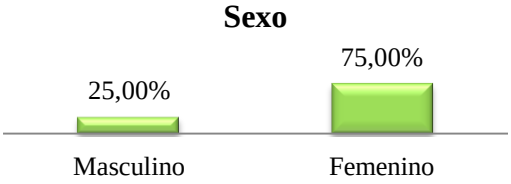
4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1.1. ANÁLISIS DE DATOS- ENCUESTA

SEXO

Sexo	No. de Frecuencia absoluta	%
Masculino	17	25,00%
Femenino	51	75,00%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 1. Sexo



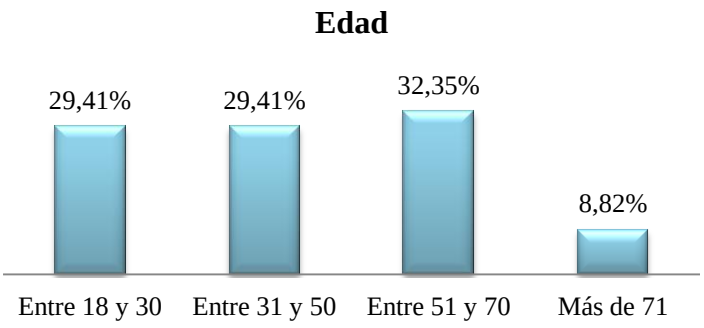
Gráfica 1. Sexo

El 75% del público encuestado fue población femenina.

EDAD

Edad	No. de Frecuencia absoluta	%
Entre 18 y 30	20	29,41%
Entre 31 y 50	20	29,41%
Entre 51 y 70	22	32,35%
Más de 71	6	8,82%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 2. Edad



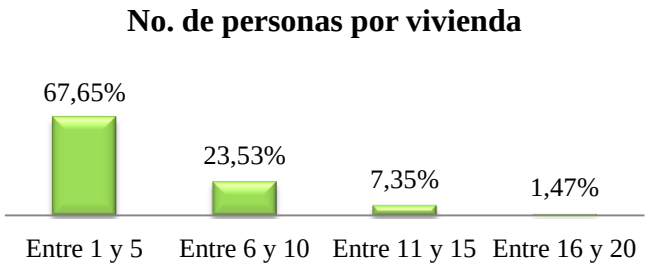
Gráfica 2. Edad

La edad de los encuestados estuvo entre 18 y 87 años, distribuidos en los siguientes porcentajes: el 29,41% fueron personas entre 18 y 30 años; otro 29,41% personas entre 31 y 50 años; el 32,35% correspondió a personas entre 51 y 70 años; el 8,82% fueron personas mayores de 71 años.

NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN EN LA VIVIENDA

No. de personas por vivienda	No. de Frecuencia absoluta	%
Entre 1 y 5	46	67,65%
Entre 6 y 10	16	23,53%
Entre 11 y 15	5	7,35%
Entre 16 y 20	1	1,47%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 3. No de personas por vivienda



Gráfica 3. No de personas por vivienda.

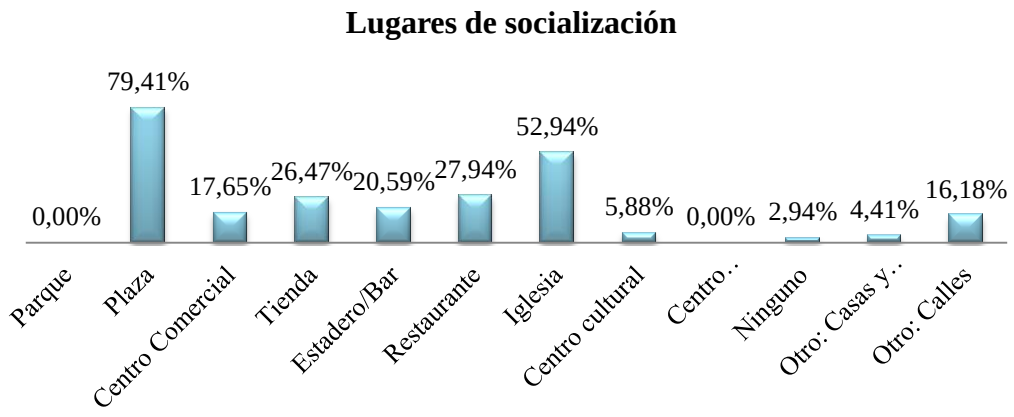
Por cada vivienda el rango de habitantes está en su mayoría entre 1 y 5 personas (67,65%); siguiéndolo el rango entre 6 y 10 personas (23,53%), luego el que está entre 11 y 15 personas (7,35%) y por último se ubica el rango de entre 16 y 20 habitantes por vivienda (1,47%).

COMUNICACIÓN

1. ¿Cuáles de los siguientes espacios de su barrio usted utiliza como lugar de socialización?

Lugares de socialización	No. de Frecuencia absoluta	%
Parque	0	0,00%
Plaza	54	79,41%
Centro Comercial	12	17,65%
Tienda	18	26,47%
Estadero/Bar	14	20,59%
Restaurante	19	27,94%
Iglesia	36	52,94%
Centro cultural	4	5,88%
Centro comunitario	0	0,00%
Ninguno	2	2,94%
Otro: Casas y terrazas	3	4,41%
Otro: Calles	11	16,18%

Tabla 4. Lugares de socialización



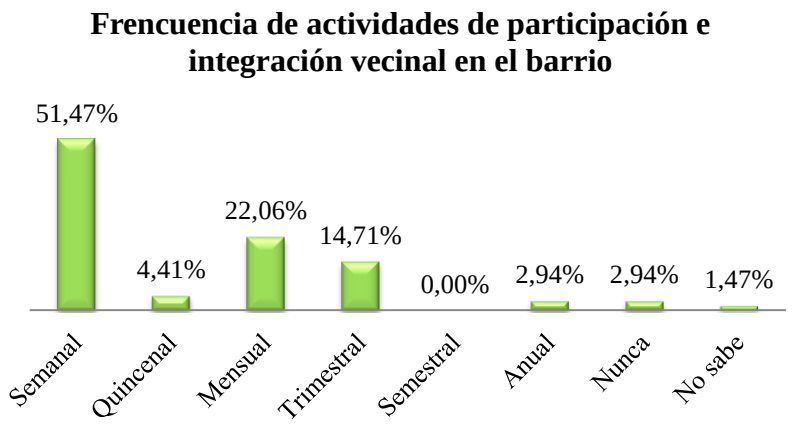
Gráfica 4. Lugares de socialización

Los resultados dejan ver a las plazas de Getsemaní como los espacios que por excelencia los habitantes del barrio usan para socializar, con un 79,41%. Los otros cuatro lugares más frecuentados por los getsemanisenses para socializar fueron: la iglesia con 52,94%, los restaurantes con un 27,94%, las tiendas con un 26,47% y los bares con un 20,59%. Estos cinco lugares fueron los de mayor importancia para el diseño del Plan Estratégico de Comunicación, pues a partir de la tendencia dada se pudieron definir los espacios para las actividades que se contemplan en el PEC.

2. ¿Con que frecuencia en su barrio se planean actividades que motiven la participación e integración vecinal?

Frecuencia de actividades de participación e integración vecinal en el barrio	**No. de Frecuencia absoluta**	**%**
Semanal	35	51,47%
Quincenal	3	4,41%
Mensual	15	22,06%
Trimestral	10	14,71%
Semestral	0	0,00%
Anual	2	2,94%
Nunca	2	2,94%
No sabe	1	1,47%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 5. Frecuencia de actividades de participación e integración vecinal en el barrio



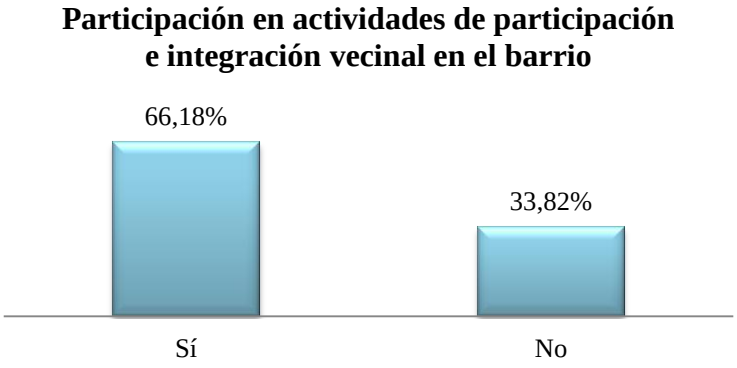
Gráfica 5. Frecuencia de actividades de participación e integración vecinal en el barrio

La mayoría de los getsemanisenses encuestados (el 51,47%) aseguran que en el barrio se realizan actividades para la participación e integración vecinal al menos una vez por semana, lo que quiere decir que en Getsemaní se realizan este tipo de actividades constantemente.

3. ¿Participa usted en estas actividades?

Participación en actividades de participación e integración vecinal en el barrio	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	45	66,18%
No	23	33,82%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 6. Participación en actividades de participación e integración vecinal



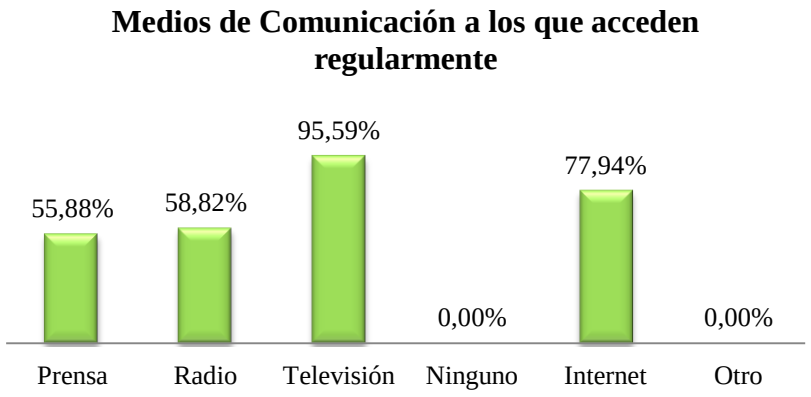
Gráfica 6. Participación en actividades de participación e integración vecinal

El 66,18% de los habitantes del barrio asisten a las actividades programadas para la participación e integración vecinal, lo que quiere decir que están familiarizados con ellas y que serían un medio oportuno para dar a conocer el Plan Estratégico de Comunicación consolidado en este proyecto. Las personas que dijeron no (33,82%), en su mayoría, aseguran que no asisten a las actividades por falta de interés y de tiempo.

4. ¿A cuáles medios de comunicación masiva acceden regularmente usted y su familia?

Medios de Comunicación a los que acceden regularmente	No. de Frecuencia absoluta	%
Prensa	38	55,88%
Radio	40	58,82%
Televisión	65	95,59%
Ninguno	0	0,00%
Internet	53	77,94%
Otro	0	0,00%

Tabla 7. Medios de comunicación a los que acceden regularmente



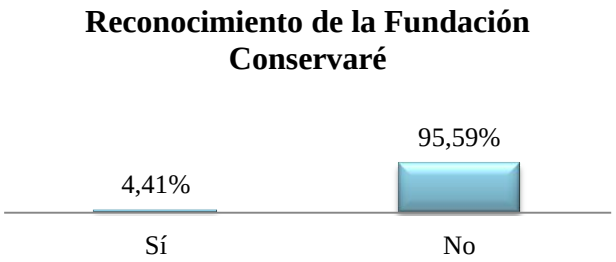
Gráfica 7. Medios de comunicación a los que acceden regularmente

En general se podría decir que los habitantes de Getsemaní acceden regularmente a todos los Medios de Comunicación Masiva, especialmente a la televisión y el internet.

5. ¿Conoce o ha escuchado hablar sobre la Fundación Conservaré?

Reconocimiento de la Fundación Conservaré	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	3	4,41%
No	65	95,59%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 8. Reconocimiento de la Fundación Conservaré



Gráfica 8. Reconocimiento de la Fundación Conservaré

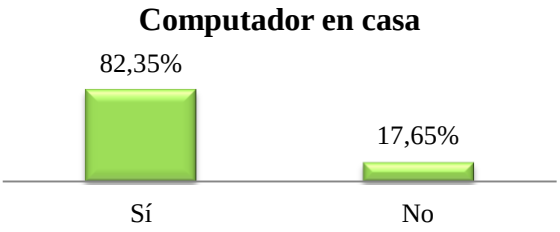
La mayoría de los habitantes de Getsemaní no identifican a la Fundación Conservaré.

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

6. ¿Tiene computador en su casa?

Computador en casa	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	56	82,35%
No	12	17,65%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 9. Computador en casa



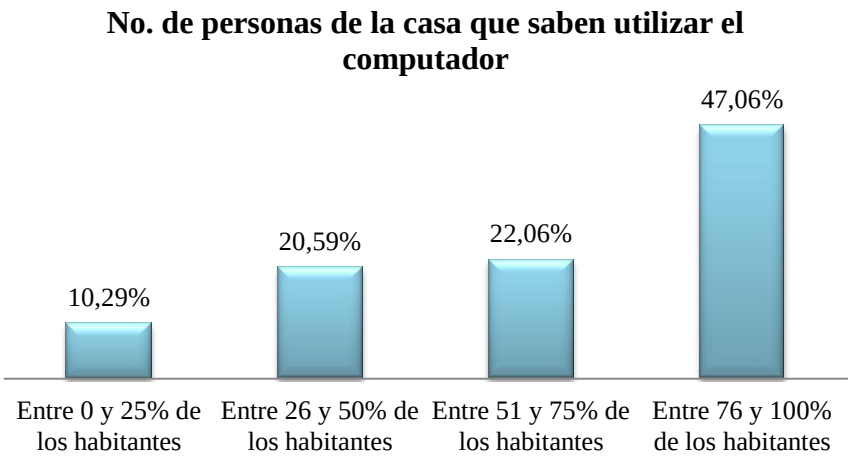
Gráfica 9. Computador en casa

El 82, 35% de los encuestados tiene computador en casa.

7. Incluyéndolo a usted, ¿cuántas personas en su casa saben utilizar el computador?

No. de personas de la casa que saben utilizar el computador	**No. de Frecuencia absoluta**	**%**
Entre 0 y 25% de los habitantes	7	10,29%
Entre 26 y 50% de los habitantes	14	20,59%
Entre 51 y 75% de los habitantes	15	22,06%
Entre 76 y 100% de los habitantes	32	47,06%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 10. No. de personas de la casa que saben utilizar el computador



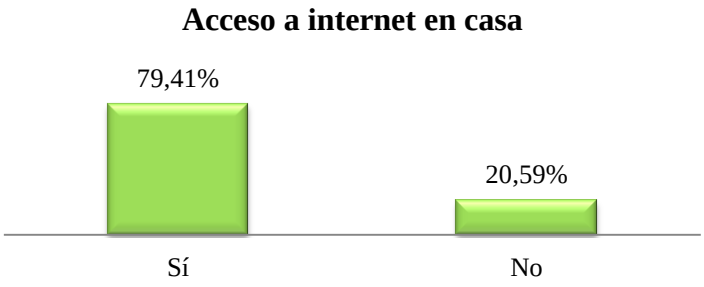
Gráfica 10. No. de personas de la casa que saben utilizar el computador

Entre el 76 y el 100% de los habitantes por hogar sabe usar el computador.

8. ¿Usted y su familia tienen acceso a internet en casa?

Acceso a internet en casa	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	54	79,41%
No	14	20,59%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 11. Acceso a internet en casa



Gráfica 11. Acceso a internet en casa

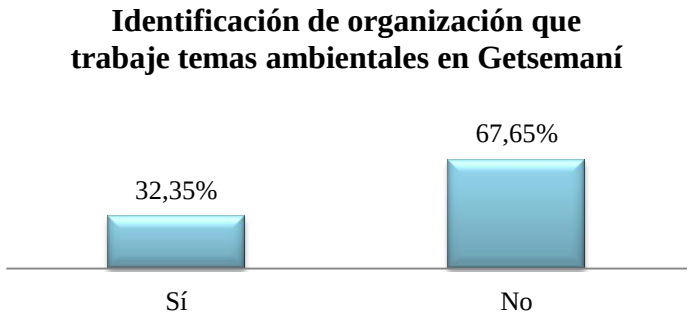
Casi el 80% de las viviendas tiene acceso a internet. Lo anterior asociado a que en más del 90% de los hogares hay al menos 1 persona que sepa usar el computador, permitió considerar al internet como un medio viable y de bajo costo para la difusión de actividades y de información general del PEC.

PARTICIPACIÓN

9. ¿Sabe usted de la existencia alguna organización que trabaje temas ambientales en su barrio?

Identificación de organización que trabaje temas ambientales en Getsemaní	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	22	32,35%
No	46	67,65%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 12. Identificación de organización que trabaje temas ambientales en Getsemaní



Gráfica 12. Identificación de organización que trabaje temas ambientales en Getsemaní

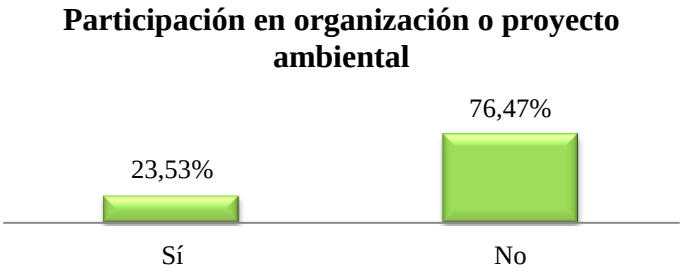
La mayoría de los getsemanisenses no conoce a ninguna organización que trabaje ambientales, lo que supone que no hay un contexto ambiental-social fortalecido en el

barrio. El 32,35% identifica a entidades públicas como el DADIS y el EPA, como también a la empresa recolectora de los residuos sólidos Pacaribe y a la Junta de Acción Comunal del barrio como figuras representativas en cuanto a actividades ambientales.

10. ¿Alguna vez usted o alguien de su familia ha hecho parte de alguna organización o proyecto ambiental?

Participación en organización o proyecto ambiental	**No. de Frecuencia absoluta**	**%**
Sí	16	23,53%
No	52	76,47%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 13. Participación en organización o proyecto ambiental



Gráfica 13. Participación en organización o proyecto ambiental

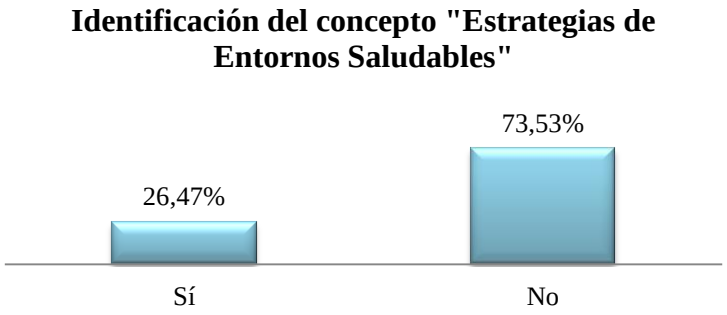
El 76,47% de encuestados no ha participado jamás en una organización o proyecto ambiental.

ESTRATEGIAS DE ENTORNO SALUDABLE

11. ¿Sabe qué son o ha escuchado hablar sobre Estrategias de Entornos Saludables?

Identificación del concepto "Estrategias de Entornos Saludables"	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	18	26,47%
No	50	73,53%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 14. Identificación del concepto “Estrategias de Entorno Saludable”



Gráfica 14. Identificación del concepto “Estrategias de Entorno Saludable”

El 73,53% de los encuestados ni siquiera ha escuchado hablar de las Estrategias de Entornos Saludables, lo que denota la lejanía de los habitantes de Getsemaní frente a las temáticas de Medio Ambiente y Salud.

RECICLAJE

12. Defina en una palabra lo que para usted es el reciclaje

Interpretación del "reciclaje"	No. de Frecuencia absoluta	%
Conceptos asociados a las 4 "R" del reciclaje	47	69,12%
Otros conceptos ambientales	12	17,65%
Definiciones opuestas al concepto de "reciclaje"	5	7,35%
Otros	3	4,41%
No sabe qué es el reciclaje	1	1,47%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 15. Interpretación del “reciclaje”

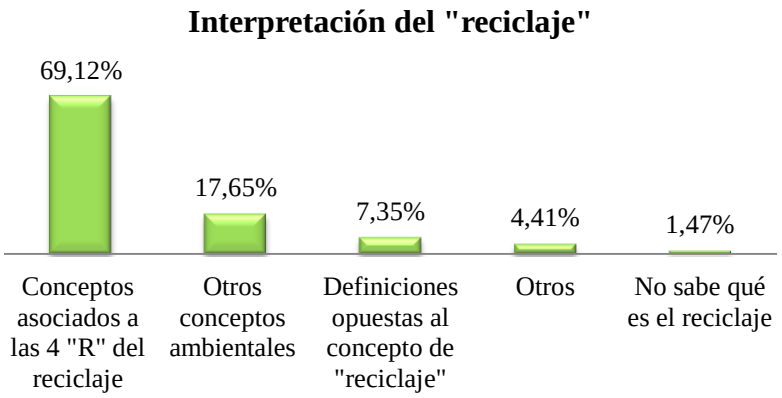


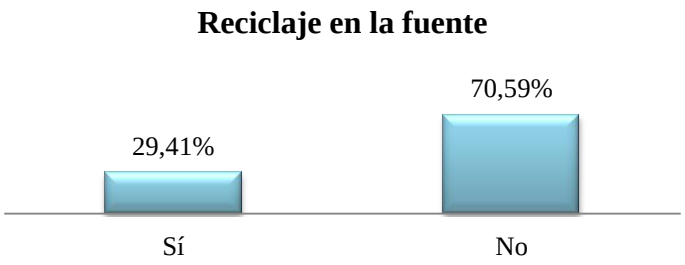
Tabla 15. Interpretación del “reciclaje”

La mayoría de los encuestados asocian el concepto de “Reciclaje” con al menos una de las 4 R del reciclaje: Rechazar, Reutilizar, Reciclar, Recuperar. Lo anterior demuestra que la gente tiene una idea clara de lo que es en teoría el reciclaje.

13. ¿Usted y su familia clasifican los desechos de su hogar?

Reciclaje en la fuente	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	20	29,41%
No	48	70,59%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 16. Reciclaje en la fuente



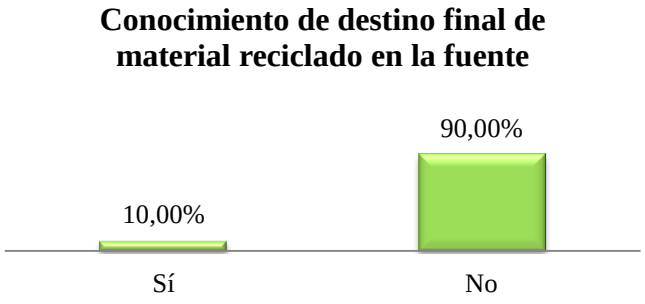
Gráfica16. Reciclaje en la fuente

La mayoría de los getsemanisenses encuestados, correspondiente al 70,59%, no practican el reciclaje en la fuente; frente a un 29,41% que sí lo hace.

14. ¿Sabe usted a dónde van los residuos que usted y su familia reciclan?

Conocimiento de destino final de material reciclado en la fuente	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	2	10,00%
No	18	90,00%
TOTAL	20	100,00%

Tabla 17. Conocimiento de destino final de material reciclado en la fuente



Gráfica 17. Conocimiento de destino final de material reciclado en la fuente

Del casi 30% de encuestados que aseguraron reciclar en la fuente, sólo el 10% sabe adónde va a parar todo el material reciclado. Lo que denota la falta de cultura de reciclaje en Cartagena de Indias.

15. Si conociera los grandes beneficios que reciclar le traería a su comunidad y que hay comunidades que ya reciclan, ¿reciclaría?

Disposición para reciclar	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	45	93,75%
No	3	6,25%
TOTAL	48	100,00%

Tabla 18. Disposición para reciclar

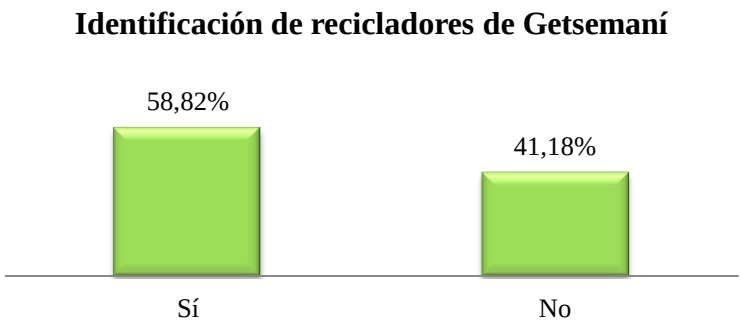
Gráfica 18. Disposición para reciclar

La mayoría de la gente que aún no recicla, aseguró estar dispuesto a hacerlo. La gente que dijo que no estaría dispuesto (3 de 68 encuestados) aludió a la falta de tiempo, al factor económico y a la supuesta complejidad que implica reciclar; los cuales son mitos que a través del PEC se pretenden derrumbar.

16. ¿Identifica a alguno de los 'recicladores' que transitan por su barrio?

Identificación de recicladores de Getsemaní	**No. de Frecuencia absoluta**	**%**
Sí	40	58,82%
No	28	41,18%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 19. Identificación de recicladores de Getsemaní



Gráfica 19. Identificación de recicladores de Getsemaní

Aunque la mayoría de los encuestados no recicla, el 58,82% identifica a los recicladores informales que transitan por Getsemaní.

17. ¿Sabe qué días pasan los ‘recicladores’ por su casa?

Identificación de horarios de recicladores	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	35	51,47%
No	33	48,53%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 20. Identificación de horarios de recicladores

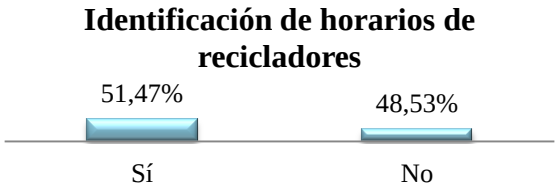


Tabla 20. Identificación de horarios de recicladores

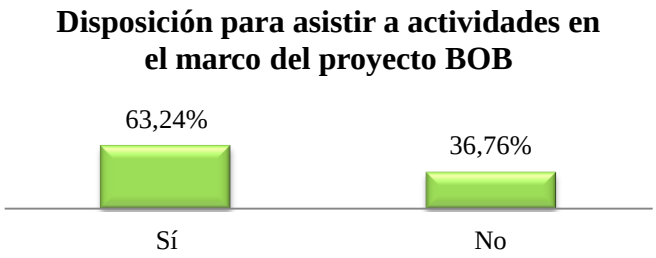
El 51,47% de los getsemanisenses sabe qué días pasan los recicladores por su casa, a pesar de no reciclar.

COMPONENTE EDUCATIVO

18. ¿Está dispuesto a asistir a talleres, seminarios y actividades que realice la Fundación Conservaré para la ejecución de un proyecto ambiental de reciclaje?

Disposición para asistir a actividades en el marco del proyecto BOB	No. de Frecuencia absoluta	%
Sí	43	63,24%
No	25	36,76%
TOTAL	68	100,00%

Tabla 21. Disposición para asistir a actividades en el marco del proyecto BOB



Gráfica 21. Disposición para asistir a actividades en el marco del proyecto BOB

Más del 60% de los encuestados está dispuesto a asistir a las actividades en el marco del Plan Estratégico de Comunicación del proyecto Barrio Cero Basura. El porcentaje restante no mostró interés en participar principalmente por falta de tiempo.

19. ¿De qué manera le interesa participar en este proyecto?

Tipo de participación en el proyecto	No. de Frecuencia absoluta	%
Como líder	8	18,60%
Como beneficiario	19	44,19%
Ambos	16	37,21%
TOTAL	43	100,00%

Tabla 22. Tipo de participación en el proyecto

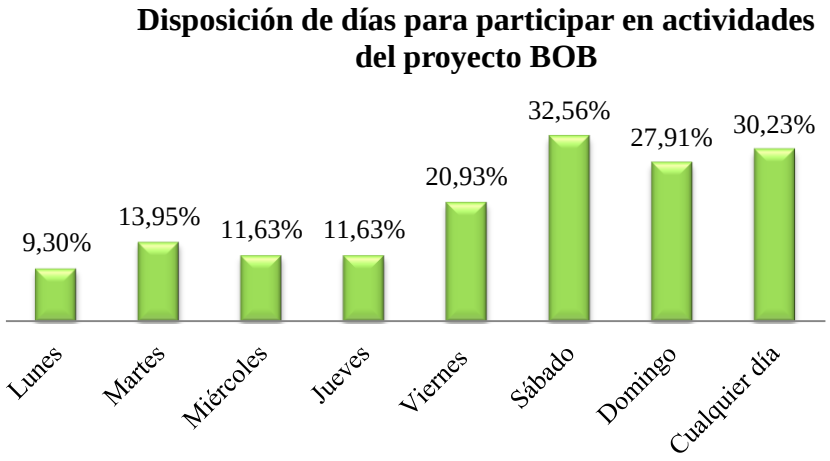
Gráfica 22. Tipo de participación en el proyecto

Quienes están interesados en participar prefieren hacerlo como beneficiarios (44,19%), seguido por quienes prefieren ser beneficiarios y líderes a la vez (37,21%).

20. ¿Qué días está dispuesto a asistir a las actividades programadas por la Fundación?

Disposición de días para participar en actividades del proyecto BOB	No. de Frecuencia absoluta	%
Lunes	4	9,30%
Martes	6	13,95%
Miércoles	5	11,63%
Jueves	5	11,63%
Viernes	9	20,93%
Sábado	14	32,56%
Domingo	12	27,91%
Cualquier día	13	30,23%

Tabla 23. Disposición de días para participar en actividades del proyecto BOB



Gráfica 23. Disposición de días para participar en actividades del proyecto BOB

La mayoría de getsemanisenses encuestados está dispuesta a asistir cualquier día de la semana, especialmente los fines de semana: viernes, sábados y domingos.

SUGERENCIAS

21. ¿Tiene usted alguna sugerencia, idea o recomendación que pueda hacer a este proyecto y que nos permita realizar una mejor estrategia comunicacional en materia de reciclaje en Getsemaní?

Sugerencia para la estrategia comunicacional de un proyecto de reciclaje en Getsemaní	**No. de Frecuencia absoluta**	**%**
Realizar un proyecto que perdure en el tiempo	4	5,88%
Estrategias efectivas de comunicación y difusión del proyecto	5	7,35%
Realizar estrategias de educación ambiental	14	20,59%
Creación de puntos de clasificación de desechos en el barrio	4	5,88%
Enlace para trabajar con otras entidades públicas y privadas	3	4,41%
Ninguna	40	58,82%

Tabla 24. Sugerencias para la estrategia comunicacional de un proyecto de reciclaje en Getsemaní

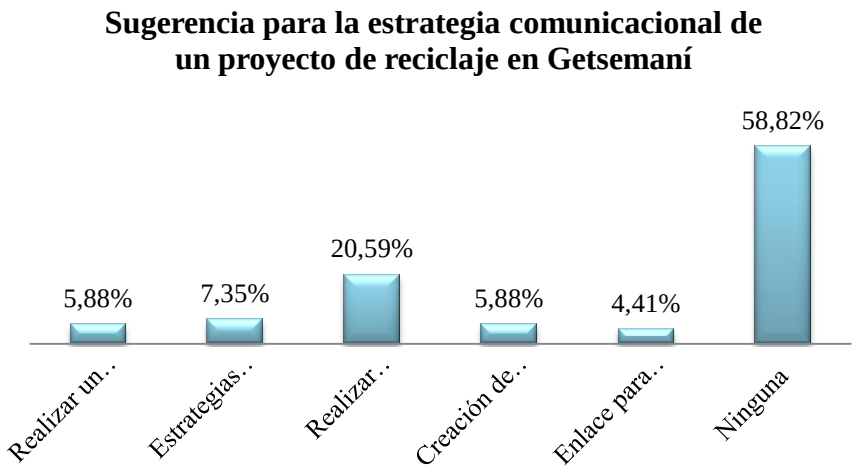


Tabla 24. Sugerencias para la estrategia comunicacional de un proyecto de reciclaje en Getsemaní

Aunque la mayoría de personas no dio sugerencia alguna, los que lo hicieron dijeron que preferirían una campaña de reciclaje donde la gente aprenda a cuidar su planeta y a valorar el medio ambiente.

4.1.2. ANÁLISIS DE RESPUESTAS- ENTREVISTAS

(VER RESPUESTAS EN ANEXOS E, F Y G)

En las entrevistas a los recicladores se detectó la falta de reconocimiento que ellos sienten que hay hacia el gremio de los recicladores, a pesar de que la gente –en este caso de Getsemaní- los identifique.

Las entrevistas muestran que las personas que se dedican a esta actividad son personas de estratos socioeconómicos bajos y en su mayoría personas que sobrepasan los 40 años que llevan muchos años dedicados a esta actividad.

Asimismo, estos sujetos explicaron que empezaron a reciclar porque era fácil “Solo ir a la basura y buscar material reciclable” y que además no les resultaba agotador por ser totalmente independiente.

Sin embargo, las entrevistas dejan en evidencia la falta de garantías que ofrece un oficio como este hoy por hoy en Cartagena de Indias.

Es importante tener en cuenta que hay gente que está vendiendo por sí misma los materiales reciclables para ganarse el dinero y que los recicladores están cansados de actividades esporádicas que no llevan a nada nuevo ni benéfico para el gremio.

Si se tiene en cuenta lo anterior y si las actividades del Plan Estratégico se cumplen organizadamente, podrán poner en un lugar distinto y más conveniente a todos los recicladores que hoy por hoy trabajan marginados.

Un aspecto que hay que tener en cuenta es que actualmente el material reciclable que menos se recoge es el vidrio, porque no se compra casi. Aun siendo el vidrio uno de los materiales más recuperables en el proceso del reciclaje.

De los puntos de acopio o depósitos se supo que la mayoría quedan ubicados en Chambacú y el Pie del Cerro, pues son cercanos a los barrios que consumen y desechan mayor cantidad de material reciclable. Y que en Getsemaní hay un solo punto de acopio, pero la mayoría de recicladores niegan conocerlo, pues en la zona no está permitido tener este tipo de negocio.

Del barrio Getsemaní se dijo que en general sus habitantes no reciclan, lo cual se pudo comprobar a través de las encuestas, aunque sí reconocen a los recicladores que transitan regularmente por su barrio.

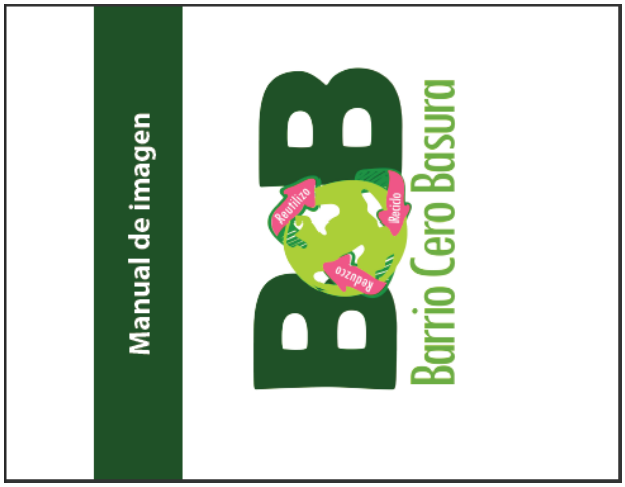
La respuesta de uno de los tres entrevistados conmina a la enseñanza acerca de la clasificación de desechos en la fuente –que es el fin mismo del Plan Estratégico de Comunicación diseñado para este proyecto-, lo cual sin duda alguna minimizaría los riesgos sanitarios a los que se ven expuestos los recicladores cada vez que abren una bolsa con residuos combinados, y además evitaría regueros de los mismos en plena calle.

Por su parte, en la entrevista a Ma. Fernanda Patiño, directora de la Fundación Conservaré, se destacó su interés por sacar el proyecto adelante, por lo cual se deja tranquilamente el Plan Estratégico de Comunicación a su cargo, con la esperanza de que perdure en el tiempo y que se logren nuevas alianzas para la ejecución del mismo.

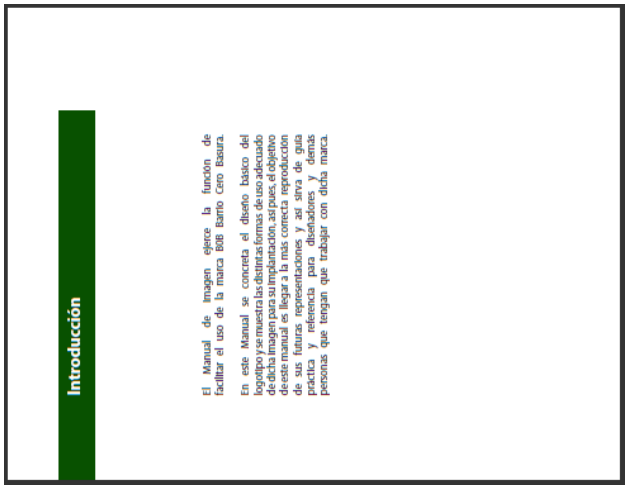
4.2. MANUAL DE IMAGEN PROYECTO BARRIO CERO BASURA

El siguiente es el Manual de Imagen diseñado para el Plan Estratégico de Comunicación Barrio Cero Basura: (VER ORIGINAL EN ANEXO DIGITAL)

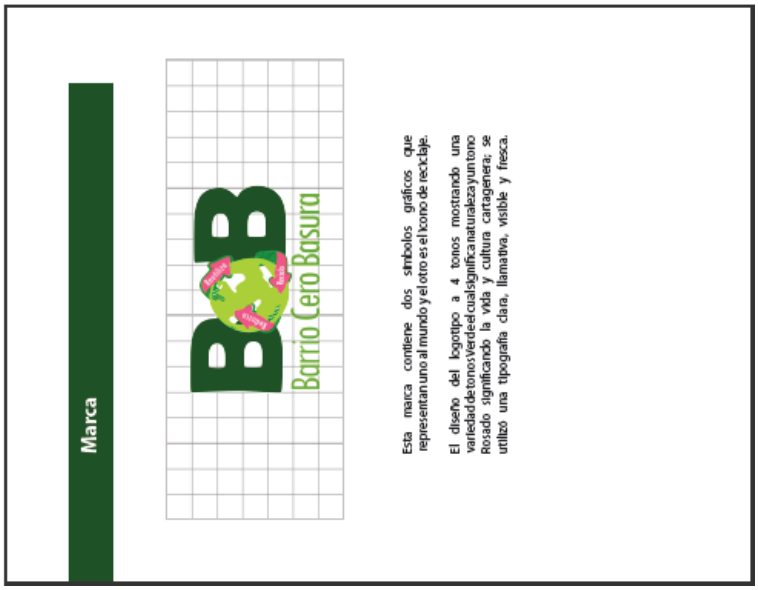
Página 1



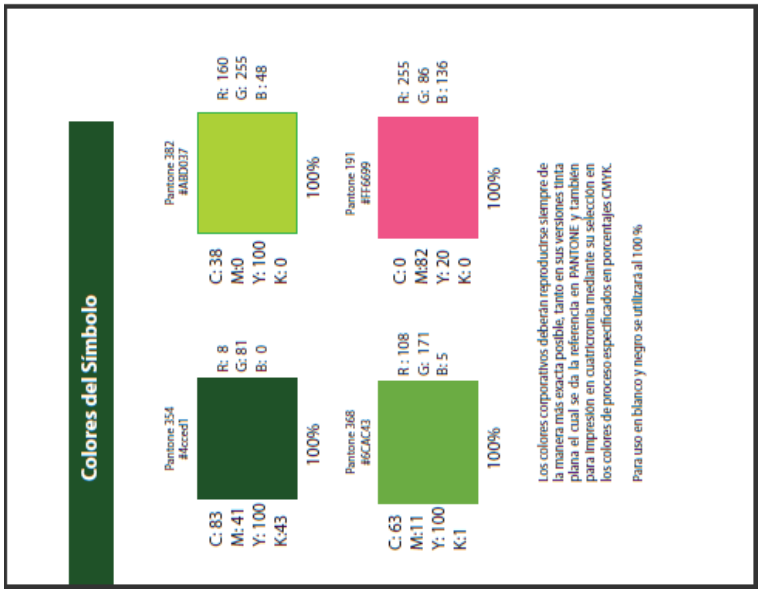
Página 2



Página 3

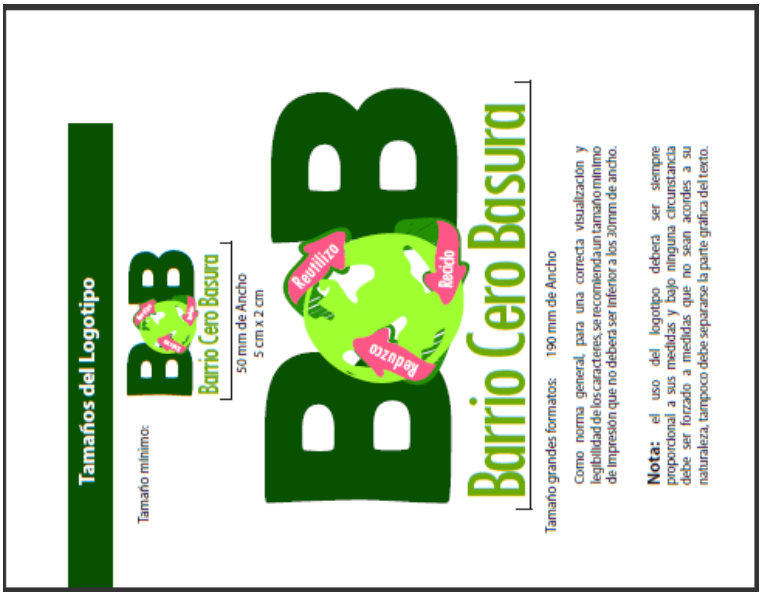


Página 4



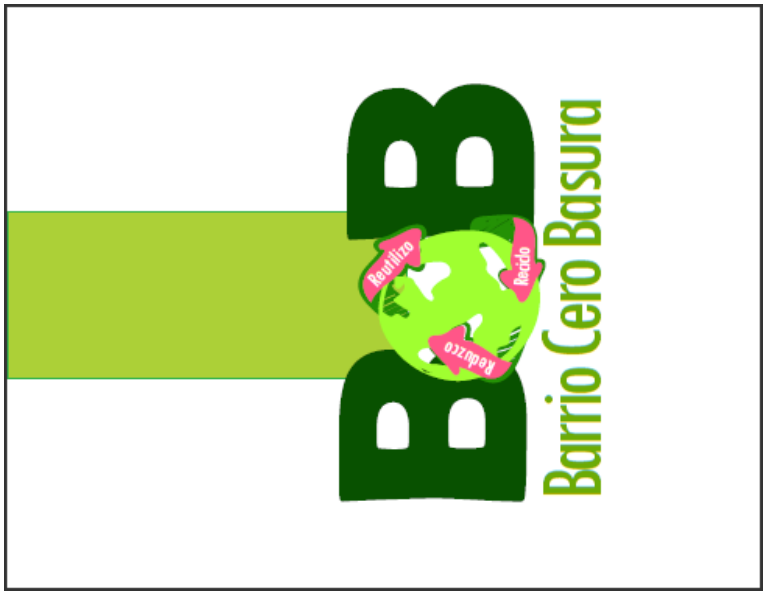
Página 5

Página 6



Página 7

Página 8



4.3. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN BARRIO CERO BASURA FASE I

Este Plan Estratégico de Comunicación es el resultado de un proceso investigativo y pretende influenciar a un grupo específico de personas para que adopten nuevas prácticas en cuanto a manejo de residuos sólidos y para visibilizar la labor de los recicladores –figuras importantes en este proceso de reciclaje informal-. Este plan ha sido pensado en dos fases: la primera que es la de publicidad de la marca y pedagogía social, y la segunda que se deberá hacer una vez finalizado esta primera fase con el fin de cumplir con el fin del macroproyecto "ConservaRED", al cual "Barrio Cero Basura" está adscrito, el cual corresponde a dar a conocer a través de un portal Web a los recicladores de cada barrio con sus rutas y horarios, incentivando así a un reciclaje organizado.

El siguiente documento será entregado impreso a la Fundación Conservaré de Cartagena de Indias. (VER ORIGINAL EN ANEXO DIGITAL)

PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

FASE I

1. Introducción

1.1. Contexto

La fundación Conservaré fue creada en diciembre de 2012 en Cartagena de Indias con el propósito de proteger el medio ambiente mediante el desarrollo de proyectos de reciclaje, reforestación, liderazgo de procesos de educación ambiental y participación ciudadana. Uno de los primeros proyectos que se pretende llevar a cabo es el de "ConservaRED", que será una herramienta de acceso libre y hospedada en la Web, que tiene como objetivo motivar a la conservación del medio ambiente desde los hogares, integrando a los usuarios a la red de reciclaje de la ciudad, a partir de la información sobre materiales que se reciben, destinos, rutas y horarios de los recolectores de residuos sólidos inorgánicos -también llamados recicladores- de la ciudad.

A través del trabajo de investigación realizado por Paola Arteaga Rodríguez y Claudia Correa Rengifo, estudiantes de la Universidad de Cartagena, se eligió un barrio de Cartagena de Indias para la implementación de la prueba piloto que se denominó "Barrio Cero Basura", adscrita al macroproyecto "ConservaRED", y se llegó a la conclusión de que para el desarrollo de un portal Web con tales características, se debía hacer un Plan Estratégico de Comunicación que trabajara con la comunidad de Getsemaní y los recicladores de la zona. Por un lado, se entendió que los getsemanisenses debían reconocer la importancia del reciclaje, adquirir el hábito y empezar a valorar el trabajo de los

recicladores; de otro modo, los recicladores debían ser asesorados y organizarse mejor, de tal manera que fuera posible la disposición de sus rutas y horarios en un portal Web.

Por lo anterior, se construye el siguiente Plan Estratégico de Comunicación “Barrio Cero Basura” FASE I y se propone una FASE II para realizar al finalizar este, el cual consistirá en la creación del portal Web a partir de los requerimientos de ConservaRED y los resultados de esta primera fase.

1.2. Política

Este documento corresponde al marco oficial de comunicaciones de la prueba piloto del proyecto Barrio Cero Basura (BOB) de la Fundación Conservaré a aplicar en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias en el año 2014.

Este Plan Estratégico de Comunicación no es más que la vía para crear un vínculo entre getsemanisenses, recicladores y las personas que trabajan en la Fundación Conservaré (ejecutores del proyecto); de tal manera que los mensajes circulen permanentemente entre todos los actores, logrando el cumplimiento de los objetivos del PEC.

Para que el desenvolvimiento del proyecto sea adecuado, las tácticas comunicacionales y de difusión del proyecto BOB deben ser bien pensadas, coordinadas, articuladas y eficaces, para lo cual se dispone de este PEC como guía comunicacional.

Teniendo en cuenta que en los proyectos sociales el marco comunicacional es el fundamento de todo, pues es el que orienta los métodos, se hace indispensable el buen uso del mismo por parte de la Fundación Conservaré, quien lo ejecutará y deberá evitar los usos incorrectos en la estrategia, la difusión de los mensajes y del logotipo.

El presente Plan de Comunicaciones está compuesto por los siguientes elementos:

Objetivos

Contextualización

Política y Modelo de comunicación

Mensaje

Destinatarios

Estrategia y actividades

Comunicación interna

Imagen comunicación externa y difusión

Responsable de comunicación del proyecto

Herramientas

Presupuesto

Cronograma

Seguimiento y evaluación. Resultados esperados

2. Objetivos

Objetivos generales del Plan Estratégico de Comunicación Barrio Cero Basura (BOB):

- Fomentar la participación activa entre actores responsables y el grupo de beneficiarios.

- Difundir los resultados que la prueba piloto del PEC genere entre las instituciones públicas que puedan incidir en una aplicación general a la ciudadanía.

Objetivos específicos de comunicación interna:

- Concertar con los agentes vinculados al proyecto la construcción de las actividades del Plan Estratégico de Comunicación.

- Informar a los agentes vinculados al proyecto (quienes ejecutan) sobre los intereses de la comunidad respecto al proyecto.

Objetivos específicos de las actividades de difusión y comunicación externa:

- Tener una comunicación con el grupo de beneficiarios que permita saber de sus intereses sobre el Plan.

- Presentar a la comunidad del barrio Getsemaní el proyecto.

- Brindar las herramientas y recursos necesarios para la implementación del Plan Estratégico de Comunicación a la comunidad.

3. Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación utilizada para pensar y materializar este Plan Estratégico de Comunicación fue la de Mercadeo Social. Esta campaña busca que la población que habita en el barrio Getsemaní de la ciudad de Cartagena, reemplace viejas formas de disponer su basura por nuevas prácticas dirigidas a la cuidado del medio ambiente a través de la adquisición de hábitos de consumo responsable y que la comunidad involucrada recicle, con el fin de incrementar prácticas sociales favorables para el planeta, en el que se pretende que los getsemanisenses asuman participación y liderazgo en las actividades propuestas del proyecto “Barrio Cero Basura”.

4. Líneas de acción

Cambio social: El proyecto “Barrio Cero Basura” pretende dar herramientas, información y acompañamiento a la comunidad del barrio Getsemaní en Cartagena para que adquieran nuevos conocimientos en el tema del reciclaje, y puedan aplicar ese aprendizaje a sus hábitos de vida y maneras de habitar el mundo, convirtiéndose en agentes de su propio cambio social.

Otra línea de acción que acompaña este Plan es la publicidad social. A partir de esta línea se empleará la utilización de materiales promocionales para la difusión de los mensajes previstos y dar a conocer la campaña del Plan Estratégico de Comunicación "Barrio Cero Basura", con el slogan "Reduzco, reutilizo, reciclo" que busca generar recordación sobre hábitos de la utilización correcta de los materiales, la reutilización de los mismos y el reciclaje.

5. Mensaje

Aspecto a difundir	Mensajes	Actividad
BOB	Barrio Cero Basura es un proyecto de la Fundación Conservaré que busca enseñar a los ciudadanos a reciclar vinculando a los recicladores en el proceso, generando así hábitos y entornos más sanos.	Cartas a beneficiarios del proyecto. Cuña radial Foro recicladores Charla getsemanisenses Página en Facebook
Reciclaje	El reciclaje es orden, salud y vida. Adquiere un nuevo hábito, ¡recicla! Las generaciones futuras estarán agradecidas.	Página en Facebook
3 erres del reciclaje	"Reduzco, Reutilizo, Reciclo."	Logo, cuña radial.
El reciclaje en la fuente	Clasificar los desechos de tu hogar es fácil Residuos reciclables: Cartón y papel, metales,	Flyer Taller a getsemanisenses

	plásticos, textiles, vidrios Residuos no reciclables: Comida, residuos sanitarios, papeles, cartones, metales y plásticos sucios o húmedos	Página en Facebook
Los recicladores como figuras importantes en el proceso de reciclaje	Mi trabajo es DIGNO. ¡Soy reciclador! Él se ensucia sus manos para salvar el planeta, ¿qué estás haciendo tú? Secretaria, profesor, bombero, taxista, arquitecto, RECICLADOR. El reciclaje también es un trabajo digno.	Camisetas para recicladores Taller a recicladores Flyer Taller a getsemanisenses Cuña radial
Estrategias de entorno saludable	Mecanismos de promoción, prevención y protección para propiciar que los espacios donde habitan las personas tengan condiciones que brinden bienestar y salud a los individuos. “Mi barrio merece un ambiente sano”	Talleres a recicladores y getsemanisenses Pendón Cuña radial

6. Beneficiarios, participantes directos e indirectos

Los grupos a los que van dirigidas las actividades del Plan Estratégico de Comunicación Barrio Cero Basura (BOB) serán los siguientes:

Destinatarios directos internos:

- La fundación Conservaré, quien es la responsable de la gestión y coordinación del Plan Estratégico de Comunicación Barrio Cero Basuras (BOB).

Destinatarios directos externos:

- La comunidad del barrio Getsemaní en Cartagena.

Destinatarios generales:

- Organismos y entidades públicas locales.

- La ciudadanía en general.

- Medios de comunicación.

7. Estrategia y actividades

Comunicación Interna: Los miembros de la Fundación Conservaré que serán los responsables de la gestión del Plan.

Comunicación Externa: Los beneficiarios directos del proyecto: getsemanisenses.

Difusión general: A través de la difusión en medios de comunicación de la aplicación del Plan a organismos y entidades públicas locales con pertinencia en el tema.

Este grupo de beneficiarios y participantes directos e indirectos han sido la base sobre cómo constituir las actividades, los mensajes a difundir, las herramientas de comunicación y la manera como se hará ha sido pensada desde las particularidades de dichos grupos y de los objetivos propuestos. Por ello la relación entre objetivos, grupos destinatarios y actividades/herramientas es, por lo tanto, la siguiente:

Destinatarios	Destinatarios Directos Internos	Destinatarios Directos Externos	Destinatarios Generales		
Objetivos			**Entidades públicas**	**Medios de comunicación**	**Ciudadanía en general**
Informar intereses de la comunidad.	Reuniones.				
Concertar construcción de actividades.	Informes de actividad.				
Comunicación participativa.		Encuestas Entrevistas Seminarios Talleres			
Difusión del proyecto		Cartas Cuña radial Foro (para recicladores). Charlas. Talleres. Logo. Flyer. Pendón. Camisetas. Página en Facebook	Notas de prensa. Cuñas radiales. Página en Facebook.	Notas de prensa. Página en Facebook.	Notas de prensa Cuñas radiales. Página en Facebook.

Nota: Las actividades para los getsemanisenses solo deberán realizarse los días viernes, sábados, domingos y festivos. Mientras que para loa recicladores las actividades deberán programarse entre lunes y jueves.

La estrategia general se divide, según los grupos destinatarios y objetivos de la comunicación y difusión en tres bloques:

7.1. Comunicación interna

Con la comunicación interna se pretende fortalecer las estrategias para el diseño, pero sobre todos para la ejecución del Plan. A través de la comunicación interna se construyen los temas que sirven de puente entre los responsables del PEC y los beneficiarios de este. Las herramientas a usar serán las siguientes:

- Reuniones en las que se discutan avances, informes, obstáculos, entre otros, en la construcción y ejecución del Plan.

- Tecnologías de comunicación: correo electrónico y teléfono. A través de estos medios se puede tener mayor rapidez en el cambio bilateral de información con los miembros de la fundación, como consultas, intercambio de documentos e información.

7.2. Imagen, comunicación externa y difusión

La población a la que se pretende llegar a través de la difusión de los mensajes del PEC serán:

- Destinatarios directos externos (beneficiarios).
- Destinatarios generales.

Las herramientas a usar para difundir los mensajes serán las siguientes:

- Imagen corporativa:
  - Creación del logotipo
- Medios:
  - Gestión de prensa
  - Boletines de prensa
  - Cuñas radiales
  - Cartas
- Material POP:
  - Pendón
  - Camisetas
  - Flyers
- Eventos:
  - Talleres
  - Foros
  - Charlas
- Tecnologías de la información:
  - Redes sociales. (Facebook)

7.3. Responsable de comunicación del proyecto

La construcción y planificación del Plan Estratégico de Comunicación estuvo a cargo de Paola Arteaga Rodríguez y Claudia Correa Rengifo, para lo cual debieron concertar con la comunidad y con los miembros de la fundación sus intereses y necesidades, acorde a esto se diseñaron las piezas y se pensaron las actividades.

La ejecución del proyecto estará a cargo de la Fundación Conservaré. Sus miembros deberán utilizar este documento como guía para la aplicación exitosa del mismo.

8. Herramientas

Las herramientas y elementos clave de difusión y comunicación son las siguientes:

- La **imagen corporativa** se presentará a través del logotipo, con el que se pretende que la comunidad conozca y tenga recordación del proyecto, y que pueda asociarlo con la Fundación Conservaré, pues será esta quien le dará institucionalidad y formalidad a las estrategias planteadas que se piensan ejecutar. Por ello los elementos visuales serán vitales, con ellos se captará la atención de los individuos y que ellos decodifiquen el símbolo con el propósito que fue creado: generar impacto ambiental.

  El logotipo se diseñó de tal manera que refleja la misión de la organización y lo que pretende lograr el PEC -su propósito-.

- A través de los **medios de comunicación** se pueden difundir mensajes relacionados con el PEC para que sean de conocimiento en la comunidad de Getsemaní. Con notas de prensa y spots radiales, por ejemplo, se puede informar a este grupo de destinatarios directos internos como también al resto de la ciudadanía sobre las actividades e intenciones del proyecto.

  La propaganda está pensada para la radio, mientras que para aparecer en la prensa, se pretende generar noticias; es decir, que el proyecto "BOB" se dé a conocer por las actividades realizadas con tal éxito que llame la atención de los medios de comunicación.

  Los boletines de prensa se deben hacer al menos una vez por semana y enviarse a los medios de comunicación escritos, y deben ser basadas en el avance del Plan Estratégico de Comunicación. Estos boletines deben ir membretados siempre con el logo de Barrio Cero Basura y de la Fundación Conservaré.

  Para los spots radiales se diseñaron cuñas con el propósito de generar recordación y apropiación de las premisas del PEC. En radio la publicidad estará dirigida a una emisora de interés público de la ciudad, donde la propaganda tenga emisión diaria, durante el tiempo en el que se lleven a cabo las actividades del Plan. Todas las cuñas radiales deben hacer referencia al nombre del proyecto "Barrio Cero Basura" y mencionar que es un proyecto social de la Fundación Conservaré.

- Dentro del **material POP** estarán incluidos: pendón, que tendrá la función de generar recordación de la marca, y camisetas y flyers que servirán para difundir los mensajes del PEC.

  El pendón y los flyers deben tener además del logo de “BOB”, un espacio para poner que es un proyecto social de la Fundación Conservaré.

- Los **eventos** se realizarán a través de charlas, foros y talleres a lo largo de un período de seis meses con una frecuencia de dos veces por mes, con una duración máxima por sesión de una hora para ambos grupos: getsemanisenses y recicladores.

  La metodología a emplear en cada una de las sesiones será la de impartir enseñanzas a través de talleristas, quienes estarán encargados de explicar los procesos de implementación del proyecto “Barrio Cero Basura” BOB en Getsemaní, los objetivos de este, cómo se dará la vinculación de su trabajo al proyecto, los beneficios y las estrategias al momento de ejecutarlo, los talleristas serán guías en los aspectos teóricos que contempla el proyecto: a través de la aplicación de herramientas pedagógicas deberán ilustrar sobre los conceptos educativos; qué son Estrategias de Entorno Saludable, por qué cuidar del medio ambiente y la importancia de su labor en el proceso de reciclaje, y por qué los recicladores son figuras importantes en el proceso de reciclaje.

Estos talleres y foros se harán en simultánea con la ejecución del resto de las actividades del proyecto BOB.

- En cuanto a las **tecnologías de la información,** en la página de Facebook creada para el proyecto “Barrio Cero Basura” se alojarán la misión, la visión y de difundirán las actividades específicas del PEC.

9. Presupuesto

Rubros	Descripción x unidad	Total
Material POP	Cartas: Impresión de 950 unidades en papel reciclable $ 100 Flyers: Impresión de 2000 unidades de 21 de alto por 14 de ancho. 280.000 Costo del diseño de 2 flyers: $ 200.000	$ 575. 000
Pendones	1 pendón en alta resolución de 120 metros de alto por 80 centímetros de ancho. Costo del diseño del pendón: $ 200. 000 + impresión $ 70.000	$ 270. 000
Camisetas	100 unidades estampadas.	$700.000
Manual de Imagen	Diseño de 1 manual de imagen corporativa del proyecto "Barrio Cero Basura".	$ 90.000
Foro	1 foro. Refrigerios para 50 personas	$ 10. 000
Charlas - Talleres	Talleres para recicladores: 12 talleres. Refrigerios para 50 personas por 12 talleres $ 120.000 Talleres para la comunidad: 12 talleres. Refrigerios para 150 personas por 12 talleres $ 360. 000 Talleristas invitados: 6 ($ 600.000 en viáticos por tallerista). *Los talleristas invitados serán los mismos para ambos talleres a los recicladores y comunidad de Getsemaní.	$ 4. 080.000
Total		**$ 5. 725. 000**

10. Cronograma

Actividad: Com + Dif	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
Plan de comunicación								
Pendón								
Flyers								
Camisetas								
Cartas								
Propagandas radiales								
Convocatoria a medios de comunicación								
Figuración en redes sociales-Facebook								
Lanzamiento								
Talleres								
Clausura								

11. Seguimiento y Evaluación – Resultados esperados

A continuación se exponen las medidas en materia de comunicación y difusión de mensajes para verificar la gestión eficaz y transparente del proyecto, pues este seguimiento demostrará el cumplimiento de las actividades previstas y resultados esperados propuestos al inicio de este Plan Estratégico de Comunicación.

Tipo de indicador	Indicador
Seguimiento	Pendón exhibido
	Cartas y flyers repartidos
	Propagandas radiales transmitidas
	Talleres
	Artículos y notas de prensa publicadas en medios de comunicación.
Resultados	Participación de la comunidad y recicladores
	Presencia en medios
	Presencia en la web

ANEXOS DEL PEC

PENDÓN (VER ORIGINAL EN ANEXO DIGITAL)

FLYERS (VER ORIGINAL EN ANEXO DIGITAL)

CAMISETA

PÁGINA EN FACEBOOK

La página en la red social Facebook está creada, pero su publicación se hará a partir del mes de diciembre. A partir de ese momento la página se podrá encontrar en el sitio: **www.facebook.com/BarrioCeroBasura**

CUÑAS RADIALES

Guión Nº 1

Cuña promoción proyecto "Barrio Cero Basura" BOB

Responsable: Fundación Conservaré.

Loc1: Voz de mujer.

Loc2: Voz de hombre.

Loc1: Secretaria, profesor, bombero, taxista, arquitecto... ¡RECICLADOR!

Loc2: El reciclaje también es un trabajo digno. BOB, Barrio Cero Basura. Una campaña social de la Fundación Conservaré.

Guión Nº2

Cuña promoción proyecto "Barrio Cero Basura" BOB

Responsable: Fundación Conservaré

Loc1: Voz de niña.

Loc2: Voz de mujer adolescente.

Loc1: Yo amo mi barrio, amo a Getsemaní. Por eso quiero que mi barrio tenga un medio ambiente sano.

Loc2: Esta es una campaña social de la Fundación Conservaré y su proyecto de reciclaje "Barrio Cero Basura" para la preservación del planeta.

Guión Nº3

Cuña promoción proyecto "Barrio Cero Basura" BOB

Responsable: Fundación Conservaré

Loc1: Voz de mujer

Loc2: Voz de hombre

Loc1: (Repite tres veces con cierta rapidez) "Reduzco, Reutilizo, Reciclo" -pausa 1 segundo- "Reduzco, Reutilizo, Reciclo", -pausa 1 segundo- "Reduzco, Reutilizo, Reciclo".

Cuidar del medio ambiente es así de fácil.

Loc2: Esta es una campaña social de la Fundación Conservaré y su proyecto de reciclaje "Barrio Cero Basura" para la preservación del planeta.

MODELO DE COMUNICADO DE PRENSA

Comunicadores, reporteros y medios de comunicación.

Título del comunicado.

Lugar y fecha. Lead.

Cuerpo de la noticia.

Ejemplo:

Lanzamiento de proyecto ambiental de reciclaje en el barrio Getsemaní.

Cartagena de Indias, 10 de noviembre de 2013. Este 1 de diciembre se realizará en el barrio Getsemaní el lanzamiento del proyecto de reciclaje "Barrio Cero Basura" BOB, en la Plaza de la Trinidad a través una exposición fotográfica, cuyo objetivo es que la población cree conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y aprenda a separar los residuos sólidos que se generan en sus hogares.

"Barrio Cero Basura" es un proyecto contemplado por la fundación ambientalista

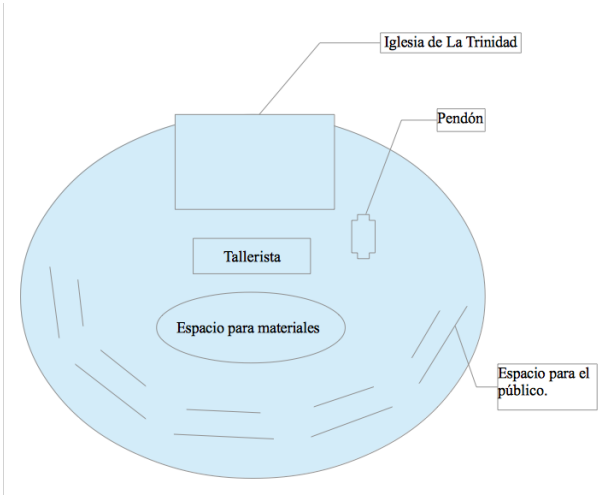
Conservaré, apoyado por estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, quienes han construido actividades con el propósito de que la comunidad getsemanisense recicle desde sus casas haciendo trabajo conjunto con los recicladores del barrio.

Los invitamos cordialmente al lanzamiento de “Barrio Cero Basura”, que será uno de los primeros realizados en el barrio que integra a la comunidad y recicladores en un mismo plan. La exposición fotográfica se hará a las 6 de la tarde y contará con la presencia de recicladores, la comunidad de Getsemaní, directivas de la fundación Conservaré y talleristas invitados para dar la explicación del Proyecto y las actividades planteadas para este. Fin del comunicado.

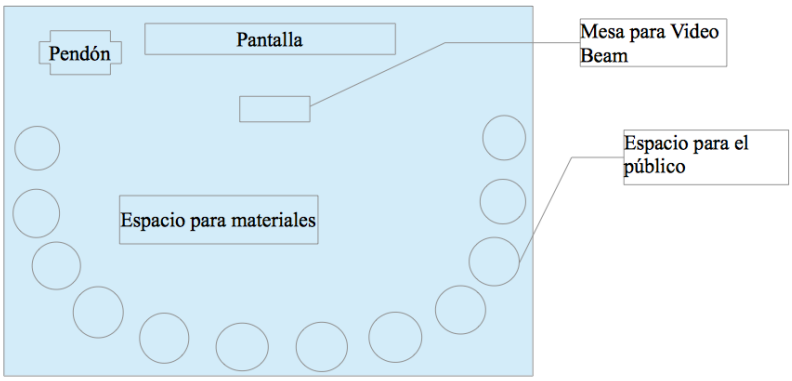
TALLERES

Espacio para talleres y charlas en espacios abiertos

(Plaza de la Trinidad de Getsemaní)



Espacio para talleres y foros en espacios cerrados (salones)



Nota: El orden de los momentos de los talleres deber ser el siguiente:

-Toma de asistencia

-Introducción del tallerista

-Exposición de la temática escogida según la población

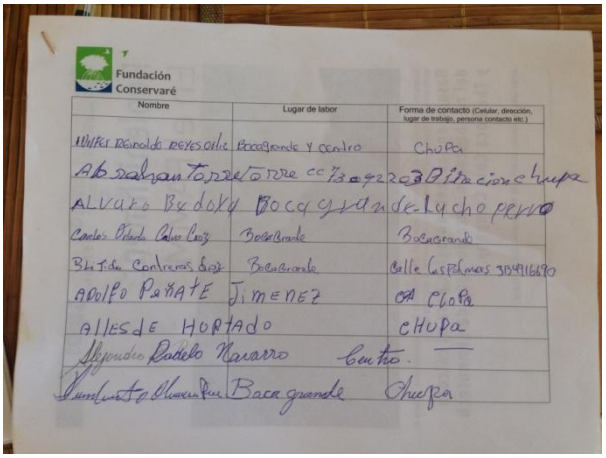
-Actividad

- Análisis y debate de las temáticas

- Cierre del taller

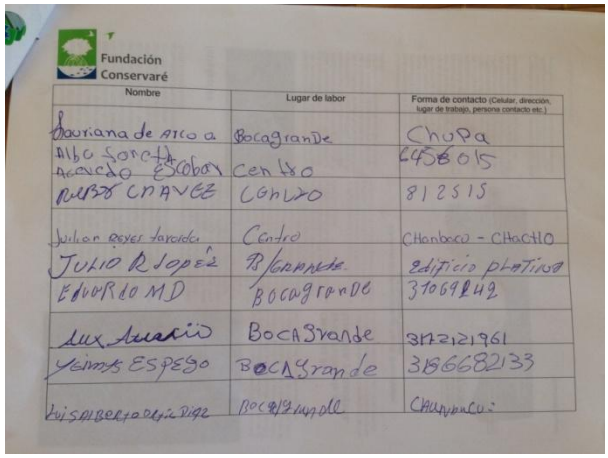
EVIDENCIAS PRIMER FORO CON RECICLADORES

Esta fue una actividad realizada en noviembre de 2013 después de terminado el PEC, con la intención de tener un acercamiento doblevía: de la fundación con los recicladores y de ellos con el proyecto, antes de iniciar formalmente la implementación del mismo.



Fundación Conserváré

Nombre	Lugar de labor	Forma de contacto (Celular, dirección, lugar de trabajo, persona contacto etc.)
Walter Reinaldo Reyes Ortiz	Bocagrande y centro	Chupa
Alb Salvador Torres Torre	cc 7302203	Oficina chupa
ALVARO BUDOY	Bocagrande	Lucho perro
Carlos Orlando Calvo Cruz	Bocagrande	Bocagrande
Blanca Contreras Díaz	Bocagrande	Calle Las Palmas 3049166190
ADOLFO PARATE JIMENEZ		CA CHUPA
ALIES DE HURTADO		CHUPA
Alejandro Rudelo Navarro	Centro.	—
Humberto Olivera Ruiz	Bocagrande	Chupa



Fundación Conserváré

Nombre	Lugar de labor	Forma de contacto (Celular, dirección, lugar de trabajo, persona contacto etc.)
Doriana de Arco a	Bocagrande	Chupa
Albo Sorta Acevedo Escobar	Centro	6458015
RUBEN CHAVEZ	Centro	812515
Julian Reyes Tarcida	Centro	Chanboca - Chactio
JULIO R Lopez	P/Granada	Edificio platino
EDUARDO MD	Bocagrande	3106942
Lux Auxilio	Bocagrande	3172121961
Yeimis Espejo	Bocagrande	3186682133
Luis Alberto Deliz Diaz	Bocagrande	Chupa

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como objetivo general del proyecto se propuso realizar una intervención en materia de comunicación que permitiera el diseño de un Plan Estratégico de Comunicación enfocado hacia la educación ambiental y de reciclaje en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias para el primer semestre del año 2014. El resultado de este fue el diseño del mencionado Plan en busca de que fuera adecuado y efectivo para la prueba piloto del proyecto "ConservaRED" de la Fundación Conservaré, denominado "Barrio Cero Basura" BOB, y la creación del Manual de Imagen para la marca del Plan Estratégico de Comunicación BOB.

De acuerdo con la investigación realizada se puede concluir que en el barrio Getsemaní de la ciudad de Cartagena se realizan pocos proyectos ambientales, las fundaciones y entidades que ejecutan planes de impacto social en el barrio están dirigidas a cubrir enfoques culturales y artísticos. Por su parte, la comunidad de Getsemaní manifiesta la necesidad de llevar a cabo un proyecto con interés ambiental que tenga perdurabilidad en el tiempo; que sea a largo plazo, pues es probable que la falta de cultura ambiental se pueda acuñar a la desidia en la ejecución de proyectos en esta área.

De los datos arrojados en el análisis de las encuestas se pudo ver que los getsemanisenses están dispuestos a reciclar y a ser parte de nuevos proyectos. Se encontró que igualmente los recicladores consultados tienen interés en participar del proyecto y en formar un

gremio; un equipo de trabajo, manifiestan la disposición para que su labor como recolectores de residuos sólidos sea reconocida y tenga un valor social en la ciudad.

Así pues, en Cartagena es viable hacer proyectos ambientales enfocados a la cultura del reciclaje, pero también es importante hacer gestión con la administración distrital, pues para que haya un reciclaje completo y que perdure en el tiempo, será necesario un trabajo colectivo entre la entidad prestadora del servicio de aseo en la ciudad "Pacaribe", la Alcaldía de Cartagena, el Establecimiento Público Ambiental (EPA) y otras fundaciones que trabajen temáticas de cultura ciudadana y ambientales.

Se espera entonces que los resultados del proyecto cumplan o superen las expectativas para así poder tomarlo como modelo y muestra para réplicas en toda la ciudad. Si así sucede se recomienda que:

- Se divulguen a gran escala los resultados de este proyecto.
- Se consoliden pactos con otras entidades que puedan darle mayor solidez al proyecto en términos económicos y sociales.
- Se mantengan los lineamientos consagrados en el Plan Estratégico de Comunicación, de tal manera que no se tergiversen de ninguna manera los objetivos y metas propuestas en el PEC.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Española de Cooperación Internacional. 2004. *Derechos culturales y desarrollo humano.* Fórum Universal de las culturas en Barcelona.

- Alcaldía Distrital de Cartagena de Indias. 2007. *Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos del Distrito de Cartagena (PGIRS).* Cartagena.

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Auto 275 de 2011*. Consultado en: http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=45330

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Bogotá Humana 'Programa Basura Cero.* Consultado en: http://www.bogotahumana.gov.co/index.php/2012-01-04-20-46-15/2012-07-16-16-44-18/basura-cero

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Decreto 1713 de 2002*. Consultada en: http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5542

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Ley 99 de 1993*. Consultada en: http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=297

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Ley 142 de 1994*. Consultada en: http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2752

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Ley 632 de 2000.* Consultada en: http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4632

- Alcaldía Mayor de Bogotá. *Sentencia T-724 de 2003.* Consultada en: http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=11617

- Alelú, M. Cantín, S. López, N. Rodríguez M. *Estudio de encuestas*. Universidad Autónoma de Madrid. Consultado en: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

- Arias, Fidias. 1999. *El proyecto de investigación.* Caracas. Editorial Episteme.

- Bonilla, E., Rodríguez, P. 2005. *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales.* Ed. Norma. Bogotá.

- Bracho, Jorge. 1997. *El discurso de la inconformidad. Expectativas y experiencias en la modernidad hispanoamericana.* Caracas. Editorial Tbrino.

- Cabañero, Cecilia. 1999. *Comunicación estratégica para proyectos de desarrollo. Etapas de un Plan de Comunicaciones.* Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. Estados Unidos. Consultado en: http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd46/comunica.pdf

- Caribe Verde. *Pesaje de tonelada de residuos*. Consultado en: http://www.caribeverde.com/estadisticas.html

- Editorial periódico 'El Universal'. 2013. *Cartagena con basuras.* Cartagena. Consultado en: http://www.eluniversal.com.co/cartagena/editorial/cartagena-con-basuras

- El Planeta. 2011 *¿Qué sería de Cartagena si reciclara?* Consultado en: http://elplaneta.co/article/%C2%BFqu%C3%A9-ser%C3%AD-cartagena-si-reciclara

- Enz, A., Fantin, R., Laharrague, I. 2006. *Comunicar para el cambio social.* La Crujía Ediciones.

- Establecimiento Público Ambiental (EPA). 2007. *Proyecto de Educación Ambiental.* Cartagena. Consultado en: http://proyectoeducativo.wikispaces.com/file/view/Proyecto+de+educaci%C3%B3n+ambiental+COPILADO+POR+JULIA+BENITEZ.pdf

- Fondo Mundial para la Vida Silvestre WWF. 2011. *"Soy ECOlombiano llega a Cartagena para impulsar las buenas prácticas en el manejo de residuos"*. Consultado en: http://www.wwf.org.co/?201976/SoyECOlombianoLlegaCartagenaImpulsarBuenasPracticasManejoResiduos

- Fundación Universitaria Tecnológico de Comfenalco. 2013. *Evento académico 'Reciclatón en el Centro Histórico'.* Cartagena. Archivo del Establecimiento Público EPA Cartagena.

- Greenpeace Argentina. Basura Cero. 2008 *¿En qué consiste un relleno sanitario?* Buenos Aires, Consultado en: http://www.basuracero.org/sitio/admin/archivos/resumen-de-los-impactos-ambien.pdf

- Jaso, María., Weisinger, Sandra. 2004. *Prueba Piloto de una estrategia de mercadeo social para promover el valor de la solidaridad.* Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. Consultado en: http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ1426.pdf

- Manual de Comunicación para la Salud. 2006. *Proyecto de Promoción y Prevención de Salud para la Escuela Inicial y Primaria.* Gobernación de Córdoba. Consultado en: www.proaps.cba.gov.ar

- Marí, Víctor. 2010. *El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios.* México. Revista Razón y Palabra Nº 71.

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. 2004. *Resolución 1045 del 26 de septiembre de 2003.* Consultado en: http://www.minambiente.gov.co/documentos/res_0477_290404.pdf

- Ministerio de Salud de la República de Colombia. 2000. *Modelo de oferta y demanda de recurso humano en salud en Colombia.* Consultado en: http://guajiros.udea.edu.co/wwwrh/boletin2.htm

- Ministerio de Salud y Protección Social. *Entornos y ambientes saludables*. Consultado en: http://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/EntornosSaludables.aspx

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. *Internet, ¿Qué es? ¿Para qué sirve? Política Nacional de uso responsable de las tecnologías de la información y la comunicación, programa En TIConfío*. Consultado en: http://www.enticconfio.gov.co/enticconfio.html

- Molero, Antonio. 2005. *Plan de comunicación: concepto diseño e implementación*. p, 4. ILGO. Consultado en: http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf

- Organización Azul Ambientalistas. *Concepto de basura*. Consultado en: http://www.azulambientalistas.org/basura.html

- Organización Azul Ambientalistas. *Rellenos sanitarios*. Consultado en: http://www.azulambientalistas.org/basura.html

- Organización Mundial para la Salud OMS. *¿Cómo define la OMS la salud? concepto de la Constitución de la Organización Mundial de la Salud de 1946*. Consultado en http://www.who.int/suggestions/faq/es/

- Organización Panamericana de la Salud PAHO. 1991. *Conferencia de Sundsvall*. Consultado enhttp://www.paho.org/hiap/images/stories/PDFs/SundsvallStatement_1991_es.pdf

- Padilla, Nora., Parra, Federico. *El auto 275 de la Corte Constitucional y el nuevo escenario del manejo público de los residuos en Colombia.* Consultado enhttp://www.bogotabasuracero.com/memorias-foro/federico-parra.pdf

- Parra, Federico. 2004. *Reciclaje popular y políticas públicas sobre manejo de residuos en Bogotá.* Universidad Nacional. Bogotá. Consultado en Reciclaje-popular-y-politicas-publicas-sobre-manejo-de-residuos-Una-mirada-historica

- Periódico 'El Universal' Cartagena. 2011. *"Basurero satélite"*. Consultado en: http://www.eluniversal.com.co/cartagena/local/basurero-satelite-7933

- Periódico 'El Universal' Cartagena. 2012. *"En marcha campaña ambiental de Pacaribe con envases plásticos".* Consultado en: http://www.eluniversal.com.co/cartagena/local/en-marcha-campana-ambiental-de-pacaribe-con-envases-plasticos-97574

- Periódico ‘El Universal’ Cartagena. 2013. *“Cartagena sitiada por basureros satélites”.* Consultado en: http://www.eluniversal.com.co/cartagena/local/cartagena-sitiada-por-basureros-satelites-126196

- Secretaría General del Senado de la República de Colombia. *Ley 1259 de 2008.* Cosultado en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1259_2008.html

- Semanario Estudiantil La Catarina. *Metodología de la Investigación*. Universidad de las Américas. Puebla. Consultado en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/aponte_a_y/capitulo3.pdf

- Servaes, Joan. *Comunicación para el Desarrollo Humano y el Cambio Social*. 2010. Universidad de Massachusetts. USAID. Consultado en: http://www.academia.edu/2079393/Comunicacion_para_el_desarrollo

- Silva, Alicia. 2013. *La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibersociedad*. Revista Razón y Palabra. México. ISSN 1605-4806. Consultado en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/asilva.html

- ‘Soy ECOlombiano’. *¿Quiénes somos?* Consultado en: http://www.soyecolombiano.com/site/-quienes-somos/-que-queremos.aspx

- Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios. 2009. *Situación de la disposición final de residuos sólidos en Colombia. Diagnóstico.* Consultado en: http://www.superservicios.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=bcd04c23-976c-4244-9ed5-1685b66824fe&groupId=10122

- Tamayo y Tamayo, Mario. 2003. *El proceso de la investigación científica*. 4ª Edición. Limusa Noriega Editores. México.

- Téllez, Alejandra. 2012. *La complejidad de la problemática ambiental de los residuos plásticos: una aproximación al análisis narrativo de política pública en Bogotá.* Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. Consultado en: http://www.bdigital.unal.edu.co/7080/1/905077.2012.pdf

- The GrassRoots Recycling Network. *What is Zero Waste?* Consultado en: http://www.grrn.org/page/what-zero-waste

- Todo sobre el medio ambiente. *¿Qué son los residuos sólidos?* Consultado en: http://todosobreelmedioambiente.jimdo.com/residuos-s%C3%B3lidos/

- Torrico, Erick. 2004. *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Editorial Norma.

ANEXO A

ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Esta encuesta se aplica con el fin de reconocer las características generales en torno a prácticas ambientales y sociales de la población del barrio Getsemaní en Cartagena de Indias, debido a que las investigadoras están diseñando un Plan Estratégico de Comunicación para la implementación de un proyecto de reciclaje llamado 'ConservaRED' de la Fundación Conservaré.

Quede expuesto que esta encuesta es desarrollada como instrumento de recolección de datos para la tesis de grado de las investigadoras Paola Andrea Arteaga Rodríguez y Claudia Marcela Correa Rengifo, por ende tiene fines académicos.

Finalmente, agradecemos su participación y su tiempo, y le solicitamos responder de manera tranquila y fiel a sus convicciones.

Sexo: F____ M ____ **Edad:** ____ años

Número de personas que habitan en la vivienda: _____

Comunicación

Marque con X

1. ¿Cuáles de los siguientes espacios de su barrio usted utiliza como lugar de socialización?

Parque	Plaza	Centro Comercial	Tienda
Estadero/ Bar	Restaurante	Iglesia	Centro cultural
Centro comunitario	Ninguno	Otro ¿Cuál?	

2. ¿Con que frecuencia en su barrio se planean actividades que motiven la participación e integración vecinal?

Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral
Semestral	Anual	Nunca	No sabe

3. ¿Participa usted en estas actividades?

a) Sí____

b) No____ ¿Por qué? _____

4. ¿A cuáles medios de comunicación masiva acceden regularmente usted y su familia?

Prensa	Radio	Televisión
Ninguno	Internet	Otro ¿Cuál?

5. ¿Conoce o ha escuchado hablar sobre la Fundación Conservaré?

a) Sí____ b) No____

Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación

6. ¿Tiene computador en su casa?

a) Sí____ b) No____

7. Incluyéndolo a usted, ¿cuántas personas en su casa saben utilizar el computador?

_____

8. ¿Usted y su familia tienen acceso a internet en casa?

a) Sí____ b) No____

Participación

9. ¿Sabe usted de la existencia alguna organización que trabaje temas ambientales en su barrio?

a) Sí____ ¿Cuál? _____

b) No____

10. ¿Alguna vez usted o alguien de su familia ha hecho parte de alguna organización o proyecto ambiental?

a) Sí ____ ¿Cuál? _____

b) No____ ¿Por qué? _____

Estrategias de Entorno Saludable

11. ¿Sabe qué son o ha escuchado hablar sobre Estrategias de Entornos Saludables?

a) Sí____ b) No____

Reciclaje

12. Defina en una palabra lo que para usted es el reciclaje

_____

13. ¿Usted y su familia clasifican los desechos de su hogar?

a) Sí____ b) No____

Si contestó "Sí", siga el orden de las preguntas. Si respondió "No", pase a la pregunta 16.

14. ¿Sabe usted a dónde van los residuos que usted y su familia reciclan?

a) Sí____ b) No____

Siga con la pregunta 17.

15. Si conociera los grandes beneficios que reciclar le traería a su comunidad y que hay comunidades que ya reciclan, ¿reciclaría?

a) Sí____

b) No____ ¿Por qué? _____

16. ¿Identifica a alguno de los 'recicladores' que transitan por su barrio?

a) Sí____ b) No____

17. ¿Sabe qué días pasan los 'recicladores' por su casa?

a) Sí____ b) No____

Componente educativo

18. ¿Está dispuesto a asistir a talleres, seminarios y actividades que realice la Fundación Conservaré para la ejecución de un proyecto ambiental de reciclaje?

a) Sí____ b) No____

Si contestó "Sí", siga el orden de las preguntas. Si respondió "No", pase a la pregunta 22.

19. ¿De qué manera le interesa participar en este proyecto?

a) Como líder b) Como beneficiario c) Ambas

20. ¿Qué días está dispuesto a asistir a las actividades programadas por la Fundación?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves
Viernes	Sábados	Domingos	Cualquier día

Sugerencias

21. ¿Tiene usted alguna sugerencia, idea o recomendación que pueda hacer a este proyecto y que nos permita realizar una mejor estrategia comunicacional en materia de reciclaje en Getsemaní?

_____

_____

_____

_____

¡Gracias por su colaboración!
La información suministrada por usted es de gran valor para este proyecto.

ANEXO B

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS A RECICLADORES RECOLECTORES Y DE PUNTO DE ACOPIO

Yo _____, identificado(a) con Cédula de Ciudadanía número_____ de _____ autorizo ser entrevistado(a) con el fin de brindar información útil y de uso exclusivo para el proyecto de investigación "Plan Estratégico de Comunicación para la prueba piloto del proyecto de reciclaje "ConservaRED" de la fundación Conservaré, en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias", el cual es desarrollado por Paola Arteaga Rodríguez y Claudia Correa Rengifo; estudiantes de la Universidad de Cartagena quienes, con esta investigación, optan al título de Comunicadores Sociales.

Es posible que alguna de esta información también sea compartida con instituciones con las que se trabaje este tema (EPA, Pacaribe, Alcaldía de Cartagen, Gobernación, Fundaciones, entre otras). Sin embargo, la información mantendrá su carácter anónimo y confidencial. Autorizo que, para efectos de obtener la información precisa, esta entrevista sea grabada en audio y pueda ser reproducida en caso de ser requerida para efectos de verificación del trabajo de grado.

Fecha _____

Firma _____

ANEXO C

GUÍA DE ENTREVISTA PARA RECICLADORES RECOLECTORES

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Esta entrevista es desarrollada como instrumento de recolección de datos para la tesis de grado de las investigadoras, por ende tiene fines académicos.

Agradecemos su participación y su tiempo, y le solicitamos responder de manera tranquila y fiel a sus convicciones, le aclaramos que no será juzgado, ni expuesto ante nadie por sus respuestas.

Nombre:

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
3. ¿Cuántos años lleva trabajando como 'reciclador'?
4. ¿Cómo comenzó a trabajar en este oficio y con qué motivo lo hizo?
5. ¿Alguna vez ha decidido cambiar de oficio? ¿Por qué?
6. ¿Cuántas veces a la semana y en qué horario trabaja?
7. En su trabajo, ¿cuál es su recorrido normal?
8. ¿Qué tipo de materiales está recogiendo actualmente para reciclar?
9. ¿A dónde van a parar los residuos que usted recoge?
10. ¿Cuántos Puntos de Acopio para materiales reciclables hay en Getsemaní?
11. ¿Las personas de Getsemaní reciclan?
12. ¿Los habitantes de Getsemaní lo identifican?
13. ¿Estaría dispuesto a hacer parte de una nueva Red de recolectores de residuos inorgánicos en la Web para que la gente lo identifique y sepa los horarios en los que usted transita por su barrio?
14. ¿Tiene usted alguna sugerencia, idea o recomendación que pueda hacer a esta investigación que nos permita tener un mejor desarrollo comunitario?

ANEXO D

GUÍA DE ENTREVISTA PARA RECICLADOR- PUNTO DE ACOPIO

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Esta entrevista es desarrollada como instrumento de recolección de datos para la tesis de grado de las investigadoras, por ende tiene fines académicos.

Agradecemos su participación y su tiempo, y le solicitamos responder de manera tranquila y fiel a sus convicciones, le aclaramos que no será juzgado, ni expuesto ante nadie por sus respuestas.

Nombre:

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
3. ¿Hace cuántos años tiene su punto de acopio?
4. ¿Cómo comenzó a trabajar en este oficio y con qué motivo lo hizo?
5. ¿Alguna vez ha decidido cambiar de oficio? ¿Por qué?
6. ¿Qué tipo de materiales está comprando actualmente para reciclar?
7. ¿A dónde van a parar los residuos que usted compra?
8. ¿Cuántos Puntos de Acopio para materiales reciclables hay en Getsemaní?
9. ¿Las personas de Getsemaní reciclan?
10. ¿Estaría dispuesto a hacer parte de un nuevo proyecto enfocado al reciclaje?

ANEXO E

RESPUESTAS ENTREVISTA A RECICLADOR -PUNTO DE ACOPIO

1. ¿Cuántos años tiene?
   No se obtuvo respuesta.

2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
   2.

3. ¿Hace cuántos años tiene su punto de acopio?
   Hace 13 años.

4. ¿Cómo comenzó a trabajar en este oficio y con qué motivo lo hizo?
   Empezó a trabajar en el reciclaje hace más de 30 años en Medellín, su ciudad natal. Lo hizo porque para trabajar como reciclador no se necesitaba vacante, era ir a la basura y buscar.

5. ¿Alguna vez ha decidido cambiar de oficio? ¿Por qué?
   Sí, porque ya el reciclaje no genera los mismos ingresos que antes.

6. ¿Qué tipo de materiales está comprando actualmente para reciclar?
   Todo es reciclable, pero el vidrio no se lo están comprando.

7. ¿A dónde van a parar los residuos que usted compra?
   A las industrias que recuperan el material.

8. ¿Cuántos Puntos de Acopio para materiales reciclables hay en Getsemaní?
   Sólo este, pero no se puede andar diciendo.

9. ¿Las personas de Getsemaní reciclan?
   Sí, pero ya muchos han optado por vender ellos mismos los materiales reciclables a nosotros los de los puntos de acopio, lo cual no es conveniente para los recicladores de recolectores que trabajan en la calle.

10. ¿Estaría dispuesto a hacer parte de un nuevo proyecto enfocado al reciclaje?
    Sí, pero sólo si realmente se va llevar a cabo el proyecto, porque todos los recicladores recolectores estamos cansados de que nos regalen camisetas un día, nos hagan una actividad una sola vez y ya.

ANEXO F

RESPUESTAS ENTREVISTA A TRES RECICLADORES- RECOLECTORES.

1. ¿Cuántos años tiene?
   A: 52 años
   B: 47 años
   C: 57 años

2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
   A: 1
   B: 1
   C: 2

3. ¿Cuántos años lleva trabajando en torno al reciclaje?
   A: 25 años.
   B: 20 años.
   C: 8 años.

4. ¿Cómo comenzó a trabajar en este oficio y con qué motivo lo hizo?
   A: Porque tuvo problemas en su casa, quedó en la calle y dejó su profesión como maestro de obra.
   B: Porque antes reciclar generaba más dinero.
   C: Porque antes trabajaba como cochero y era más agotador, en cambio como reciclador no se mata mucho y descansa los domingos.

5. ¿Alguna vez ha decidido cambiar de oficio? ¿Por qué?
   A: Muchas veces, porque él tiene su profesión y en el reciclaje lo maltratan.
   B: No, pero si llegara a conseguir algo mejor cambiaría de oficio.
   C: Sí, por buscar algo mejor, pero ya se queda así.

6. ¿Cuántas veces a la semana y en qué horario trabaja?
   A: Todos los días. En la tarde y noche.
   B: Todos los días. Entre semana trabaja en la tarde y los sábados y domingos en la madrugada.
   C: Seis días a la semana de 6 p. m. a 6 a. m.

7. En su trabajo, ¿cuál es su recorrido normal?
   A: Centro y Getsemaní.
   B: Bocagrande y sábados y domingos Getsemaní.
   C: Todo el Centro Histórico y Getsemaní.

8. ¿Qué tipo de materiales está recogiendo actualmente para reciclar?
   A: Todo.
   B: Todo, menos vidrio.

C: Todo, menos vidrio.

9. ¿A dónde van a parar los residuos que usted recoge?
   A: Depósito el Chacho (Chambacú)
   B: Depósito del paisa, de Lucho perro y de Farley mocoso. Todos por el Castillo San Felipe.
   C: Depósito el Chacho (Chambacú)

10. ¿Cuántos Puntos de Acopio para materiales reciclables hay en Getsemaní?
    A: No conoce.
    B: No hay.
    C: Uno. El del Chupa.

11. ¿Las personas de Getsemaní reciclan?
    A: Sí.
    B: No.
    C: No.

12. ¿Los habitantes de Getsemaní lo identifican?
    A: Sí.
    B: Algunos.
    C: Sí.

13. ¿Estaría dispuesto a hacer parte de una nueva Red de recolectores de residuos inorgánicos en la Web para que la gente lo identifique y sepa los horarios en los que usted transita por su barrio?
    A: Sí.
    B: Sí.
    C: Sí.

14. ¿Tiene usted alguna sugerencia, idea o recomendación que pueda hacer a esta investigación que nos permita tener un mejor desarrollo comunitario?
    A: Ninguna.
    B: Que se le enseñe a la gente a separar los materiales reciclables del resto.
    C: Ninguna.

ANEXO G

RESPUESTAS ENTREVISTA A DIRECTORA DE LA FUNDACIÓN CONSERVARÉ

1. ¿Qué resultados espera obtener con el proyecto BOB?
   Disminuir la problemática de residuos en la ciudad, comenzando ahora por Getsemaní, y dar reconocimiento a los recicladores.

2. ¿Qué resultados espera obtener con el proyecto ConservaRED?
   Organización de la práctica del reciclaje en la ciudad

3. ¿Por qué eligieron a Getsemaní para implementar la prueba piloto de ConservaRED?
   Por su tradición y porque se tiene otra fundación amiga y posible aliada para la ejecución del proyecto que es la Fundación Tu Cultura

4. ¿Cuál es su propuesta para que ConservaRED perdure en el tiempo?
   Ejecutar de la mejor manera el Plan Estratégico de Comunicación que se va a proponer, de tal manera que la propuesta sea acogida por los ciudadanos –para que se apropien de las prácticas del reciclaje- y por los recicladores –para que se organicen-.

ANEXO H

CRONOGRAMA

Fases / Tiempo	**Jun.**	**Jul.**	**Ago.**	**Sept.**	**Oct.**	**Nov.**
Fase I: Revisión documental						
Fase II: Identificación de participantes reales y potenciales						
Fase III: Diseño metodológico: Formulación del problema, objetivos y métodos						
Fase IV: Recolección de Datos						
Fase V: Resultados y análisis de la información**.**						
Fase VI: Elaboración de conclusiones y recomendaciones						

ANEXO I

PRESUPUESTO

RUBROS	FUENTES DE FINANCIACIÓN		TOTAL
	PERSONALES	CONTRAPARTIDA	
Equipo	**$ 200.000**		**$ 200.000**
Materiales	**$ 100.000**		**$ 150.000**
Salidas de campo	**$ 80.000**		**$ 80.000**
Impresiones	**$150.000**		**$150.000**
Servicios técnicos-publicista y diseñador	**$490.000**		**$490.000**
TOTAL	**$ 1'020.000**		**$ 1'020.000**