



**Universidad  
de Cartagena**  
Fundada en 1827

Acreditación Institucional de Alta Calidad  
Resolución 2583 del 26 de febrero de 2014. Ministerio de Educación Nacional



**REDISEÑO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIONES PARA PROMOVER EL  
MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS A LOS NIÑOS Y NIÑAS  
ESTUDIANTES DE 3°,4° Y 5° DE PRIMARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
TIERRA BOMBA SEDE PUNTA ARENAS.**

**JILLARYS ANÍBAL LUNA**

**SANDRA PATRICIA FAJARDO CABRERA**

**LAURA MARGARITA PERIÑÁN MARTÍNEZ**

**LEIDY MARGARITA RUIZ BORJA**

**PROYECTO DE GRADO PARA OBTAR POR EL TITULO DE COMUNICADOR  
SOCIAL**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**JUNIO DE 2016**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios primeramente por habernos dado la capacidad y sabiduría para emprender y finalizar este capítulo de nuestras vidas. Damos gracias a nuestra tutora Yusly Perez, quien fue nuestra guía alrededor de este proceso, con su paciencia y dedicación logramos concluir lo que para muchos ha sido una de las peldaños más difíciles de alcanzar. Agradecemos al cuerpo docente por toda la entrega durante todo el proceso académico y a todos los que hicieron posible alcanzar este logro.

## DEDICATORIA 1

A mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, dame fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se me presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad, ni desfallecer en el intento

A mi madre Claribel Luna por su apoyo incondicional, por el amor que me entregas cada día, por todas las enseñanzas y consejos y por haberme brindado un mejor futuro, porque has trabajado duro y has hecho todo lo posible para llegue hasta aquí, sin ti este triunfo no hubiese sido posible te lo dedico, te lo mereces.

A mi madre Nancy, por su entrega absoluta y apoyo incondicional, el amor durante todos estos años. Por todo lo que me has brindado para poder llegar a ser lo que soy.

A mis hermanos, Jerlys, Adams y Adrian por haber estado acompañándome en todo este proceso. Por los momentos de alegría en los tiempos difíciles, por toda su ayuda y por todo el amor.

A Tapia, por motivarme a seguir adelante durante todo este largo proceso. Por ser mi amigo y compañero inseparable.

A mi amiga, Leidy por haberme hecho pasar los mejor cinco años de mi vida y ser guerrera incondicional.

*Jillarys Aníbal Luna.*

## DEDICATORIA 2

A Dios por guiarme, fortalecerme y bendecirme en cada uno de mis pasos para llegar a este gran momento.

A mi padre por su apoyo incondicional durante todos estos años, por el amor que me entregas cada día, por todas las enseñanzas y consejos y por haberme brindado un mejor futuro, Porque has trabajado duro y has hecho todo lo posible para llegue hasta aquí, te lo dedico, te lo mereces. Esto también es tuyo.

A mi madre, por su entrega absoluta y apoyo incondicional, el amor durante todos estos años. Por ayudarme a enfrentar las dificultades. Por todo lo que me has brindado para poder llegar a ser lo que soy, sin ti este triunfo no hubiese sido posible. Esto es de las dos.

A mis hermanos, Melby y Cristian por haber estado acompañándome en todo este proceso. Por los momentos de alegría en los tiempos difíciles, por toda su ayuda y por todo el amor.

A Daniel, por haber estado conmigo y motivarme a seguir adelante durante todo este largo proceso. El apoyo, la ayuda y lo consejos dados han sido importantes y determinaste para mí. Por ser mi amigo y compañero inseparable..

A mis amigas, Edna y Erika por haberme hecho pasar los mejor cinco años de mi vida. Porque son mis amigas inseparables, por haber estado conmigo siempre a pesar de la corta distancia que implica el trabajo duro.

A la familia Periñán Martínez, por haberme abierto las puertas de su hogar para sacar adelante todo este proceso adelante durante todo este tiempo y por la tranquilidad en los momentos difíciles.

*Sandra Patricia Fajardo Cabrera.*

### **DEDICATORIA 3**

Dedico este proyecto de grado a aquellas personas que siempre estuvieron brindandome todo el apoyo, la energía y la fuerza del mundo. Primeramente a mi madre, que es la fuente de mi motivación. A mi padre, que aunque no está en esta dimensión sigue siendo mi inspiración y modelo de perseverancia a seguir. A mis dos hermanos: Victor y Tere, Victi siempre deslumbrandome con sus ideas, dándole respiro a mi mente con sus baldes de sabiduria; Tere estando siempre pendiente de mi, de cada paso que doy, siendo la protectora de mi corazón, mente y vida. A Tapita, que aunque no la vea, siempre está en mi corazón, y todavía conservo la inocente ilusión de verla una vez más. Y por último, pero no menos importante, a aquella persona que fue luz en medio de la oscuridad durante este arduo proceso, a aquel hombre que luchó la batalla sin importar que esa no le correspondía. A aquel hombre que secó mis lágrimas, me impulsó, ayudó y permitió que este sueño se convirtiera en una realidad. Gracias a ti, porque sin ti, esto no habría sido posible.

*Laura Margarita Periñán Martínez*

#### **DEDICATORIA 4**

En esta oportunidad que me da la vida puedo agradecer y compartir el fruto de este trabajo de cinco años con personas que me apoyaron desde un inicio y que de alguna u otra manera siempre han estado ahí.

Principalemente al Todopoderoso por ser luz en mi vida, por acogerme como su hija y cuidar de mí. Él quien me ha ayudado a forjar mi camino.

A mis padres Miguel y Ana por apoyarme en esta travesía académica, por enseñarme que con sacrificio y responsabilidad todo lo propuesto se puede lograr. A mis hermanas Lizaida y Lizeth quienes han sido modelo de lucha.

A todos aquellas personas que ya no están pero estoy convencida que hoy soy su orgullo.

*Leidy Margarita Ruiz Borja*

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	7
Lista de tablas .....	9
Lista de figuras.....	10
JUSTIFICACIÓN .....	19
1. OBJETIVO GENERAL.....	21
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
3. MARCO DE REFERENCIA.....	22
3.1 ANTECEDENTES .....	22
3.1.1 El medio ambiente y el mundo .....	22
3.1.2 Latinoamérica y la sensibilización ambiental .....	24
3.1.3 Colombia, concientización medioambiental.....	26
3.1.4 Caso Ecopunta, Colectivo Embárcate.....	29
3.2 REFERENTE LEGAL.....	31
3.2.1 Artículo Constitucional 79.....	31
3.2.2 Decreto 1743.....	31
3.2.3 Ley 1549 de 2012.....	32
3.2.4 Ley 09 de 1979.....	32
3.2.5 Ley 115 de 1994.....	32
3.2.6 Ley 1259 del 2008 .....	32
3.2.7 Decreto Número 1766 del 2013.....	33
3.2.8 Decreto 2981 de 2013 .....	33
3.3 MARCO TEÓRICO.....	35
Matriz de Persuasión de Mc Guire.....	36
3.3.1 Mercadeo Social o Marketing Social .....	36
3.3.2 Comunicación y Gestión Ambiental .....	40
3.3.3 Cultura de la Educación Ambiental .....	42
3.3.4 Residuos Sólidos: Un Tema Educativo.....	43
4. METODOLOGÍA .....	45
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	45
4.2 CONTEXTO.....	46

4.3	OBJETO DE ESTUDIO .....	48
4.4	SUJETOS PARTICIPANTES Y/O MUESTRA .....	51
4.5	PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	52
4.5.1	Fase I: Evaluación y Diagnóstico.....	52
4.5.2	Fase II: Rediseño Colectivo de la Campaña .....	56
4.5.3	Fase III: Validación con la comunidad académica de la Campaña Rediseñada. ....	57
5.	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	59
5.1	FASE I: EVALUACIÓN Y DIAGNÓSTICO .....	59
5.1.1	Evaluación: Taller de Percepciones .....	59
5.1.2	Diagnóstico .....	64
5.1.3.1	Prácticas Individuales y Colectivas.....	65
5.1.3.2	Conocimientos Medioambientales.....	68
5.1.3.3	Prácticas de Ejecución .....	70
5.2	FASE II: DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	74
	CRONOGRAMA.....	95
	PRESUPUESTO .....	96
	BIBLIOGRAFÍA .....	97

## Lista de tablas

Tabla 1 Segmentación del Mercado.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 2. Marketing Mix.....	66
Tabla 3. Estrategias y Tácticas.....	67

### Lista de figuras

Figura 1. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 1). .....	60
Figura 2. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 2). .....	61
Figura 3. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 3). .....	62
Figura 4. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 4). .....	63
Figura 5. Encuesta individual y colectiva de consulta a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 1). .....	65
Figura 6. Encuesta individual y colectiva de consulta a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 2). .....	66
Figura 7. Encuesta individual y colectiva de consulta a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 3). .....	67
Figura 8. Encuesta de consulta de conocimiento a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 1). .....	68
Figura 9. Encuesta de consulta de conocimiento a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 2). .....	69
Figura 10. Encuesta de consulta de práctica de ejecución a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 1). .....	70
Figura 11. Encuesta de consulta de práctica de ejecución a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 2). .....	71

## RESUMEN

El presente trabajo de grado busca promover el manejo adecuado de residuos sólidos en niños y niñas de 3°, 4° y 5° dentro de la Institución Educativa Tierra Bomba-Sede Punta Arenas, a través del rediseño de la campaña realizada por el Colectivo Embárcate en el 2015, (antecedente de este proyecto) que se articule al Proyecto Ambiental Escolar para generar acciones y posibles soluciones en el contexto local de Punta Arena desde la participación activa del estudiantado.

El rediseño de la campaña de comunicaciones se fundamenta bajo el enfoque de Comunicación para el Cambio Social, utilizando la estrategia de Marketing Social para generar una transformación desde el incremento en la aceptación de ideas y/o prácticas sociales en los sujetos participantes.

Metodológicamente el presente proyecto se llevó a cabo en tres grandes fases. La primera consistió en la evaluación de la campaña pasada, realizada por el Colectivo Embárcate detectado las falencias en la construcción y sistemas de emisión de los mensajes y el Diagnóstico que permitió la creación de un perfil de la comunidad a partir de conocimientos y prácticas. La segunda fase permitió diseñar de manera colectiva la campaña con los sujetos participantes y la definición de la estrategia a utilizar basada en el Marketing Social. Finalmente en la tercera fase se realizó el proceso de validación del diseño de la campaña que dio a conocer el grado de aceptación y comprensión de los mensajes y actividades por parte de la población muestra. Los resultados de cada una de las de fases demuestran la necesidad que hay dentro de la Institución Educativa por una campaña que logre minimizar la problemática de residuos sólidos. La creación de una

estrategia acorde al nivel educativo, cultural y socioeconómico de los estudiantes permite una mayor eficacia al momento de la ejecución de la campaña dentro de la institución.

**PALABRAS CLAVES: Campaña de Comunicación, Residuos Sólidos, Comunicación para el Cambio Social, Marketing Social.**

## INTRODUCCIÓN

Los residuos sólidos están definidos como aquellos desechos (material u objeto) productos de las actividades humanas. Estos residuos en una producción excesiva causan problemas ambientales desde el momento en que se convierte en un obstáculo su almacenamiento, la disposición y eliminación.

En Colombia existe una proliferación excesiva de residuos sólidos debido al crecimiento industrial y poblacional que ha tenido el país en los últimos años. Cartagena, capital del departamento de Bolívar, se ha posicionado en el escalafón de las 5 ciudades que más residuos producen en Colombia (Según el departamento de Planeación Nacional) debido al manejo inadecuado que le dan al desecho sólido en esta región del país.

El manejo inadecuado de estos desechos ha contribuido a innumerables problemas medioambientales: un impacto negativo sobre el aire, agua y suelo que se ve reflejado no solo en la Naturaleza si no en la Salud Humana.

Punta Arenas, corregimiento de Tierra Bomba, ubicado en la zona insular de Cartagena, en la actualidad presenta una producción excesiva de residuos sólidos que ha impactado negativamente en el medio ambiente que los rodeo. Los puntareneros no cuentan con prácticas adecuadas con estos desechos sólidos lo que ocasiona que en la isla persistan los problemas ambientales.

El Colectivo Embárcate desde su Proyecto Ecopunta, busco minimizar las problemáticas antes mencionadas a partir de la concientización y sensibilización sobre el

manejo adecuado de residuos sólidos a la población infantil y adulta del corregimiento de Punta Arenas a través de una campaña de comunicación.

A pesar de los esfuerzos por mejorar la práctica con desechos, estos no fueron del todo efectivos con la población adulta y la continuidad de lo aprendido durante el proyecto, no se vio reflejado después de finalizado Ecopunta. Sin embargo para la Institución Educativa del poblado el tema medioambiental cobró importancia y se inició el proceso de implementación de un Proyecto Ambiental Escolar (PRAE) para mitigar el problema dentro de la escuela.

Por tal razón se inició el presente proyecto. El rediseño de la campaña de comunicaciones para promover el manejo adecuado de residuos sólidos, aporta al PRAE materiales lúdicos y prácticos para mejorar el manejo de los desechos y así reducir los impactos negativos que estos producen en la escuela y fuera a de ella.

El presente documento está estructurado en 4 grandes capítulos, el primer capítulo contiene la descripción del problema; que es la contextualización de la problemática, luego la Justificación y seguida a ella los objetivos generales y específicos. El Segundo capítulo da cuenta la marco referencial, en el se presenta el marco antecedentes que tiene que ver con aquellos trabajos que se han desarrollado en torno a la temática de residuos sólidos, y seguidamente se encuentra el marco legal.

En el tercer capítulo se especifica la metodología del proyecto incluyendo, el contexto, el objeto de estudio (campaña Redescúbrete, Colectivo Embárcate), los sujetos

participantes y la descripción de los procedimientos y técnicas de recolección de la información que está dividido en tres fases.

El cuarto y último capítulo, corresponde al análisis de los resultados organizado por objetivo específico. Este capítulo da cuenta de lo que se encontró al momento de aplicar las técnicas así como también del rediseño de la campaña. Para finalizar este capítulo y el documento se encuentran las conclusiones que se obtuvieron de la realización del trabajo.

## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Durante los últimos años la protección del medio ambiente se ha convertido no solo en un derecho ni en un deber, sino también en una obligación del Estado como gestor social ante la preservación del mundo. No obstante, la falta de conciencia, compromiso y responsabilidad ambiental en el tema permite el aumento progresivo de la contaminación y por consiguiente la autodestrucción.

*"Se estima que durante las últimas décadas, se ha cuadruplicado la producción de residuos sólidos. Lo que lleva a la conclusión que el desarrollo de un país es inversamente proporcional a la generación de desechos, el crecimiento de la población en Colombia durante los últimos años y sus procesos de industrialización han aumentado los residuos entre 500 y 1.000 gr/hab/días, mientras que hace 30 años las cifras eran de 200 y 500 gr/hab/días" (Rodríguez, 2011)*

La proliferación exagerada de la producción de residuos sólidos en el país en la actualidad es una problemática las grandes ciudades de Colombia entre esas Cartagena de Indias. Cartagena se posiciona como la quinta ciudad con mayor producción de residuos sólidos generando en promedio 750 toneladas al día, el mayor porcentaje de los residuos son de origen orgánico, representados principalmente en materia orgánica y jardín, papel, cartón y madera, y en menor proporción de origen inorgánico, destacándose principalmente lo plástico (Alcaldía de Cartagena, 2007).

En consecuencia a las cifras alarmantes de producción de desechos, las instituciones educativas se han convertido en actores importantes para la regulación de residuos sólidos debido a que son un factor influyente en el desarrollo social de la comunidad. A raíz de esto

se han implementado programas ambientales en instituciones educativas, como los Proyectos Ambientales Escolares (PRAES), definidos por el Ministerio de Educación Ambiental como: *Proyectos pedagógicos que promueven el análisis y la comprensión de los problemas y las potencialidades ambientales locales, regionales y nacionales, y generan espacios de participación para implementar soluciones acordes con las dinámicas naturales y socioculturales* (Altablero, 2005).

En Punta Arenas, un poblado que se encuentra ubicado en la Isla de Tierrabomba, existe un problema de manejo inadecuado de residuos sólidos que demuestran las deficiencias en materia de aprovechamiento y valorización de desechos que tiene el corregimiento, y las malas prácticas (individuales y colectivas) que tienen sus habitantes.

La Institución Educativa del poblado de Punta Arenas, principal ente formador de niños y niñas y promotor del desarrollo social de la comunidad, ha hecho poco para salvaguardar el medio ambiente. Actualmente, la Institución no cuenta con campañas pero sí con iniciativas de Proyectos Ambientales Escolares (PRAES) al cuidado del medio ambiente. No obstante el no contar con campañas medioambientales ha ocasionado falencias en la implementación de los PRAES.

En el pasado, el Colectivo Embárcate, un colectivo de comunicaciones conformado por estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, en su primer proyecto denominado Ecopunta, tenían como objetivo principal una mejora en el manejo adecuado de residuos sólidos en Punta Arenas, desde la implementación de estrategias comunicativas y la participación activa de la comunidad: los niños y niñas trabajando desde la escuela y adultos trabajando en todo el corregimiento. No obstante las

iniciativas y la intervención realizada no fue del todo efectiva y hasta la fecha en Punta Arenas y específicamente la Institución Educativa la proliferación de residuos sólidos sigue siendo elevada.

A partir de ello, en este proyecto se decide continuar con el proceso enfocado a la población infantil, siendo este grupo poblacional el más receptivo, resaltando la carencia de proyectos ambientales escolares y falencias desde el trabajo con el Colectivo, es por ello que desde la revisión de la experiencia surge la siguiente pregunta:

**¿CÓMO PROMOVER EL MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE 3°,4° y 5° DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TIERRABOMBA - SEDE PUNTA ARENAS DESDE EL REDISEÑO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EJECUTADA POR EL COLECTIVO EMBÁRCATE EN EL 2015?**

## JUSTIFICACIÓN

El Sistema Educativo Colombiano, en aras de promover el cuidado por el medio ambiente en las instituciones educativas del país, ha venido implementando una Política Nacional de Educación Ambiental enfatizada en el reconocimiento de la problemática ambiental y la aplicación de posibles soluciones teniendo en cuenta el contexto sociocultural de cada región del país través de Proyectos Ambientales Escolares (PRAES), reglamentados en las normas del estado colombiano para cada una de las Instituciones Educativas del país.

Por lo anterior, este proyecto (cuya finalidad radica en cumplir una función social), será de gran ayuda no sólo para alcanzar los objetivos propuestos por la institución en temática medio ambiental (mediante una campaña de comunicaciones que se integre al PRAE), sino también en instaurar posibles soluciones al problema generalizado en Punta Arenas con los residuos sólidos, tomando como punto inicial la orientación y formación de conciencia ambiental en los niños y niñas de la Institución Educativa.

Por otra parte, la Universidad de Cartagena (desde su programa de Comunicación Social) contribuye, en su deber ser, a la consolidación en la formación de profesionales nacionales capaces de utilizar los lenguajes verbal, escrito y audiovisual (como formas de gestión cultural), como herramientas para incidir en políticas sociales y conduzcan a la gestación de cambios cualitativos en el entorno, haciendo más pertinente la realización del presente trabajo.

Por consiguiente, aportar (con ayuda de estrategias comunicativas) a la futura implementación de un PRAES en la Institución Educativa del poblado de Punta Arenas, se cumple con los objetivos propuestos por la academia en sus objetivos misionales y apoyar en la consolidación de buenas prácticas sobre el manejo adecuado de residuos sólidos.

## **1. OBJETIVO GENERAL**

Promover el manejo adecuado de residuos sólidos en los niños y niñas de estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierrabomba Sede Punta Arenas a través del rediseño colectivo de la campaña de comunicación adelantada por el colectivo Embárcate en el año 2015.

## **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Evaluar el impacto de la campaña sobre el manejo adecuado de residuos sólidos ejecutada en el año 2015 por el Colectivo Embárcate en el poblado de Punta Arenas.
- Diagnosticar las prácticas individuales y colectivas, conocimientos, creencias y percepciones que tienen los niños y niñas estudiantes de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierrabomba Sede Punta Arenas sobre el manejo de residuos sólidos.
- Construir colectivamente la campaña de promoción de manejo adecuado de residuos sólidos a través de talleres creativo con los niños y niñas estudiantes de 3 ° ,4 ° y 5 ° de la Institución Educativa Tierrabomba Sede Punta Arenas.
- Validar la campaña de comunicación propuesta para promover el manejo adecuado de residuos sólidos en niños y niñas estudiantes de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierrabomba Sede Punta Arenas.

### **3. MARCO DE REFERENCIA**

#### **3.1 ANTECEDENTES**

Las acciones de comunicación para fomentar la sensibilización, la concientización y la realización de buenas prácticas medioambientales por parte de la comunidad, son temas que se han abordado desde la creación de proyectos capaces de generar desde la comunicación para el desarrollo un cambio social. Si bien existen diferencias en la ejecución de los proyectos, todos tienen un mismo fin y las campañas como herramienta de la comunicación empleadas para sensibilizar y concientizar alrededor de las problemáticas ambientales, han servido de base para ejecutar los objetivos propuestos en cada uno. Tomando como referencia las experiencias relacionadas de una manera general relacionándolas desde global hasta lo local.

##### **3.1.1 El medio ambiente y el mundo**

Si bien es cierto, en cada ciudad o país existen organizaciones que se encargan de manejar el tema del medio ambiente desde diferentes perspectivas; en ese sentido nos encontramos con la organización a nivel mundial encargada de trabajar mediante campañas durante todo el año acerca de la detención del cambio climático, la protección a la biodiversidad, a acabar con la contaminación, preservar los océanos y sus especies en todo el mundo estimulando así a la gente para que cambie actitudes y comportamientos que ponen en riesgo a la naturaleza.

Greenpeace (1971) está realizando campañas en los siguientes ámbitos: cambio climático, tóxicos, océano, bosques transgénicos y nuclear. Por ejemplo entre sus campañas se encuentra *Escuelas Amigas de los Bosques*, que es un programa educativo que pretende que los centros educativos se conviertan en núcleos y redes de participación en la defensa de los Bosques Primarios, a la vez que se comprometen a aplicar en sus centros, prácticas cotidianas respetuosas con los recursos forestales más importantes de todo el mundo. Información sobre las amenazas a costas y océanos y sobre las campañas de Greenpeace para su protección.

En esa misma línea, los proyectos realizados en cada una de las regiones del mundo con el objetivo de concientizar y sensibilizar a la población en general acerca de la problemática ambiental han generado el deseo de una mejora en la calidad de vida.

La Universidad de Córdoba (2012-2013); creó un proyecto llamado “*Antes de nada: Recapacicla*”, una campaña de sensibilización que estuvo dirigida al público general de Andalucía España, promueve la reducción, reutilización y reciclaje de residuos. Los contenidos de esta campaña van dirigidos a los sectores productivos a fin de que adopten las medidas adecuadas respecto a los residuos que generan en sus actividades. Igualmente, el Proyecto recopila programas de educación ambiental sobre residuos y reciclaje y plantea la realización de acciones de comunicación, formación y participación ambiental, promovida por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, para la sensibilización ante la problemática de los residuos dirigido a toda la comunidad universitaria.

En la misma base de la sensibilización y durante el mismo año, Ecoembes (2013), una organización creada desde 1996 que cuida del medio ambiente y promueve la sostenibilidad y el reciclaje en España. Realizó campañas para brindar el uso adecuado de los envases y botellas plásticas.

Entre esto destacamos la campaña de los “*Impropios*” la cual estuvo dirigida a la población española, cuyo objetivo era generar una incidencia en los ciudadanos de la Región de Murcia sobre la importancia que tiene la correcta separación de los envases en el hogar para contribuir al reciclaje y al cuidado del medio ambiente, con el fin último de incrementar la calidad de la recogida selectiva y posibilitar una mejora global del sistema de reciclaje de los envases (La opinión de Murcia, 2014) Sus protagonistas fueron los propios contenedores, que en primera persona explicaban a los ciudadanos que se acercaban a depositar sus bolsas dónde deberían hacerlo.

### **3.1.2 Latinoamérica y la sensibilización ambiental**

La problemática ambiental es un problema de “*Talla grande*” En Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) se puede ver algunas fundaciones y empresas privadas que se preocupan por el cuidado o protección del medio ambiente creando una sensibilización ambiental. Sin embargo Aguilera (2014) en este proyecto como objetivo principal diseñó una “campaña de marketing social para promover el reciclaje de papel entre niños en etapa pre-escolar pertenecientes a colegios privados del área urbana de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra” llamada Eco-colegios.

Referenciando que el reciclaje en el Ambiente de Bolivia camina a pasos muy lentos, la separación en origen de los residuos que se generan diariamente en los hogares es esencial para el proceso de reciclado de papel, porque beneficia al medio ambiente, ya que se ahorran los recursos naturales necesarios para la fabricación de la materia prima virgen (Notifiso,2016). Sin embargo la falta de cultura de reciclaje en la sociedad, origina que el papel en desuso se vaya directo a los botaderos contaminando, y no pueda ser utilizado como materia prima.

El poco conocimiento del tema ocasiona que la necesidad de generar conciencia en la población se extienda en cada región de Sudamérica. En Nicaragua y Guatemala encontramos desde el enfoque comunicativo, una campaña de concientización y sensibilización medioambiental llamada “Manejo Integral de Desechos Sólidos urbanos y Saneamiento Ambiental en Cuatro Municipios de Guatemala y Nicaragua” realizado en el 2009 el cual contó con una duración de cuatro años, dirigido a cuatro municipios de estos países. El objetivo general del proyecto consistió en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población urbana de los municipios de Chinandega y El Viejo en Nicaragua y Santiago Atitlán en Guatemala, incidiendo en la situación ambiental, higiénico-sanitaria y socioeconómica de sus habitantes a través de una iniciativa de manejo integral e intermunicipal de los desechos sólidos

Las propuestas de diseños de campañas de Comunicación Social se orientan a sensibilizar y crear conciencia a un cambio de comportamiento respecto a los desechos sólidos como lo evidencia Sotomora (2012) en San Lucas Sacatepéquez, en Guatemala de la Asunción, a través de las intersecciones entre la persona y su entorno, con base al

pensamiento sistemático. Por ello, se sugiere el desarrollo de herramientas educativas que sirvan como guía para el manejo de la basura, a través de materiales divertidos y recreativo; el objetivo de esta investigación fue diseñar una campaña de comunicación social dirigida a los centros educativos de San Lucas Sacatepéquez para promover el manejo alternativo de los desechos sólidos, atendiendo los intereses que necesita la comunidad, con el motivo de que ellos mismos logren implementarla.

En esa misma línea, la contaminación ambiental en El Salvador se ha constituido en un problema cada vez más alarmante. El acelerado crecimiento poblacional y la migración interna del campo a la ciudad, son factores que contribuyen a que se agraven las condiciones de salud e higiene en que viven los salvadoreños (Hernandez, Orellana & Salaveria 2002).

El trabajo realizado por Patricia Hernandez, Maria Orellana y Francisco Salaveria en 2002 expuso las bases por las cuales se hizo necesario la creación de una “*Campaña Publicitaria de Concientización sobre el manejo doméstico de desechos sólidos para ser presentado al Consejo de Alcaldes del Área Metropolitana de San Salvador (COAMSS)*”, actividad en la cual se hizo notar la conveniencia de crear campañas publicitarias que llevarán la solución de los problemas, aprovechando, los recursos humanos, financieros y materiales disponibles, buscando soluciones apropiadas al medio salvadoreño.

### **3.1.3 Colombia, concientización medioambiental**

A nivel nacional los proyectos medioambientales con herramienta de comunicación con objetivo de concientizar y sensibilizar son pocos, como referente tenemos el Proyecto

de Inclusión de la Dimensión Ambiental en la Universidad Libre, como referente para un modelo institucional realizado en la Universidad Libre de la Ciudad de Bogotá, uno de sus objetivos específicos fue sensibilizar y capacitar a la comunidad universitaria en el fortalecimiento de la pertenencia institucional y las actitudes de cuidado y respeto por el ambiente. En sus líneas de trabajo se contempló una campaña de comunicación denominada: *“Deja que el ambiente sea libre”*

En el mismo orden encontramos a nivel más específico en términos locales con un taller académico realizado por estudiantes con énfasis en Producción Audiovisual de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (2014) con la dirección de Salvo Basile *“Pensamos Bahía”* este proyecto hace un llamado a las empresas que utilizan la bahía para sus vertimientos, para que de esta manera desarrollen una producción más limpia, sostenible y amigable con el medioambiente; sin embargo al mismo tiempo hacen un llamado a la comunidad que vive al lado de los cuerpos de agua, para que no utilice la bahía y los caños como descarga de sus basura” (Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2014)

Durante la investigación nos encontramos con un trabajo de grado realizado por estudiantes de la Universidad de Cartagena del programa de Comunicación Social, desde la *“Comunicación Eco Social Comunitaria Estrategia Formativa y Modelo de Intervención Comunicacional en materia de EES y EVS con énfasis en manejo de residuos sólidos y reciclaje caso de estudio: sector Ricaurte – Barrio Olaya Herrera”*. Quienes proponen la herramienta del eduentretenimiento tomando como referencia el cambio social que promueve la implementación de hábitos que generen una vivienda y un entorno saludable

desde lo comunitario teniendo en cuenta que el reciclaje y el manejo de residuos sólidos es una opción para lograrlo (Balaguera, Hernandez, & Tatis, 2013)

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. (Correa,Arteaga & Martínez, 2013). En ese sentido encontramos el trabajo realizado en la fundación Conservaré diseñando de un Plan Estratégico de Comunicación enfocado hacia la educación ambiental y reciclaje en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias para el primer semestre del año 2014 denominado *“Barrio Cero Basura” BOB creando alianzas con entidades departamentales.*

Este trabajo de investigación titulado *“Implementación de estrategias lúdicas y pedagógicas utilizando materiales reciclables con el propósito de potencializar el aprendizaje en los niños y niñas de grado transición del Colegio Moderno del Norte, sede San Pedro Mártir de la ciudad de Cartagena de Indias”* tuvo como objetivo desarrollar estrategias lúdico-pedagógicas que contribuyan al aprendizaje de los niños y niñas de dicho plantel educativo a través de la utilización de recursos didácticos elaborados con residuos sólidos reciclables. La investigación desarrollada evidencia una problemática de formación académica en los estudiantes de grado transición, surgiendo la pregunta: *¿Cómo puede mejorar la formación académica de los niños y niñas y fomentar la conciencia ecológica a*

través de elaboración de Recursos didácticos con materia prima seleccionada de los residuos sólidos desechables? Los resultados de este trabajo permitieron la sensibilización y comprometimiento de los actores básicos de la institución educativa en materia académica y ecológica. Como conclusión se destaca la utilización de los recursos didácticos frutos de los materiales sólidos reciclables y su aplicabilidad en el proceso de enseñanza y aprendizaje.(pino & pulidos, 2015)

### **3.1.4 Caso Ecopunta, Colectivo Embárcate**

En el año 2015 se realizó mediante el Colectivo Embárcate el proyecto *Ecopunta* como primer proyecto del Colectivo, trabajó con dos poblaciones: niños y adultos la problemática de manejo inadecuado de residuos sólidos mediante el uso de estrategias de comunicación y teniendo en cuenta la acción participativa de la comunidad. En su objetivo principal el proyecto adelantado en Punta Arenas estableció el Incremento de la calidad ambiental de la comunidad de Punta arenas sensibilizando, capacitando y promoviendo en la comunidad participe el manejo adecuado de residuos sólidos.

Ecopunta requirió para el cumplimiento de sus objetivos que se llevará a cabo una estrategia de comunicación que pudiese sensibilizar y concientizar a los nativos de Punta Arenas sobre las malas prácticas existente con el manejo de residuos sólidos, y se creó una campaña de comunicaciones basada en la estrategia de Marketing Social (Mercadeo Social) llamada *Redescubrete*.

Las campañas de comunicación social, son una alternativa importante para cuidar el medio ambiente, haciendo uso del reciclaje, no sólo porque se refiere a la reducción de los

residuos sólidos, sino también para la reutilización de los mismos. El reciclaje se ha convertido en toda una industria comprometida con el bienestar de la sociedad, al proteger de manera rigurosa a la naturaleza (Teorema Ambienta, 2001). Es un llamado que busca desde hace unos años un cambio de actitud y colaboración de todos los ciudadanos y todas las ciudadanas que forman parte de cada sociedad, de un país, para proteger el medio ambiente.

Claramente se evidencia que después de la investigación realizada los enfoques abordados en los diferentes trabajos medioambientales desarrollados desde el área de campañas comunicacionales han sido la sensibilización y concientización de la problemática ambiental que presentamos actualmente en todo el mundo, sin embargo es necesario resaltar que, a pesar de que tienen una misma finalidad es incuestionable que estos proyectos se han enfocado desde estrategias comunicativas muy distintas creando así un impacto social desde el ámbito medioambiental. Sin embargo el público objetivo ha sido la comunidad en general con trabajos meramente organizativos y/o universitarios.

En este sentido nuestra diferencia se refleja en el enfoque de la estrategia de comunicación del Marketing Social y lo que busca es generar un cambio social en la comunidad infantil de Punta Arenas. De esta manera se pretende lograr que la población infantil genere conciencia acerca del manejo de residuos sólidos y de esta forma ese conocimiento adquirido sea transmitido al resto de la población con ayuda del cuerpo docente como promotores medioambientales y que en este sentido la educación ambiental inicie desde las aulas de clase con el fin de que lo aprendido lo puedan replicar al resto de la población

## **3.2 REFERENTE LEGAL**

En la Constitución Política de Colombia de 1991 se encuentra el siguiente artículo, el cual es fundamental para el desarrollo de la campaña de sensibilización y concientización sobre el manejo adecuado de residuos sólidos.

### **3.2.1 Artículo Constitucional 79**

En correspondiente con el tema de interés la constitución colombiana en su artículo 79 dice que todas las personas gozarán de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarla. Es decir, es obligación del Estado velar y proteger la diversidad natural, impulsando proyectos a favor de su cuidado y educar a la gente para garantizar este derecho. A su vez que cuenta con diferentes leyes que sustentan dicho proyecto, tales como:

### **3.2.2 Decreto 1743**

Por medio del cual se reglamenta los Proyectos Ambientales Escolares (PRAES) de acuerdo con los lineamientos curriculares que defina el Ministerio de Educación Nacional y atendiendo la Política Nacional de Educación Ambiental, todos los establecimientos de educación formal del país, tanto oficiales como privados, en sus distintos niveles de preescolar, básica y media, incluirán dentro de sus proyectos educativos institucionales, proyectos ambientales, escolares en el marco de diagnósticos ambientales, locales, Regionales y/o nacionales, con miras a coadyuvar a la resolución de problemas ambientales específicos.

### **3.2.3 Ley 1549 de 2012**

Por medio de la cual se fortalece la institucionalización de la Política Nacional de Educación Ambiental y su incorporación efectiva en el desarrollo territorial. Según esta ley en su artículo 1° La Educación Ambiental es entendida como un proceso dinámico y participativo, orientado a la formación de personas críticas y reflexivas, con capacidades para comprender las problemáticas ambientales de sus contextos (locales, regionales y nacionales). Al igual que para participar activamente en la construcción de puestas integrales (técnicas, políticas, pedagógicas y otras), que apunten a la transformación de su realidad, en función del propósito de construcción de sociedades ambientalmente sustentables y socialmente justas.

### **3.2.4 Ley 09 de 1979**

Código Sanitario Nacional, el cual establece obligaciones y responsabilidades en el tratamiento de residuo sólido cerca de fuentes hídricas.

### **3.2.5 Ley 115 de 1994**

Ley General de Educación, la cual evoca la adquisición de conciencia para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente y prevención de desastres.

### **3.2.6 Ley 1259 del 2008**

Por medio de la cual se instauro en el territorio nacional la aplicación del comparendo ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros.

igualmente se cuenta con una serie de decretos que guardan relación con el tema del manejo adecuado de residuos sólidos.

### **3.2.7 Decreto Número 1766 del 2013**

Donde se reglamentan el funcionamiento de diversos comités locales para el correcto funcionamiento de las playas, se establece que estos comités funcionarán en los distintos distritos y municipios donde existan playas aptas para la realización de actividades por parte de las personas, los cuales se encuentran integrados por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, el Capitán de Puerto, en representación de la Dirección General Marítima DIMAR y el Alcalde Distrital o Municipal del respectivo Distrito o Municipio, quien podrá delegar su representación en el Secretario de Turismo. Se dictan en su artículo 4° los aspectos generales que se deben seguir para la organización de las playas, el funcionamiento de un comité de higiene y aseo, el cual debe estar encargado de coordinar con las entidades correspondientes la instalación de servicios sanitarios y los mecanismos de aseo de cada una de las áreas que conforman las playas de forma que se garantice la calidad ambiental tanto de la arena como del agua.

### **3.2.8 Decreto 2981 de 2013**

Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo, se incluye como ámbito de aplicación la limpieza en las playas, se establece en los aspectos generales que el servicio debe ser continuo e ininterrumpido, de calidad. Se dictan todas las medidas respecto al tamaño y características de los recipientes para el almacenamiento de residuos sólidos, que deben estar ubicados en lugares accesibles, se suficientes para la cantidad de

residuos que maneja la población y en caso de que sean lugares muy apartados, contar con un espacio y elemento de almacenamiento público, que cumpla con las normas respectivas de higiene.

### 3.3 MARCO TEÓRICO

La Comunicación Social a través de los años según B.F. Lomonosov (1989). “se ha caracterizado como un proceso de interacción social por medios de símbolos y mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala” Entonces partiendo de este concepto se puede decir que la comunicación es una parte esencial para el desarrollo humano.

Existen varias enfoques de comunicación, entre ellas se destaca la Comunicación para el Desarrollo, la cual busca ampliar las prácticas de empoderamiento, a través de las cuales las personas consiguen entender por sí mismas asuntos, y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos de ámbito local y nacional. (PNUD, 2011)

Junto a esta forma de comunicación surge el enfoque denominado Comunicación para el Cambio Social, entendido por The Rockefeller Foundation como un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas (Mendivil, Racedo, Meléndez y Rosero, 2015).

Cada enfoque de comunicación puede implicar el uso de una o varias intervenciones de comunicación como el desarrollo de capacidades, la difusión de información, la movilización de la comunidad o el marketing. La comunicación para el cambio social cuenta con la categorización de varias estrategias de comunicación que tienen como

finalidad generar una transformación social en ciertos grupos sociales que presentan características culturales particulares.

Teniendo en cuenta lo anterior a continuación se destacan algunas estrategias de comunicación: (Rodríguez, Obregón, Vega; 2002)

### **Matriz de Persuasión de Mc Guire**

Este modelo consta de dos tipos de variables: Variables independiente; consta de elementos constitutivos del proceso de comunicación: FUENTE y/o MENSAJE CANAL RECEPTOR/A (grupo de meta) – DESTINATARIOS/AS (qué es lo que quiere cambiar en el receptor)

Variables dependiente: (sobre las cuales no se tiene control alguno) son básicamente las respuestas de los/las receptores/as al mensaje, es decir lo que tiene que ocurrir para que el receptor o la receptora cambien en una dirección que se quiere que cambie.

#### **3.3.1 Mercadeo Social o Marketing Social**

Es el diseño, la implementación y el control de proyectos con el fin de incrementar las aceptación de ideas y/o prácticas sociales entre una población meta pre-definida. El modelo de Mercadeo Social se constituye en torno a cinco Ps o elementos centrales que son los siguientes:

**PRODUCTO:** se entiende como el elemento a alrededor del cual se da la transición entre el cliente y organización. El producto puede entenderse como una cosa en sí. Una

idea (el voto consciente). Un servicio (clínicas de ayuda judicial) o una práctica (el uso del condón)

**PRECIO:** La clave es calcular el precio que se le está pidiendo a la audiencia. No siempre será un precio en términos monetarios puede ser un precio en tiempo (reciclar) en esfuerzo (hacer ejercicio diariamente) puede ser también un precio cultural (dejar la imagen de uniformidad y aceptar la diversidad cultural). O psicológico (el alcohólico que pierde a timidez con el consumo de alcohol)

**POSICIÓN:** este elemento se refiere a los sistemas de distribución. La pregunta clave aquí es donde, ¿en qué lugar se va a localizar el mensaje y el producto que se está ofreciendo? En los casos en los cuales la campaña incluye un producto en concreto / físico, (por ejemplo: el uso de anticonceptivos). Este elemento es clave. Hay que tener la certeza de que para el momento en que la audiencia empiece a buscar el producto (los anticonceptivos) estos estén localizados estratégicamente.

**PROMOCION:** se trata de llegar básicamente a la audiencia indicada con el mensaje indicado en el momento indicado, es decir, saber dónde y cuándo se va a ubicar el mensaje para llegarle a la audiencia, por ejemplo si se decide que el mensaje debe ser diseminado por los grandes medios (radio, tv, prensa, etc.)

**POSICION PSICOLOGICA:** Se refiere al lugar que ocupa el producto en la mente de la población meta, en referencia a otros productos.

*\*Segmentación de mercado:*

Una de las preguntas claves en el diseño de campañas es como delimitar la audiencia o como definir lo que se ha venido llamando la población meta. Hay muchos criterios que se pueden utilizar. La meta siempre es la misma: producir un conjunto de grupos homogéneos. Lo que hay que determinar es el criterio para lograr tal homogeneización.

Esos criterios son: demográficos, sociológicos (estilo de vida), cobertura de medios, necesidad de la audiencia y la inclusión de todas las audiencias.

### ***Eduentretenimiento***

La combinación sistemática de educación con entretenimiento ha dado lugar a la estrategia denominada Edu-entretenimiento. Esta estrategia cuenta con varios elementos como: soporte teórico; teoría de aprendizaje social, se trata de la confianza que tiene un individuo en cuanto a ser capaz de asumir o generar un cambio.

Un fuerte componente de investigación: permite identificar las características conocimiento, actitudes, prácticas, intereses, códigos culturales, etc. de las audiencias.

Participación de la audiencia: con el fin de garantizar que los receptores tengan la oportunidad de incidir en la estructura diseño y contenidos de los programas.

### ***Media Advocacy***

Es una estrategia desarrollada en los últimos años con el propósito de maximizar el potencial que los medios de comunicación tienen para genera proceso de cambio social.

Si bien Media Advocacy depende, en gran medida, del rol de los medios masivos, también es cierto que como estrategia incorpora diferentes acciones de comunicación. Actividades enmarcadas en el contexto de Media Advocacy incluye hacer lobby ante los tomadores de decisiones a través de la realización de seminarios, manifestaciones públicas, el montaje de actividades que genera amplio cubrimiento de prensa, garantizar el cubrimiento rutinarios y sostenido por parte de los medios y obtener el respaldo a la iniciativa que se promueve por parte de personalidades conocidas.

### ***Periodismo Cívico***

Es una propuesta que se fundamenta en la concepción de que la función del periodismo n no es solamente informar, el Periodismo Cívico propone una relación entre medio y audiencia, en la cual se tiene más en cuenta el punto de vista de los/las ciudadanos/as para hacer la agenda informativa.

Si bien es cierto que el periodismo cívico promueve la deliberación publica, a menudo se cuestiona si debe estimular a sus públicos a la acción; en el marco de la democracia participativa. Sin embargo el compromiso mayor del periodismo cívico es con la deliberación pública. Si ella lleva a los ciudadanos a la acción es un resultado importante.

### ***Movilización Social:***

Es un elemento fundamental en los procesos de comunicación. En muchos casos se le incorpora como uno de los pilares de la comunicación para el desarrollo, conjuntamente con la comunicación masiva, la interpersonal y la abogacía. También se puede abordar como una estrategia que pretende generar procesos de cambio y transformación social.

Existen cinco abordajes de la Movilización Social: Política, Gubernamental, Comunitaria, Corporativa y Beneficiaria.

Las anteriores estrategias sirven como herramientas que permiten llevar a cabo de manera eficaz una campaña de comunicación, donde se pretenda mejorar o transformar algún aspecto social de cierto grupo de personas. En la búsqueda de la mejora de la calidad de vida humana, el tema medioambiental cobra valor, ya que se expone como el entorno que afecta y condiciona la realidades de vida de las personas o la sociedad en su conjunto. Es mediante los procesos de diálogos que se logra establecer cómo el hombre es capaz de realizar distintas miradas de su entorno social y determinar cómo se ve afectado por el medio que lo rodea.

### **3.3.2 Comunicación y Gestión Ambiental**

La contaminación del medio ambiente es un tema de preocupación para los ciudadanos y ciudadanas por las posibles consecuencias que tiene si se hace un tratamiento desfavorable al medio que nos rodea.

La toma de conciencia y el sentido de pertenencia es la apropiación que tiene una persona sobre un objeto, grupo y/o institución denotando una relación que existe entre ambas partes. La noción de medio ambiente es entendida como “todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales que se refieren a los derivados de las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía. La relación que se establece entre estos elementos es lo que, desde una visión

integral, conceptualiza el medio ambiente como un sistema”. (Subgerencia Cultural del Banco de la República - 2015)

Para complementar la ardua tarea del tema medioambiental en el reto de construir una cultura de respeto por el medio ambiente, aparece el concepto ambiente sano, que apunta hacia la conservación del entorno, y la prevención de posibles lesiones o daños.

Un ambiente sano es el resultado de buenas prácticas individuales y colectivas motivadas por la conciencia, es así como se multiplican conductas acertadas para convivir en armonía.

Actualmente, para muchos medios de comunicación y gobiernos no es concebible hablar de temas medioambientales sin trazar su relación con el tema del Desarrollo Sostenible, que se entiende como la suplir la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades.

Al ser un tema de actualidad y que compete a todos, es de vital importancia que sea explicado y conseguir que llegue a toda la población, por ello se crean campañas de sensibilización y concienciación medioambiental. La educación es el medio primordial para lograr generar conciencia frente al medio y por ello surgen procesos de Educación Ambiental.

### **3.3.3 Cultura de la Educación Ambiental**

El tema medioambiental cobra sentido social cuando los países industrializados observaron el incremento de residuos sólidos trayendo como consecuencias el deterioro del medio ambiente; de este sentido se vio la necesidad de implementar mecanismos legales y organizacionales que contribuyen para frenar esta problemática.

En el año 1972 en Estocolmo se realizó la Asamblea de las Naciones Unidas donde se crearon programas que tuvieran como eje principal la creación de los procesos para el manejo de desechos sólidos. De igual manera apoyaron los proyectos del Programa de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA) puntualizando en la educación ambiental como mecanismo de iniciativa para forjar la cultura medioambiental.

La Educación Ambiental es entendida como un proceso educativo adaptado a diversos grados de aprendizaje, en donde se aportan conocimientos afines al medio biofísico; con la intención de comprender problemas de tipo ambiental, y emplear valores o comportamientos que ayuden a prevenirlos. Su objetivo principal es fomentar las prácticas que generan desarrollo sustentable, entendiendo que del mismo depende la vida de las generaciones presentes y futuras.

“Los programas de educación ambiental deben ser liderados por la comunidad ya que en ella se debe tomar decisiones en forma íntegra en el manejo de los recursos naturales, con el propósito de ofrecerles información y alternativas sobre la problemática ambiental y el desarrollo sostenible o sustentable” (Rengifo, Quitiaquez y Mora, 2012).

Los objetivos de la educación ambiental vienen definidos por la UNESCO, y son los siguientes (Martínez, 2015)

1. Toma de conciencia: concienciar a la gente de los problemas relacionados con el medio.
  2. Conocimientos: ayudar a interesarse por el medio.
  3. Actitudes: adquirir interés por el medio ambiente y voluntad para conservarlo.
  4. Aptitudes: ayudar a adquirir aptitudes para resolver el problema.
  5. Capacidad de evaluación: evaluar los programas de Educación Ambiental.
- 3.3.4 Participación: desarrollar el sentido de la responsabilidad para adoptar medidas adecuada Residuos Sólidos: Un Tema Educativo

La educación ambiental debe iniciarse en las primeras etapas del crecimiento humano, es decir debe iniciar desde el más pequeño, ya que si los niños son capaces de identificar y solucionar problemas ambientales en edad temprana, podrán continuar con ello en la edad adulta y ser capaces de tomar una decisión, dando posibles respuestas a la problemática que tenemos en la actualidad.

Según la Licenciada en Ciencias sociales de la Universidad de Nariño, Mgr. Andrea Rengifo y otros: “Este tipo de educación es transversal y deben impregnar toda la acción educativa y constituye una responsabilidad de toda la comunidad educativa, especialmente del equipo docente. La inclusión de estos contenidos se justifica por la necesidad de relacionar las vivencias del estudiante/participante, con sus experiencias escolares, mediante la introducción en los currículos de una serie de temas que están vivos en la

sociedad y que, por su importancia y trascendencia en el presente y futuro, requieren una respuesta educativa que debería constituir la base de una educación integral” (Rengifo, Quitiaquez y Mora, 2012).

Finalmente es necesario puntualizar que en relación con las nociones anteriores este proyecto busca mejorar el manejo inadecuado de residuos sólidos trabajo realizado con la población infantil de Punta Arenas.

Los residuos sólidos no son más que objetos que se abandonan, botan o rechazan. Estos pueden ser: ordinarios, es decir, aquellos generados por actividades realizadas en viviendas o áreas similares; y especiales, si tienen propiedades patógenas, tóxicas, combustibles, inflamables y/o volátiles, o su volumen es demasiado grande (ej. Escombros). Según el profesor Folch “los residuos sólidos urbanos y/o industriales, representan la fracción no utilizada (o subutilizada) y rechazada de los recursos materiales movilizados por el sofisticado ecosistema urbano y/o industrial” (Folch, 2011). Por consiguiente, es necesario aclarar que este proyecto aborda la temática del medio ambiente, especialmente el manejo de residuos sólidos, en la comunidad insular de Punta Arenas.

## **4. METODOLOGÍA**

### **4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de diseño seleccionado para orientar este proyecto es el diseño de investigación mixto, que es la integración sistemática del método cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno (García e Ibarra,s.f).

A través de este diseño de investigación se realizó la descripción y la interpretación del problema ambiental de manejo inadecuado de residuos sólidos en el poblado de Punta Arenas. Basándose en la Comunicación para el Desarrollo, que es un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas.

Este proyecto se fundamenta en el enfoque de Comunicación para el Cambio Social utilizando enfoques participativos, subrayando la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes del cambio y la necesidad de las estrategias de comunicación. Para el Caso de este trabajo la estrategia de comunicación utilizada para el Rediseño de la Campaña de Comunicación para promover el manejo adecuado de residuos sólidos de niños y niñas de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierrabomba Sede Punta Arenas fue Marketing Social (Mercadeo Social),

definida como el diseño y la implementación de proyectos con el fin de incrementar la aceptación de ideas y/o prácticas sociales entre una población pre-definida.

El proceso de Rediseño de la campaña de comunicación , parte desde las malas prácticas individuales y colectivas que tienen niños y niñas de la institución educativa con respecto al manejo adecuado de residuos y toma como antecedente el proyecto de desarrollo realizado con el colectivo Embárcate con el mismo grupo poblacional, identificando falencias para hacer las respectivas mejores y que el Rediseño de esta campaña se inserte a la implementación que está realizando la escuela del Proyecto Ambiental Escolar PRAE.

## **4.2 CONTEXTO**

La campaña de comunicación visual de sensibilización y concientización sobre el manejo adecuado de residuos sólidos está dirigida a los niños y niñas estudiantes de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución Educativa de Tierra Bomba localizada en el Corregimiento de Punta Arenas de la Ciudad de Cartagena.

La ciudad de Cartagena de Indias, capital del departamento Bolívar, se encuentra localizada al norte de Colombia, con limitaciones con el mar Caribe. Posee una extensión total de 60.408.65 Has de las cuales, 7.861,99 corresponden a la zona urbana, representando el 12,7% del total. La zona rural continental abarca 49.502,98 Has., representando el 81.9% y la zona insular posee una extensión de 3.223, 68 Has., integrada por 6 corregimientos con el 5,4% de participación

Entre los corregimientos que conforman 5.4% de participación territorial de la ciudad de Cartagena se encuentra el corregimiento de Punta Arenas. Punta Arenas es un poblado ubicado en la Isla de Tierra Bomba, en la zona insular de Cartagena de Indias, en la localidad Histórica y del Caribe Norte (uno). Cuenta con una población aproximada de 600 habitantes mayoritariamente Afrodescendientes.

Punta Arenas está ubicado junto a los corregimientos de Tierra Bomba, Caño del Oro y Bocachica, siendo el poblado más pequeño y el único que no cuenta con una administración política propia. Sin embargo, debido a sus características físicas y al estado de sus playas, en los últimos años se ha convertido en un fuerte destino turístico y en un polo de desarrollo en dicha zona insular.

A nivel educativo, Punta Arenas cuenta con una Institución Educativa en las cuales se imparten clases desde los grados de Preescolar hasta 5° de primaria. El nombre oficial del establecimiento educativo es Institución Educativa De Tierra Bomba - Sede de Punta Arenas y actualmente cuenta con 87 estudiantes, en promedio 20 estudiantes por cada grado, y con un rango de edades que oscila entre los 5 y los 13 años. A pesar de cursar grados de básica primaria en los cuales el estudiante deben tener nociones básicas de lectura, los estudiantes de esta Institución Educativa presentan problemas en los procesos de Lecto-escritura

A nivel Medioambiental, se puede apreciar cierto deterioro ambiental debido a la contaminación. El manejo de residuos sólidos en el poblado presenta deficiencias. En la parte posterior del poblado, se encuentra un gran cuerpo de agua interno, un pequeño lago

que debido al mal manejo de los residuos sólidos se encuentra altamente contaminado, desaprovechando un gran potencial natural que puede ser útil para actividades de ecoturismo, ya que en Punta Arena sólo se ha desarrollado el turismo de playas.

A pesar del potencial turístico, la comunidad de Punta Arenas presenta necesidades y problemáticas significativas en distintos aspectos, uno de los más relevantes es medioambiental. En cuanto al manejo adecuado de residuos sólidos. Lo cual convierte al poblado en un lugar con condiciones precarias en materia de cuidado al medio ambiente, educación e infraestructura.

#### **4.3 OBJETO DE ESTUDIO**

El Colectivo Embárcate (colectivo de comunicación de estudiantes de VIII y IX semestre de Comunicación Social, de la Universidad de Cartagena), para el año 2015, llevaron a cabo su primer proyecto de desarrollo denominado *Ecopunta*, ejecutado en la poblado de Punta Arenas de la Isla de Tierra Bomba, zona insular de Cartagena de Indias.

*Ecopunta* (como primer proyecto del Colectivo) trabajó, inicialmente, con dos poblaciones: niños y adultos; con el fin de tratar la problemática de manejo inadecuado de residuos sólidos mediante el uso de estrategias de comunicación y la acción participativa de la comunidad. En su objetivo principal, el proyecto adelantado en Punta Arenas estableció el incremento de la calidad ambiental de la comunidad de Punta Arenas sensibilizando, capacitando y promoviendo en la comunidad participe el manejo adecuado de residuos sólidos.

Ecopunta requirió para el cumplimiento de sus objetivos, la implementación de una estrategia de comunicación que pudiese sensibilizar y concientizar a los nativos de Punta Arenas sobre las malas prácticas existente con el manejo de residuos sólidos, creando una campaña de comunicaciones basada en la estrategia de Marketing Social (Mercadeo Social) llamada *Redescúbrete*.

El nombre de la campaña, **REDESCÚBRETE** (en su significado más amplio), hace referencia a algo que ha vuelto a ser descubierto. El potencial turístico de Punta Arenas fue descubierto por sus mismos habitantes; sin embargo, para que los nativos volvieran a descubrir, identificar y desarrollar sus potenciales ecoturísticos (que en últimas traería beneficios financieros para sus pobladores), fue necesario que mejoraran las prácticas que tiene con los residuos sólidos. La campaña estuvo acompañada de una identidad visual (ver anexo F)

*Redescúbrete* se planteó el objetivo de sensibilizar y concientizar a la población de Punta Arenas sobre el manejo inadecuado de residuos sólidos mediante Marketing Social, una estrategia de comunicaciones que busca promover una idea y una práctica social utilizando las técnicas del mercadeo comercial (en este caso el manejo adecuado de residuos sólidos).

La campaña se hizo de manera diferenciada, acorde a las características de los grupos poblacionales establecidos por el Colectivo Embárcate para ejecutar el proyecto. En el caso de la población adulta, para poder persuadir, convencer y generar la práctica social esperada, la campaña se solventó en las motivaciones e intereses de la comunidad puntarenense en temas de turismo y dinero, es decir, enfocada hacia las ventajas turísticas y

financieras que representa el manejo adecuado de residuos sólidos y por consiguiente el cuidado del medio ambiente en el corregimiento.

En el caso de la población infantil, se trabajó en la creación de un personaje con el que se sintieran identificados, se llevaron a cabo actividades lúdicas que propiciarán el reciclaje de botellas plásticas (Construcción de una casa con botellas) y la emisión de mensajes que promovieron las prácticas adecuadas con residuos sólidos y que reafirmar lo aprendido durante los talleres pedagógicos dictados por Ingenieros Ambientales como parte del componente pedagógico del proyecto Ecopunta. (ver Anexo F)

*Redescubrete* estuvo en ejecución durante 2 meses, Octubre 8 a Diciembre 2 de 2015, en los cuales se trabajó semanalmente con ambos grupos poblacionales para poder cumplir con los indicadores propuesto al inicio del proyecto con el Colectivo Embárcate con actividades de: recolección de información, actividades de expectativa, lanzamiento oficial, acompañamiento al componente pedagógico, actividades lúdicas, emisión constante de mensajes.(Ver Anexo)

La sensibilización hacía parte de los indicadores que marcarán la eficacia del proyecto realizado en Punta Arena, en un inicio se estableció que el 10% de la población estuviese sensibilizada sobre el manejo adecuado de residuos sólidos, y que el indicador se cumpliría con la ejecución de la campaña.

Al finalizar el proyecto Ecopunta, la evaluación evidenció que al menos 10% de la población estaba sensibilizada sobre la importancia del manejo adecuado de residuos sólidos. Sin embargo, tiempo después los grupos focales trabajados en el la campaña no evidenciaron cambios significativos en las prácticas individuales y colectivas de manejo

adecuado de residuos sólidos lo que conllevó a una revisión interna de los procesos y se evidenció algunas fallas en la ejecución de la campaña de sensibilización y concientización.

#### **4.4 SUJETOS PARTICIPANTES Y/O MUESTRA**

El corregimiento de Punta Arenas en la zona insular de Cartagena , cuenta con una sola Institución Educativa que ofrece a los nativos y residentes cursos de preescolar y básica primaria como sede de la Institución educativa de Tierra Bomba en este corregimiento.

El nombre oficial de la escuela es Institución Educativa Tierra bomba- Sede Punta Arenas y que actualmente el colegio cuenta con aproximadamente 90 estudiantes, En promedio 20 estudiantes por grado, y con edades que oscilan entre los 5 y los 13 años. Cuenta con problemas de infraestructura, administración, medio ambiente y bajos niveles de lecto-escritura en sus estudiantes. Cabe anotar, que en la institución educativa se presenta una situación particular, los niños y niñas de 4to y 5to grado de primaria de la Escuela imparten clases en un mismo lugar sin asignaturas diferenciadas debido a la falta de espacios para dictar clases lo que ocasiona que tengan bajos niveles de escolaridad específicamente de lectura y escritura.

En el caso Medioambiental, la institución educativa no cuenta con soportes pedagógicos y lúdicos que incentiven al estudiantado a la protección y cuidado del medio ambiente, de igual manera los depósitos para las basuras o desechos son insuficientes en la institución educativa lo que aumenta las malas prácticas individuales y colectivas de los niños y niñas estudiantes de esta escuela.

El rediseño de la campaña de comunicaciones está dirigido a una población muestra de 40 beneficiarios conformada por niños y niñas de la Institución Educativa que corresponde aproximadamente al 44% de la población total del plantel educativo. La muestra está categorizada: Niños y niñas residentes y nativos de 3er, 4to y 5to grado de primaria de la Escuela de Punta Arenas, quienes cuentan con un rango de edad entre los 8 y los 13 años con bajos niveles de lectura y escritura.

#### **4.5 PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

El procedimiento está dividido estratégicamente en tres fases: Diagnóstico y evaluación, Rediseño colectivo de la campaña y la validación con la comunidad académica de la campaña rediseñada., que van en línea con los objetivos específicos planteados y las etapas del marketing social.

##### **4.5.1 Fase I: Evaluación y Diagnóstico**

Esta primera etapa del proyecto se enfocó en dos elementos: (1) en la evaluación, y (2) el diagnóstico de la campaña Redescúbrete 2015, Colectivo Embárcate anterior sobre el manejo adecuado de residuos sólidos implementado en la Institución Educativa de Punta Arenas, Cartagena, identificando qué impacto produjo en la población referenciada y, a su vez, las falencias más significativas del proyecto Ecopunta. Ambas complementadas con el componente de Investigación formativa, etapa del Marketing Social, que consiste en aquella investigación que se realiza previamente al diseño y ejecución de una campaña de

comunicación, con la finalidad de definir el tema bajo el cual se trabajó; establecer las metas y objetivos del mismo; y hacer un perfil de la población muestra en estudio, identificando sus actitudes y comportamientos más significativos (Rodríguez, Obregón y Guerra, 1993). A su vez esta fase va en línea con los objetivos específicos planteados anteriormente y corresponde al objetivo específico 1 y 2 que hace referencia a la evaluación (1) y diagnóstico (2).

Para la realización de esta fase se utilizó la técnica de recolección de información Taller, que implican la participación de un número de personas y el énfasis está puesto en el desarrollo de unas preguntas y unas respuestas entre los talleristas y los participantes (Aigner, p2).

A continuación, se describe a detalle el desarrollo de los dos elementos relacionados en la fase I del proyecto de grado:

**1) Evaluación del impacto generado por la campaña Redescúbrete del Colectivo Embárcate 2015:** Para la primera parte de la Fase I, la evaluación se realizó a través de la implementación de la herramienta: Taller “Valoración de percepciones – Like” y entrevista. La utilización de esta herramienta se aplicó teniendo en cuenta los rangos de edades y, el problema de lectura y escritura que tiene la población objetivo del proyecto; haciendo necesario recurrir a un instrumento cuyas características radicarán en facilitar la participación del grupo poblacional evaluado, y la comprensión por parte de ellos del contenido expuesto.

El taller “Valoración de percepciones – Like” consistió en la creación de un cuestionario que contenía cuatro (4) preguntas cerradas y tres (3) preguntas abiertas (durante la entrevista) relacionadas con la Campaña de comunicación y las actividades realizadas por el Colectivo Embárcate en su proyecto de manejo adecuado de residuos sólidos. A través de estas preguntas, abiertas (de desarrollo u opinión personal) y cerradas (respuestas cortas, sí o no), se buscó identificar el grado o nivel de impacto que causó la anterior campaña del Proyecto Ecopunta en la población, específicamente en la infantil (niños y niñas, estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria de la institución educativa).

De igual forma, esta valoración con unos íconos de Like/Dislike que, a medida cada niño y niña respondía cada pregunta lo hacían con la ayuda del ícono, y dependiendo de la calificación que cada estudiante daba se lograba medir el impacto real que se tuvo del proyecto pasado (ver anexo).

**2) Diagnóstico de prácticas individuales y colectivas; conocimientos, creencias y percepciones de la población infantil:** Ahora, para la segunda parte de la Fase I del proyecto se realizó una etapa diagnóstica, que consistió en la realización de una técnica de recolección: *encuesta y ejercicios informales de observación y revisión del diagnóstico con Embárcate*. La encuesta se define como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener una variedad de características subjetivas y objetivas de la población (Chiner Sanz, 2011).

Esta técnica tuvo como finalidad atender a las problemáticas de la población con respecto a lectura y escritura, así como a las deficiencias encontradas en la redacción de las encuestas del proyecto anterior realizado por Embárcate que sirve de antecedente a este trabajo.

La encuesta realizada constó de un total de siete (7) preguntas cerradas, acompañadas por ilustraciones debido a las problemáticas de lectoescrituras antes mencionados (Ver Anexo B).

Los criterios que se tuvieron en cuenta en la aplicación de la encuesta para la realización del diagnóstico en la población infantil fueron: conocimientos, prácticas y creencias en torno al manejo adecuado de residuos sólidos que tienen los niños dentro de la escuela. La obtención de esta información fue necesaria para la creación de estrategia de comunicación y la apropiación de la misma por parte de la comunidad implicada.

Además de la encuesta, también se realizó una revisión al diagnóstico del proyecto del Colectivo Embárcate, que sirve como antecedente de este proyecto. A partir de esto se pudo acceder a información que está circunscrita en los sujetos (pertenecientes a la población referenciada) que no se puede percibir mediante una encuesta; y que brindó las bases necesarias para identificar conductas culturales y establecer las redes de comunicación que sirvieron de base para el desarrollo de la campaña.

#### **4.5.2 Fase II: Rediseño Colectivo de la Campaña**

En el desarrollo de la Fase II, el proyecto se orientó en la construcción (de manera colectiva) de la campaña de promoción de manejo adecuado de residuos sólidos mediante la realización de un taller creativo con los niños y niñas estudiantes de 3°, 4° y 5° de la Institución Educativa Tierrabomba, Sede Punta Arenas. Estando así en línea con el tercer objetivo específico planeado anteriormente.

Como componentes principales para la ejecución de la Fase II se establecieron dos: (1) el diseño de los mensajes y (2) la elaboración de la estrategia de medios; etapas de Marketing Social las cuales se relacionaron conjuntamente proceso de investigación previo de la campaña de comunicación (Rodríguez, Obregón y Guerra, 1993)

El primero tuvo como finalidad tener una mayor certeza en la correlación del mensaje con la audiencia (en este caso, con los estudiantes de 3°, 4° y 5° de la Institución Educativa Tierra Bomba, Sede Punta Arenas), por lo cual la creación del mensaje fue en conjunto con la comunidad, minimizando racionalmente las probabilidades de fracaso del mensaje. El segundo, que fue la elaboración de la estrategia de medios, que estuvo enfocado en identificar los canales de comunicación más eficientes en la institución educativa con el fin de buscar y generar un mayor impacto de la campaña.

Para la Fase II del desarrollo proyecto de grado, la construcción de la campaña de manejos adecuados de residuos sólidos se realizó a través de la aplicación un *Taller "Creativo"*, como técnica de recolección de información. La utilización de esta

herramienta se aplicó teniendo en cuenta las condiciones de lectoescritura y los rangos de edades mencionados anteriormente.

La finalidad de este taller fue construir, colectivamente, la imagen, nombre y mensaje de la campaña de promoción de manejo adecuado de residuos sólidos, en conjunto con la población referenciada. Dicho taller fue realizado con los niños y niñas de 3°, 4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierra Bomba, Sede Punta Arenas; y fue elaborado con apoyo audiovisual de la película animada 'El Lorax', cuyo contenido o temática está relacionada con el tema medioambiental. Posterior a eso, se aplicó el taller creativo donde los niños y las niñas (a través de dibujos realizados por ellos) propusieron ideas que tenían como finalidad la imagen de la campaña promocional; adicionalmente, propusieron posibles nombres y mensajes para la campaña.

A través de esto, se buscó que el mensaje generará atracción, comprensión, involucramiento, aceptación e inducción a la acción: elementos claves para que el diseño de mensaje tuviera mayor eficiencia.

#### **4.5.3 Fase III: Validación con la comunidad académica de la Campaña Rediseñada.**

En la tercera y última fase del desarrollo del proyecto, se encaminó en la validación de la campaña de comunicación propuesta para promover el manejo adecuado de residuos sólidos en niños y niñas estudiantes de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierrabomba Sede Punta Arenas. Esta fase corresponde al último objetivo específico

planteado, validación, y hace parte de la etapa de Marketing Social, llamada Validación del mensaje.

La fase de validación del mensaje, presente normalmente en el proceso de investigación previa a la creación de una campaña, tiene dos momentos. Primero, (1) una validación técnica que apunta a verificar la precisión técnica de los mensajes; y segundo (2), una validación de la población con respecto a la aceptación y comprensión del mensaje (Rodríguez, Obregón y Guerra, 1993).

En la Fase III se aseguró (a través de los Grupos Focales) la validación, tanto la técnica como la poblacional, del rediseño de la campaña de promoción sobre el manejo adecuado de residuos sólidos en la Institución Educativa. Se reunió a la población referencial (41 niños y niñas estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria acompañado por 2 docentes directoras de grupo) con la idea de poder conocer su apreciación visual con respecto a la imagen, mensaje y nombre de la campaña promocional, permitiendo conocer la validación técnica y la poblacional que demostraron los niños como entes directos y beneficiarios del proyecto.

## **5. RESULTADOS Y ANÁLISIS**

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de trabajo de grado, se organizó (de manera estratégica) la información obtenida mediante las encuestas, entrevistas y talleres, para su análisis e interpretación.

Los resultados se presentan en un orden específico, teniendo en cuenta las fases anteriormente descritas, partiendo de la primera fase de evaluación y diagnóstico (qué está organizada con base a prácticas y conocimientos). Seguido de la fase de diseño colectivo de la campaña y posteriormente de la última fase: la validación. Finalmente, se realizaron las conclusiones generales de lo que se obtuvo en la recolección de la información.

Para la recolección de información, se trabajó con una población muestra de estudiantes de niños y niñas, de edades que oscilan entre los 8 y los 13 años. A continuación se presentan los resultados obtenidos de la investigación, siguiendo el orden establecido.

### **5.1 FASE I: EVALUACIÓN Y DIAGNÓSTICO**

#### **5.1.1 Evaluación: Taller de Percepciones**

En esta fase (ver sección 4.5.1) se evaluó la campaña Redescúbrete realizada por el Colectivo Embárcate en el año 2015, antecedente base del presente proyecto. El total valorado para esta fase en específico fue un total de 26 estudiantes entre 4° y 5° de primaria (entre niños y niñas), teniendo en cuenta que sólo fueron consultados aquellos que hicieron

parte de la campaña pasada. A continuación son presentados los resultados obtenidos del Taller de Percepciones realizado, a partir de la pregunta 1, en la Figura 1.

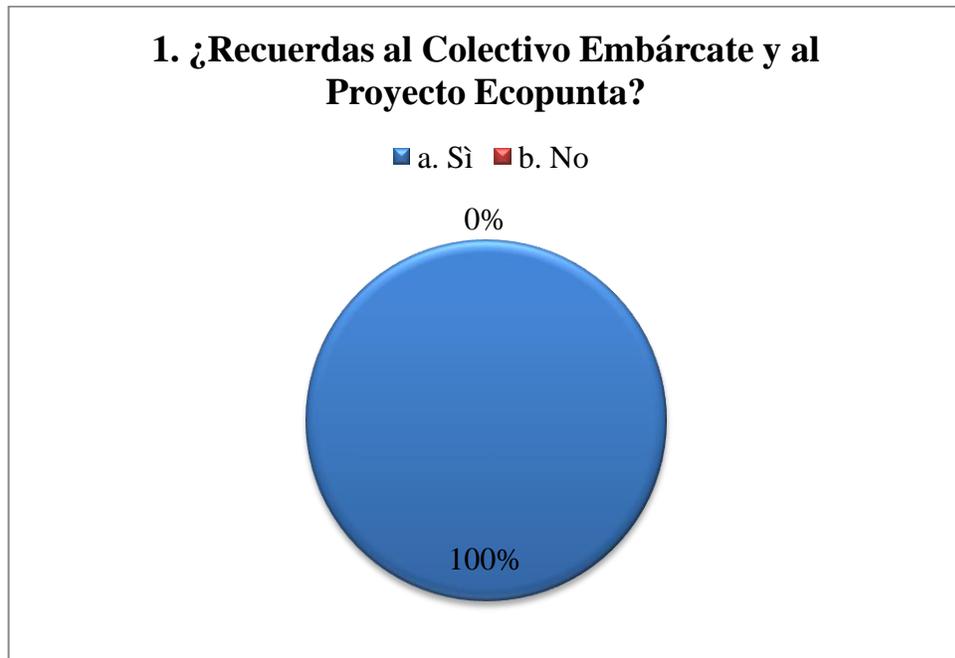


Figura 1. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 1).

De acuerdo a los resultados anteriores a la esta pregunta, se obtuvo que el 100% de la población muestra encuestada afirmó recordar el Colectivo Embárcate y el Proyecto Ecopunta; esto indica que, tanto el colectivo como la ejecución del proyecto, generaron una recordación favorable por parte de la comunidad que participo durante el 2015 en los proyectos y campañas adelantados por Embárcate en Punta Arenas. Lo anterior demuestra que, el hecho que en la mente de los sujetos participantes exista el recuerdo de los proyectos pasados por el colectivo, aprueba y ratifica la continuación de los mismos en la misma población.

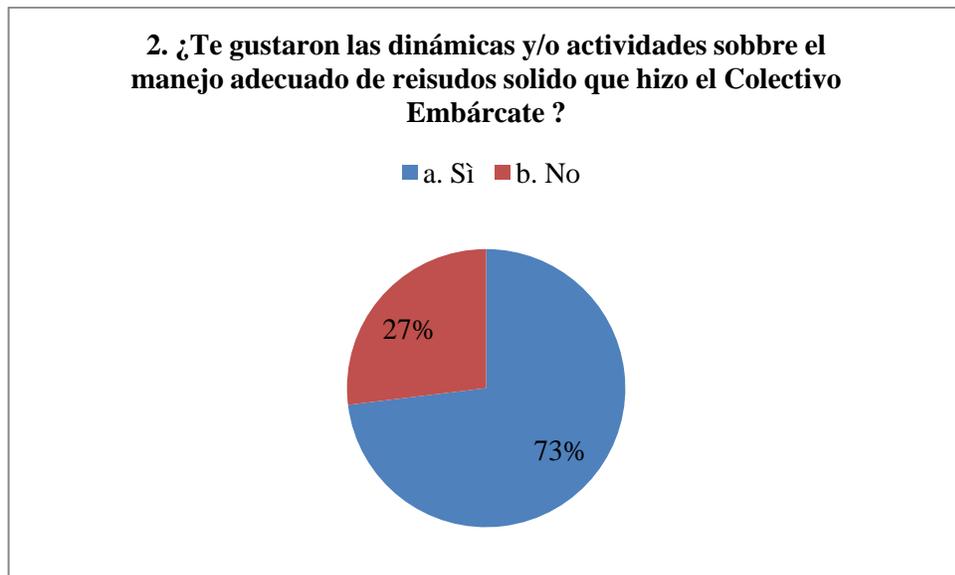


Figura 2. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 2).

Ahora bien, para el caso específico de las actividades y/o dinámicas realizadas dentro de la campaña Redescúbrete por el Colectivo Embárcate (en referencia a la pregunta 2 de esta etapa), la mayoría de la población (con un 73% de favorabilidad) afirmó haberles gustado las actividades realizadas; no obstante, sólo un 27% de los encuestado aseguró lo contrario. En este caso en particular, la mayoría de los estudiantes que participaron en la campaña pasada sintieron afinidad por las actividades y/o dinámicas, incluso durante la entrevista que se realizó algunos estudiantes hicieron referencia a aquellas actividades que implicaron la puesta en práctica del conocimiento teórico. Sin embargo algunos estudiantes opinaron que les disgustó aquellas actividades que implicaban hablar en público y donde se colocaban “a prueba” los conocimientos adquiridos en los talleres pedagógicos.

Es posible en este afirmar que hubo un éxito en la forma del cómo y cuándo se llevaron a cabo las prácticas lúdicas, lo que hace referencia a la Promoción del Producto permitiendo llegar a la audiencia por los canales adecuados (sustento teórico del proyecto).

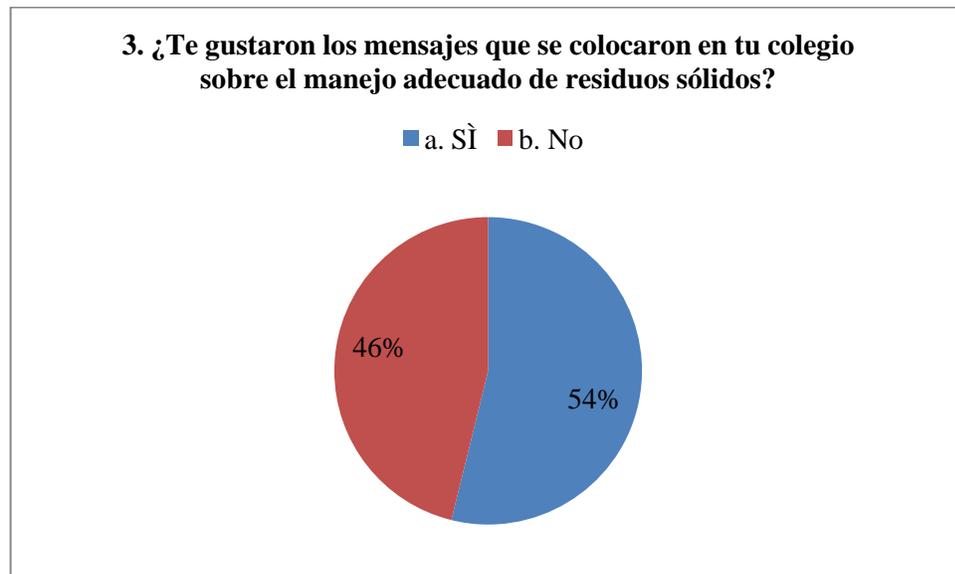


Figura 3. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 3).

Siguiendo la misma línea, a partir de la figura 3, el 54% de los encuestados afirmaron haberles gustado los mensajes colocados dentro de la institución educativa, como parte de la campaña implementada en el sitio y que trataban la temática de los residuos sólidos. De acuerdo a lo anterior, es posible inferir que (en efecto) los mensajes tuvieron una recepción positiva por parte del cuerpo estudiantil al establecerse los canales correctos de comunicación, pues se tuvo en cuenta las condiciones de lecto-escritura de los niños y niñas en la institución. Sin embargo, es preocupante el hecho que el 46% de la población (casi la mitad de la población muestra encuestada) afirmara no haber sentido un gusto por

los mensajes lo que supone que existieron problemas de construcción colectiva del mensaje, o falta de ella, en el sistema y los medios de distribución existentes.

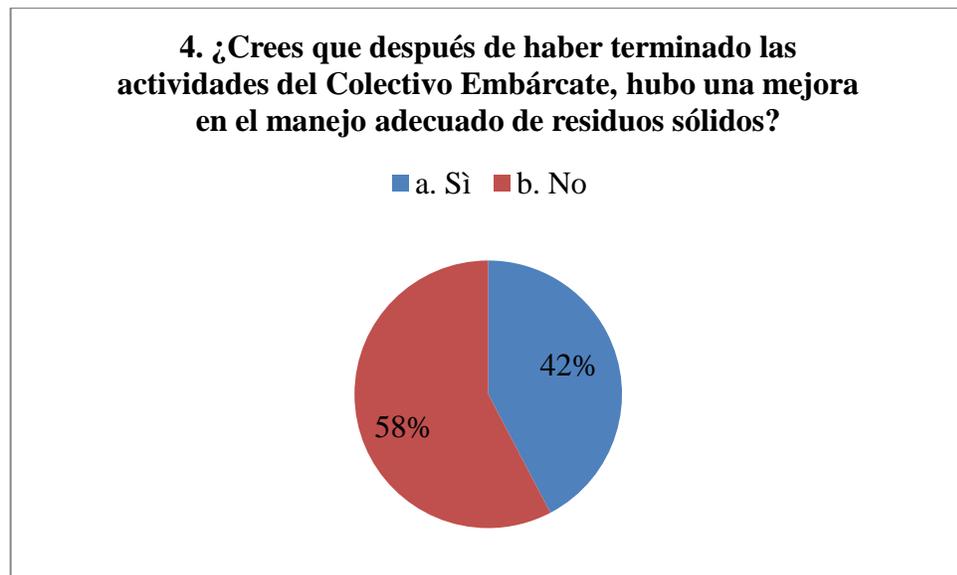


Figura 4. Encuesta de consulta a estudiantes de 4° y 5° de primaria (pregunta 4).

En esta ocasión, con base a la información presentada en la figura 4, el 58% de la población muestra reconoció que, luego de haber dado por finalizada la campaña Redescúbrete, no hubo un cambio significativo en los sujetos participantes de Ecopunta (año 2015). Es decir, el impacto no fue el esperado por causa de la discontinuidad y falta de seguimiento apropiado por parte de la comunidad académica responsable de desarrollar el proyecto. Ahora bien, si los mensajes tuvieron una recepción positiva por parte de la población al momento de ejecutarse la propuesta, la trascendencia esperada no fue la mejor en lo que respecta a ámbitos de promoción de prácticas, lo que constituye (según las bases

teóricas de este trabajo de grado) la generación de soluciones para la problemática en un contexto local y/o regional.

Finalmente, se concluyó en esta fase de evaluación que, aunque la población infantil participante en el proyecto pasado con Embárcate aseguraron sentir una afinidad por los mensajes y las actividades que acompañaron la campaña, es claro que existen falencias en los métodos de posición y promoción del producto. Los sistemas de distribución, los medios y los canales de comunicación por medio de los cuales se emitieron los mensajes y se realizaron las actividades, deben mejorar sustancialmente si se quiere que el presente proyecto se inserte de manera favorable al proyecto PRAES y que implique que los niños y niñas creen responsabilidades y soluciones colectivas en torno a la problemática local.

### **5.1.2 Diagnóstico**

A partir de las encuestas realizadas como parte de la fase de diagnóstico en niños y niñas de 3°, 4° y 5° de la Institución Educativa Tierra Bomba, Sede Punta Arenas, se obtuvieron los resultados relacionados con los siguientes cuatro criterios: (1) prácticas individuales y colectivas, (2) conocimiento medioambiental, y (3) prácticas de ejecución. Y, a su vez, se realizó una revisión a los antecedentes permitiendo realizar un perfil de la comunidad, tal y como lo expone la Investigación Formativa del Marketing Social.

A continuación, son presentados los resultados obtenidos de esta segunda etapa de la Fase I del proyecto de grado:

### 5.1.3.1 Prácticas Individuales y Colectivas

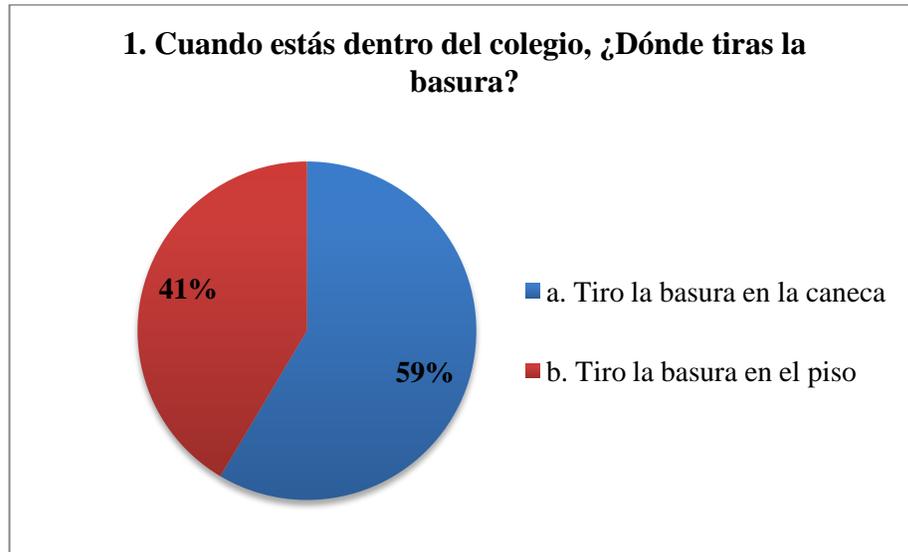


Figura 5. Encuesta individual y colectiva de consulta a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 1).

En cuanto a las prácticas colectivas frente al manejo adecuado de residuos sólidos, se obtuvo (de acuerdo a los resultados mostrados en la figura 5) que el 59% de los niños y niñas (encuestados) arrojaron desechos en las canecas, mientras que el 41% de los encuestados afirmaron arrojaron desechos en lugares donde no corresponde (el piso de la institución educativa). Aunque la mayoría de los encuestados afirmó botar los residuos en las canecas, dentro de las aulas de clases y la institución educativa, se evidenció la realización de prácticas inadecuadas que aún permanecen en los niños y niñas. Cabe resaltar que aquellos niños y niñas de la población muestra escogida para participar en el proyecto del Colectivo Embárcate mediante la Campaña Redescúbrete, mostraron un cambio en cuanto a la concientización del problema ambiental y el manejo de residuos sólidos.

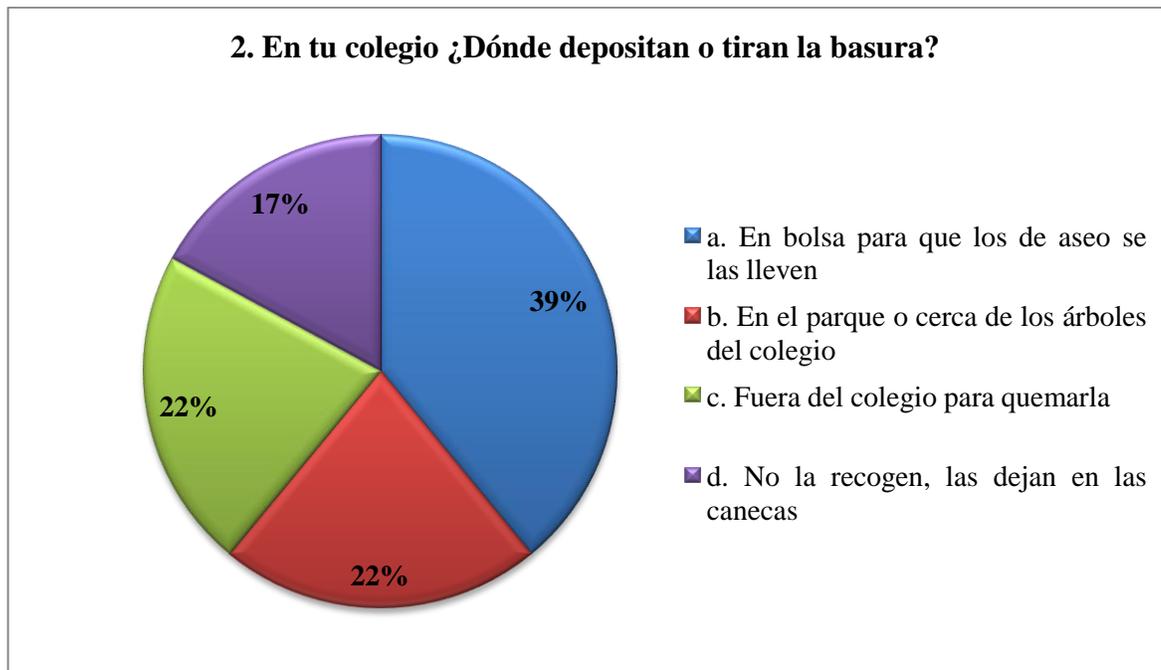


Figura 6. Encuesta individual y colectiva de consulta a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 2).

Por otra parte, de acuerdo a lo mostrado en la figura 6, se encontró que el 39% de los niños y niñas (encuestados) consideraron que en la escuela, en general, las basuras las depositan en bolsas para que la empresa de aseo haga la recolección; mientras que el 22% restante consideró que en la institución educativa los desechos los arrojan en el parque que se encuentran dentro de la escuela o en zonas verdes cercanas a la Institución. Otro 22% de la población infantil afirmó arrojar basura en calles, playas y/o salinas, y sólo un 17% final afirmaron que la institución educativa no hace la debida recolección de los residuos dentro de la institución.

A partir de lo anterior, se puede concluir que, aunque la mayoría de la población afirmó que en la escuela en general los residuos son depósitos en bolsas de basuras, la institución no realiza un manejo apropiado de estos residuos sólidos. No existe dentro del

colegio bolsas de basuras y/o canecas diferenciadas para cada uno de los desechos generados allí, lo que demuestra que la institución no aplica dichas prácticas. El reciclaje de residuos sólidos dentro de la institución no se realiza debidamente a través de la separación en la fuente.

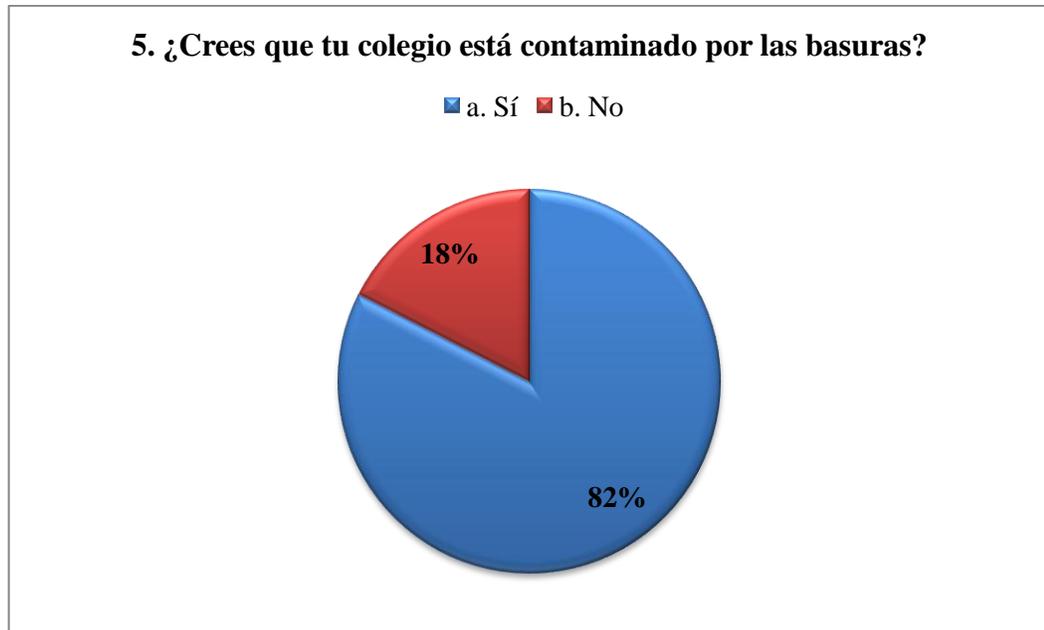


Figura 7. Encuesta individual y colectiva de consulta a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 3).

Ahora bien, aunque la mayoría de la población muestra considera que, individual y colectivamente (ver figura 5), los desechos son arrojados en canecas o bolsa, cuando son cuestionados por la contaminación de la Institución Educativa la mayor parte del grupo encuestado (correspondiente al 82% del total encuestado, según la figura 7) consideran que esta se encuentra contaminada; lo cual deja en evidencia que, aún dentro del colegio, los estudiantes no realizan las prácticas adecuadas con la manipulación de los desechos.

### 5.1.3.2 Conocimientos Medioambientales

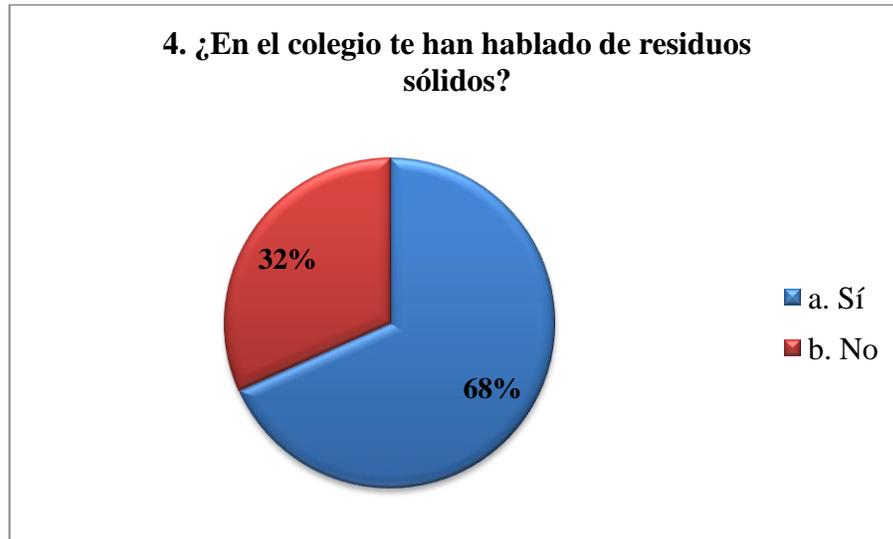


Figura 8. Encuesta de consulta de conocimiento a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 1).

En lo que respecta al tema en conocimientos medioambientales, el 68% de la población infantil encuestada (ver figura 8) recordaron haber hablado, en algún momento, acerca de la temática; mientras que 32% restante de la población dijo no haber escuchado nada respecto al tema de manejo de los residuos sólidos en el colegio.

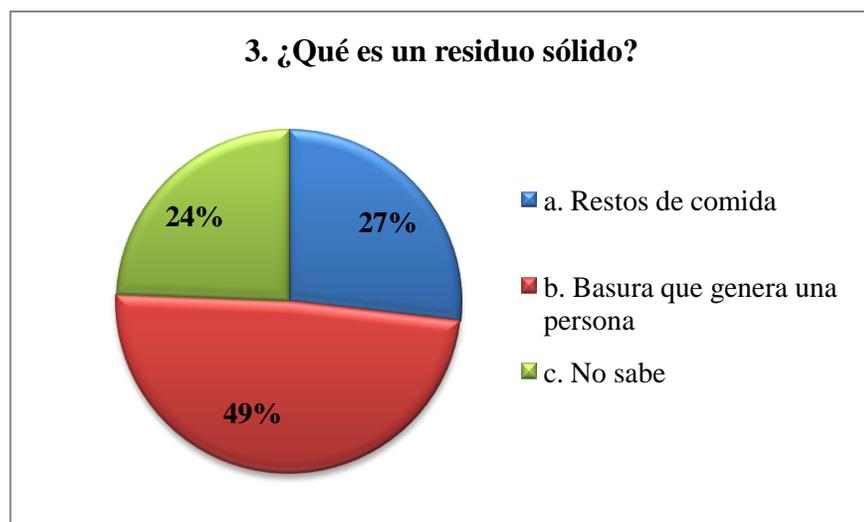


Figura 9. Encuesta de consulta de conocimiento a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 2).

El resultado referente al criterio de conocimientos ambientales sobre qué es un residuo sólido, se determinó que el 49% de los encuestados (ver figura 9) tiene una definición correcta de lo que es un residuo sólido, mientras que el 27% maneja un concepto erróneo sobre el término; y el 24% restante desconoce del tema tratado. Esto se estableció luego de que los niños escogieron entre los tres enunciados con conceptos e ilustraciones que hacían referencia a el concepto de residuos sólidos, aquel que consideraba los residuos sólidos como basuras generadas por personas.

La mayoría de los que respondieron afirmativamente (49%), hacen parte del actual grupo de Guardias Ambientales (creado por la Institución a través de la implementación del PRAES) y el otro porcentaje (resto de la población) trabajó con el Colectivo Embárcate; no obstante, aún con la existencia de porcentajes que superan el 20% de la totalidad, vale la pena reafirmar los conocimientos pedagógicos pues deja en evidencia las falencias en materia de residuos sólidos.

### 5.1.3.3 Prácticas de Ejecución

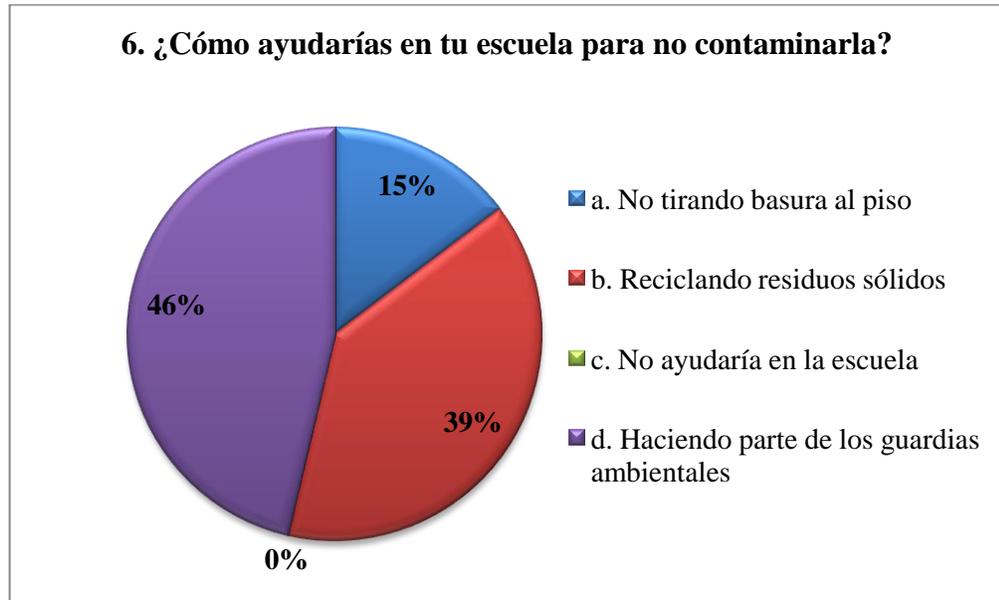


Figura 10. Encuesta de consulta de práctica de ejecución a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 1)

Teniendo en cuenta la figura 10, aunque el 46% de los niños y niñas de la Institución prefirieron hacer parte de Guardias Ambientales como mecanismo para ejecutar prácticas que ayuden a resolver los problemas de contaminación en su escuela, un 39% optó por reciclar los residuos sólidos en las canecas correspondientes, y el otro 15% restante en ayudar a no arrojar las basuras al piso. Lo anterior demuestra que, por un lado los niños están altamente dispuestos y comprometidos con el medio ambiente; y por otro, se evidenció que la creación de guardias ecológicos dentro del PRAES ha tenido una buena acogida por parte de la comunidad estudiantil.

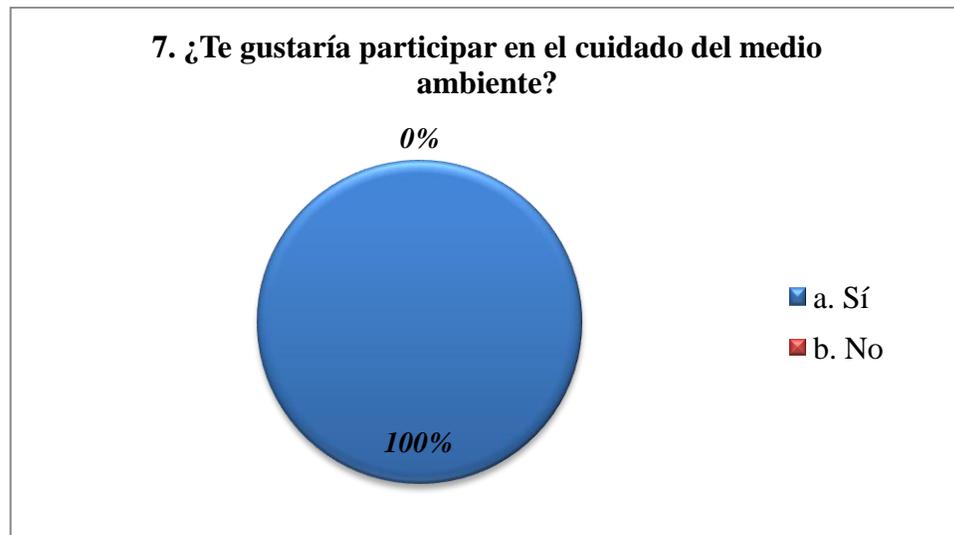


Figura 11. Encuesta de consulta de práctica de ejecución a estudiantes de 3°, 4° y 5° de primaria (pregunta 2)

Por último, el 100% de los encuestados (ver figura 11) confirmó que participarían activamente en actividades relacionadas al cuidado del medio ambiente, permitiendo conocer aspectos de los sujetos participante y de las demás personas de la institución que no fueron interrogados en las encuestas.

Por otra parte, desde la revisión del diagnóstico realizado por el Colectivo Embárcate (2015) y con ejercicios de observación informal con la población participante se pudo crear un perfil de la comunidad, necesario para la creación de la presente campaña.

Socialmente Punta Arenas y en específico la institución educativa está conformada mayoritariamente por personas (niños y niñas) afrodescendientes con graves problemas de escritura y de lectura. Hay una gran tasa de analfabetismo en la población adulta y poco interés de manera generalizada en la necesidad de formar y educar a las nuevas

generaciones, esto impide en gran parte que la institución pueda promover el auto aprendizaje de los niños en colaboración con sus padres.

Las únicas actividades que cuentan con respaldo de la comunidad en general y en especial de los estudiantes de la escuela, son las relacionadas con asuntos deportivos, culturales y de entretenimiento. Sin embargo, dentro de la institución no existen grupos deportivos y culturales establecidos y reconocidos que promuevan las manifestaciones de arte y cultura dentro del colegio durante todo el año escolar.

Para los estudiantes de la institución educativa los canales de comunicación más utilizados y más efectivos son los medios populares, es decir, los procesos comunicativos dentro de la escuela se llevan a cabo desde el Voz a Voz y Carteles y afiches. En el primer caso, los niños y niñas, usan este medio para comunicarse entre sí, debido al tamaño poblacional, al nivel educativo y a las características socioculturales de la misma. Los Carteles y Afiches por su parte no son solamente utilizados por la comunidad estudiantil si no por la población en general, los carteles van acompañados de cualquier tipo de información de interés, colocados en lugares concurrentes y con mala ortografía y redacción debido a los problemas educativos antes mencionados.

Durante este proceso de indagación de información, se encontró también que en materia Medioambiental en la institución educativa persisten problemáticas en materia de manejo adecuado de residuos sólidos. Existe una Inadecuada ubicación y tratamiento de los residuos sólidos, poca cantidad de material de acopio y acumulación de residuos en algunos lugares de la Institución Educativa. Sin embargo después de la realización de la

campana con el Colectivo Embárcate, en la escuela se ha venido implementando el Proyecto Ambiental Escolar (PRAES) lo cual, como primera tarea, ha creado un grupo ecológico conformado por dos estudiantes de cada grado. Esto ha ocasionado que los estudiantes, pertenecientes al grupo ecológico, tengan un mayor conocimiento en las temáticas medioambientales. Aun así, el PRAES no cuenta con una campana que refuerce los conocimientos pedagógicos adquiridos por algunos colegiados, y no ha logrado que los mismos pongan en práctica dichos conocimientos y se demuestre un interés general por un cambio real en las costumbres ambientales de la población (ver anexo G).

El diagnóstico permitió conocer que en la escuela, aunque los estudiantes posean conocimientos pedagógicos de la temática de residuos sólidos, no existe un fomento constante y fuerte de prácticas que complementen la pedagogía y hagan eficaz el PRAES.

## **5.2 FASE II: DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

En los resultados de la fase II del proyecto, que corresponde al diseño de la estrategia de comunicación, se hizo un análisis de los contenidos adquiridos a través de los talleres creativos realizados después de la visualización de una película: El Lorax.

La película el Lorax estimuló la creatividad de los niños y niñas de 3°, 4° y 5° de la Institución Educativa Tierrabomba, sede Punta Arenas, logrando en ellos la activación de la creatividad, esto permitió la creación de dibujos con las ideas que ellos poseían para el diseño de la imagen de la campaña de promoción de prácticas adecuadas con residuos sólidos y, también, palabras que sirvieron para la creación de los mensajes.

Los textos y los dibujos se realizaron con la técnica: el libreto, que según el Manual DPEC se usan con los grupos interactivos enfoques participativos para dibujar en borrador tanto las imágenes individuales como los textos que la acompañan

El enfoque participativo arrojó que después de ver la película los niños tuvieron un factor común: el dibujo de los árboles, pieza principal en el diseño de logotipo de la campaña, reflejando el cuidado y sentido de pertenencia por el medio ambiente. (Ver Anexo E) Adicional a los dibujos se construyeron conjuntamente mensajes que hacían alusión al cuidado del medio ambiente.

A partir de lo anterior, se creó la imagen, el logotipo y los mensajes de la campaña. En cuanto, al nombre de la campaña, se decidió utilizar el nombre del proyecto anterior, ya que al momento de sugerir los nombres para la campaña, estos recurrían al nombre: ECOPUNTA. Lo que confirma aquello que se encontró durante la fase de evaluación, es

decir, la recordación del proyecto dirigido por el Colectivo Embárcate a la misma población.

La imagen que se definió fue la siguiente:



En esta se contemplan cuatro (4) componentes importantes: El (1) primero es el “Árbol” que hace referencia a lo mencionado con anterioridad, el (2) segundo es la “niña” representando el estudiantado, el (3) tercero, es una “botella” utilizada como masetta, que simboliza la reutilización y manejo adecuado de residuos sólidos, y, por último, el (4) componente, que es el “columpio” personificando una de las prácticas cotidianas de los niños en el colegio durante el descanso. Elementos que en su totalidad simplifican el manejo adecuado de residuos sólidos y las ventajas del uso de estos.

En cuanto a los colores, los utilizados son: el marrón y verde, colores distintivos a la hora de representar el medio ambiente y, a su vez, colores más utilizados por los niños a la hora de plasmar sus dibujos.

#MiColegioElMásVerde es Slogan que acompaña al nombre de la campaña y tiene como finalidad reforzar la publicidad de la campaña.

Teniendo establecido la identidad de la campaña procedimos a definir el objetivo, el mercado y los componentes esenciales del Marketing Mix.

### **5.2.1 Resumen de la Campaña**

**ECOPUNTA** como anteriormente se indica busca promoción de prácticas adecuadas con los residuos bajo un enfoque de marketing social, que permite el diseño, la implementación y el control de proyectos con el fin de incrementar la aceptación de ideas y/o prácticas sociales entre una población meta- predefinida (Rodríguez, Obregón y Guerra, 1993). Para efectos de ello, se planteó la duración de la campaña durante 4 meses en los cuales se diseñaron actividades que van acordes a los objetivos de la campaña, a las metas planeadas por el PRAE y están solventadas de acuerdo al perfil de la comunidad descubierto durante la etapa de diagnóstico.

De igual forma se crearon estrategias y tácticas para hacer más efectiva la campaña de Comunicación. A continuación se describen detalladamente el objetivo de la campaña, la Segmentación del mercado, el Marketing mix, Las estrategias del marketing y el plan de actividades.

### **5.2.2 Análisis de la Situación**

Con base en los resultados arrojados en las etapa de evaluación y diagnóstico , se identificaron falencias relacionadas en la ejecución y construcción de mensajes en la

campana Redescúbrete (2015) realizada por el Colectivo Embárcate, así como también problemas en cuanto a nivel de conocimiento y practica que tienen los estudiantes de 3°,4° y 5° de primaria de la institución educativa Tierra Bomba-Sede Punta Arenas, con respecto a el Manejo Adecuado de Residuos Sólidos.

Durante el proceso de Evaluación y diagnostico se pudo constatar que desde la realización de la campana pasada, aún en la población se mantenía un cambio parcial y no total, como se esperaba, de las practicas adecuadas con los desechos. De igual forma se pudo comprobar que persiste aún en la Institución un desconocimiento general sobre la temática de residuos sólidos.

Así mismo, a pesar de que la Institución Educativa inició la implementación de un Proyecto Ambiental Educativo, la escuela no ha preparado ni fomentado en el estudiantado un manejo adecuado con los residuos que ayude a minimizar el problema que tiene Punta Arena con los desechos sólidos , a través de actividades que promuevan la creación de posibles soluciones.

Por lo anterior, se llevó a cabo el rediseño de una campana de comunicaciones bajo el enfoque de marketing social orientada a promover el manejo adecuado de residuos sólidos en niños y niñas de 3°,4° y 5° de primaria llamada ECOPUNTA.

### **5.2.3 Objetivo de la campana.**

Promover el manejo adecuado de residuos sólidos

### **5.2.4 Público objetivo-Segmentación del Mercado.**

Tabla 1. Segmentación del Mercado

<b>SEGMENTACIÓN DEL MERCADO</b>	
<b>GENERO:</b>	Femenino -Masculino
<b>EDAD:</b>	Entre los 8 y 13 años
<b>ETNIA:</b>	Afrodescendientes
<b>ESCOLARIDAD:</b>	Básica Primaria-Problemas de lectura y escritura.
<b>NIVEL SOCIOECONOMICO:</b>	Estrato 1 y 2

### 5.2.5 Marketing Mix o 4 Ps

Después de haber definido la identidad de la campaña, se procedió a definir los elementos centrales del mercadeo Social. Las 4ps o Marketing mix es el conjunto de herramientas de marketing que utilizan para conseguir sus objetivos comerciales (o sociales), en relación con un público objetivo (Kotler Et All, 1995).

Para la campaña Ecopunta se establecieron los elementos descritos en la siguiente tabla.

Tabla 2. Marketing Mix de la campaña

<b>MARKETING MIX CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ECOPUNTA</b>	
<b>PRODUCTO</b>	El producto concreto que ofrece la campaña Ecopunta es <b>MANEJAR ADECUADAMENTE LOS RESIDUOS SOLIDOS</b> . Este producto, se concibe como una práctica que se le está ofreciendo a la población meta para cumplir el objetivo propuesto.
<b>PRECIO</b>	El precio establecido por el cual la población meta está dispuesta a asumir el producto ofrecido por la campaña, es un precio en tiempo y esfuerzo: <b>REDUCIR, REUTILIZAR, RECICLAR</b> .
<b>POSICIÓN</b>	En canal mediante el cual se distribuye el producto a la población meta son los <b>SALONES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TIERRABOMBA SEDE PUNTA ARENAS</b>
<b>PROMOCIÓN</b>	Para la promoción del producto se establecieron mensajes sobre la promoción del manejo adecuado de residuos sólidos a través de dos canales: <b>MATERIALES IMPRESOS Y ENTRETENIMIENTO EDUCATIVO</b>

### 5.2.6 ESTRATEGIAS Y TACTICAS

Después de haber establecido los elementos básicos del mercadeo social, se procedieron definir las estrategias y tácticas por medios de las cuales se satisfacen el objetivo de la campaña.

Las estrategias fueron definidas con base a la Regla de las 3R'S, que busca la disminución de la proliferación de residuos y promueve prácticas adecuadas con los desechos sólidos, y en concordancia las metas propuesta en el PRAES de la Institución Educativa Tierra Bomba- Sede Punta Arenas.

Tabla 3 . Estrategias y Tácticas

ESTRATEGIA	TÁCTICA	VARIABLE DEL MARKETING MIX CUBIERTA
<b>Fomentar la Reducción de residuos sólidos.</b>	TÁCTICA 1: charlas educativa sobre el impacto negativo de la proliferación de residuos sólidos.	Producto, precio, promoción. Posición.
	TÁCTICA 2: Diseño de mensajes de conciencia y acción	
	TÁCTICA 3: Jornadas de limpieza	
	TACTICA 4: Organización actividades y creación de la identidad (nombre-sueter-botones) de Grupos ecológicos	
<b>Promover la Reutilización de residuos sólidos.</b>	TACTICA1: Capacitación para la realización de minihuertas dentro de la Institución Educativa	Producto, precio, promoción. Posición
	TACTICA 2: realización de mini-huertas con productos reutilizados.	
	TACTICA 3: talleres creativos-realizaciones de productos con residuos sólidos	
	TACTICA 4: Diseño de mensajes de conciencia y acción	
	TACTICA 5: Charlas periódicas con los sujetos participantes	Producto, precio, promoción. Posición
<b>Promover el Reciclaje de</b>	TACTICA 1: capacitaciones pedagógicas y practicas sobre el	

<b>Residuos Sólidos</b>	reciclaje y separación en la fuente	
	TACTICA 2: Diseño de mensajes de conciencia y acción	
	TACTICA 3: creación de canecas para la separación en la fuente.	
	TACTICA 4: movilización social en Punta Arenas para promover el reciclaje de residuos sólidos.	
	TACTICA 5: Reuniones periódicas con grupo ecológico	

### 5.2.1 MENSAJES Y DISEÑOS

Los mensajes diseñados o artes como los llamamos en este proyecto para promover el manejo adecuado de residuos sólidos fueron creados y vectorizados con base a los dibujos realizados con los niños (Ver Anexo I). Esto permite una mayor identificación de los sujetos participantes con los mensajes y a su vez supone un mayor impacto en ellos. Los mensajes y diseños estarán ubicados estratégicamente dentro de los salones de clase y lugares concurridos dentro de la escuela.

De igual forma algunas actividades y grupos estarán acompañados por mensajes que reafirmen lo que se desea comunicar. A continuación se presentan ejemplos de los mensajes y diseños.





### 5.2.2

#### **PLAN DE ACTIVIDADES:**

Para el cumplimiento de las estrategias y tácticas se estableció un plan de actividades durante los 4 meses que va a durar la campaña, acorde al Calendario Académico y Calendario Ecológico de la Institución Educativa.

Las actividades propuestas están sujetas a cambios expresados por la comunidad estudiantil.

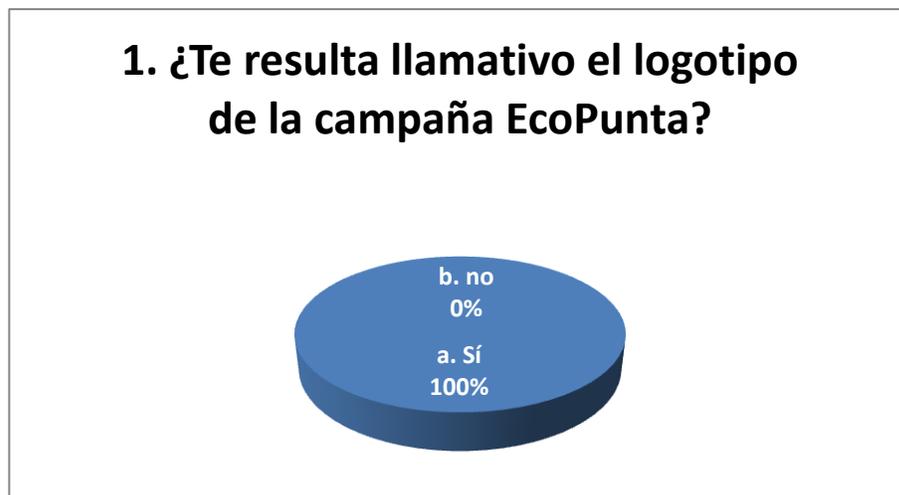
**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES CAMPAÑA ECOPUNTA 2016**

N°	ACTIVIDADES	Meses-Semana																			
		JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Lanzamiento de Campaña Ecopunta	■																			
2	Reunión para organización del grupo Ecologico Ecopunteritos	■																			
3	Charla educativa sobre la importancia del manejo Adecuado de residuos solidos		■																		
4	Capacitación sobre la Reducción de Residuos Sólidos CAMBIA POR		■																		
5	Primera Jornada de Limpieza			■																	
6	Movilización Social por la Reducción de Residuos en los mangles				■																
7	Capacitación sobre la realización de Mini Huertas- Mi Huerta					■															
8	Realización colectiva de mini huerta MI HUERTA						■														
9	Taller creativo YO CREO para crear productos con residuos reutilizables.							■													
10	Concurso y Festivalito YO CREO								■												
11	YO ENSEÑO charlas educativas dictadas por Ecopunteritos a Padres de familia									■											
12	Cine Club ECO-Primera película										■										
13	Charla Educativa Punta Arena Diversa- Día de la Biodiversidad											■									
14	Capacitación de Reciclaje a Ecopunteritos												■								
15	YO ENSEÑO 2 capacitación de Ecopunteritos a Estudiantes														■						



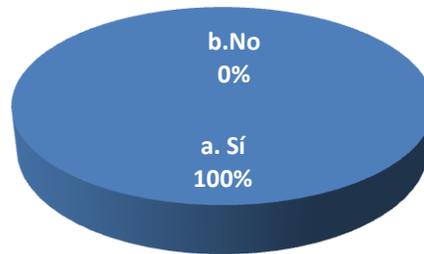
### **FASE III: VALIDACIÓN DE LA CAMPAÑA**

En esta fase se verificó la precisión técnica de los mensajes y actividades diseñadas para ejecutarlas durante los próximos cinco (5) meses con los estudiantes y docentes de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución Educativa Tierra Bomba-Sede Punta Arenas. La población muestra comprende un total de 43 sujetos correspondiente a 41 estudiantes y 2 docentes. A continuación se puntualizan los resultados obtenidos de la encuesta de validación técnica, a partir de la pregunta 1 en la figura (x).



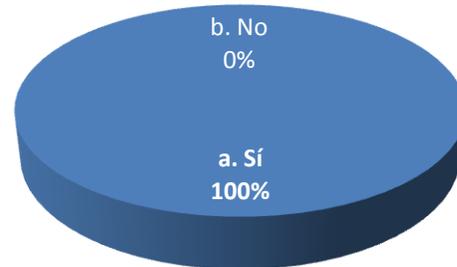
Teniendo en cuenta la figura (x) se obtuvo que el 100% de los niños, niñas y docentes encuestados, les resulta llamativo el logotipo de la campaña EcoPunta, una vez realizado un proceso de observación de la imagen, donde apreciaron los elementos y colores que componen la pieza visual.

**2. ¿Te gustan los mensajes acompañados con dibujos, sobre el cuidado del medio ambiente ?**



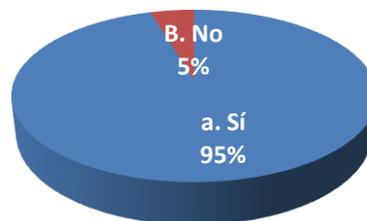
El resultado referente a la figura (x) demuestra que al 100% de los encuestados les gustaron los dibujos que se encuentran acompañados con mensajes alusivos al tema medioambiental. En las entrevistas que se le hicieron a los estudiantes y docentes para validar los mensajes de la campaña ellos dieron cuenta que los dibujos les parecieron atractivos (ver anexo C), destacando que fueron piezas elaboradas por los mismos estudiantes. Y a su vez dos niños leyeron voluntariamente las piezas comunicativas, que a pesar de sus dificultades en los procesos de lecto-escritura realizaron una buena lectura dejando en claro que entendieron la idea planteada. Por lo tanto se puede concluir que tanto estudiantes como docentes validan la implementación de estas imágenes durante el desarrollo de la campaña.

### 3. ¿Estás de acuerdo con el nombre del grupo ecológico "Ecopunteritos"?

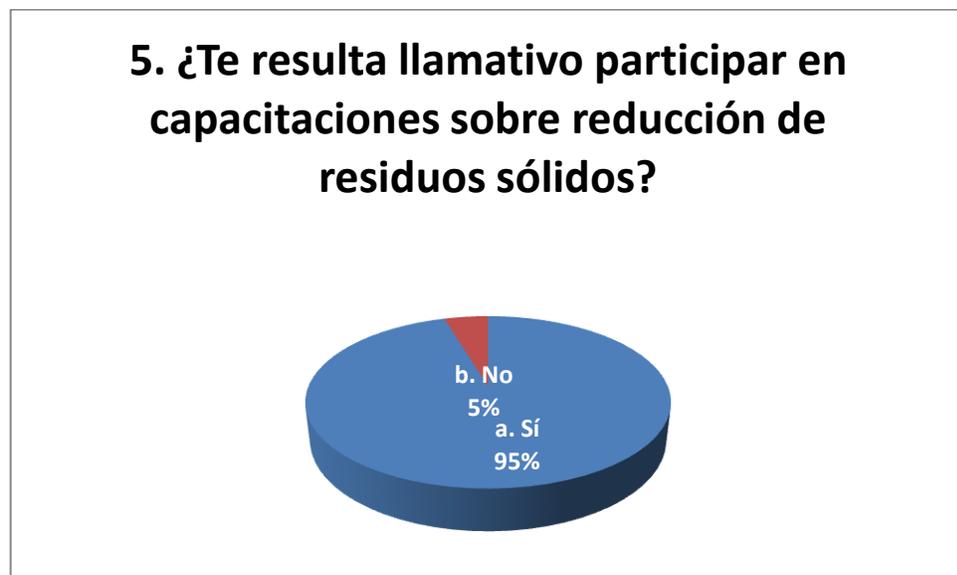


La totalidad de los encuestados respondieron afirmativamente (100%) que están de acuerdo con el nombre creativo del grupo ecológico. Destacando que aunque existe un actual grupo de Guardias Ambientales se hace necesario crear una identidad entre ellos, para sentirse identificados entre el resto de los estudiantes del plantel educativo

### 4. ¿Te gustaría participar de las charlas educativas sobre el manejo adecuado de residuos sólidos?

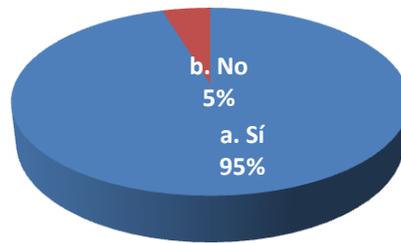


Ahora bien el 95% de la población muestra les gustaría participar activamente en las charlas educativas que respectan al tema medioambiental. Mientras que un 5% optó por no participar activamente puesto que les resulta poco atractivo este tipo de actividades. Lo anterior demuestra que en su mayoría los niños, niñas y docentes están dispuestos participar de estas dinámicas y que son una minoría los que no se sienten identificados con las actividades pedagógicas, resaltando que hacen parte del grupo de estudiantes que se vinculan por primera vez a este tipo de proyectos



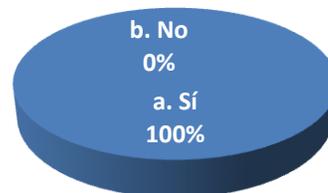
Según la figura anterior se obtuvo que el 95% de los encuestados participaron en las capacitaciones a realizar sobre reducción de residuos sólidos, mientras que solo el 5% correspondiente a una parte del grupo de estudiantes que se vinculan como nuevos a este tipo de proyectos no participarían activamente en estas capacitaciones.

### 6. ¿Participarías activamente en las jornadas de limpiezas en tu colegio?

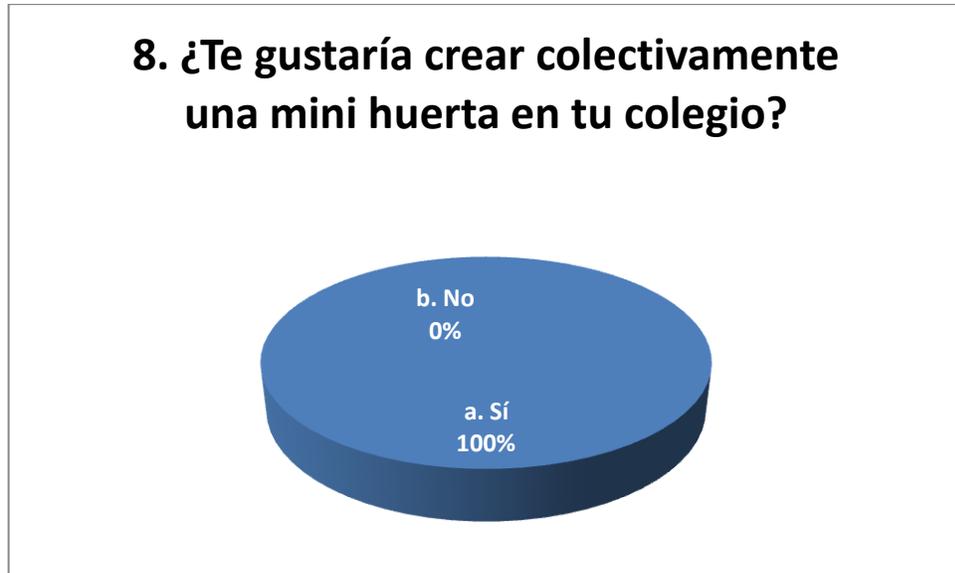


En cuanto a la figura x el 95% de los niños, niñas y docentes (encuestados) se vincularían activamente en las jornadas de limpieza a realizar en la institución, mientras que el 5% que representa a una parte de los estudiantes que conocen por primera vez del trabajo medioambiental no asumirían el compromiso activamente.

### 7. ¿Te gustaría participar en la Movilización Social por la reducción de residuos sólidos en los mangles?



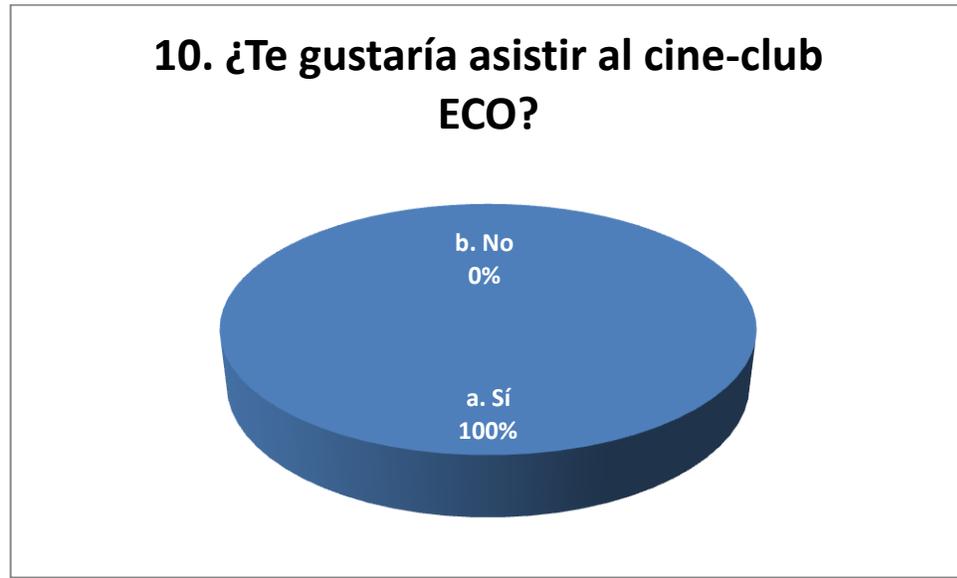
Por otra parte de acuerdo a lo mostrado en la figura x el 100% de la población encuestada les gustaría ser partícipe de una Movilización Social sobre los cuidados a los mangles localizados en el poblado. Teniendo en cuenta que esta problemática afecta a toda la comunidad de Punta Arenas.



A partir de la figura x la totalidad de la población muestra (100%) afirmaron que colectivamente aportarían a la creación de la mini-huerta en el plantel educativo, referenciando que es una práctica que aporta al cuidado del medio ambiente.



En relación a lo anterior el 100% de la población comprendida entre niños, niñas y docentes (ver figura x) consideran importante llevar a cabo talleres creativos donde puedan ellos mismos elaborar productos finales reutilizando materiales reciclables.



Por último, según la figura x el 100% de la población encuestada, confirmó asistir a la actividad que respecta a la proyección de películas que contengan una temática alusiva al cuidado del medio ambiente.

## CONCLUSIONES

Después de haber realizado la etapa de evaluación y diagnóstico que nos permitió valorar el diseño y ejecución de la campaña redescúbrete y realizar un perfil de la comunidad de niños y niñas de 3°,4° y 5° de primaria de la Institución educativa Tierra Bomba-Sede Punta Arena. Encontramos que se hace necesario insertar al Proyecto Ambiental Escolar una campaña que promueva las prácticas adecuadas con residuos sólidos, a través de mensajes y actividades que haga de los estudiantes sujetos activos y participativos para promover y generar soluciones y acciones que minimicen la problemática ambiental en su contexto local.

El diseño desarrollado no solo responde a los objetivos planteados en el PRAE de la institución educativa , sino que además tiene en cuenta el nivel de educación en el que se encuentran y las características socioculturales de los niños y las niñas de 3°, 4° y 5° de primaria de la escuela de Punta Arenas. El cine, las charlas, los talleres, las movilizaciones, las competencias y el trabajo en equipo son ejes fundamentales para el desarrollo prácticas individuales y colectivas correctas con los residuos cumplen una doble misión de mitigar un problema latente pero además de formar ciudadanos y ciudadanas comprometidos con el medio ambiente que los rodea.



## PRESUPUESTO

Concepto	Cantidad	Valor por unidad en peso	Total en peso
Transportes zona Insular	120	6.000	720.000
Publicidad (Tabloide)	100	2.500	250.000
Kit material didáctico	40	10.000	400.000
Impresiones	120	200	24.000
Fotocopias	200	100	20.000
Refrigerios	16	8.000	128.000
Viáticos	4	20.000	80.000
Sub-total			1`626.000
Imprevistos			162.600
<b>TOTAL</b>			<b>1`784.600</b>

## BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, Pame (2014), Campaña de marketing social para promover el reciclaje de papel entre niños en etapa pre-escolar pertenecientes a colegios privados del área urbana de la ciudad de santa cruz de la sierra. Recuperado de: <https://prezi.com/0w7bkmkgdghs/campana-de-marketing-social-para-promover-el-reciclaje-de-pa/>

Balaguera, Zurleima; Hernández, Dais; Tatis Cirleyda; (2013) Comunicación Eco Social Comunitaria Estrategia Formativa y modelo de intervención comunicacional en materia de EES y EVS con énfasis en manejo de residuos sólidos y reciclaje. Caso de estudio: Sector Ricaurte – barrio Olaya Herrera Universidad de Cartagena Facultad de Ciencias Sociales Y Educación Programa de Comunicación Social Cartagena De Indias D.T Y C. Recuperado de: <http://190.25.234.130:8080/jspui/bitstream/11227/878/1/TESIS%2019%20DE%20MAYO%20pdf.pdf>

Bernal Lina; Hernández Diana (2008) ‘Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad? Pinzón Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje Carrera de Comunicación Social Bogotá Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis187.pdf>

B.F. Lomonosov y otros (1989) El problema de la comunicación en Psicología pág. 89.

Corporación Colombia digital; Marzo 21, 2013. Recuperado de:

[https://docs.google.com/document/edit?id=1MdVBq1cfVU\\_P5NU2SXbSEsJfYjRxKP4p61wmNOBg&hl=en](https://docs.google.com/document/edit?id=1MdVBq1cfVU_P5NU2SXbSEsJfYjRxKP4p61wmNOBg&hl=en)

Folch, Ramón (2011) *La quimera de creixer*, Barcelona, Editorial La Magrana. Recuperado de: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_0004\\_A.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_0004_A.pdf)

Ingeniería sin fronteras (2010) *Campañas para la Movilización Social*, Inventia, Madrid España, recuperado de <http://apd.isf.es/>

Junta de Andalucía, Consejería de Educación 20122013, *Recapacicla*, Andalucía España, recuperado de:

<http://www.juntadeandalucia.es/educacion/webportal/web/educacionambiental/recapacicla>

Martínez, José F. (2015) “Fundamentos de la Educación Ambiental” Recuperado de: <http://www.unescoetxea.org/ext/manual/html/fundamentos.html>

Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.345>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2011), Oficina de Políticas para el Desarrollo Grupo para la Gobernabilidad Democrática: *COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Nueva York, NY 10017, EE.UU. Recuperado de:

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication\\_form\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf)

Recicla el Mundo, (2009) Recuperado de:

[http://www.reciclaelmundo.org/Documenti/Campana%20de%20sensibilizacion%20ambiental\\_Nicaragua.pdf](http://www.reciclaelmundo.org/Documenti/Campana%20de%20sensibilizacion%20ambiental_Nicaragua.pdf)

Rengifo, Beatriz Quitiaquez , Liliana; Mora, Francisco (2012)“La educación ambiental: una estrategia pedagógica que contribuye a la solución de la problemática ambiental en Colombia” Bogotá Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/06B-Rengifo.pdf>

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). El medio ambiente. Recuperado de: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/medio\\_ambiente](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/ciencias/medio_ambiente)

Universidad Extremadura (2005), Guía para la Elaboración de un Plan de Marketing, EduMarketig, Caceres España .

Universidad libre (2012) Proyecto de Inclusión de la Dimensión Ambiental en la Universidad Libre, como referente para un modelo Institucional Recuperado de: <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2015/at4.pdf>

Universidad de Cartagena (2015), Implementación de estrategias lúdicas y pedagógicas utilizando materiales reciclables para potencializar el aprendizaje en los niños y niñas de grado transición del Colegio Moderno del Norte, sede San Pedro Mártir de la ciudad de Cartagena de indias. Recuperado de: <http://190.242.62.234:8080/jspui/handle/11227/2575>

Universidad Dr. José Matias Delgado (2002), Campaña Publicitaria de Concientización sobre el manejo domestico de desechos sólidos para ser presentado al Consejo de Alcaldes

del área Metropolitana de San Salvador (Coamms). Recuperado de:  
[Http://Webquery.Ujmd.Edu.Sv/Siab/Bvirtual/Fulltext/Adhc0000756/Pp.Pdf](http://Webquery.Ujmd.Edu.Sv/Siab/Bvirtual/Fulltext/Adhc0000756/Pp.Pdf)

Universidad Rafael Landivar (2012), Diseño de una Campaña de Comunicación Social para la promoción del manejo alternativo de desechos sólidos, dirigido a centros educativos en San Lucas Sacatepéquez. Recuperado de:  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/01/Sotomora-Gianpaolo.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO A: ACTA N°1

**ASUNTO:** Reunión con docentes del plantel educativo

**FECHA:** 14 de abril de 2016

**LUGAR:** Institución Educativa Tierra Bomba sede PUNTA ARENAS

**HORA DE INICIO:** 9:00 am

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 10:00 am

**ASISTENCIA:** 2 docentes

**PREPARÓ:** Jillarys Aníbal, Sandra Fajardo, Laura Perrián y Leidy Ruiz.

Hora	Orden del día
8:15 am	Llegada al poblado
8:30 am	Reunión con docentes
11:30am	Despedida

1. Con la llegada al poblado nos dirigimos directamente a las instalaciones del colegio de Punta Arenas. Se dio inicio con la reunión oficial con dos docentes encargadas de los grados 3°, 4° y 5° de primaria pertenecientes a la Institución Educativa Tierra Bomba

sede Punta Arenas, con el fin de dar a conocer nuestra propuesta de trabajo a realizar en el plantel. Una vez explicado todos los objetivos se acordó vincular la campaña en el PRAES de la institución.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE TIERRA BOMBA Isla de Tierra Bomba - Cartagena Reconocimiento de la Secretaría de Educación Distrital de Cartagena Mediante Resolución Nº 0960 del 10 de Julio de 2002; NIT: 806002878-2 - DANE 21.9001001230 FECHA DE EMISIÓN: 5 de enero de 2016		FORMATO DE PLAN OPERATIVO DE PROYECTOS		OS PEDAGÓGICOS PARTE 1
		PROCESO: ORGANIZACIÓN DE PROYECTO		OS PEDAGÓGICOS
		CÓDIGO: GA-TB-10		
		VERSION: 1.0		
PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO: <u>Proyecto Ambiental Escolar PRAE</u>				
METAS <sup>1</sup>	ESTRATEGIAS <sup>2</sup>	ACTIVIDADES/FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN <sup>3</sup>	RECURSOS <sup>4</sup>	INDICE DE EVALUACIÓN/ INDICADORES DE EVALUACIÓN <sup>5</sup>
Mejorar la Calidad del entorno de la institución educativa obteniendo un espacio más limpio.	Charlas al Comité ecológico - Avisos sobre el cuidado del medio ambiente. - Trabajo de Campo	- Jornada de Limpieza en los alrededores de la institución educativa de Tierra Bomba. Segunda Semana de Abril.	- Cucharas, Tapabocas, Saco de bolsa de basura, botellas de agua, Gorras, Pala, Resplando	2016 - El Estudiante identifica para sí mismo los altos niveles de contaminación en su entorno ambiental. - Participa activamente en la jornada de limpieza en las zonas más contaminadas.
Sensibilizar a los Estudiantes y los habitantes de distintas Zonas de la Isla de Tierra Bomba sobre el cuidado del Ambiente.	Talleres y Charlas en las zonas de la Isla de Tierra Bomba.	- Sensibilización Sobre el Cuidado de la Isla de Tierra Bomba. Tercera Semana de Julio.	Copias, Plastificador, Aguafuerte, puros, Tangas de basura, Resma de Papel.	- Promover las Buenas Prácticas de Hábitos Sobre el Cuidado del Medio Ambiente. - Realizar Talleres y charlas sobre Hábitos y buenas prácticas de higiene para la preservación del Entorno Ambiental.
Ampliar el Espacio Verde que se encuentra en la institución con la elaboración de un Jardín.	- Guías dirigidas - Trabajo de Campo.	- Ampliación de Espacios Verdes en la institución. Quinta Semana de Octubre - 2ª semana de Noviembre.	- Sopa de lechuga, Platos medicinales, clavos, Mantequilla, Resacas, alambre, Tierra negra	- Elaboración y Ampliación de los jardines de especies en las zonas de la institución. - El Estudiante participa activamente en el sembrado de plantas en zonas verdes.

1 Las metas definen los propósitos generales del proyecto.  
2 Las estrategias son acciones que realiza el docente con el propósito de facilitar la formación y el aprendizaje en los estudiantes (talleres, títeres, conferencias, juego de roles, guías dirigidas etc.).  
3 La actividad es el nombre que se le asigna al evento a desarrollar, si se realiza en un solo día entonces no es necesario colocar fecha de finalización.  
4 Cada equipo de trabajo definirá los medios que debe gestionar para llevar a cabo cada actividad.  
5 El índice de evaluación es lo que se pretende evaluar y los indicadores son hechos o expresiones concretas y cuantificables cuyos valores nos permiten medir la idoneidad del proyecto.

**Proyecto Educativo Ambiental Institución Educativa Tierra Bomba**

**NOTA:** Próxima visita 21 de abril de 2016

**ACTA N°2**

**ASUNTO:** Aplicación de encuestas y método de evaluación fase I.

**FECHA:** 21 de abril de 2016

**LUGAR:** Institución Educativa Tierra Bomba sede PUNTA ARENAS

**HORA DE INICIO:** 8:30 am

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 11:30 am

**ASISTENCIA:** 41 niños y niñas

**PREPARÓ:** Jillarys Aníbal, Sandra Fajardo, Laura Perrián y Leidy Ruiz.

<b>Hora</b>	<b>Orden del día</b>
8:15 am	Llegada al poblado
8:30 am	Dinámica rompe hielo
9:30 am	Inicio de aplicación de evaluación
10:30 am	Inicio de aplicación de encuesta
11:30am	Despedida

1. Con la llegada al poblado nos dirigimos directamente a las instalaciones del colegio de Punta Arenas. Se dio inicio con la presentación del equipo de trabajo. La reunión tuvo lugar en un salón de clases con los niños y niñas de 3° 4° y 5°. Después se procedió a trabajar con ellos las actividades programadas que fueron básicamente:

- Dinámica rompe hielo: **“El rey de los elementos”**

Esta actividad consistió en formar un círculo con todos los niños y niñas, y el moderador de la dinámica al sostener la pelota la fue pasando a cualquier infante, y este a su vez mencionó un elemento (Aire, Agua o Tierra) el siguiente niño que atrapó la pelota debió mencionar un animal que perteneciera al elemento que mencionaron. Ejemplo. (Agua: tiburón) y pasársela a otro diciendo un elemento antes que la atrapara otro participante. En esta dinámica no se permitía repetir animales y debía responderse lo más rápido posible, los que iban perdiendo salían del juego.

- Inicio de aplicación de evaluación

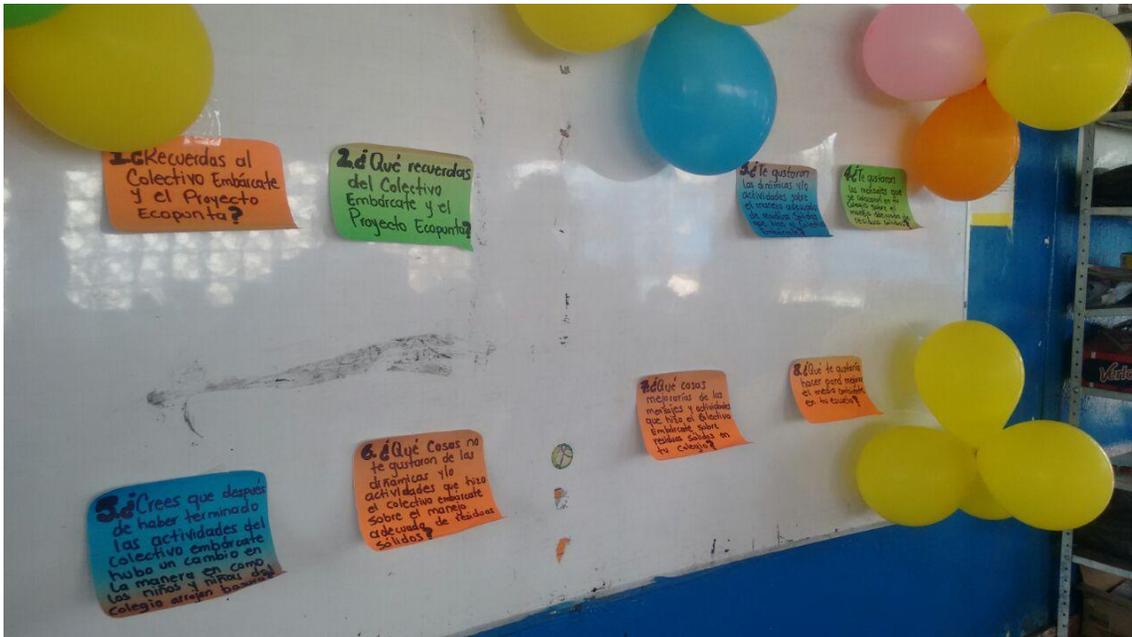
En esta sesión se pegaron en el tablero 7 preguntas relacionadas al impacto que tuvo la campaña Redescúbrete del Colectivo embárcate, en los estudiantes pertenecientes a los grados 4° y 5° que trabajaron en el proyecto del 2015, cada uno levantaba la imagen del “like” o “dislike” respondiendo las preguntas de manera afirmativa o negativa según su percepción.

- Inicio de aplicación de encuesta

A cada estudiante de 3°, 4° y 5° se le entregó una hoja con 7 preguntas acompañadas de imágenes, donde debían responder sobre prácticas y conocimientos del manejo adecuado de residuos sólidos.

- Despedida

**NOTA:** Próxima visita jueves 5 de mayo



**Aplicación de evaluación fase I**



**Aplicación de encuesta fase I**

**ACTA N°3**

**ASUNTO:** Realización de taller creativo para definir nombre de la campaña fase II

**FECHA:** 5 de mayo

**LUGAR:** Institución Educativa Tierra Bomba sede PUNTA ARENAS

**HORA DE INICIO:** 8:30

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 12:00

**ASISTENCIA:** 41 niños y niñas 2 docentes del plantel educativo

**PREPARÓ:** Jillarys Aníbal, Sandra Fajardo, Laura Perinán y Leidy Ruiz.

<b>Hora</b>	<b>Orden del día</b>
8:15 am	Llegada al poblado
8:30 am	Dinámica rompe hielo
9:00 am	Proyección de película animada
11:00 am	Realización Taller Creativo
12:00 m	Despedida

2. Al llegar al poblado nos dirigimos directamente a las instalaciones del colegio de Punta Arenas. Se dio inicio con la dinámica rompe hielo correspondiente a:

- **“Amanecer en la Jungla”**

Esta dinámica consistió en que los niños y niñas se encontraban sentados en el piso, cada uno escogía su animal favorito e imaginaban que eran ese animal, por lo tanto debían fingir el ruido característico del animal que escogieron. Al final se escuchaban todos los sonidos de los animales de la Jungla.

- Una vez finalizada la actividad se proyectó la película animada El Lorax, la cual estuvo relacionada con temáticas alusivas al medio ambiente. Esto con el fin de sensibilizar a la población infantil con relación al tema medioambiental.
- Después de la proyección de la película, se procedió a trabajar en un Taller Creativo el cual consistió en que los niños y niñas realizaran un dibujo alusivo a su realidad medioambiental en el poblado y en su escuela.
- Al final de la jornada se recogieron las piezas elaboradas por los niños y niñas.

**NOTA:** Próxima visita jueves 26 de mayo



Proyección película El Lorax



Dibujos resultantes del taller creativo

**ACTA N°4**

**ASUNTO:** Validación de la campaña fase III

**FECHA:** 26 de mayo

**LUGAR:** Institución Educativa Tierra Bomba sede PUNTA ARENAS

**HORA DE INICIO:** 9:00

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 11:30 am

**ASISTENCIA:** 41 niños y niñas 2 docentes del plantel educativo

**PREPARÓ:** Jillarys Aníbal, Sandra Fajardo, Laura Perinán y Leidy Ruiz.

<b>Hora</b>	<b>Orden del día</b>
9:00 am	Llegada al poblado
9:15 am	Dinámica rompe hielo
9:45 am	Validación de la campaña Aplicación de encuestas
11:00 am	Entrega de calendario de actividades

11:30 m	Despedida
---------	-----------

1. Con la llegada al poblado nos trasladamos hasta la Institución Educativa, una vez instalados se dio inicio con la dinámica:

- **“La red de la naturaleza”**

Consistió en que los niños y niñas sentados en ronda eligieron cada uno un elemento natural (árbol, pasto, pájaro, zorro, agua, tierra, aire, etc.). Cada miembro dijo en voz alta que elemento es para que todos sepan los elementos que componen ese ecosistema. Con un rollo de pita, ellos se fueron conectando entre sí (“relacionando”) cada uno de los elementos. El resultado fue que todos los elementos se relacionaron entre sí.

- Al terminar con la dinámica se procedió a mostrar el contenido del diseño de la campaña, creado en conjunto con las ideas surgidas en la visita del pasado jueves 12 de mayo. Una vez mostrado el contenido se aplicó la encuesta de validación tanto a niños y niña como a las docentes encargadas.
- Una vez obtenido los resultados de la encuesta de validación de la campaña, se hizo entrega del calendario de las actividades ambientales a realizar durante los próximos () meses.

**NOTA:** para el seguimiento de actividades se hizo entrega de un formato de informe mensual que las docentes asignadas enviarán a nuestro correo, esto como prueba de que existe un seguimiento de actividades.



**Aplicación de encuesta de validación fase III**

ANEXO B: ENCUESTAS

**ENCUESTA DE DIAGNÓSTICOS ESTUDIANTES DE PRIMARIA  
DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TIERRABOMBA- SEDE PUNTA ARENAS  
Universidad de Cartagena-Programa de Comunicación social.**

Nombre: \_\_\_\_\_ Sexo: F \_\_\_ M \_\_\_ Edad \_\_\_  
Curso\_

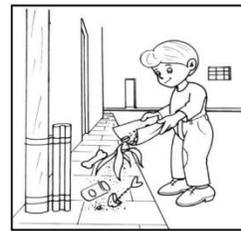
**Instrucciones:** en estas preguntas tienes que marcar con una **X** encima de la letra o la imagen de la respuesta que consideras correcta.

1. Cuando estás dentro del colegio ¿Dónde tiras la basura?

a . Tiro la basura en la caneca



basura al piso



b. Tiro la

2. En tu colegio ¿dónde depositan o tiran la basura?

- a. En bolsas para que los de aseo se las lleven.
- b. En el parque o cerca a los árboles del colegio
- c. Fuera del colegio para quemarla (calle, playas, salinas)
- d. No la recogen, las dejan en las canecas.

3.¿Que es un residuo sólido?

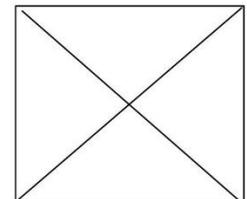
a.Restos de comida



b.Basura que genera una persona



c.No sabe



4.¿En el colegio te han hablado sobre residuos sólidos?

- a. Si
- b. No

5. Crees que tu colegio está contaminado por las basuras

- a. Si
- b. No

6. ¿Cómo ayudarías en tu escuela para no contaminarla?

a. No tirando las basuras al suelo



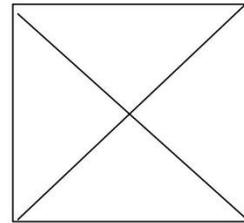
b. Reciclando residuos sólidos.



c. haciendo parte de guardias ambientales



d. No ayudaría en la escuela



8. ¿Te gustaría participar en el cuidado del medio ambiente?

- a. Si
- b. No



**ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE CAMPAÑA "ECOPUNTA"**  
**INSTITUCIÓN EDUCATIVA TIERRABOMBA – SEDE PUNTA ARENAS**  
**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA – PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

NOMBRE: \_\_\_\_\_ SEXO: F\_\_ M\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ CURSO: \_\_\_\_\_

A continuación marque con una X según sea su respuesta.

Nota: Para responder las preguntas de la 1 a la 2 debes observar las imágenes que se proyectan en el video beam.

PREGUNTA	Si	no
1. ¿Te resulta llamativo el logotipo de la campaña EcoPunta?		
2. ¿Te gustan los mensajes acompañados con dibujos, sobre el manejo adecuado de residuos sólidos?		
3. ¿Estás de acuerdo con el nombre del grupo ecológico "Ecopunteritos"?		
4. ¿Te gustaría participar de las charlas educativas sobre el cuidado del medio ambiente?		
5. ¿Te resulta llamativo participar en capacitaciones sobre reducción de residuos sólidos?		
6. ¿Participarías activamente en las jornadas de limpiezas en tu colegio?		
7. ¿Te gustaría participar en la Movilización Social por la reducción de residuos sólidos en los mangles?		
8. ¿Te gustaría crear colectivamente una mini huerta en tu colegio?		
9. ¿Participarías en los talleres creativos elaborando productos con residuos reciclables?		
10. ¿Te gustaría asistir al cine-club ECO?		

## ANEXOS C: ENTREVISTAS.

### Entrevista de evaluación fase I:

**1. ¿Qué recuerdas del Colectivo Embárcate, el proyecto Ecopunta ?**

**Diego:** *Cuidar el medio ambiente, recoger basura, no contaminar con elementos el suelo, se hicieron muchas cosas.*

**Leider:** *Recuerdo lo de cuidar el medio ambiente, hacer cosas con tarros (botellas) y cuidar y proteger el medio ambiente.*

**Sheila:** *Cuidar el medio ambiente y trajeron tarros (botellas) para hacer cosas.*

**2. ¿Qué cosas no te gustaron de las dinámicas y/o actividades que hizo el Colectivo Embárcate sobre el manejo adecuado de residuos sólidos?**

**D:** *Hablar por micrófono*

**3. ¿Qué te gustaría hacer para mejorar el medio ambiente desde el manejo adecuado de residuos sólidos en tu escuela?**

**D:** *Recoger Basura, construir con papel, ver películas y sembrar*

**L:** *Recoger basuras, hacer disfraz con tarros (botellas).*

**S:** *Cuidar la Tierra y recoger basuras.*

### Entrevista de validación fase III:

**1. ¿Qué no les gusta de esta imagen, hay algo que les molesta?**

*Sheila:* Las imágenes están bien bonitas, ese dibujo lo hice yo. A mí me gusta porque la niña cuida su medio ambiente.

2. **¿Lea el texto en voz alta (o leerlo para ellos si no pueden) y dígame que ha leído?**

*Melany:* “Recicla y camia tu escuela”

*Leider:* “Reduce, recicla, reutiliza. ¡Haz algo! tu colegio te necesita”

3. **¿Implementaría la campaña EcoPunta para ejecutarla en los próximos 5 meses? ¿Por qué?**

*Edilsa* (docente): *claro que sí porque nos sirve a nosotras como docentes y a mí como coordinadora de los PRAES para articular las actividades de esta campaña, como evidencia de que si se está trabajando por el medio ambiente y que el colegio de punta arenas tiene iniciativas ambientales.*

**ANEXO D:****GUIA DE PREGUNTAS TALLER VALORACIÓN DE PERCEPCIONES**

<b>N°</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Tipo de pregunta</b>
<b>1</b>	¿Recuerdas al Colectivo Embárcate y el proyecto Ecopunta?	Cerrada
<b>3</b>	¿Te gustaron las dinámicas y/o actividades sobre el manejo adecuado de residuos sólidos que hizo el Colectivo Embárcate?	Cerrada
<b>4</b>	¿Te gustaron los mensajes que se colocaron en tu colegio sobre el manejo adecuado de residuos sólidos?	Cerrada
<b>5</b>	¿Crees que después de haber terminado las actividades, Colectivo Embárcate hubo un cambio en la manera en como los niños del colegio arrojan la basura?	Cerrada

ANEXO F

CAMPAÑA REDESCUBRETE-COLECTIVO EMBÁRCATE



The image is a composite graphic. On the left, there are two photographs. The top one, labeled "EXPECTATIVA" in yellow text, shows a lush tropical resort with several thatched-roof huts and a wooden walkway. The bottom one, labeled "REALIDAD" in yellow text, shows a desolate, overgrown tropical landscape with many palm trees and a dirt path. On the right, there is a blue rectangular box with white and yellow text. The text reads: "NECESITAMOS 600 PERSONAS PARA CAMBIAR UNA HISTORIA PARA MAYOR INFORMACION LUGAR: SALON COMUNAL FECHA: 20 DE OCTUBRE HORA: 6:30 PM".

**“Si DECIDES  
CUIDAR  
tu presente...  
así será tu  
FUTURO”**



**PONTE EN LA  
JUGADA  
SALVA A  
PUNTA ARENAS**

**#ReDescubrete**

**Embarcate**  
PUNTA ARENAS

**ANEXO G:**

**CONTEXTULIZACIÓN DE PUNTA ARENAS.**









ANEXO I

EVIDENCIA FOTOGRAFICA ACTIVIDADES



