

DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE RECICLAJE DESDE LA FUENTE Y
APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN EL BARRIO VILLAS DE
ARANJUEZ DE CARTAGENA

AUTORES:

LUISA BALLESTAS ELLES
REILLY BLANCO ELLES
FABIÁN ANDRÉS GIL MEZA

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS, D.T. H Y C MAYO DE 2016

DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE RECICLAJE DESDE LA FUENTE Y
APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN EL BARRIO VILLAS DE
ARANJUEZ DE CARTAGENA

AUTORES:

LUISA BALLESTAS ELLES

REILLY BLANCO ELLES

FABIÁN ANDRÉS GIL MEZA

TRABAJO DE GRADO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TTULO DE
COMICADOR SOCIAL

ASESOR (A)

YUSLY PEREZ LLERENA

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS, D.T. H Y C JUNIO DE 2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartagena D.T. y C., Junio de 2016

DEDICATORIA

Dedicado a Dios por ser el sostén que tuve a lo largo de mi vida universitaria, porque en las dificultades sentí su refugio. En segunda instancia, a mi madre Zobeida Elles, por su incansable amor, sin su compañía este mérito no sería posible. Y por último gracias a cada uno de los docentes que durante estos años de carrera me transmitieron sus conocimientos para convertirnos en profesionales de la comunicación social

Luisa Ballestas Elles

A Dios gracias por sus bendiciones en este camino, por permitirnos perseverar y llevar a término es ciclo, para dar paso al inicio de nuevos caminos. A mis padres por la confianza y la fe en mí, en mis sueños y en mis habilidades. A todos los amigos y compañero que de alguna forma y sin saberlo, ayudaron en este camino.

Fabián Andrés Gil Meza

*Primeramente a Dios, mi Señor, por su amor sin medida hacia mí.
A mi mamá, la heroína de mi vida.
A mi abuela Juanita, la mejor de todas las abuelas.
A mi amiga Johana, por su amistad sincera y sin medida.
Y a todos esos “ángeles” que se atravesaron en mi camino y de una u otra manera aportaron su granito de ayuda para este éste que ha sido el gran proyecto de mi vida.*

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE CARTAGENA, por destinar sus recursos a nuestra formación como comunicadores sociales éticos y responsables en el ejercicio de la profesión.

A cada uno de los docentes que aportaron su granito de arena a nuestra formación integral.

A los asesores internos y externos que aportaron sus conocimientos y experiencia en el desarrollo de la carrera y el proyecto de grado.

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCION | 12 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 17 |
| 2. OBJETIVOS | 18 |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL | 18 |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 18 |
| 3. JUSTIFICACIÓN | 19 |
| 4. MARCO TEÓRICO | 21 |
| 4.1. ANTECEDENTES | 21 |
| 4.2. REFERENTES TEÓRICOS | 28 |
| 4.2.1. LA COMUNICACIÓN | 28 |
| 4.2.2. TEORÍA DE LA MEDIACIÓN SOCIAL | 30 |
| 4.2.3. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO | 32 |
| 4.2.4. COMUNICACIÓN Y MEDIO AMBIENTE | 33 |
| 4.2.5. EL RECICLAJE | 35 |
| 4.3. MARCO CONCEPTUAL | 36 |
| 5. DISEÑO METODOLÓGICO | 37 |
| 5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 37 |
| 5.2. POBLACIÓN Y CONTEXTO | 37 |
| 5.2.1. CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN | 38 |
| 5.3. FUENTES Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN | 38 |
| 5.3.1. FUENTES PRIMARIAS | 38 |
| 5.3.2. FUENTES SECUNDARIAS | 39 |

| | | |
|--------|---|----|
| 5.4. | TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y PROCEDIMIENTO... | 39 |
| 6. | RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 41 |
| 6.1. | DESCRIPCIÓN SOCIODEMOGRÁFICA | 41 |
| 6.2. | DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS Y PRÁCTICAS ENTORNO AL RECICLAJE Y MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS | 43 |
| 6.3. | IDENTIFICACIÓN DE CANALES, MEDIOS Y DINÁMICAS COMUNICACIONALES QUE SE DAN EN EL BARRIO | 50 |
| 7. | DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE RECICLAJE: RECICLA + | 58 |
| 7.1. | IMAGEN DE LA CAMPAÑA | 58 |
| 7.2. | SLOGAN..... | 58 |
| 7.3. | OBJETIVO..... | 58 |
| 7.4. | POBLACION | 59 |
| 7.5. | PRODUCTOS COMUNICACIONALES | 59 |
| 7.6. | ACTIVIDADES | 59 |
| 7.6.1. | CHARLAS EDUCATIVAS | 59 |
| 7.6.2. | CREACIÓN DE PERFIL EN RED SOCIAL FACEBOOK PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA CON LOS HABITANTES DEL BARRIO | 60 |
| 7.6.3. | JORNADAS PEDAGÓGICAS – RECREACIONALES POR MEDIO DE EMISORAS RADIALES (LA REINA Y RUMBA) | 61 |
| 7.6.4. | VISITAS A DOMICILIOS CON PUBLICIDAD IMPRESA (FLAYERS) | 62 |
| | CONCLUSIONES | 64 |
| | BIBLIOGRAFÍA | 66 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo A Diseño de encuesta | 71 |
| Anexo B Diseño de entrevista | 73 |
| Anexo C Logo de la Campaña Recicla + | 75 |
| Anexo D Diseño de camiseta y gorra con logo de la campaña..... | 76 |
| Anexo E Diseño de souvenirs para promover la imagen de la campaña (Libreta, Hojas membretadas, bolígraf, Adhesivo y Mug) | 78 |
| Anexo F Canecas de colores para la clasificación de los residuos sólidos desde la fuente | 81 |
| Anexo G Diseño de flayers para campaña | 82 |
| Anexo H Propuesta De Diseño De Perfil De Facebook | 83 |
| Anexo I Diseño de escenario para eventos con emisoras (La Reina y Rumba Stereo) | 84 |
| Anexo J Mapa de ubicación del barrio Villas de Aranjuez (Mz 1 C)..... | 85 |

LISTA DE GRAFICAS

| | |
|--|----|
| Grafica 1 Rangos de edad | 42 |
| Grafica 2 Género..... | 42 |
| Grafica 3 Nivel de escolaridad..... | 43 |
| Grafica 4 ¿Sabe usted que es reciclar?..... | 44 |
| Grafica 5 ¿Sabe usted que es reciclar desde la fuente?..... | 44 |
| Grafica 6 ¿Sabe usted que son residuos sólidos?..... | 45 |
| Grafica 7 ¿Usted y su familia separan los desechos que producen en su hogar? | 46 |
| Grafica 8 ¿Sabe a dónde van los residuos que usted y su familia desechan? | 47 |
| Grafica 9 ¿Cree usted que la práctica de reciclaje es necesaria? | 48 |
| Grafica 10 ¿Sabe usted que materiales puede reciclar en su casa?..... | 49 |
| Grafica 11 ¿Si conociera los grandes beneficios que reciclar le traerá a su comunidad, usted lo haría?..... | 49 |
| Grafica 12 . ¿Se han realizado campañas de concientización sobre temas de interés común en la comunidad?..... | 51 |
| Grafica 13 ¿Cuáles son los temas más promovidos en estas campañas?..... | 52 |
| Grafica 14 ¿Qué medios se han usado para la propagación de estas campañas? | 53 |
| Grafica 15 ¿A qué medio de comunicación masiva acceden usted y su familia?..... | 54 |
| Grafica 16 ¿Usted y su comunidad, de forma interna, utilizan algún medio de comunicación? Mencione uno..... | 55 |
| Grafica 17 . En lo que respecta al medio ambiente y el reciclaje ¿Qué medio la parece más eficaz para que le sea dada información? | 56 |

RESUMEN

Las actividades del ser humano son en pro de su supervivencia y desarrollo, sin embargo los efectos de estas actividades han ocasionado daños difíciles de reparar en el medio ambiente. Por ello se han buscado formas para disminuir en gran medida el daño causado y futuro, entre ellas se reconocen las nuevas políticas de ahorro de energía, la promoción de una cultura de cero desperdicio de los recursos y el reciclaje. Este proyecto se planifica como una solución para el problema de manejo de residuos sólidos del Barrio Villas de Aranjuez de Cartagena.

El proyecto titulado DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE RECICLAJE DESDE LA FUENTE Y APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN EL BARRIO VILLAS DE ARANJUEZ DE CARTAGENA, se desarrolló con una metodología mixta, es decir con características del método cualitativo y cuantitativo, el diagnóstico en general fue posible gracias a la triangulación de los resultados de los instrumentos usados (Encuesta, Entrevista, Observación). El resultado del proyecto es en general el diseño de una campaña de concientización usando los medios de comunicación para promover la cultura del reciclaje y el aprovechamiento de los residuos sólidos desde la fuente, en el barrio Villas de Aranjuez, en Cartagena.

Palabras clave: comunicación, reciclaje, residuos sólidos, reciclaje en la fuente, medio ambiente.

ABSTRAC

The human activities are in support of their survival and development, however the effects of these activities have caused damage difficult to repair in the environment. Therefore they have sought ways to greatly reduce the damage caused and future, including new energy saving policies are recognized, the promotion of a culture of zero waste of resources and recycling. This project is planned as a solution to the problem of solid waste management Villas de Aranjuez of Cartagena.

The project entitled DESIGN OF A CAMPAIGN OF RECYCLING FROM THE SOURCE AND UTILIZATION OF SOLID WASTE IN THE NEIGHBORHOOD VILLAS OF ARANJUEZ CARTAGENA, was developed with a mixed methodology, ie with characteristics of qualitative and quantitative method, the diagnosis was generally possible thanks to the triangulation of the results of the instruments used (survey, interview, observation). The result of the overall project is designing an awareness campaign using the media to promote a culture of recycling and utilization of solid waste from the source, in Villas de Aranjuez, in Cartagena.

Keywords: *communication, recycling, solid waste, recycling at source environment*

INTRODUCCION

La comunicación y el reciclaje hacen parte de la gran lista de temas que se estudian para buscar nuevas formas de cultura, garantizando la calidad de vida y la integridad del medio ambiente. Aunque las características de la comunicación entre los pueblos varían en función de los medios, los canales y la dinámica, además la cultura, esta es la principal estrategia tanto para promover cultura de reciclaje como de temas generales de interés común. Ante la importancia y utilidad, se planifico el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE RECICLAJE DESDE LA FUENTE Y APROVECHAMIENTO DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN EL BARRIO VILLAS DE ARANJUEZ DE CARTAGENA”

Este trabajo nace ante la necesidad detectada en el barrio Villas de Aranjuez de una cultura de reciclaje como método para mejorar las condiciones ambientales del sector. El trabajo tiene como objetivo principal de promover la cultura del reciclaje y el aprovechamiento de los residuos sólidos desde la fuente, a través del diseño de una campaña de concientización usando los medios de comunicación, en el barrio Villas de Aranjuez, en Cartagena. Para ello se consideró pertinente el uso de una metodología de tipo mixta, es decir, reúne características del método cualitativo y cuantitativo.

Metodológicamente se usaron fuentes como la entrevista, la encuesta y la observación, para la recolección de datos que ayudaran a determinar el estado de la población. Esta última está representada por los habitantes del barrio, mayores de edad y en su mayoría responsables de hogar. Específicamente la muestra está conformada por 200 habitantes de las Mz 1C del

barrio para las encuestas. Cinco personas incluyendo al líder de la JAC del barrio, fue la muestra para la entrevista.

El procedimiento estuvo compuesto por tres fases, los resultados de estas mostraron el alcance de los objetivos permitiendo llegar a la conclusión de que el estado del barrio y en particular los habitantes frente al reciclaje, carece de una cultura que promueva actividades para el aprovechamiento de residuos sólidos. Los hallazgos a demás ayudaron a determinar los factores importantes dentro de la campaña publicitaria, como son los medios, canales y dinámica necesaria, recursos materiales y humanos. Etc.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El medio ambiente está compuesto de todos aquellos elementos que nos rodean, desde el suelo, el aire, el agua, hasta las relaciones sociales que unidas, conforman un sistema global. La vida humana depende de este factor ecológico importantísimo; nuestro sentido de existencia se da por el medio en el que vivimos; incluso la forma en que manejamos este recurso natural hace de la salud más duradera o por el contrario corta. No obstante, en la actualidad mundial la temperatura media promedio es de 0,85 grados centígrados; superior a la de finales del siglo XIX, de acuerdo al informe realizado por (Cerdeira, Valdivia, Valenzuela, Teresa, & Venegas, 2008). Cada tres décadas anteriores ha sido más tórrida a la que precede, si se tiene en cuenta que se empezó a registrar datos a partir de 1850.

Los científicos y estudiosos del cambio climático, consideran la actividad humana como la causa principal del agresivo aumento de la temperatura. Las acciones de los individuos está devastando la tierra. Esto radica en que los últimos años se han evidenciado cambios desfavorables en la naturaleza, amenazando la existencia de los recursos naturales, además de la supervivencia terrestre. Se estima, según la información del (Fondo Mundial de la Naturaleza, 2016) que la vida será escasamente favorable si la temperatura llega a aumentar 4 grados centígrados por arriba del promedio actual.

Así, los seres humanos están obligados a tomar acciones que arrastren a disminuir el deterioro del planeta tierra: acciones conscientes, eficaces y eficientes. Es deber detener la contaminación ambiental.

En el contexto local, Cartagena de Indias integrada por 205 barrios, produce una cifra al alrededor de 916 toneladas diarias de residuos sólidos (Caribe Verde, 2015). Esto corresponde a más del 70% de los residuos del departamento de Bolívar. Según el informe de (López J. , 2005) el 77.6 % de los residuos son orgánicos, mientras que el 18.6% de los residuos inorgánicos son reutilizables. Cifras desafortunadas y de un desapego referente a mecanismos de contingencias. Según (Amaranto, 2015), funcionaria del Distrito y encargada del PGIRS, solo el 2% de los residuos desechados en toda la ciudad son aprovechados mediante reciclaje. De la basura que produce la ciudad anualmente cerca de 35 mil toneladas podría ser reciclada.

El Ministerio de Ambiente exige a los gobiernos locales incluir en sus PGIRS, la formulación de alternativas y herramientas que sobrelleven al buen manejo de los residuos sólidos aprovechables, de los residuos mezclados y de los desechos peligrosos (MinAmbiente y Desarrollo Sostenible, 2016). El PGIRS en Cartagena (Alcaldía Mayor de Cartagena, 2015), propone una reducción de los residuos desde su origen (lo que es denominado como reciclaje desde la fuente), como una forma más eficaz de reducir la cantidad y peligrosidad de residuos, el costo asociado a su manipulación y los impactos ambientales.

El sistema de recolección de los desechos en Cartagena funcionan desde el 1° de agosto de 2014 con el sistema de “libre competencia”, ya no lo hacen por Áreas de Servicio Exclusivo (ASE), como lo venían haciendo desde el 2006, y en donde la ciudad estaba dividida por repartición de zonas. Las empresas de aseo se limitaban sólo a limpiar lo que les correspondían. Con el nuevo sistema de libre competencia, las empresas recolectoras pueden llegar a todos los barrios y realizar limpieza en toda la ciudad. Actualmente el servicio de

aseo está a cargo de las empresas prestadoras del servicio PromoAmbiental Caribe (Pacaribe) y Aseo Urbano de la Costa (Urbaser). Esta realiza sus operaciones de limpieza y aseo más que todo en la zona sur occidental de la ciudad, que corresponde al área de la Localidad Industrial y de la Bahía con 68 barrios y en la Localidad Histórica y del Caribe Norte, integrada por 84 barrios y sus zonas insulares como lo son las Islas del Rosario, Tierra Bomba, Caño del Oro, Bocachica. La empresa se encarga de la limpieza y barrido de vías, recolección y transporte hasta el sitio de disposición final. Esto en lo que corresponde aproximadamente a 956.181 habitantes.

Por su parte, (Pacaribe, 2015), realiza sus operaciones de limpieza y recolección en algunos barrios de la Localidad Histórica y del Caribe Norte, y en total, en todos los sectores de la Localidad 2, de la Virgen y Turística, integrada por 53 barrios y los corregimientos de Tierra Baja y La Boquilla. Esta Localidad tiene una extensión cercana a los 371 kilómetros cuadrados.

En el barrio de Villas de Aranjuez, perteneciente a la localidad de la Virgen y Turística, exactamente al sur oriente de la ciudad, hay aproximadamente 2.800 familias y una población estimada de 13.900 (Alcaldía Mayor de Cartagena, 2016) Acerca de la cantidad de desechos que produce el barrio no hay datos, debido a que la empresa encargada de la recolección que es (Pacaribe, 2015), no realiza el pesaje de las basuras por barrio. En el barrio se pretende proponer iniciativas comunicacionales direccionadas a la educación en reciclaje desde la fuente como una manera efectiva de menguar el daño que se le hace al medio ambiente. Todo lo anterior muestra que Villa de Aranjuez aun por encima de ser un nuevo barrio en la ciudad, no cuenta con directrices ni seguimiento respecto a lo ambiental.

1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo promover la cultura del reciclaje y el aprovechamiento de los residuos sólidos desde la fuente, en el barrio Villas de Aranjuez, a través del diseño de una campaña de comunicación?

2. OBJETIVOS

2.1.OBJETIVO GENERAL

Promover la cultura del reciclaje y el aprovechamiento de los residuos sólidos desde la fuente a través del diseño de una campaña en el barrio Villas de Aranjuez de la ciudad de Cartagena.

2.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar conocimientos y prácticas en torno al manejo de residuos sólidos por parte de los habitantes del barrio Villa de Aranjuez.
- Identificar canales, medios y dinámicas comunicacionales que del barrio Villa de Aranjuez.
- Diseñar una propuesta de campaña de comunicación, haciendo uso de los medios, canales y dinámicas de comunicación, para la promoción de la cultura del reciclaje y aprovechamiento de residuos por parte de los habitantes de Villas de Aranjuez.

3. JUSTIFICACIÓN

"Todo lo que le ocurra a la tierra, le ocurrirá a los hijos de la tierra".

Jefe indio Seattle

El presente proyecto investigativo, aspira a ser una propuesta de acción para mejorar las condiciones medioambientales del barrio Villas de Aranjuez. La importancia del mismo se determina porque es uno de los primeros acercamientos a una problemática muy sería presentada en la localidad. Busca centralizar el problema de contaminación en el área local, dándole la importancia al reciclaje, y dejando la necesidad de promover proyectos similares, que producirían un impacto favorable en las condiciones de vida de sus habitantes.

Se busca con el proyecto, mostrar las posibles vías para acceder a una problemática muy obvia, pero que hasta la fecha, no se le han producido las soluciones radicales en pro de frenar y erradicar, la contaminación del medio ambiente. El sentido social del proyecto, busca concientizar a las personas de que también pueden ser sujetos de cambio y, que si bien pueden ser apoyados por el gobierno local, también es necesario que los habitantes se comprometan a cuidar el lugar donde viven. Es posible que esto genere conciencia en los operadores de servicio de aseo y haga que se interesen por formular campañas eficaces, creando una responsabilidad social cuya problemática es relevante para todos.

De esta forma, el proyecto sería de gran impacto para el Barrio villa de Aranjuez y sus habitantes, ayudándoles a promover una nueva cultura que sea amigable con el medio ambiente, por ello dentro de los principales beneficiarios se encuentran los habitantes, puesto que como sujetos de cambio lograrían mejorar sus condiciones de vida, desde la concepción

de una responsabilidad ambiental. Los organismos de administración pública que tienen la responsabilidad de promover políticas y cultura de reciclaje en la ciudad, también se encontrarían beneficiados puesto que los habitantes se convertirían en aliados estratégicos para la gestión medioambiental, que deben adelantar en los barrios.

4. MARCO TEÓRICO

En el capítulo se presenta una revisión de investigaciones y/o proyectos en la línea de comunicación y medio ambiente; más puntualmente ligada a manejo de residuos sólidos. Posteriormente, describe una serie de enfoques y conceptos clave que dan base teórico al trabajo y por ende, al diseño de la campaña.

4.1.ANTECEDENTES

Desde el ámbito internacional se puede destacar la importancia del reciclaje en la concepción de la (ONU, La 58^a reunión de la ONU: Reforma y contrarreforma. Realidad, 1979) cuando aumentó notoriamente gracias a la presentación del mismo como la herramienta tecnológica más efectiva para alcanzar el desarrollo sustentable.

En Estados Unidos ya existía la ley sobre la Conservación y Recuperación de Recursos. La cual resalta la importancia del reciclaje dándolo a conocer como la opción más efectiva para el manejo de los residuos sólidos. La importancia de estos dos hechos ha marcado históricamente una línea sobre la educación ambiental. Desde entonces han comprometido a entidades gubernamentales y no gubernamentales con el tema.

Por otro lado, las (Naciones Unidas, 1981) crearon la comisión mundial de medio ambiente y desarrollo. La comisión tenía tres objetivos claros; (1) revisar las diferentes problemáticas del medio ambiente y desarrollo y a su vez una fórmula, propuestas vitales para resolverlas; (2) crear una línea de cooperación internacional acerca del temático problema; y, (3) hacer que cada individuo, organización, institución y gobierno tenga más interés en resolver y preservar el ecosistema. Luego la misma comisión (ONU, 1987)

publica el informe “Brundtland”, donde se definió el desarrollo sostenible como *“aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las generaciones futuras”*.

En el informe también se explica que el desarrollo sostenible impone límites: *“se impone límites a los recursos del medio ambiente, las organizaciones sociales y el estado actual de la tecnología, igualmente a la capacidad de la biosfera de adsorber los efectos de los humanos. En tanto las organizaciones sociales y todo lo que tengan que ver con avances tecnológico pueden ser ordenadas y mejoradas de tal manera que organicen nuevos caminos para los posibles crecimientos integral”* (ONU, 1987).

En esta misma línea argumentativa, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), crea la llamada agenda 21, la cual establece las diferentes acciones que deben realizar los 179 países firmantes del pacto ambiental y desarrollo ambiental sostenible (Astorga & Oksanen, 1993). En el documento se reconoce la necesidad de aplicación de tecnología como el reciclaje es de mucha ayuda para poder alcanzar el desarrollo sustentable.

En el año 2002, La revista Scientific American, publica un artículo llamado “Sustainable World” (Folke, 2002), donde se da a conocer la sustentabilidad como una doctrina afirmativa del crecimiento económico y del desarrollo; se debe tener lugar un mantenido constante en el tiempo, y que dentro de los límites de la tecnología, de sentido a una la interrelación de los seres humanos, donde sus actividades, la biosfera, y las leyes físicas y químicas que las gobiernan, donde estén en dirección a mantener y cuidar el medio ambiente.

Sería bueno pensar en los beneficios que han dejado las cumbres mundiales, los tratados y convenciones sobre el medio ambiente. ¿Cuáles son los cambios significativos para la

creación de una sociedad sustentables en un mundo que sigue presentando amenazas ambientales, económica, sociales y sigue poniendo en riesgo la existencia humana?

En La cumbre de Johannesburgo llevada a cabo en 2002, el ex secretario de las Naciones Unidas Kofi Annan planteó que para lograr un cambio ambiental es necesario la cooperación de todos los sectores sociales, económicos, privados, públicos y las entidades gubernamentales (Flórez, 2002). Esto hace que con la unión de estos sectores se pueda crear mejores acciones para lograr que los individuos y naciones tengan responsabilidad mutua en la recuperación y preservación del medio ambiente. Así, es indudable que el ser humano, debe tomar conciencia activa acerca del daño que le estamos haciendo al planeta y acerca de las medidas que debemos realizar para frenar nuestras acciones destructivas y nocivas para el medio ambiente; esto, aumentando los esfuerzos producidos, podrá direccionar la educación y formación desde los gobiernos a las comunidades.

Asimismo, en Latinoamérica, se presenta iniciativa realizada en el país centroamericano de El Salvador, y que fue publicado como reportaje, titulado: “Hagamos de San Salvador, un municipio limpio y saludable”; apareció en el diario Colatino (Valdez, 2007). El objetivo de este reportaje era enseñar a los salvadoreños las formas más adecuadas de reducir la reproducción de grandes cantidades de basura. Enseñaba el manejo adecuado de los residuos sólidos renovables, por medio del plan de Gestión Integral de Desechos Sólidos (GIDS), liderado por el Gobierno Municipal.

En el seguimiento, se halla la campaña pro-reciclaje llamada: “ (Rodríguez, 2008)”. Es realizado en el estado de Veracruz, México. El proyecto empezó con una decisión de ley a

cerca de los residuos sólidos renovables y que obligaba a los habitantes de Veracruz a realizar un debido proceso de separación y disposición final de las basuras.

También en España ha aparecido el liderazgo de la campaña: “Nuestro legado”, hecha por (Ecoembes, 2011); organización que cuida del medio ambiente a través del reciclaje y el eco-diseño de los envases en España. Es un modelo de gestión basado en la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia, reutilizando envases que una vez consumidos, los depositan en contenedores, para luego la administración pública se haga cargo de su recogida; hay recicladores especializadas que los procesan para hacer posible que se conviertan en nuevos productos.

Por último, existe una iniciativa mundial que ha tomado auge: “Basura Cero”; un proyecto nacido en vista de la grave problemática ambiental causada por el excesivo aumento de los residuos que se depositan a diario en los rellenos sanitarios de todo el mundo (Hernández A. , 2014); en este contexto surge “Basura Cero Colombia”, como respuesta a la necesidad de crear una cultura de consumo responsable en la sociedad colombiana (Parody, 2006).

A nivel nacional, se han realizado distintas campañas que motivan la práctica del reciclaje. Entre los más relevantes se encuentran los que involucran al sector educativo.

En el 2013 se realizó una campaña escolar que tuvo como nombre en su lanzamiento: “Papel Planeta”; se implementó en 160 colegios de Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Cali y Bogotá (MinEducación, 2013). La estrategia era enseñar a los estudiantes el valor del reciclaje; pretendían que los estudiantes reciclaran cada hoja utilizada, depositándola en papeleras especiales de reciclaje, como hojas de cuadernos, cartulina, impresiones, etcétera. Este proyecto fue liderado por la marca *Familia*.

Otra iniciativa valiosa en el país fue: “Aprendamos juntos a reciclar”, Campaña de reciclaje en la Escuela San Juan Bosco en Dosquebradas, Risaralda (Revista Nova, 2016). Tiene como objetivo, “*Instruir a los estudiantes de la Escuela San Juan Bosco sobre la manera adecuada de disponer algunos desechos como papel, plástico y tetra pack mediante una campaña de recolección en las aulas, para transformarlos en nuevos objetos o para ser reutilizados*” (Revista Nova, 2016).

El colegio privado de Bogotá, llamado Buckingham School, también se encuentra entre las escuelas que admiten estar comprometidas con el medio ambiente gracias al reciclaje (RADIO LA FM, 2015). El colegio va en búsqueda de *sembrar* en la conciencia del estudiantado, las enseñanzas sobre el proceso de separación de los residuos; además a su correcto y eficiente manejo. Por lo tanto, están promoviendo una campaña que lleve a un destino esos residuos aprovechables, tales como cartón, plástico, papel, entre otros.

En el país, esta organización tiene su sede principal en la ciudad de Bogotá D.C, desde donde se desarrollan los proyectos medioambientales a favor del reciclaje, desarrollando proyectos en ciudades como Girardot, Bogotá, Medellín, Cali (Brunkingham School, 2016). Ya se han adelantado proyectos de impacto, sistemas para el aprovechamiento de los residuos, sistemas de Basura Cero para el buen manejo de las basuras, programas de capacitación, entrenamiento y formación ambiental, foros, festivales y conversatorios, haciendo actividades lúdicas y recreativas con el fin de promover la cultura del reciclaje. Razón por la cual en Colombia, Basura Cero busca apasionarse por un principio de vida, de compromiso ambiental con el planeta, con la ciudad y el país, donde se crean sinergias entre los diferentes actores buscando sensibilizar y disminuir los impactos ambientales producto de

la inadecuada gestión de los residuos, además de convertir estos en riqueza colectiva para contribuir al bien común y el desarrollo sostenible de las comunidades. El programa tiene historia desde 1990, fundado por activistas filipinos y actualmente lo promueve la organización ambientalista Greenpeace.

En el contexto local se encontró que estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena realizaron el “Plan Estratégico de Comunicación Barrio Cero Basura B0B Fase I” (Universidad de Cartagena, 2013) fue una prueba piloto para el proyecto de reciclaje CONSERVARED de la fundación conservaré del barrio Getsemaní. Dicho proyecto buscaba generar una cultura del reciclaje en los habitantes del barrio en mención; se incluyen a los recicladores del sector, como uno de los protagonistas de este proceso.

El plan anterior, en comparación con el siguiente proyecto llamado “Comunicación ECO social comunitaria”, se distancia en la medida que este integra una estrategia formal y modelo de intervención comunicacional en materia de EVS (Estrategia Vivienda Saludable) con énfasis en el manejo de residuos sólidos y reciclaje, llevado a cabo en el barrio Olaya Herrera, sector Yane (Balaguera, Hernández, & Tatis, 2013). El proyecto también fue realizado por estudiantes del programa de Comunicación Social de la universidad de Cartagena en el transcurso del mismo año.

Tenía como objetivo crear conciencia en los habitantes del sector acerca del entorno saludable que deben tener en su vivienda como alrededor de ella; había que mejorar sus condiciones de vida y evitar los problemas de salubridad que se presentan actualmente en el barrio. Esto se lograría a través de una iniciativa en comunicación y salud a nivel comunitario, el cual los llevó a reforzar los temas de comunicación y educación a cerca del

medio ambiente y vivienda saludables enfocados al reciclaje en la comunidad de Ricaurte del barrio Olaya Herrera.

Otro de los proyectos que ha servido de referencia es el realizado en el 2010, donde se ejecutó una campaña que tomó por nombre “Soy Ecolombiano”, el objetivo era concientizar a los visitantes como moradores de distintos sectores de la ciudad en el manejo de residuos sólidos. La iniciativa fue liderada por el Ministerio de Medio Ambiente, la Organización Mundial Conservación, igualmente se trabajó de la mano con la corporación de Turismo de Cartagena, el Establecimiento Público Ambiental (EPA y 40 familia del barrio Henequén). Los primeros sectores involucrados fueron los pertenecientes al sector turístico Bocagrande, Laguito, Castillo grande, Crespo y Manga, luego se trasladó a otras zonas de la ciudad como lo fue el pie de la Popa, Pasea Bolívar, Cabrero y Marbella (MinAmbiente y Desarrollo Sostenible, 2016).

En consecuencia, los proyectos y campañas de comunicación social alrededor del medio ambiente, son una herramienta importante para la recuperación y conservación del entorno. A través de considerables campañas de sensibilización alrededor del mundo, el reciclaje ha dejado de ser una actividad de pocas personas para convertirse en una forma de vida que está comprometida con la recuperación y protección de nuestro ecosistema. Es necesario insistir tanto en el sector público, privado, y en especial cuidado, en la ciudadanía sobre la práctica de la recuperación de desechos reutilizables. Hay que convencerles sobre la importancia del reciclaje, es favorable para tener un ambiente limpio y sano.

El diseño de la campaña para el barrio Villa de Aranjuez será novedoso, pues anteriormente no se ha realizado este tipo de proyecto en la comunidad que tenga presente el

reciclaje y que además intente involucrar al sector empresarial (empresas de aseo y recolección). De este modo se pretende conseguir que estas entidades se interesen por este tipo de iniciativas.

4.2.REFERENTES TEÓRICOS

Se hace una descripción de las teorías y conceptos alrededor del proyecto que está orientado al diseño de una campaña de comunicación, que ayudan a una fundamentación sólida para el desarrollo del trabajo de investigación, además para la correcta interpretación de los resultados.

4.2.1. La comunicación

La Comunicación brinda un repertorio, una abanico de posibilidades de definición y comprensión volviéndose bastante extenso el campo de acción y reacción del término, sin embargo y como punto de aclaración el empleo de los términos acción reacción no son vistos desde una concepción conductista como corriente del “estímulo respuesta”, lo que se quiere dar a entender es un interminable espiral que implica el “acción-reacción-acción...”, desde el planteamiento de (Habermas, 1987) que se refiere al hablar de acción comunicativa a la interacción de por lo menos dos actores capaces de desarrollar un lenguaje de acción que establecen una relación interpersonal. De acuerdo a este planteamiento, los actores buscan entenderse sobre una situación participativa para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción y con ello sus acciones, el lenguaje ocupa en este esquema un lugar fundamental.

Es decir, el diferenciar una Corriente Comunicativa en la cual existen fenómenos y/o situaciones de intercomprensión, entendimiento de uno mismo hacia el otro; de una Corriente Funcionalista en la cual la comunicación es persuasora y actúa como herramienta conductora de acciones y reacciones en forma lineal sin retorno de respuesta; es acercarse a la aclaración y comprensión de una Comunicación Natural, Humana y Crítica en la que no se disfraza al ser humano desde un andamiaje sistémico de sentidos, creencias, posturas ideológicas, separándolo de procesos propios y reales en los cuales puede dar respuesta y aquí es en donde el estudio de tesis halla sentido al planteamiento de (Habermas, 1987) al enunciar la acción comunicativa y pues una re-significación de la acción-reacción-acción-reacción en un completo espiral de razones para llegar a procesos de aprendizaje así como al des-aprendizaje, intercomprendiendo y entendiéndose uno mismo y al otro (el otro comprende en este caso al ser humano hombre-mujer y a la naturaleza) (Jacome, 2010).

Por eso se considera que el lenguaje comunicacional se establece de esta forma desde las distintas posibilidades de generar el discurso y en las relaciones que a través de la "acción comunicativa" los actores realizan con el mundo. Habermas considera que las relaciones comunicativas se ven afectadas por los dispositivos sociales refiriéndose a los medios masivos de comunicación al no ser los mejores conductores de acciones expresivas sino tan solo de una breve información, y de una posible resistencia frente al cambio (Habermas, 1987); sin embargo Mattelart cuestiona esta afirmación al plantear que este supuesto no es el fin causal totalitario. La cuestión principal es el dominio de la complejidad de las relaciones del sistema con su entorno y de su propia complejidad. Cuanto más libremente circula el sentido, mejor alcanza el sistema este doble dominio (Mattelart, 1997).

A partir de la comprensión de una comunicación participativa se debe en lo absoluto entender a la comunicación como un término polisémico, transdisciplinario, interdisciplinario, acercándonos a la visión de Luis Martino, el término comunicación es un buen ejemplo de polisemia. En principio, es empleado para designar las relaciones entre los humanos mediadas por la palabra, los gestos o las imágenes, pero el término se aplica también a las relaciones entre animales y hasta entre máquinas (Martino, 2001).

La comunicación ha llegado a todas las fronteras, es universal y necesaria como cualquier recurso natural. Por ello la revisión se ha convertido en objeto de estudio para muchas ciencias.

4.2.2. Teoría de la mediación social

La teoría de la mediación social, abre para la comunicación nuevos campos de acción y objetos de estudio en las ciencias sociales. Las mediaciones las hacen los medios de comunicación y las instituciones sociales, interviniendo en el acontecer diario de la sociedad (Serrano M. M., 2008). Regulan y proponen la agenda sobre la que van a estar informadas las personas.

Por eso, los medios de comunicación son los principales agentes que actúan como mediadores entre los sujetos y su mundo, realizando cambios o ajustes micro o macro sociales, psicológicos y de conducta. Esta relación contribuye a la producción y reproducción del orden social. La teoría de la mediación social ofrece nuevos objetos para que las ciencias sociales puedan especificarse; está el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y de sus funciones. Estos estudios son

especialmente necesarios cuando la cultura se utiliza como un procedimiento de dominación (Spà, 2007). Es así como suceden los fenómenos de transculturación, como se observa cuando una sociedad destruye las señas de identidad de otra; también pasa en los procesos de vigilancia social, cada vez que se propone una visión preestablecida del mundo, y de lo que sucede en el mundo, para influir sobre la conciencia de las personas.

La importancia de la mediación de los medios de comunicación, es propuesta como una teoría que involucra el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura. Analiza los modelos culturales y su función en la sociedad (Serrano M. M., 2008). Podría decirse que otorga una utilización de la mediación, vista como dominación; un control social. (Serrano M. M., 2008), considera a la mediación desde dos enfoques aparentemente diseminados: mediación cognitiva y mediación estructural.

El conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales, reclama una mediación cognitiva. Esta mediación se orienta a lograr el cambio en su objetivo en el mundo inmediato de las audiencias, aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso intentar la transformación de esa concepción del mundo. Mientras que la mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor. Es una tarea agónica, en la que el medio se ve obligado a recurrir para perpetuar su forma expresiva (Fernández, 1986).

En esta teoría los medios de comunicación y las instituciones sociales determinan la agenda de información para las personas, en este sentido la comunicación es un factor importante para el desarrollo de las civilizaciones.

4.2.3. Comunicación para el desarrollo

Las formas de la comunicación para intervenir en los cambios que a nivel social se están dando en las comunidades ayuda a dar pasos significativos en los procesos y formas de verse a sí mismas; cada vez más cambiantes y exigentes en sus costumbres e historias (Hernández, 2008). La comunicación para el desarrollo diseña programas y estrategias de participación colectiva, pensando en la inclusión activa de las comunidades con metodologías multidisciplinarias. Su objetivo es educar y afinar a la población en los procesos de toma de decisiones, necesidades y derechos.

Entonces, ¿qué es comunicación para el desarrollo? ¿Cómo se entiende una comunicación participativa que eduque en el reciclaje desde la fuente? Según (LA FAO, 2013) la comunicación para el desarrollo, es definida como un diseño sistemático en el uso de actividades de participación. Los enfoques de comunicación, métodos y medios para compartir información y conocimiento entre todos los socios en un proceso de desarrollo rural, es asegurado por el entendimiento mutuo y el consenso que lleva a la acción. Esto quiere decir que, tiene como objetivo facilitar a las comunidades la participación en todos los programas de desarrollo. Hacia se podrá implementar políticas idóneas con el objetivo de acabar con la pobreza. Y a últimas instancias, educar en estrategias de vida efectivas direccionadas para que la gente tenga una vida sostenible.

De forma general (Diouf, 2003), informa que la comunicación puede tener una importancia decisiva promoviendo el desarrollo humano en el nuevo clima de cambio social de estos días. Es decir, a medida que el mundo avanza hacia la descentralización, la economía de mercado y una mayor democracia, mejoran las condiciones para que la población empiece a fijar su propio rumbo al cambio. Pero es necesario aumentar su sensibilización,

participación y capacidad. Los conocimientos y tecnologías relacionadas con la comunicación son esenciales para esta tarea, pero suelen estar subutilizados, por ello, (Diouf, 2003) dice que es necesario tomar medidas que impulsen una planificación y aplicación eficaces de los programas de comunicación.

Esta planificación y aplicación eficaz de los programas en diferentes temas de la sociedad permiten un nuevo estado gracias al conocimiento de un problema y a la solución del mismo, desde esta perspectiva se puede concebir la comunicación y el medio ambiente.

4.2.4. Comunicación y medio ambiente

El medio ambiente es todo lo que rodea a las personas, eso comprende animales, plantas y el mundo subacuático. El medio ambiente es también todos los recursos naturales dispuestos en el planeta, indispensables para la existencia del ser humano. La importancia del cuidado del medio ambiente está en el hecho de que no solo el ser humano es el más perjudicado por su destrucción, hecho que coloca a la especie humana como la principal perjudicada ante la escasez de recursos naturales, desconociendo que toda la cadena natural se ve amenazada por las malas acciones. Es imperativo entender que en el medio ambiente están todas las formas de vida: el cuidado y conservación es prioritario para la humanidad. Los gobiernos y las empresas deberían comenzar a desarrollar actividades que tiendan a preservar o limitar sus acciones dañinas sobre el medio ambiente.

Desde la llegada de la Revolución Industrial, a manos del ser humano, el medio ambiente ha venido sufriendo por las desmedidas actuaciones producidas por el avance industrial de la segunda mitad del siglo XVIII. El ser humano por su afán de innovar, crecer y vender no se detiene a pensar en el daño que le hace a la naturaleza. El arrojo de material plástico a los ríos

y mares, la emisión de gases tóxicos a la atmósfera, la deforestación y el uso excesivo de los suelos dañan en gran manera al planeta. El comprar y tirar, cultura patrocinada por las grandes empresas de los países desarrollados son los principales causantes del daño ambiental.

Parratt plantea que crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente es una labor que se debe implementar, especialmente los medios de comunicación de masas. Esa es una máxima que se convierte en imperativo, en la medida en que los dueños de los grandes medios entienden el poder que poseen con los canales de televisión, radios y prensa (Parratt, 2006).

Los medios masivos de comunicación, son fundamentales como vectores de difusión y de sensibilización de la ciudadanía en los temas ambientales (Aristizábal, 2013). Pese a esto, la cobertura de las controversias científico-ambientales, es menor de la esperada y aún hoy la primicia opaca el seguimiento de temas que se desarrollan a lo largo del tiempo; lo son las problemáticas ambientales relacionadas con la contaminación y el cambio climático.

Para (Cervantes, 2013), los medios también pueden ser un instrumento eficaz para educar. Es necesario que ejerzan esa función en relación con el tema ambiental. Se abduce que la participación ciudadana en la conciencia planetaria, no son posibles sin información objetiva de lo que sucede. Sin embargo, no es suficiente estar informado. Es necesaria una política comunicacional por parte de los gobiernos que planifique de manera integral el uso de los medios masivos para la educación ambiental fuera del ámbito escolarizado (Cervantes, 2013).

Saliéndose un poco del enfoque de la comunicación y ahondando en el tema de reciclaje, se presenta una breve descripción.

4.2.5. El reciclaje

El reciclaje es un proceso fisicoquímico o mecánico que consiste en someter a una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto (Bozzano, 2003).

(Rincones, 1990) Por su lado, lo define como la obtención de materias primas a partir de desechos, introduciéndolos de nuevo en el ciclo de vida y se produce ante la perspectiva del agotamiento de recursos naturales, macro económico y para eliminar de forma eficaz los desechos. La cadena de reciclado está compuesta por los siguientes eslabones: Origen, recuperación, plantas de transferencia y plantas de clasificación o separación, reciclador final.

4.2.5.1. Ventajas del reciclaje

Dentro de las ventajas que se reconocen, se pueden mencionar: (1) reducción de los costos de recolección y disposición final, puesto que la cantidad de desechos destinados a rellenos sanitarios es menor. (2) el uso de materiales reciclables como materia prima en la manufactura de nuevos productos ayuda a conservar recursos naturales renovables y no renovables. (3) en el proceso de manufacturar materiales reciclados, se reduce la cantidad de recursos como energía, agua entre otros. En general, el reciclaje genera alto impacto en las comunidades, en la economía e incluso en los índices de desarrollo.

4.2.5.2. Los residuos sólidos

Los residuos sólidos son aquellos que se generan en las actividades cotidianas de las personas y en el contexto donde se mueven (Tchobanoglous, 1994). Los residuos sólidos se clasifican de acuerdo a su composición química y física. Estos deben ser separados según su origen en contenedores de distintos colores: verde para residuos ordinarios como servilletas, empaques plásticos, etc. Naranja para orgánicos no aprovechables como residuos de alimentos después de consumo. Gris para papel y cartón, Azul para plásticos y blanco para vidrio (GTC-24, 2009).

4.3. MARCO CONCEPTUAL

Para efectos del trabajo de investigación se hizo uso de una serie de conceptos que es necesario definir en este apartado, la finalidad es evitar cualquier posibilidad de confusión dentro del desarrollo del mismo.

Dinámica comunicacional: se refiere a la frecuencia dada en la comunicación de la población objeto de estudio, por medio de los diferentes medios y canales de comunicación.

Comunicación visual: es la que se da entre las personas y la información que se encuentra impresa.

Publicidad impresa: se determinó como la información sobre reciclaje que será impresa como Flyers, carteles y banners (pendones).

Comunicación interna: es el tipo de comunicación que ejercen los habitantes del barrio Villas de Aranjuez con sus vecinos.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN

A partir de los objetivos planteados, el presente proyecto investigativo se realizó siguiendo los parámetros que caracterizan a la investigación *Mixta*, por que participa de la naturaleza de las investigaciones documentales y de campo según (López A. , 2002).

5.2.POBLACIÓN Y CONTEXTO

Villas de Aranjuez está ubicada en los perímetros de la zona sur oriental de Cartagena de Indias; colinda con los barrios Bicentenario, Colombiatón y urbanización La Sevillana. A excepción de esta última, las tres barriadas fueron planificadas, diseñadas y construidas gracias a la intervención del Gobierno Nacional con el objetivo de beneficiar a familias de escasos recursos; en muchos rasgos damnificadas por el impetuoso invierno ocurrido en el año 2011. En la zona señalada existen numerosos hogares que sufrieron el desplazamiento forzado por la violencia y que pertenecen a la RED UNIDOS, programa de la Presidencia de la República.

Después de ser entregado, el barrio Villas de Aranjuez no contempló en sus planos de construcción el gravísimo inconveniente que las calles son estrechas y angostas; esto impide el ingreso de los vehículos de recolección, convirtiéndose en un grave problema para sus habitantes. Los camiones de aseo público se acercan a específicos puntos demasiado alejados; es constante que no se alcance a transportar las basuras a los sitios de recolección.

El barrio Villas de Aranjuez cuenta con 2.800 viviendas. De la anterior cifra, se utilizó una muestra total de 250 viviendas, pertenecientes a la manzana 1C del sector. Es decir, los sujetos participantes que pertenecen a esta manzana corresponden a una muestra intencional. En total se consideró la encuesta a 200 habitantes y entrevista a 5, formado por Líder de la Juan de Acción Comunal y 4 personas más.

5.2.1. Criterios de inclusión y exclusión

Esta población fue escogida por varias razones; la primera, debido a su ubicación estratégica en el barrio; la segunda, por la participación activa de un número importante de habitantes en el marco de programas sociales y culturales; y, tercero, por la concientización de los pobladores sobre las temáticas de reutilización y reciclaje, la cual es primordial para generar una transmisión satisfactoria entre el mensaje de aprendizaje en dirección a una plena conservación del medio ambiente.

El resto de la población no fue incluida en la muestra por que no cumplían con los requisitos mencionados.

5.3.FUENTES Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

5.3.1. Fuentes primarias

Dentro de estas fuentes se consideraron la bibliografía alrededor del tema y las investigaciones desarrolladas, además la encuesta (Ver Anexo A), la entrevista (Ver Anexo B) y la observación en el sector.

5.3.2. Fuentes secundarias

Artículos y ensayos que contengan información pertinente para la investigación.

5.4. TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y PROCEDIMIENTO

Las técnicas usadas fueron las siguientes: encuesta y entrevista con el fin de determinar el estado de los habitantes respecto a conocimientos y prácticas del reciclaje desde la fuente. Además para conocer formas, canales y dinámicas de comunicación en el barrio.

El procedimiento del proyecto investigativo cuenta con tres fases que se hallan emparejadas con los objetivos específicos del proyecto investigativo.

La primera fase está enfocada a diagnosticar conocimientos y prácticas en torno al manejo de residuos sólidos por parte de los habitantes de Villas de Aranjuez. Es basada en la investigación y trabajo de campo con los habitantes del barrio. Se realizaron encuestas, entrevistas, trabajos de observación, las cuales arrojaron una serie de información sobre el la población objeto de estudio. Permitted conocer el nivel de los conocimientos de los habitantes de Villas de Aranjuez sobre el tema. La segunda fase, por su parte, se buscaba identificar canales, medios y dinámicas comunicacionales que se dan en Villas de Aranjuez. Por último, la tercera fase, diseño de una propuesta gráfica y de actividades, donde se configuren las campañas para la promoción de la cultura de reciclaje y aprovechamiento de residuos por parte de los habitantes de Villas de Aranjuez.

Los datos recolectados fueron ordenados en tablas y gráficas para su mejor comprensión, en el análisis se hizo un proceso de triangulación de la información recolectada por medio de

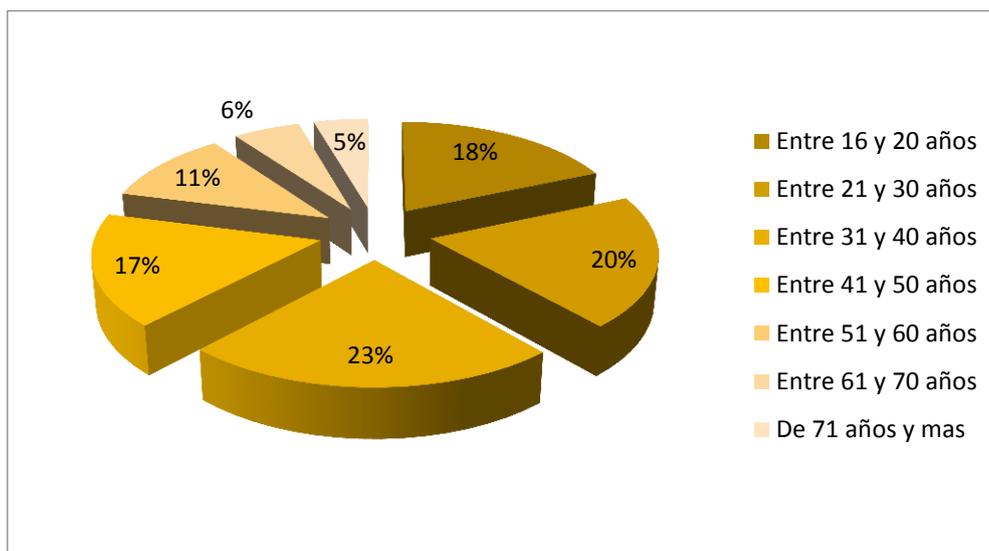
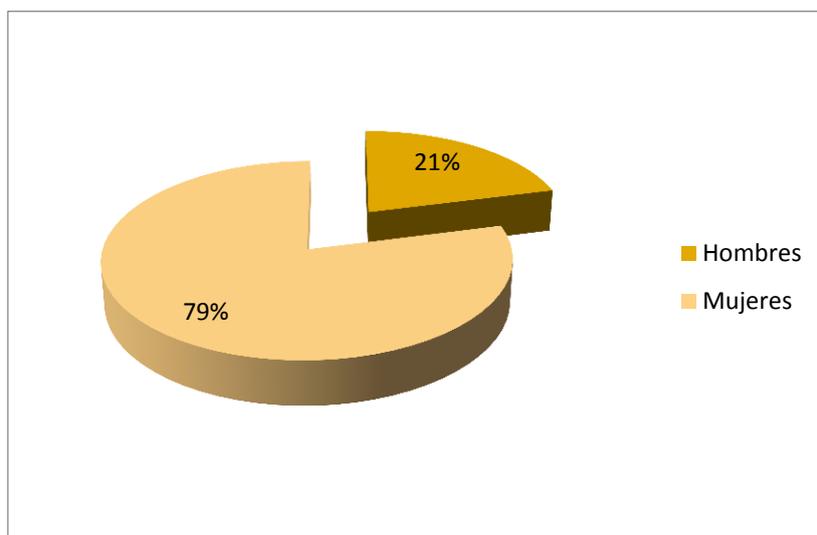
las técnicas propuestas, de forma inductiva se llegó a conclusiones importantes en la investigación.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el siguiente capítulo se hace una descripción detallada de los resultados del diagnóstico desarrollado en el barrio a través de las técnicas de investigación propuestas para la recolección de datos. Este está estructurado de la siguiente forma: (1) Descripción sociodemográfica de los habitantes del barrio Villas de Aranjuez que fueron encuestados, entrevistados y además los que fueron partícipes en la observación realizada en el contexto del barrio. (2) Descripción y análisis respecto a los conocimientos y prácticas entorno al reciclaje y manejo de residuos sólidos por los habitantes del barrio Villas de Aranjuez. (3) Identificación de canales, medios y dinámicas comunicacionales que se dan en el barrio Villas de Aranjuez, para la propagación de información.

6.1.DESCRIPCIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

La población objeto de la presente investigación, es variada en edades, sin embargo, por lo que se decidió trabajar con personas adultas, responsables de sus hogares en el barrio. Etc. Específicamente la población encuestada se encuentra distribuida en los siguientes rangos de edad: entre 16 y 20 años un 18%, entre los 21 y 30 años un 20%, entre los 31 y 40 años un 23%, entre los 41 y 50 años un 17%, entre los 51 y 60 años se encuentra un 11%, entre 61 y 70 años un 6% y el 5% restante está en 71 años y en adelante. Esta población representa a los adultos representantes y responsables de cada una de las familias pertenecientes al barrio Villas de Aranjuez (Ver Gracia 1). Esta misma población es conformada por un 79% de mujeres y un 21% de hombres (Ver Grafica 2), lo que se relaciona la representatividad de los géneros en la demografía de la ciudad.

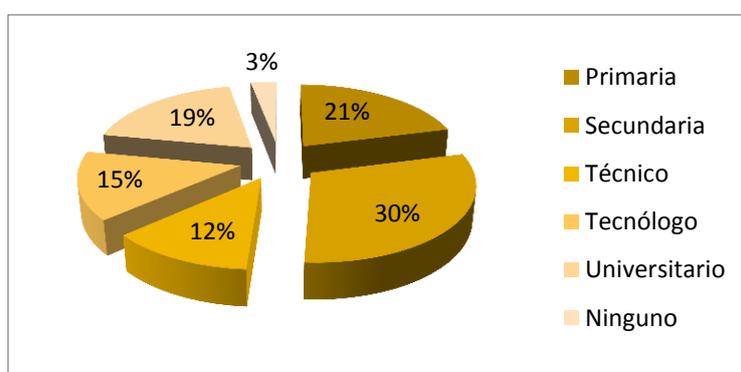
Grafica 1 Rangos de edad**Grafica 2 Género**

La mayoría de las mujeres del barrio desarrollan actividades laborales, otras son amas de casa según lo que se pudo determinar en entrevista realizada al líder de la JAC José Torrez Miranda, donde afirmaba “...Respecto a los habitantes, la mayoría desarrolla labores en sus respectivos trabajos, tratándose de los hombres, existe un pequeño grupo de mujeres que laboran fuera de casa, y un numero de importante de mujeres que son amas de casa, siempre están atentas de los pormenores del sector y son las primeras en estar al tanto de cualquier situación que se presente en el barrio...”

En la encuesta también se determinó como se distribuye la muestra de acuerdo al nivel de escolaridad, obteniéndose los siguientes datos.

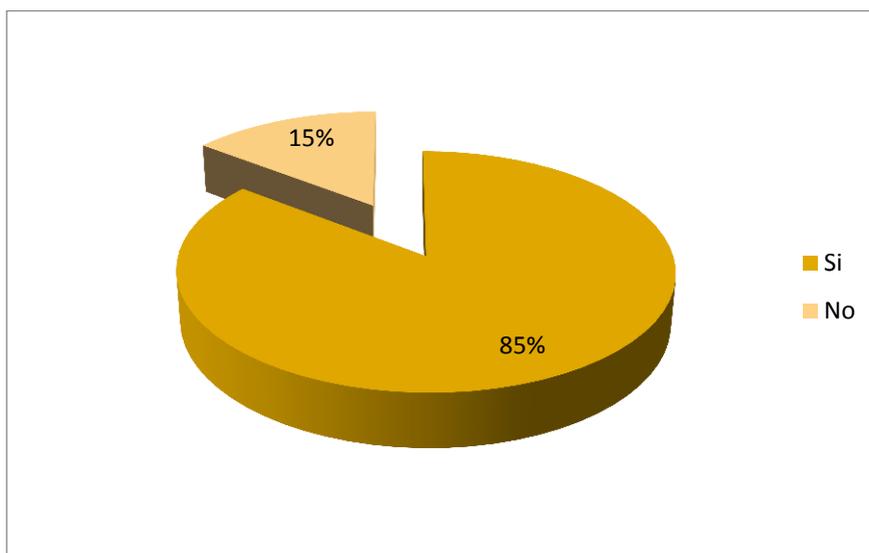
Un 21% de la población solo cursó la primaria, un 30% es bachiller, un 12% mas es técnico, y un 15% es tecnólogo, la población que es profesional es muy baja, es decir un 19%, sin embargo es suplemente superada por el analfabetismo, puesto que solo el 3% restante no tiene ningún nivel académico (Ver Grafica 3), manifiestan no saber firmar, ni leer.

Grafica 3 Nivel de escolaridad



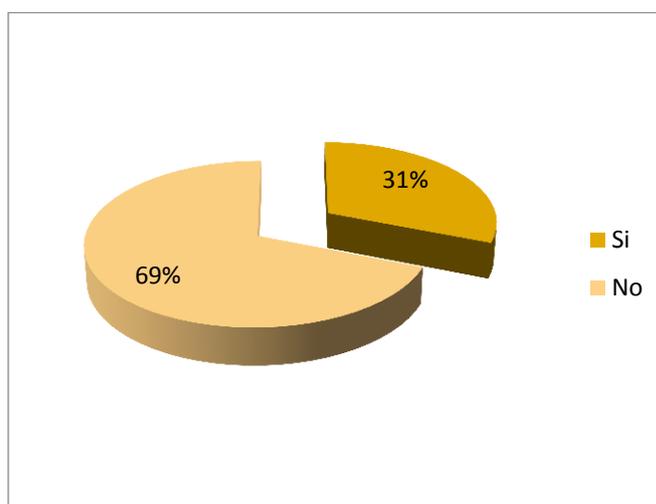
6.2.DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS Y PRÁCTICAS ENTORNO AL RECICLAJE Y MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS

Hacer una descripción de los conocimientos y las prácticas entorno al reciclaje y manejo de residuos por los habitantes, es beneficioso y necesario dentro del trabajo de investigación para analizar la cultura de reciclaje en el barrio, determinando la viabilidad de la campaña a diseñar. En materia de conocimiento se encontró que un 85% de la población sabe que es reciclar y un 15% restante desconocen que es reciclar (Ver Gráfico 4).

Grafica 4 ¿Sabe usted que es reciclar?

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

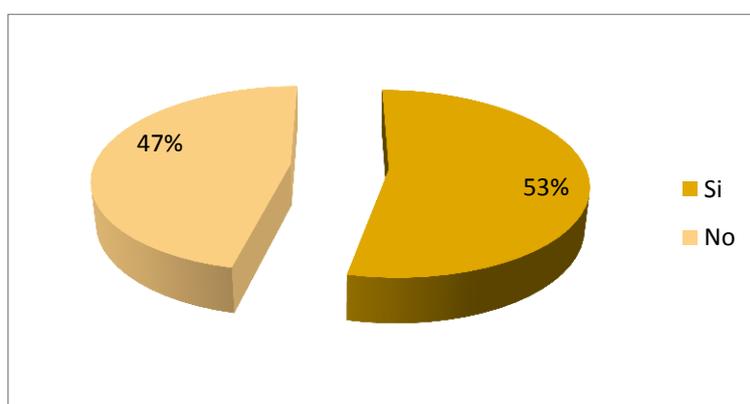
Sin embargo, respecto al concepto de reciclar en la fuente, se encontró según Grafico 5. Que 69% de los encuestados no sabe que es reciclar desde la fuente y solo un 31% lo sabe, es válido aclarar que en entrevista realizada a una de las habitantes ella afirma saber que es reciclar desde su casa. Por lo que esta tendencia puede ser solo producto de la falta de manejo de conceptos técnicos.

Grafica 5 ¿Sabe usted que es reciclar desde la fuente?

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

Para determinar el conocimiento que tiene las personas sobre los factores que son importantes en el reciclaje, es importante, ver el gráfico 6. Presenta datos sobre las personas que saben cuáles son los residuos que puede ser sometidos a reciclaje, en ese sentido se encontró que el 53% de la población encuestada si sabe que son los residuos sólidos y el 47% no lo sabe (Ver Gráfico 6). Significando un gran inconveniente para la actividad del reciclaje en las casas y en el barrio en general.

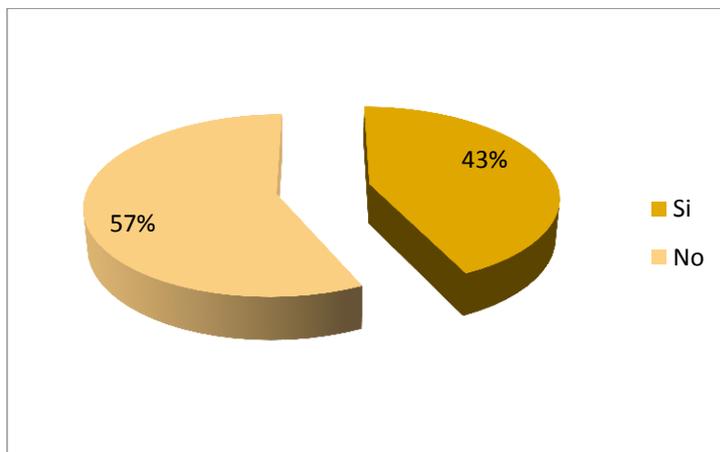
Gráfica 6 ¿Sabe usted que son residuos sólidos?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

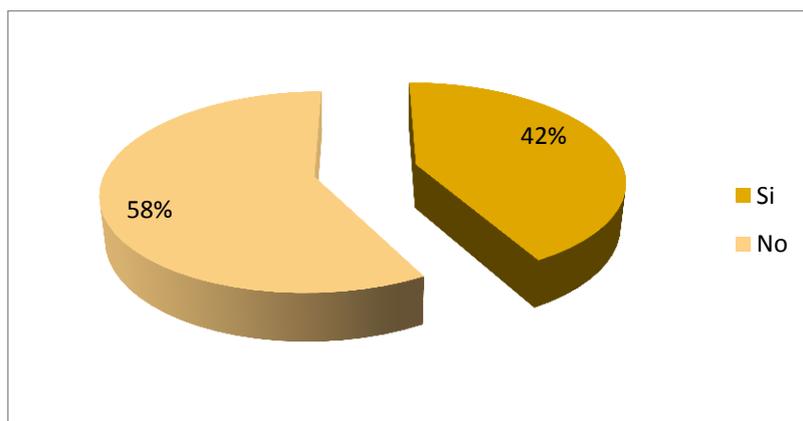
Tratándose del tratamiento de los desechos y el tratamiento que le dan los habitantes desde su núcleo familiar, en el Gráfico 7. Se muestra que 43% si separa los desechos que se producen en casa, sin embargo un 57%, la mayoría de la población encuestada no separan los desechos. Por medio de observación hecha en visita al sector y que coincidía con la recolección de basura por medio de la empresa contratada para tal fin, se pudo observar que las basuras son puestas en bolsas sin ningún tipo de señalización y mucho menos clasificación de su contenido. Llevando a plantear dos posibles hipótesis: los habitantes no saben separar los tipos de desechos, o aun no tienen una cultura que los lleve a eso.

Grafica 7 ¿Usted y su familia separan los desechos que producen en su hogar?



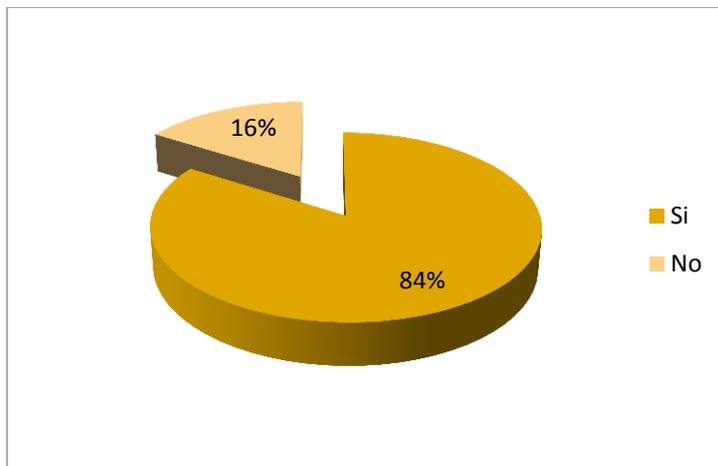
Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

El grafico 8. Representa la distribución de la población que sabe a dónde van los desechos. Ahí se encontró que el 42% de la población conoce a dónde van los desechos y la mayoría, es decir, el 58% no sabe cuál es el destino de estos desechos. En entrevista realizada a Yeimy Medrano, habitante del barrio, habla de las prácticas de sus vecinos, “... *En ocasiones, se han visto personas que salen a la calle y tiran la basura en cualquier lugar. Papeles, paquetes, bolsas. Etc. Todas estas cosas afectan nuestro medio puesto que los desechos van a parar a los canales de desagüe y alcantarillado. Por ello te puedo decir que los vecinos del barrio, poco conocemos del destino de los desechos, no solo con los que se lleva la empresa de basura, sino por los que dejamos en las calles*”.

Grafica 8 ¿Sabe a dónde van los residuos que usted y su familia desechan?

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

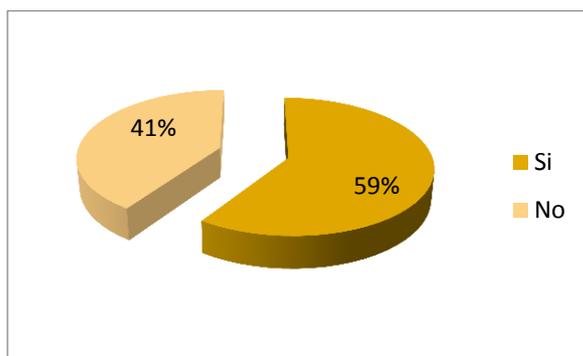
Respecto a la importancia que encuentran los habitantes en la práctica del reciclaje, en entrevista a Líder de la JAC del barrio y a otros 4 habitantes más, según la muestra, el reciclaje como práctica es muy importante y puede ayudar incluso a mejorar las condiciones ambientales de cualquier sector. Además dentro de los resultados de la encuesta se encontró que la mayoría de la población, es decir, el 84% reconoce que la práctica del reciclaje es importante y un 16% no la reconoce como importante (Ver Grafica 9). Estos datos ayudan a inferir que el desarrollo de la campaña propuesta en el trabajo de investigación puede afectar a dos tipos de sectores de la población. A esos que consideran la práctica del reciclaje pero que por desconocimiento quizás, de los métodos, no lo hacen. Y aquellos que definitivamente no han encontrado utilidad y beneficio en el reciclaje, tal vez porque no saben siquiera que es reciclar.

Grafica 9 ¿Cree usted que la práctica de reciclaje es necesaria?

Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

En la experiencia de observación se encontró que en las bolsas de basuras que se sacan a las calles principales que es por donde puede pasar los camiones sin ninguna dificultad, se puede ver a simple vista que hay todo tipo de desechos, orgánicos, papel, plástico, vidrio, cartón. Etc todo mezclado y puesto de cualquier forma. En la encuesta, por el contrario, se presenta la tendencia de las personas en lo relacionado a los materiales que pueden reciclar (Ver Gráfico 10): el 59% sabe que materiales puede reciclar por el contrario el 41% restante manifiesta no saber que materiales puede reciclar. En este sentido los habitantes del barrio Villas de Aranjuez, más que desconocer, están desorientados en el proceso de reciclaje, no lo conciben como algo que se pueda desarrollar desde casa, aunque de acuerdo a entrevista al líder de la JAC se encontró que los habitantes sí podrían dar resultados positivos ante una posible intervención a la situación.

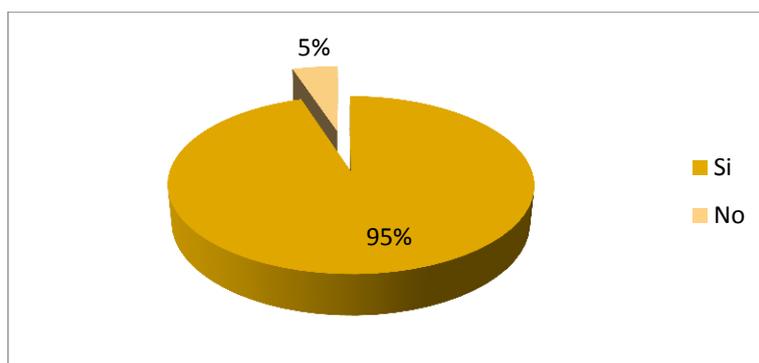
Grafica 10 ¿Sabe usted que materiales puede reciclar en su casa?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

Ello se ve ratificado además en la información expuesta en el Grafico 11. Donde se muestra que el 95% de los encuestados afirmaron que de conocer los beneficios que el reciclaje puede traer a la comunidad, si lo harían. Un 5% restante, por información que se desconoce, no harían reciclaje.

Grafica 11 ¿Si conociera los grandes beneficios que reciclar le traerá a su comunidad, usted lo haría?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

De forma general, se puede decir que, si bien la población tiene conocimiento sobre el reciclar este se encuentra un poco deficiente, lo que no permite que los habitantes, por

iniciativa propia desarrollen actividades de reciclaje en pro de su familia, de la comunidad y del medio ambiente.

6.3. IDENTIFICACIÓN DE CANALES, MEDIOS Y DINÁMICAS COMUNICACIONALES QUE SE DAN EN EL BARRIO VILLAS DE ARANJUEZ, PARA LA PROPAGACIÓN DE INFORMACIÓN

En Colombia la comunicación y los medios han tomado gran revuelo por que ayudan a una relación constante entre los ciudadanos, los procesos políticos, económicos, de entretenimiento etc. En el desarrollo del trabajo este aspecto también es muy importante, puesto que sería la base sobre la cual diseñar la campaña que se propone. Respecto a la comunicación, los canales, los medios y la dinámica de la misma, en la población estudiada se encontraron los siguientes hallazgos.

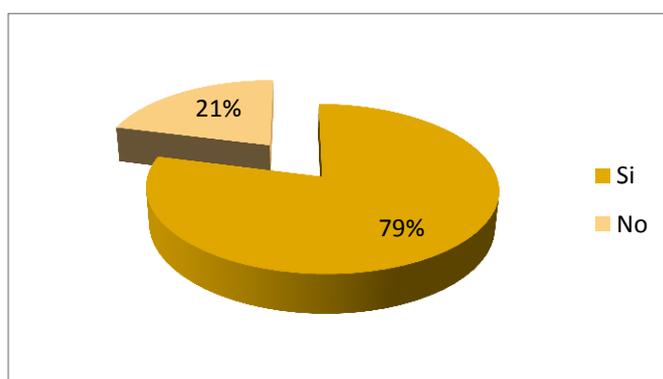
En entrevista con el Líder de la JAC, se recibió información sobre la comunicación local del barrio. Por ejemplo, gracias a que hay muchas amas de casa en el sector, las reuniones domiciliarias por eventualidades están a la orden del día, y ayuda que las mujeres estén enteradas de los pormenores del barrio. Además, gracias a la facilitación del internet en el sector y al uso de celulares inteligentes la intercomunicación es mucho más constante, como se pudo observar en visita al sector. Se veían personas hablando sobre lo que publicó el uno y lo que el otro le informo por chat. Esto deja claro que la relación entre los vecinos es buena, y que la comunicación es constante.

Respecto a las campañas que se realizan en el sector, el Líder entrevistado dijo: “... *aquí en el barrio se realizan charlas y campañas orientadas a la salud, otras veces, gracias a los*

programas de capacitación que la fundación Julio Mario Santo Domingo ofrece para nuestros jóvenes, pero en general la mayoría de las campañas agresivas en el sector son por parte de políticos interesados en el apoyo de los habitantes por medio del derecho al voto”.

En la encuesta se recopiló información sobre el tema encontrándose en el gráfico 12. Un 79% de personas aseguran que se han desarrollado campañas en el sector sobre temas de interés común para la comunidad, el 21% restante desconoce el desarrollo de tales campañas.

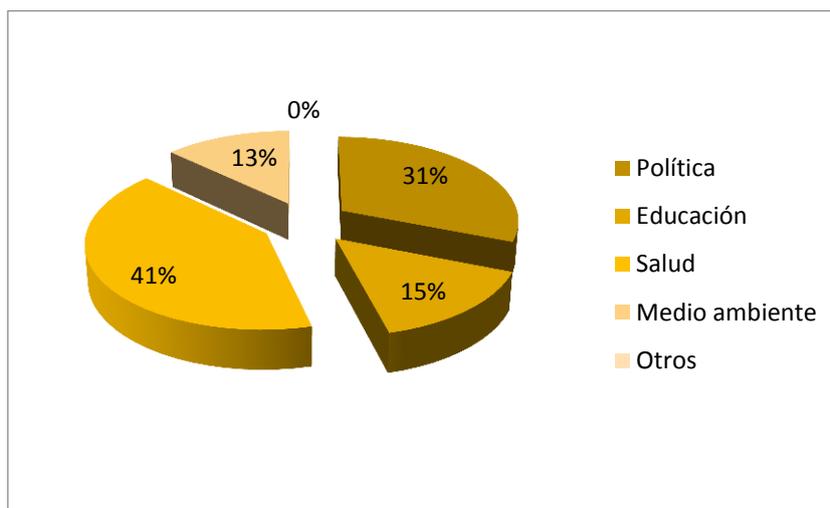
Grafica 12 . ¿Se han realizado campañas de concientización sobre temas de interés común en la comunidad?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

Dentro de las temas más tratados en las campañas están: con mayor frecuencia la salud con 41%, le sigue la política con 31%, y la educación con el 15%, el 13% restante es para el medio ambiente (Ver Gráfico 13) es importante en esta parte revisar el estado del medio ambiente como tema de interés común en la población, en observación se evidencio un bajo compromiso de las personas por el medio ambiente, aun por encima de sus conocimientos de reciclaje, el hecho de no hacerlo, implica un desconocimiento de la importancia y falta de compromiso y amabilidad con el mismo. De forma arbitraria se puede afirmar que el tema propuesto para el diseño de la campaña es propicio a esta población y por ello, puede servir como forma pedagógica y práctica de promover la responsabilidad ambiental.

Grafica 13 ¿Cuáles son los temas más promovidos en estas campañas?

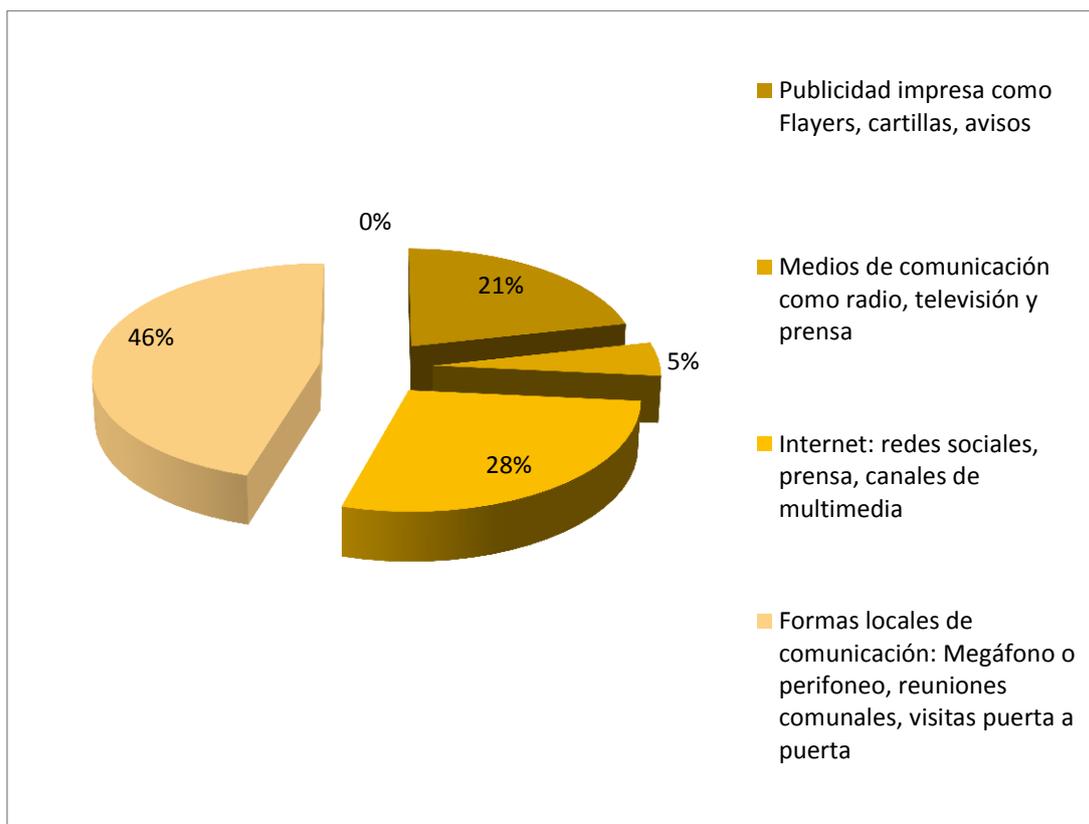


Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

Como método para definir los medios, canales de comunicación de acuerdo a las dinámicas en el barrio, se tienen las siguientes preguntas de la encuesta, cuyos resultados se exponen a continuación. En el Grafico 14. Se describen los medios más usados para la propagación de las información, donde la publicidad impresa tiene un 21%, lo que quiere decir que muchas información sobre las campañas es presentada en Flayers, folletos y avisos, los medios de comunicación masiva tiene el 5%, dentro de estos se sitúa la televisión, la radio y la prensa. Un 28% de la población ha recibido la información usando como medio el internet.

De acuerdo a las estadísticas las formas locales de comunicación o promulgación de la información, son las más usadas en las campañas que se realizan. Estas formas como el megáfono, perifoneo, reuniones comunales y visitas puerta a puerta ocupan el 46%. De lo expuesto que se puede determinar que de los medios, los más viables para la campaña son las formas locales.

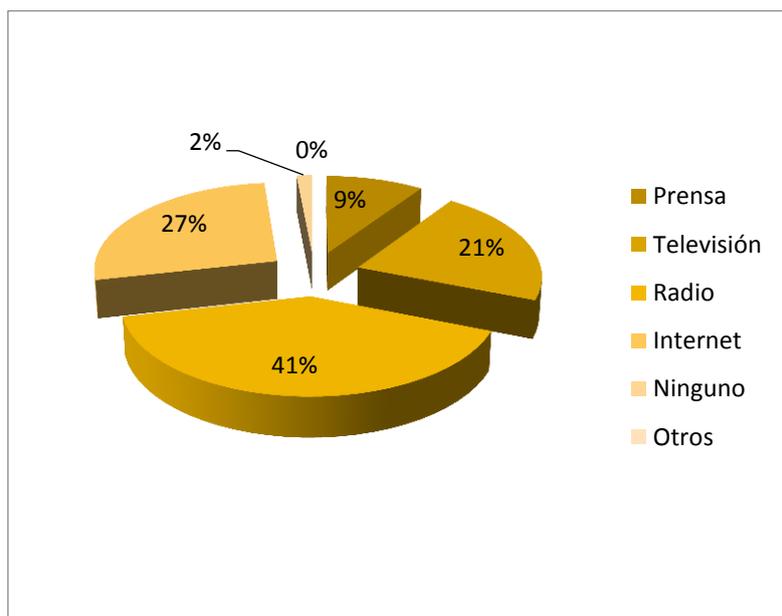
Grafica 14 ¿Qué medios se han usado para la propagación de estas campañas?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

Para el diseño de la campaña es necesario, considerar las dinámicas comunicacionales de las familias del barrio Villas de Aranjuez, por ello, el Gráfico 15. Muestra los medios más usados por los encuestados y sus familiares para obtener información sobre temas de interés: la prensa es usada por el 9%, la televisión por el 21%, la radio por el 41%, el internet por el 27% y por último el 2% de la población manifestó no hacer uso de ninguno de estos medios. Es importante agregar que por observación, se pudo determinar que las emisoras de radio de mayor alcance en la población son La Reina y Rumba estéreo. Dato que será considerado en el desarrollo de actividades de la propuesta.

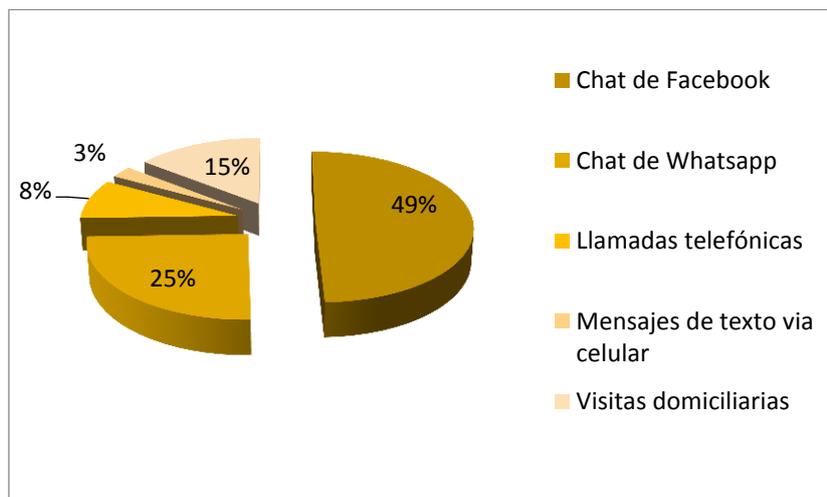
Grafica 15 ¿A qué medio de comunicación masiva acceden usted y su familia?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

Como se hizo mención antes, en la experiencia de observación se encontró que muchas de las personas hacen uso de celulares inteligentes, por otro lado, en la aplicación de la encuesta se recopila información acerca de cómo las personas se comunican internamente con la comunidad, teniendo que el 49% de la población hacen uso de la herramienta de Facebook (Chat), el 25% usa Whatsapp (Chat), un 8% opta por las llamadas telefónicas, un 3% por los mensajes de texto desde su celular y un 15% restante prefiere hacer visitas en los domicilios para comunicarse con la comunidad (Ver Gráfico 16).

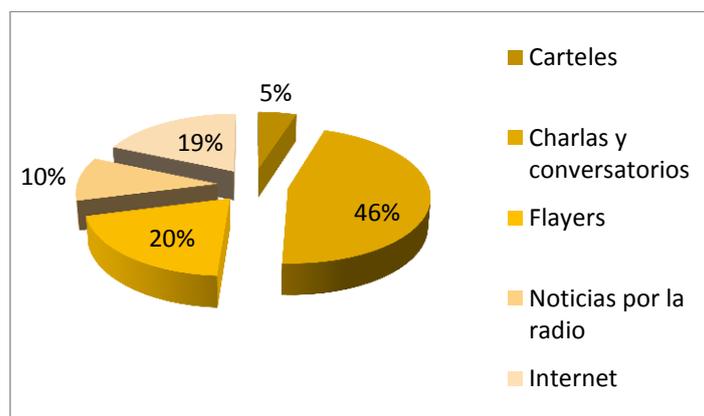
Grafica 16 ¿Usted y su comunidad, de forma interna, utilizan algún medio de comunicación? Mencione uno.



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

La anterior información ayuda a definir los medios y canales pertinentes para diseñar la propuesta de la campaña, sin embargo, se consideró importante, en lo relacionado con el medioambiente y el reciclaje, definir qué medios de comunicación y canales prefieren los habitantes, para de esta forma desarrollar actividades pertinentes dentro de la campaña, con materiales, medios y métodos que generen alto impacto en materia de cultura de reciclaje. En ese sentido es importante analizar información en el gráfico 16. Este muestra que el 5% prefiere los carteles, el 46% prefiere las charlas y los conversatorios, el 20% opta por los Flyers, el 10% por noticias en la radio, y un 19% preferiría recibir la información por internet (Ver Gráfico 17).

Grafica 17 . En lo que respecta al medio ambiente y el reciclaje ¿Qué medio la parece más eficaz para que le sea dada información?



Fuente: Encuesta aplicada a habitantes del Barrio Villas de Aranjuez

(CORREA, 2016) considera que es de suma importancia que se pruebe el reciclaje en los barrios, porque de esa forma se puede convertir en una política de carácter público incluso nacional, por ello se afirma que la concientización en el barrio Villas de Aranjuez sobre este tema puede generar impacto en la población, considerándose que es una población nueva, en un nuevo contexto, lo que le puede significar un grado de motivación para las tareas de reciclado, desde el reconocimiento de este como una cultura que debe identificar a todo un país.

De forma general y luego de conocer y analizar los datos recolectados con los instrumentos destinados a la investigación, se puede llegar a unas conclusiones parciales que sería un fundamento para el diseño de la campaña propuesta.

Primero: se reconoce que la población de Villas de Aranjuez, aunque tiene conocimiento sobre el reciclaje, tal es muy superficial, para el desarrollo tanto de actividades desde la fuente (la casa) como proyectos comunitarios y demás. Ello da viabilidad al diseño de la propuesta de una campaña de reciclaje que ayude de forma pedagógica y desde un

componente 100% comunicacional, generar en las personas una nueva cultura frente al medio ambiente “Una cultura de reciclaje”.

Segundo: Respecto a los medios, los canales y dinámicas de comunicación en el barrio, se determinó importante considerar dentro de las actividades de la propuesta los medios de comunicación más usados por los habitantes, de los cuales se mencionan: medios de comunicación masiva como la radio, el internet por medio de las redes sociales (Facebook), dentro de las formas internas de comunicación se pueden considerar las charlas y en estas se van a usar materiales souvenirs, diseñados para apoyar la imagen de la campaña, con material reutilizado en lo posible, tratando en todo momento que la campaña sea lo más amigable con el medio ambiente.

Tercero: Las encuestas señalaron hasta qué punto los habitantes del barrio Villas de Aranjuez, conocen y ponen a prueba los variados procesos en torno al manejo de residuos sólidos; también cuáles son los canales y medios utilizados a menudo para adquirir la variada información que se procesa en el sector. En ese orden, se puede decir que la información encontrada muestra una falta de cultura y compromiso con el medio ambiente, por lo que se considera el desarrollo del trabajo pertinente para aportar a la solución del problema.

7. DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE RECICLAJE: RECICLA +

7.1.IMAGEN DE LA CAMPAÑA



La imagen de la campaña está diseñada con el color verde y diferentes tonalidades para generar congruencia entre la imagen y el objetivo que se persigue alrededor del reciclaje. Lo que se busca es que con esta se puede identificar la campaña en cualquier lugar.

7.2.SLOGAN

“Villas De Aranjuez, está en tus manos”

7.3.OBJETIVO

Promover la cultura del reciclaje y el aprovechamiento de los residuos sólidos desde la fuente, a través del desarrollo de actividades basadas en los medios de comunicación, en el barrio Villas de Aranjuez, en Cartagena.

En función de mejorar la calidad de vida de las personas, se dio la construcción del barrio Villas de Aranjuez, en la actualidad cuenta con habitantes representados en 2.800 viviendas. Considerando que el barrio es nuevo y que las personas que lo habitan están en condiciones

pertinentes para desarrollar una nueva cultura frente a los problemas de la vida, la sociedad y el medio ambiente, se presenta el desarrollo de la presente propuesta que pretende ayudar a promover la cultura de reciclaje y el aprovechamiento de los residuos sólidos. Para ello se han organizado una serie de actividades que serían de gran impacto para la población puesto que integraría materiales que implican el mejoramiento del medio ambiente. Además, medios, canales y dinámicas de comunicación de acuerdo a caracterización hecha en el sector. Es importante aclarar que no se espera con esta campaña cambiar o influenciar en la dinámica comunicativa de la población y muchos menos interferir en sus prácticas. Solo se propone la posibilidad de una nueva cultura haciendo uso de las características comunicativas en el barrio.

7.4. POBLACION

Habitantes del barrio Villas de Aranjuez, en la ciudad de Cartagena.

7.5. PRODUCTOS COMUNICACIONALES

De forma general, productos comunicacionales para el desarrollo de la campaña serán: los souvenirs, publicidad impresa, pendones y avisos como identificadores, etc.

7.6. ACTIVIDADES

7.6.1. Charlas educativas

Desarrollo de 4 charlas educativas (una por mes, durante cuatro meses), en el salón de la JAC, donde se desarrollen temas como: El Reciclaje y su origen. Factores que afectan al reciclaje. Desechos sólidos. El proceso de reciclaje desde la fuente y sus beneficios al medio ambiente y la calidad de vida.

7.6.1.1.**Objetivo** Dotar a los habitantes del barrio Villas de Aranjuez, de toda la información pertinente alrededor del tema de reciclaje, con el fin de empezar a crear conciencia sobre la importancia de este, no solo para el medio ambiente sino para ellos mismos y sus familias.

7.6.1.2.**Alcance** estas charlas estarían dirigidas a los jóvenes y adultos del barrio, con el fin de crear una nueva cultura frente al tema.

7.6.1.3.**Recursos**

- ✓ *Humanos:* aquí se incluyen los líderes del barrio, y las personas que accedan a desarrollar la campaña, estas debe ir debidamente uniformadas para colaborar con el impulso de la imagen de la campaña (Ver Anexo D) y para generar confianza en el auditorio.
- ✓ *Materiales:* Souvenires (lapiceros, carpetas, llaveros. Etc.) Para entregar en las charlas como una forma de promover la imagen de la campaña (Ver Anexo E).
- ✓ *Tiempo:* cada charla se proyecta puede ser desarrollada en 40 minutos.
- ✓ *Estructura:* Dentro de las charlas se deben desarrollar el tema asignado a forma de conversatorio, debido a que los asistentes pueden sentirse más confiados y el desarrollo de talleres para evaluación del evento.

7.6.2. **Creación de perfil en red social Facebook para la comunicación interna con los habitantes del barrio**

Diseño de un perfil grupal en Facebook, donde se reúna la mayor cantidad de habitantes del barrio posible, y donde se puedan postear las evidencias del a campaña como fotografías, videos, audios y además, donde los habitantes tenga un capacitación diaria y permanente gracias a la publicación de Tips relacionados al reciclaje y el aprovechamiento de residuos

sólidos. Este perfil tiene doble función, además de ser informativo de los acontecimientos alrededor de la campaña, permitiría una relación con los ciudadanos por medio de chat.

7.6.2.1.Objetivo Facilitar la comunicación de los ciudadanos de forma interna con los líderes de la campaña, en tiempo real, sin tener que hacer que salgan de casa. Informar por medio de post, sobre los eventos a realizarse, las evidencias de los realizados y tips para el aprendizaje constante sobre el reciclaje.

7.6.2.2.Alcance: Jóvenes y adultos, que vivan en el barrio Villas de Aranjuez y que además tenga un perfil para acceder a la red social Facebook.

7.6.2.3.Recursos

- ✓ *Equipos:* computador con acceso a internet.
- ✓ *Humanos:* líder encargado de hacer las publicaciones de forma permanente y además de hacer seguimiento a comentarios, inquietudes o sugerencias, por medio de esta.

Nota: Se diseñó una propuesta para el perfil (**Ver Anexo G**)

7.6.3. Jornadas pedagógicas – recreacionales por medio de emisoras radiales (La Reina y Rumba)

Esta actividad se propone desarrollar en dos fechas, (domingos, cuando la mayoría de las personas están en casa) para garantizar que la información y la actividad llegue a la mayor población posible en el barrio. Estas actividades serían básicamente el desarrollo de concursos donde se haga entrega de souvenirs (Gorras, camisetas, lapiceros, libretas) (**Ver Anexo E**) o kits de estos, como premio a la fidelidad con la campaña. Además se puede informar a la gente cómo va el avance en materia de reciclaje e impacto medioambiental en el sector. Y motivarlos a que sigan desarrollando sus actividades de reciclaje en la fuente. Por

el medio radial también se puede dar intercambio de información con la gente sobre estadísticas, resultados en el mundo. Etc.

7.6.3.1.**Objetivo** motivar a la gente al reciclaje por medio de campañas de recreación y concursos donde se haga entrega de Souvenires.

7.6.3.2.**Alcance:** se proyecta llegar a la mayor radio audiencia en el barrio, es decir, a jóvenes, adultos, y ancianos.

7.6.3.3.**Recursos**

- ✓ *Materiales:* Souvenires para premiación de concursos (Ver Anexo E)
- ✓ *Humanos:* Líderes de campaña correctamente identificados en las emisoras escogidas

7.6.4. Visitas a domicilios con publicidad impresa (flayers)

En esta actividad se propone la realización de visitas con baja frecuencia pero con alto impacto para hacer seguimiento a las actividades de reciclaje desde la fuente, entregar a los habitantes publicidad impresa con papel reutilizado, para generar conciencia sobre cómo debe ser el aporte de todos al medio ambiente.

7.6.4.1.**Objetivo** hacer visita a los habitantes en las casas, llevándoles información sobre el reciclaje en la fuente y haciendo seguimiento de las actividades que desarrollan en casa.

7.6.4.2. **Alcance:** estas visitas se proponen se realicen de forma aleatoria en las diferentes manzanas del barrio.

7.6.4.3. **Recursos**

- ✓ *Materiales:* Flayers impresos en papel reutilizado como estrategia para promover conciencia de reciclaje (**Ver anexo F**).

- ✓ *Humanos*: Líderes de campaña debidamente identificado con gorras y camisetas con el logo de la campaña, para generar confianza a la entrada en las casas.

CONCLUSIONES

El reciclaje se ha convertido en un tema de carácter social y ambiental, puesto que se presenta como una herramienta para optimizar los recursos utilizados en la cotidianidad. El trabajo de investigación alrededor del tema propuesto ayudó a determinar el estado del proceso de reciclaje en el barrio Villas de Aranjuez, llevando a las siguientes conclusiones.

En la actualidad, el barrio Villas de Aranjuez no cuenta con una cultura o disciplina para el reciclaje, inclusive una cantidad de la población no tiene el conocimiento pertinente para desarrollarla. Dentro del diagnóstico realizado se tiene que el compromiso de los habitantes con el medio ambiente por medio del reciclaje es muy bajo, lo que genera un mal procedimiento en lo que a manejo de residuos sólidos refiere. Ello justifica el estado antes expuesto. La ausencia de cultura de reciclaje desde la fuente.

Ahora si se hace mención de la forma de comunicación en la población y si incidencia en la transición de información de interés común, se puede decir que esta es pertinente para el desarrollo de cualquier tipo de campaña en el barrio con fines pedagógicos, gracias que los habitantes mantienen una relación positiva y constante. Lo que puede generar resultados positivos en el desarrollo y alcance de los objetivos proyectados en tales campañas.

En términos generales, se puede afirmar que el desarrollo de la campaña de reciclaje, basada en el diseño gráfico y desarrollo de actividades pedagógicas, puede servir a la población como método para gestionar una nueva cultura de compromiso y responsabilidad con el medio ambiente por medio de la práctica de reciclaje desde la fuente, para el aprovechamiento residuos sólidos que pueden ser reutilizados, tanto en casa como en industria para la remanufacturación, considerando este segundo asunto, viable para la

economía puesto que los requerimientos de insumo y energía en estos procesos son más bajos en comparación con la transformación de materia prima.

Como recomendaciones se tienen las siguientes: para el desarrollo y puesta en marcha de la campaña se hace necesario la definición de responsables de cada actividad propuesta, con el objetivo de garantizar la consecución de objetivos y metas trazadas, en la medida que se genera impacto positivo en el medio ambiente.

Es importante realizar una proyección en lo que respecta a la publicidad impresa, puesto que si se imprimen grandes cantidades se puede incurrir en gastos que afectan no solo a la campaña sino al contexto ambiental donde se desarrolla, inicialmente se habla de reutilizar papel, imprimir en cantidades de tintas bajas y sobre todo buscar dar a la publicidad incluso un segundo uso en los hogares para justificar los gastos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía MAyor de Cartagena. (2015). *PGIRS del distrito de Cartagena: capítulo 3: Formulación Y Evaluación De Alternativas* (Vol. III). Cartagena.
- Alcaldía Mayor de Cartagena. (18 de 05 de 2016). *Alcaldía Mayor de Cartagena*. Obtenido de Población de Cartagena de Indias: Proyeccion a 2016: <http://www.cartagena.gov.co/>
- Amaranto, A. R. (2015). *Plan PGIRS en Cartagena*. Cartagena .
- Aristizábal, S. (2013). *Programa de sensibilización ambiental estratégico, para el Comando General de las Fuerzas Militares de Bogotá-Colombia*. Bogotá.
- Astorga, L. E., & Oksanen, T. (1993). *Agenda 21: earth's action plan* (No. GTZ-798). Suiza: ONU.
- Balaguera, Z., Hernández, D., & Tatis, C. (2013). *Comunicación Eco social comunitaria estategica, formativa y modelo de ntervencion comunicacional* . Cartagena : Universidad del Cartagena.
- Bozzano, J. N. (2003). *Cultura del reciclaje: memoria o idiotez*. Summa+.
- Brunkingham School. (12 de 04 de 2016). *Portal Web Brunkingham School*. Obtenido de Reseña Historica: <http://www.buckinghamschool.edu.co/about-us>
- Caribe Verde. (2015). *Pesaje de tonelada de residuos en Cartagena de Indias*. Cartagena.
- Cerda, J., Valdivia, G., Valenzuela, B., Teresa, M., & Venegas, J. (2008). *Cambio climático y enfermedades infecciosas: un nuevo escenario epidemiológico*. Chile : Revista chilena de infectología, 25(6).
- Cervantes, M. T. (2013). *La educación ambiental en los principales medios de comunicación de Monterrey*,. Nuevo León: UANL.

- CORREA, L. C. (18 de 05 de 2016). *Proyecto de Educación Ambiental y Propuesta de un Proyecto Piloto de Reciclaje en el Barrio San Luis Colmena III-Ciudad Bolívar*. Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana: <http://oab.ambiente.com>
- Diouf, J. (2003). *La comunicación: clave para el desarrollo humano*. LA FAO.
- Ecoembes. (2011). *Nuestro legado*. España.
- Fernández, M. A. (1986). *Una aplicación del modelo dialéctico: el proceso de mediación estructural en la prensa escrita*. Reis.
- Flórez, J. S. (2002). *Balance de la Cumbre de Johannesburgo. Mapping*.
- Folke, C. (2002). *Sustainable World*. Scientific American.
- Fondo Mundial de la Naturaleza. (2016). *Informe medioambiental*. Fondo Mundial de la Naturaleza.
- GTC-24. (2009). *Gestión ambiental: Residuos solidos y guia para separacion en la fuente*. Colombia: ICONTEC.
- Habermas, J. (1987). *“Teoría de la acción comunicativa”*. Madrid: Taurus Humanidades.
- Hernández. (2008). *Comunicación para el desarrollo*. Mediaciones.
- Hernández, A. (2014). *Caracterización del nuevo esquema “Basura Cero” transporte de reciclaje en la ciudad de Bogotá*. Bogotá.
- Jacome, G. (2010). *Campaña de comunicacion sobre el uso, reciclaje y reutilizacion del plastico en el colegio helena cortes bedoya*. Quito: Universidad Politecnica Salesiana.
- LA FAO, U. C. (2013). *Comunicación para el desarrollo* . Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- López, A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. Paraninfo.
- López, J. (2005). *Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS)* . Magdalena.
- Martino, L. (2001). *Comunicación campo y objeto de estudio*. México.
- Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- MinAmbiente. (14 de 05 de 2016). *Ministeior de Ambiente Nacional*. Obtenido de Política de PGIRS: <https://www.minambiente.gov.co/>
- MinAmbiente y Desarrollo Sosotenible. (12 de 05 de 2016). *SoyEcolombiano*. Obtenido de Camapañas de reciclaje y medio amibente: <http://www.soyecolombiano.com/quienes-somos/>
- MinEducación. (2013). *Papel planeta*. Medellín: MinEducación.
- Naciones Unidas. (1981). *Creación mundal del medio ambiente*.
- ONU. (1979). *La 58ª reunión de la ONU: Reforma y contrarreforma*. *Realidad*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades.
- ONU. (1987). *Desarrollo económico sostenible: avances sobre el informe brundtland (No. HD79 G65e)*.
- Pacaribe. (2015). *Plan de recoleccion de residuos en algunos barrio de Cartagena*. Cartagena: PromoAmbiental Caribe .
- Parody, G. (2006). *ABC Proyecto de Fomento de Cultura de la Basura Cero*. Bogotá: Congreso de la República.
- Parratt, S. F. (2006). *Medios de comunicación y medio ambiente*. Fragua.
- RADIO LA FM. (2015). *Buckingjam School reconoce la impoertancia delmedio ambiente*. Bogotá: Noticias LA FM.
- Revista Nova. (2016). *Campaña de reciclaje: Aprendamos juntos a reciclar*. Risaralda.
- Rincones, C. (1990). *Minimización y reciclaje; una estrategia para el desarrollo*. In *Minimización y reciclaje; una estrategia para el desarrollo*. CEPIS.
- Rodriguez, M. (2008). *Campaña de reciclaje: La basura, un problema que apesta*. Mexico.
- Serrano, M. (16 de 05 de 2016). *Cuadernos de comunicación*. Obtenido de Teoria de la Comunicación: http://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/05/teoria-de-la-comunicacion.libro_.pdf

Serrano, M. M. (2008). *La mediación social* (Vol. 275). E. diciones Akal.

Spà, M. D. (2007). *La mediación social y los enfoques de la teoría de la comunicación.*

Mediaciones Sociales.

Tchobanoglous, G. (1994). *Gestión integral de residuos sólidos*. Colombia : McGraw-Hill.

Universidad de Cartagena. (2013). *Plan estrategico de Comunicación: Cero Basura BOB*

Fase I. Cartagena .

Valdez, J. (2007). *Hagamos de San Salvador, un municipio limpio y saludable*. El Salvador:

Diario Colatino.

ANEXOS

Anexo A Diseño de encuesta

| | |
|---|---|
|  | UNIVERSIDAD DE CARTAGENA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL |
| | CARTAGENA DE INDIAS, D.T.Y C MAYO DE 2016 Página 71 de 85 |

CAMPAÑA RECICLA +

“Villas De Aranjuez Esta En Tus Manos”

ENCUESTA

Población: Barrio Villa Aranjuez, manzana 1C

Objetivos:

- Diagnosticar conocimientos y prácticas en torno al manejo de residuos sólidos por parte de los habitantes Villa de Aranjuez.
- Identificar canales, medios y dinámicas comunicacionales que se movilizan en Villa de Aranjuez.

Parte 1. Caracterización sociodemográfica

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

| | |
|--------------------|--|
| Entre 16 y 20 años | |
| Entre 21 y 30 años | |
| Entre 31 y 40 años | |
| Entre 41 y 50 años | |
| Entre 51 y 60 años | |
| Entre 61 y 70 años | |
| 71 y más | |

2. Genero

| | |
|--------|--|
| Hombre | |
| Mujer | |

3. Su nivel de escolaridad es:

| | |
|------------------|--|
| a) Primaria | |
| b) Secundaria | |
| c) Técnico | |
| d) Tecnólogo | |
| e) Universitario | |
| f) Ninguno | |

Parte 2. Diagnóstico de los conocimientos y prácticas en torno al manejo de residuos

sólidos por parte de los habitantes de Villa de Aranjuez.

4. -¿Sabe usted que es reciclar?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

5. -¿Sabe usted qué es reciclar desde la fuente?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

6. -¿Sabe usted que son residuos sólidos?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

7. -¿Usted y su familia separan los desechos que producen en su hogar?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

8. -¿Sabe usted a dónde van los residuos que usted y su familia desechan?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

9. -¿Cree usted que la práctica del reciclaje es necesaria?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

10. -¿Sabe usted qué materiales puede reciclar en su casa?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

11. -¿Si conociera los grandes beneficios que reciclar le traería a su comunidad, reciclaría?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

Parte 3. Identifican de canales, medios y dinámicas comunicacionales que se dan en Villa de Aranjuez, para la propagación de información.

12. ¿Se han realizado campañas de concientización sobre temas de interés común en la comunidad?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

13. ¿Cuáles son los temas más promovidos en estas campañas?

| | |
|----------------|--|
| Política | |
| Educación | |
| Salud | |
| Medio ambiente | |
| Otros | |

14. ¿Qué medios se han usado para la propagación de estas campañas?

| | |
|---|--|
| Publicidad impresa como Flayers, cartillas, avisos | |
|---|--|

| | |
|--|--|
| Medios de comunicación como radio, televisión prensa | |
| Internet: redes sociales, prensa, canales de multimedia | |
| Formas locales de comunicación: Megáfono o perifoneo, reuniones comunales, visitas puerta a puerta | |
| Otros. Cual_____ | |

15. ¿A qué medios de comunicación masiva acceden regularmente usted y su familia?

| | |
|------------|--|
| Prensa | |
| Radio | |
| Televisión | |
| Internet | |
| Ninguno | |
| Otros | |

Cuales_____

16. ¿usted y su comunidad, de forma interna, utilizan algún medio de comunicación en particular?
Mencione uno.

17. – En lo que respecta al medio ambiente y el reciclaje ¿Qué medio le parece más adecuado para que le sea dada la información?

| | |
|--------------------------|--|
| Carteles | |
| Charlas y Conversatorios | |
| Flayers | |
| Noticias por la radio | |
| Internet | |

Anexo B Diseño de entrevista

| | |
|---|---|
|  | UNIVERSIDAD DE CARTAGENA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL |
| | CARTAGENA DE INDIAS, D.T.Y C MAYO DE 2016 Página 73 de 85 |

CAMPAÑA RECICLA +

“Villas De Aranjuez Esta En Tus Manos”

ENTREVISTA

Población: Barrio Villa Aranjuez, manzana 1C

Objetivos:

- Diagnosticar conocimientos y prácticas en torno al manejo de residuos sólidos por parte de los habitantes Villa de Aranjuez.
- Identificar canales, medios y dinámicas comunicacionales que se movilizan en Villa de Aranjuez.

Parte 1. Diagnosticar conocimientos y prácticas en torno al manejo de residuos sólidos por parte de los habitantes de Villa de Aranjuez.

1. ¿Sabes cómo reciclar?
2. ¿En tu familia reciclan? ¿Cómo lo haces?
3. ¿Te parece que el reciclaje es algo común? ¿Qué es lo que más se recicla?
4. ¿Piensas que de verdad reciclar sirve para algo? ¿Para qué?
5. ¿Sabes cuál es la entidad que se encarga de la recolección en tu sector? ¿Hay suficientes servicios de recogidas en tu barrio?
6. ¿Se te ocurre algo para que la idea de reciclaje entrara a todos los hogares de tu barrio y ciudad?
7. ¿dispones tu basura en la esquina de la calle o la mantienes en tu hogar mientras llegan los carros recolectores?
8. Crees factible la implementación de una campaña que motive al reciclaje? ¿Por qué?

Parte 2. Identificación de canales, medios y dinámicas comunicacionales que se dan en Villa de Aranjuez, para la propagación de información.

9. ¿Qué medios utilizan para dar las noticias en el barrio? ¿crees que son efectivos, porque?
10. ¿Tienes algún medio en particular que te guste y creas eficiente para transmitir mensajes?
11. ¿Qué tipo de emisora es sintonizada en tu hogar?
12. ¿Tienes un estilo musical en particular que te guste?
13. Dime 2 frases que usualmente escuches en el sector.
14. ¿Las personas de tu sector participan de manera activa en los eventos en los cuales se les convoca? ¿por lo general que tipo de eventos se realizan?

Anexo C Logo de la Campaña Recicla +



Anexo D Diseño de camiseta y gorra con logo de la campaña



Anexo E Diseño de souvenirs para promover la imagen de la campaña (Libreta, Hojas membretadas, bolígrafo, Adhesivo y Mug)







Anexo F Canecas de colores para la clasificación de los residuos sólidos desde la fuente



papel
o cartón



organica



vidrio y
plásticos

Anexo G Diseño de flayers para campaña

Recicla+
Villas de Aranjuez
Está en tus 

Juntos, construimos un Villas De Aranjuez limpio

ASÍ RECICLAMOS

-  organica
-  papel o cartón
-  vidrio y plásticos

Anexo H Propuesta De Diseño De Perfil De Facebook



Anexo I Diseño de escenario para eventos con emisoras (La Reina y Rumba Stereo)



Anexo J Mapa de ubicación del barrio Villas de Aranjuez (Mz 1 C)

