



Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de Comunicación Social y Publicidad.

Trabajo de Tesis previo a la Obtención del Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social y Publicidad

Título del proyecto:

Propuesta de un Plan Educomunicacional para motivar la responsabilidad en el cumplimiento de tareas, aplicada a niños de los sextos y séptimos de básica de la “Escuela de Educación Básica Eugenio Espejo”.

Autor:

Alex Sebastián Lucero Arias

Tutor:

Mst. Joaquín Moreno.

Cuenca, Ecuador

2013

Dedicatoria

A Dios por permitirme vivir y darme la sabiduría para realizar este estudio, el mismo que va dedicado a mis padres, las dos personas que han dado todo lo necesario, para mi formación personal y educativa, y de la misma manera a mis hermanos.

A todas aquellas personas que de una u otra manera me ayudaron para sacar este proyecto a flote, para ellos mi más sincero agradecimiento. De manera especial a mi tutor que fue quien me extendió su mano cuando creía que no lograría esta meta en mi vida educativa.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	2
1. PLAN EDUCOMUNICACIONAL.....	2
1.1 ¿Qué es un plan educomunicacional?.....	2
1.2 Partes de un Plan Educomunicacional.....	4
1.2.1 Planificación y Selección de Estrategias	4
1.2.2 Selección de Canales y Materiales	4
1.2.3 Elaboración de materiales y pruebas preliminares	4
1.2.4 Ejecución.....	5
1.2.5 Evaluar la efectividad.....	5
1.2.6 Retroalimentación para refinar (o no refinar) el programa.....	6
CAPÍTULO II	7
2. MOTIVACIÓN ESCOLAR.....	7
2.1 Marco Teórico	7
2.2 La motivación infantil: de acuerdo con las entrevistas.....	9
2.3 Motivación en los alumnos de la escuela “Eugenio Espejo”.....	10
2.3.1 Cuestionario de temas para grupo focal en la escuela “Eugenio Espejo”	11
2.3.2 Principales respuestas obtenidas de los grupos focales	12
2.3.3 Conclusiones de los grupos focales.....	13
CAPÍTULO III	15
3. PLAN EDUCOMUNICACIONAL APLICADO AL ESTUDIO	15
3.1 Planificación y Selección de estrategias.....	15
3.1.1 ¿Qué se conoce acerca del problema de educación para los niños?	15
3.1.2 ¿A qué audiencia va dirigido este estudio y qué se conoce de la misma?	16
3.1.3 ¿Qué se pretende conseguir con este proyecto? (Metas).....	16
3.1.4 ¿Cómo debemos llegar a las audiencias seleccionadas?	16
3.2 Selección de Canales y Materiales	17
3.2.1 Análisis Comparativo Campaña “Cero Falta”	17
CAPÍTULO IV	19
4. PLAN EDUCOMUNICACIONAL “TIEMPO COMPLEMENTARIO”	19
4.1 Sumario Ejecutivo	19
4.2 Mensaje Principal	19

4.3. Análisis Situacional.....	19
4.3.1 Análisis de la Situación	19
4.3.2 Investigación Primaria.....	19
4.3.3 Análisis del Público.....	20
4.3.4 Análisis del Servicio.....	20
4.3.5 Análisis Competitivo.....	20
4.4 Perfil del Público Objetivo (principal y secundario).....	20
4.4.1 Principal:	20
4.4.2 Secundario:	20
4.5. Objetivos	20
4.5.1 Objetivo General	20
4.5.2 Objetivos Específicos	21
4.6. Estrategia de Comunicación y Mercadeo	21
4.6.1 Expectativa de “Tiempo Complementario”	21
4.6.2 Lanzamiento del Plan Comunicacional	21
4.6.3 Desarrollo del Plan Comunicacional “Tiempo Complementario”	24
4.7. Estrategia Publicitaria.....	27
4.8. Estrategia de Ventas y Promoción.....	27
4.9. Cronograma de Actividades	30
4.10. Conclusión y Evaluación.....	30
CONCLUSIONES	31
BIBLIOGRAFÍA.....	32

Resumen

Este trabajo de tesis es un plan Educomunicacional Denominado “Tiempo Complementario” cuya finalidad es la de motivar a los niños y niñas de los sextos y séptimos de básica de la escuela “Eugenio Espejo” hacia una mejor responsabilidad en el cumplimiento de tareas educativas utilizando estrategias comunicativas

ABSTRACT

This thesis study is an Educational-Communication Plan entitled “Complementary Time”. The goal is to motivate children of the sixth and seventh levels of basic education in “*Eugenio Espejo*” School to become more responsible in the fulfillment of their school activities through communicative strategies.




Translated by,
Diana Lee Rodas

Introducción

Este tema de tesis se realiza con el afán de ayudar a la educación escolar en la ciudad de Cuenca, para que todos seamos partícipes de una mejor responsabilidad en el cumplimiento de tareas de los infantes, y no solamente con ellos sino también con su familia.

Motivar a padres e hijos es el objetivo principal de este estudio, incentivar a que sean los progenitores quienes encaminen a sus hijos a ser personas capaces de afrontar la educación con mucho esfuerzo, responsabilidad y sobre todo mucha entrega en su educación.

Para lograr estos propósitos se han realizado las siguientes actividades a nivel personal y con la institución educativa seleccionada.

CAPÍTULO 1

1. PLAN EDUCOMUNICACIONAL

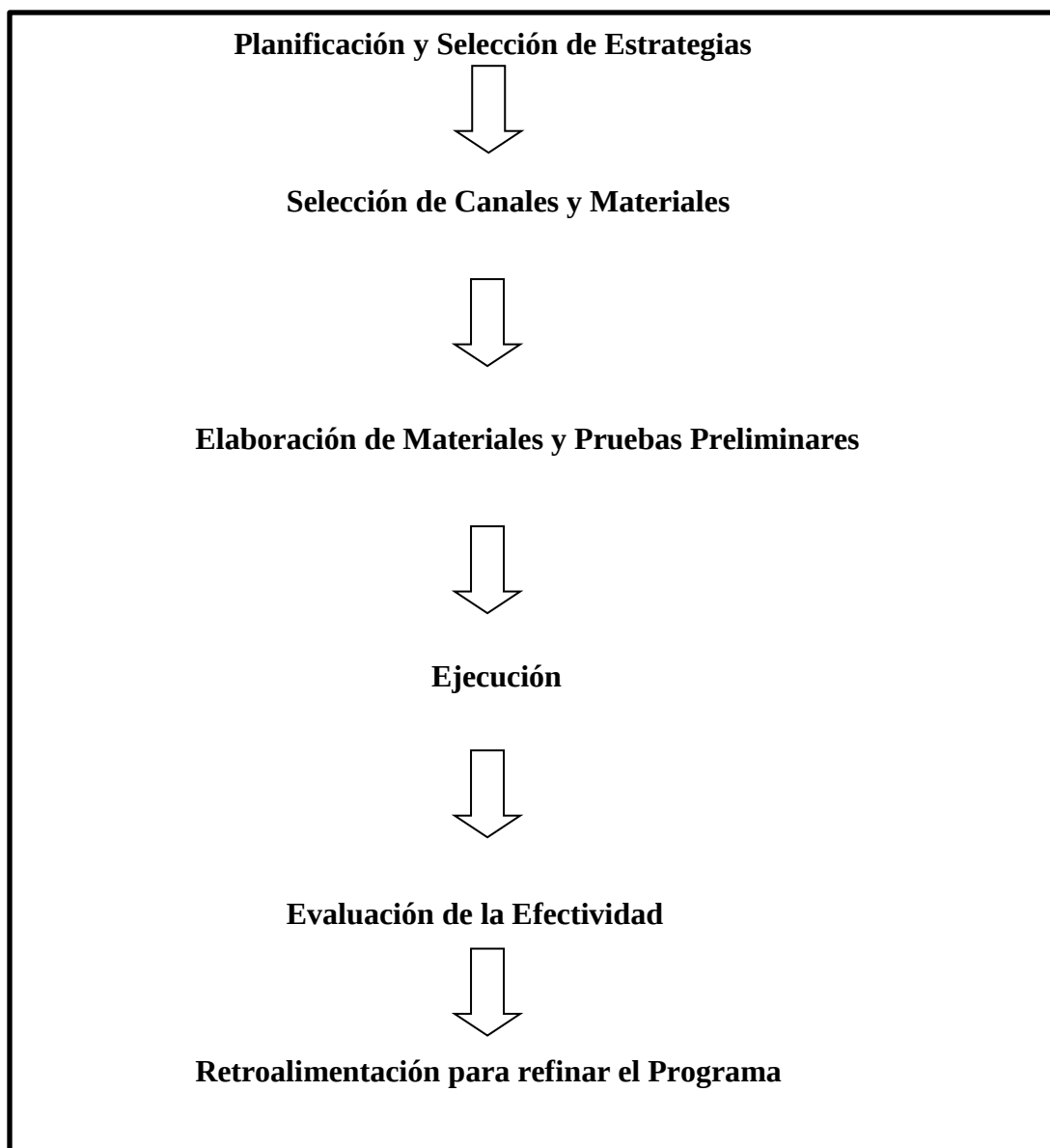
1.1 ¿Qué es un plan educomunicacional?

Teniendo en cuenta varias campañas que se han realizado en beneficio de la salud, se tiene la certeza de que en esta ciencia es en donde más se ha impulsado la comunicación para tratar de resolver problemas referentes a este tema; por este motivo seguiremos el modelo que se aplica en el “Manual de Comunicación Social para programas de Salud” aplicada a la rama de nuestro interés, la Educación.

Para iniciar con esta propuesta y cumplir con el objetivo propuesto de esta tesis lo que primero se debe tener en cuenta es lo que es un Plan Comunicacional, debido a que se realizará uno de estos en el ámbito de la educación.

En el artículo “El Plan de Comunicación” tomado del portal web Tendencias 21 de España sobre Plan de Comunicación nos indica lo siguiente: que todo proceso comunicacional debe realizarse de una manera metódica y sistemática, mediante una correcta planificación y después de haber estudiado los motivos que pudieran influir en este proceso para que no se resuelva el problema encontrado.

El proceso para realizar un plan comunicacional para la educación, y que también se lo podría utilizar para otras ramas, es el siguiente:



Este cuadro fue tomado del libro “Manual de Comunicación Social para programas de Salud” y se lo detalla a continuación:

1.2 Partes de un Plan Educomunicacional

1.2.1 Planificación y Selección de Estrategias

En esta etapa lo que se necesita es saber cuál es el problema a resolver para que las correcciones a medio camino no sean altas y todo lo estudiado anteriormente no sea innecesario para lograr el objetivo. Las principales inquietudes para esta etapa son las siguientes:

- ¿Qué se conoce acerca del problema de educación para los niños?
- ¿A qué audiencia va dirigido este estudio y qué se conoce de la misma?
- ¿Qué se pretende conseguir con este proyecto? (Metas)
- Medición del progreso obtenido
- ¿Cómo debemos llegar a la audiencia seleccionada?

1.2.2 Selección de Canales y Materiales

Esta etapa depende de las decisiones que se hayan tomado en la Planificación y la Selección de Estrategias; es decir si no se tienen los objetivos claros y si no se conoce a la audiencia beneficiada se correrá el riesgo de elaborar materiales inapropiados para el público seleccionado, en este caso nuestra audiencia corresponde a niños y niñas de los sextos y séptimos de básica de la escuela “Eugenio Espejo”.

Las interrogantes a plantearse en esta parte van desde si existen o no materiales que puedan ser adaptables al programa, los canales más adecuados para alcanzar el público objetivo y de esta manera identificar cuál será el formato (vídeos, folletos, ilustraciones) idóneo para los mensajes y los canales.

1.2.3 Elaboración de materiales y pruebas preliminares

Una vez aclarada la parte correspondiente a la planificación del programa, es decir los mensajes y el cómo difundirlos, en esta tercera etapa las inquietudes a tomar en cuenta son:

- ¿Cuáles son las diferentes maneras en que puede llegar a presentarse el mensaje principal del plan educomunicacional para programas de educación?
- ¿Cómo reaccionan los niños beneficiados al concepto del mensaje?
- ¿El mensaje es o no comprendido, lo recuerdan, aceptan su importancia?
- ¿Cómo puede promoverse el mensaje, distribuir los materiales y controlar el avance?

1.2.4 Ejecución

El esquema plenamente desarrollado se le presenta a la audiencia estudiada, se inicia con la promoción y distribución de materiales elaborados a través de los canales escogidos; se debe hacer un seguimiento del grado de exposición de la audiencia. Lo que se quiere saber en esta etapa es:

- ¿El mensaje se lo está transmitiendo a través de los canales propuestos?
- ¿La audiencia seleccionada presta atención y se interesa en el mensaje?
- ¿Se necesitan reemplazar los canales existentes o agregar nuevos?
- Analizar qué aspectos son los que llegan con más fuerza al público meta

1.2.5 Evaluar la efectividad

El programa realizado debe ser evaluado mediante el análisis de los resultados a las planificaciones que se efectuaron en la etapa de Planificación y Selección de Estrategias. Las preguntas en esa quinta parte serían:

- Los objetivos planteados, ¿se alcanzaron?
- ¿Los cambios que se obtuvieron fueron resultado del programa, de otros elementos o de una mezcla de los dos?
- ¿Cuál es la eficacia con que se desarrolló cada una de las etapas?

1.2.6 Retroalimentación para refinar (o no refinar) el programa

Se recolectó información útil en cada etapa del programa, la audiencia, mensajes, canales de comunicación y el efecto apostado del proceso. Todo esto ayuda a preparar un nuevo ciclo de desarrollo del programa. De esta manera cuanto más información se obtenga, será más fácil responder lo siguiente:

- ¿A qué se debe que el programa haya o no funcionado?
- ¿Es necesario mejorar, o cambiar el programa para tener mayor posibilidad de éxito?
- ¿Qué de positivo se puede sacar de esta experiencia para que programas futuros sean más efectivos?

CAPÍTULO II

2. MOTIVACIÓN ESCOLAR

En esta segunda parte del estudio lo que se pretende es tener muy claro qué es lo que a los niños escolares les motiva ya sea en su vida como niño, como hijo, y sobre todo como estudiante. Para empezar con el estudio tenemos que tener en cuenta lo que es motivación.

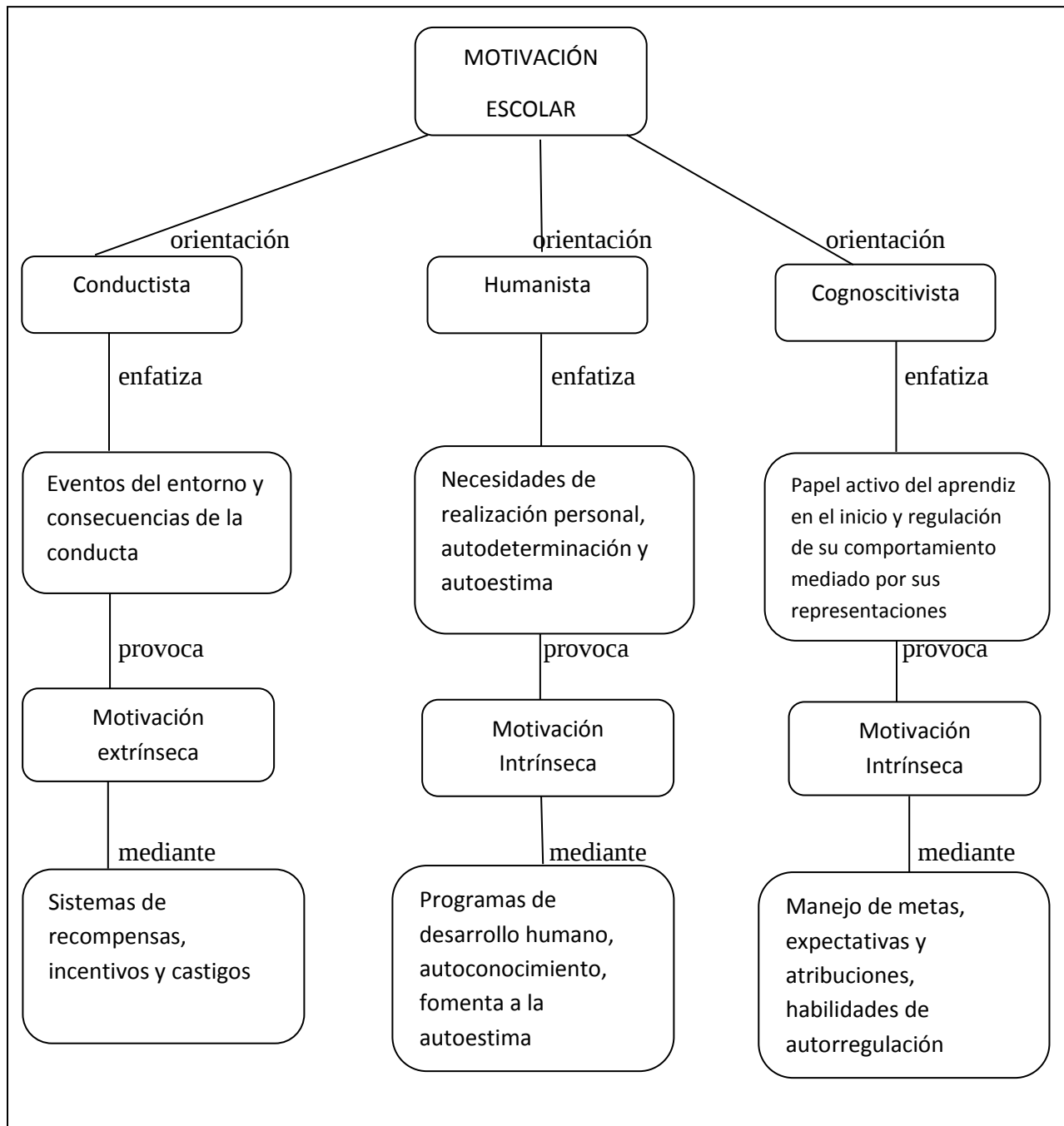
2.1 Marco Teórico

Frida Díaz Barriga en su libro Estrategias docentes para un aprendizaje significativo señala: la palabra motivación se deriva del verbo latino *movere* que significa “moverse”, “ponerse en movimiento” o “estar listo para la acción”. Según Moore motivación es un “impulso o fuerza que nos da energía y nos dirige a actuar de la manera en que lo hacemos”. Para Woolfolk la motivación es “un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta” (67).

La Real Academia Española (RAE) define la palabra motivación como: ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia.

La motivación desde el punto de vista de tres teorías psicológicas: conductista, humanista y cognoscitivista.- Los *conductistas* explican la motivación en términos de estímulos externos (castigos o incentivos). Para los *humanistas* el énfasis se lo dan a la persona en su totalidad, necesidades de libertad, autoestima, competencia (pirámide de Maslow). Mientras que los *cognitivos* afirman que las personas están guiadas por las metas que establecen, asimismo por sus creencias y expectativas (Díaz 67).

El siguiente cuadro tomado del libro “Estrategias docentes para un aprendizaje significativo” muestra claramente las diferentes posibilidades de la motivación basado en tres teorías:



2.2 La motivación infantil: de acuerdo con las entrevistas

Continuando por lo expresado por Díaz y Hernández, existen dos tipos de motivaciones en los niños: motivación extrínseca e intrínseca. Lo intrínseco se refiere a las propias metas de cada persona, en la satisfacción personal; mientras que la motivación extrínseca es lo que los demás digan o hagan con respecto a la actuación del estudiante; esta teoría se evidenció cuando entrevistamos a los profesores de los grados beneficiados, en donde nos manifestaron que entre los principales motivos que animan a los estudiantes están: aprender, ser alguien en la vida, ser valorados por sus padres, profesores y compañeros.

Ángela Marulanda en su libro Sigamos Creciendo con nuestros Hijos resalta que “No hay nada más estimulante y que más anime a los niños a dar lo mejor de sí mismos que sentir que sus padres se interesan en ellos como personas y sentir sus cualidades, y no solo sus buenos resultados o sus habilidades” (203). De esta manera se ratifica a la motivación extrínseca como la más valedera en el tema infantil, y más aún si esta motivación es encaminada por parte de los padres, es así como es importante que los niños sientan que son muy importantes en la vida de sus progenitores.

En el contexto escolar, la motivación del estudiante permite explicar la medida en que los alumnos invierten su atención y esfuerzo en determinados asuntos, que pueden ser o no los que desean sus profesores (Barriga, Hernández 69). Sin embargo la motivación que el alumno tenga o no para aprender en su escuela se ve influenciado en gran medida de los factores externos a él, ya sea su familia, su entorno social, sus propósitos, sus metas, entretenimiento, deporte, sus profesores.

En la entrevista realizada a la Lcda. Genoveva Barrera, psicóloga educativa de la escuela Eugenio Espejo, menciona lo siguiente: uno de los principales motivos para que haya una mejor aceptación de los estudios por parte de los estudiantes es el entretenimiento, el niño aprende mientras juega, el niño aprende actuando, el niño pasa de ser un elemento pasivo, a un elemento activo, se vuelve un constructor de su propio aprendizaje, (Barrera, Genoveva. Entrevista personal. 9 de mayo de 2013).

Por otra parte, tomando como punto de referencia lo señalado en la psicología conductista, es decir motivación extrínseca (incentivo o castigo) Barrera nos indica que el alumno debe aprender a ganarse las cosas, no darle todo, no hacerle las cosas fáciles, porque de esta manera estaríamos creando seres inútiles y así el estudiante no se esforzará cuando esa motivación ya no exista, todo esto con respecto al incentivo; por otra parte el castigo debe existir pero no físico; sino quitarle algo que esa persona desee tanto, ya sea algún aparato electrónico o el tiempo para salir a jugar con sus amigos.

Basándonos en el mismo concepto sobre este tipo de psicología, la conductista, obtuvimos otro criterio de una profesional en la materia, quien nos comentó que el rendimiento académico de los niños se ve influenciado por muchos factores, entre estos tenemos: el acceso a la tecnología, recursos económicos, nutrición, y sobre todo su entorno familiar, así lo expresa la Mst. en psicología educativa Janeth Baculima, de la Universidad del Azuay. (Baculima, Janeth. Entrevista personal. 16 de mayo de 2012).

De esta manera tenemos dos opiniones sobre un mismo tema, que nos ayuda a entender con más claridad qué es lo que debe primar en la enseñanza hacia los infantes, diferente metodología, pero sobre todo entender cuáles son los motivos para que un niño estudie o no responsablemente.

2.3 Motivación en los alumnos de la escuela “Eugenio Espejo”

Al trabajar con niños, y para obtener información relevante sobre el tema de investigación, vimos conveniente utilizar la herramienta metodológica cualitativa de los grupos focales o focus group.

En el artículo “La técnica de los grupos focales en el marco de la investigación socio - cualitativa”, tomado del portal [fhumyar](#) expresa que “los grupos focales constituyen una técnica cualitativa de recolección de información basada en entrevistas colectivas y semiestructuradas realizadas a grupos homogéneos” (Concalves), basándonos en esta teoría se realizaron dos grupos focales de doce estudiantes cada uno, entre niños y niñas de sextos y séptimos de básica de la escuela Eugenio Espejo que comprenden entre las edades de diez a doce años.

Los grupos focales se realizaron el día miércoles 8 de mayo de 2013, y tuvo cada uno la duración de una hora aproximadamente. Una sola persona realizó todo el trabajo de preguntar y de grabar los grupos focales, se tienen las grabaciones de los dos ejercicios; de tal manera que se plantearon temas para que los niños no se sientan presionados a responder y así obtener información valiedera.

Según la profesora Carina Fontas, autora del artículo “La técnica de los grupos focales en el marco de la investigación socio - cualitativa” los motivos para establecer esta metodología son los siguientes:

- Respuestas espontáneas, los participantes no se sienten presionados.
- Flexibilidad en los temas, poco a poco se inmiscuye en los mismos.
- Respuestas rápidas, resultados rápidos. Comunicación de colaboración en gran medida.
- Permite conocer de manera cercana lo que las personas sienten respecto de un determinado tema.

2.3.1 Cuestionario de temas para grupo focal en la escuela “Eugenio Espejo”

El temario del grupo focal estuvo dividido en tres partes: escuela, hogar y motivación, como se puede ver en la guía utilizada.

Escuela

- ¿Qué les gusta hacer en la escuela?
- ¿Qué no les gusta hacer en la escuela?
- ¿Qué materias les gusta más y cuáles menos?
- ¿La metodología del profesor les agrada?
- ¿Les gustan las jornadas deportivas de la escuela? ¿Por qué?

Hogar

- ¿A qué hora despiertan para ir a la escuela?
- ¿A qué hora duermen?
- ¿Qué actividades realizan al regresar a casa después de la escuela?

- Hora en que realizan sus tareas
- ¿Con quién hacen sus tareas?
- ¿Sus padres les revisan diariamente los deberes?

Motivación

- ¿Les gusta hacer deporte?
- ¿Qué deporte practican?
- Algún equipo en especial del deporte que practican
- ¿Algún jugador en especial que admiran?
- ¿Les gustaría tener un acercamiento con algún deportista?
- ¿Qué ejemplo reciben ustedes de los deportistas?
- ¿Qué les disgusta que los deportistas hagan?

2.3.2 Principales respuestas obtenidas de los grupos focales

Con respecto al tema de la escuela hubo muchas respuestas entre las que destacamos las siguientes:

- No les gusta ciertas materias para estudiar, como por ejemplo el inglés, porque dicen que no entienden mucho cuando el profesor habla en inglés.
- Materias que más les gusta: matemáticas, dibujo y educación física, esta última porque les gusta hacer deporte, especialmente jugar al fútbol, tanto a hombres como a mujeres.

En el tema del hogar, se obtuvieron las siguientes respuestas:

- Se despiertan a las 6 am (hora media) para ir a la escuela; hubo alumnos que lo hacen a las 4am debido a que duermen a temprana hora en su casa (8pm – 9pm).
- La hora general en que la mayoría de los estudiantes duermen es a las 10pm
- Existen estudiantes que en la tarde juegan, entrenan y no tienen tiempo de hacer sus tareas.
- La rutina diaria de la mayoría de alumnos es la siguiente: llegan a casa, almuerzan, hacen sus deberes (solos) y después juegan, no existe control de los padres, en algunos casos no

existe la firma de los representantes en los cuadernos, y de esta manera saber lo que sus hijos están aprendiendo en la escuela.

- No existe comunicación entre padres e hijos, por motivos laborales y de “confianza”.
- Otro factor que inquieta a los niños para que descuiden su tarea es la red social Facebook, debido a que casi todos los niños poseen una cuenta en este sitio virtual.

Finalmente, se les preguntó sobre el tema de motivación y esto fue lo que respondieron:

- La primera respuesta obtenida, fue relacionada con la recompensa, quieren premios para estudiar y sacar buenas notas.
- Todos afirmaron que quieren estudiar para sacar su profesión, para ser alguien en la vida.
- Algunos comentaron que necesitan del cariño, control y consejo de sus padres para que les motiven a estudiar.
- Jugar al fútbol es la actividad que la mayoría de niños no se cansarán de practicarlo, su apego a este deporte se evidencia en el momento en el que se les pregunta por equipos de fútbol, jugadores de fútbol que admiran y quisieran conocer.
- Jugadores locales que recuerdan y quisieran conocer, ellos mencionaron a Andrés Ríos, Marcelo Ojeda y Damián Manso, todos estos jugadores del Deportivo Cuenca.
- Tienen presente campañas de ayuda que han realizado jugadores de fútbol como los de Barcelona Sporting Club, Antonio Valencia, Lionel Messi.

2.3.3 Conclusiones de los grupos focales

Al analizar cada uno de los grupos focales detalladamente, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ Los niños en el hogar no tienen una comunicación aceptable con sus padres
- ✓ Existen alumnos que no muestran los deberes a sus padres, por este motivo no existe responsabilidad alguna sobre las tareas escolares de los pequeños
- ✓ A todo niño lo que más le gusta hacer es jugar, la materia que más les gusta es Educación Física
- ✓ El deporte que prima en la institución y que la mayoría de niños y niñas practican es el fútbol

- ✓ Los niños se ven motivados principalmente por el consejo de sus padres
- ✓ La idea de tener al frente a un jugador de fútbol quien se dirija a ellos les pareció agradable.

CAPÍTULO III

3. PLAN EDUCOMUNICACIONAL APLICADO AL ESTUDIO

Después de haber investigado sobre Plan Educomunicacional estamos en capacidad de proponer uno de estos planes para motivar a niños en el campo de la educación, consideramos que es un proyecto positivo debido a que no se tiene conocimientos de temas similares en esta rama en la ciudad de Cuenca, se tienen archivos de planes comunicacionales dentro de la medicina, campañas que se han realizado para prevenir ciertos tipos de enfermedades o para motivar a la ciudadanía a probar uno u otro medicamento; planes comunicacionales dentro de una organización, ya sea para llevar a cabo una comunicación interna aceptable o una comunicación organizacional satisfactoria.

La propuesta de Plan Educomunicacional que propongo está principalmente dirigida a niños escolares, a que sean motivados hacia el estudio, con estrategias que se han analizado en base a los resultados obtenidos en la investigación con ellos y con su entorno; asimismo la siguiente planificación está direccionada hacia los padres, debido a que ellos son los principales motivadores de todo niño en todo ámbito, ya sea social, educativo, de superación personal o deportivo.

3.1 Planificación y Selección de estrategias

3.1.1 ¿Qué se conoce acerca del problema de educación para los niños?

En la investigación con los estudiantes, profesores y la psicóloga educativa de la Unidad Educativa Eugenio Espejo los problemas encontrados fueron: desinterés de los padres hacia sus hijos, existe poco control en las tareas de los niños y también en el hogar, así lo mencionamos en los capítulos anteriores.

3.1.2 ¿A qué audiencia va dirigido este estudio y qué se conoce de la misma?

Este estudio va dirigido a los estudiantes de los 6tos y 7mos de básica de la escuela “Eugenio Espejo” y a sus respectivos padres, estos infantes no tienen el suficiente apoyo o no reciben la motivación necesaria por parte de sus padres para tener un aprovechamiento satisfactorio en su escuela. Los padres de estos niños no pasan el tiempo apropiado con sus hijos para controlar sus tareas, jugar con ellos, comunicarse, es decir preocuparse por los pequeños para un desarrollo psicológico, educativo y social apropiado.

3.1.3 ¿Qué se pretende conseguir con este proyecto? (Metas)

Los objetivos que se pretenden cumplir son los siguientes:

- Motivar a los niños de los 6tos y 7mos de básica de la “Escuela de Educación Básica Eugenio Espejo” hacia la responsabilidad en el cumplimiento de tareas.
- Dar a conocer a los padres de familia las falencias que están teniendo con sus hijos en su vida estudiantil.
- Contribuir con la niñez cuencana hacia una vida de aprendizaje positivo y responsable.

Lo que se pretende con este proyecto social es que los padres se sientan en la obligación de cambiar de mentalidad con respecto a sus hijos, que sean ellos en quienes los niños se vean motivados para obtener calificaciones positivas en la escuela, y sean ellos mismos los que se sientan satisfechos con su trabajo como padres responsables, debido a que existe desorganización familiar dentro de este segmento, este fue el principal problema encontrado en la investigación y ratificado por la Lcda. Genoveva Barrera, psicóloga de la escuela Eugenio Espejo.

3.1.4 ¿Cómo debemos llegar a las audiencias seleccionadas?

El psicólogo educativo Jesús Ramírez en una entrevista realizada por Ramón García en el portal web Ivoox con el tema “La Influencia Social de los futbolistas” nos indica “si a mí me gusta algo de alguien, a quien admiro voy a tratar de imitarle, el problema es que los padres tampoco son muy conscientes de ese tema” (García). Es así que tomamos en cuenta que nuestros

principales beneficiarios de este estudio son los niños escolares, es por eso que se utilizará un vehículo para que sea portavoz de manera rápida y masiva: el Fútbol. Dentro de este plan también se llegará hacia los padres, quienes son los beneficiarios secundarios de este proyecto con una estrategia en donde intervengan líderes de opinión, en este caso algunos futbolistas de la localidad y se dirijan a los progenitores para indicarles sobre la importancia de tener un cierto tiempo complementario en su diario vivir para con sus hijos.

Para entender mejor esta parte del estudio se realizó una entrevista conjunta con dos de los capitanes del Club Deportivo Cuenca del año 2012, Omar Andrade y Carlos Castro, ellos nos comentaron que se sienten en la obligación de ser responsables en su diario vivir, porque al ser figuras públicas están todo el tiempo ante los ojos de la sociedad, y más aún ser un ejemplo para los niños. Omar Andrade nos comenta que la idea de que nosotros los futbolistas apoyemos esta campaña es buena, porque todo niño juega fútbol y ellos ven en nosotros credibilidad, es decir lo que nosotros hagamos o digamos para ellos está bien (Andrade, Omar. Entrevista personal. 11 de noviembre de 2012).

3.2 Selección de Canales y Materiales

El apoyo que se va a obtener en este proyecto será el Fútbol, debido a que resultó ser el deporte que la mayoría de niños y niñas practican en la escuela y fuera de ella, así mismo se toma como iniciativa respaldarse en este deporte gracias a las entrevistas obtenidas a profesionales de psicología educativa, y que fueron señaladas anteriormente.

Para la selección de los canales y materiales se analizó la campaña “Cero Falta” realizada en Uruguay, que tiene una misma inclinación hacia el beneficio de los niños escolares; la analizaremos un poco más a continuación:

3.2.1 Análisis Comparativo Campaña “Cero Falta”

El CEIP (Consejo de Educación Inicial y Primaria) de Uruguay conjuntamente con UNICEF (*United Nations International Children's Emergency Fund*) o en español (Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia) realizaron una campaña denominada “Cero Falta” debido a la asistencia insuficiente de niños en las escuelas públicas de

ese país; la finalidad de este proyecto fue la de resaltar la importancia de que los padres llevaran a sus hijos a la escuela, todos los días. Es así que se tomó la siguiente imagen de campaña con una mezcla de fútbol, un futbolista nacional (Diego Forlán) y la idea principal del proyecto:



Fuente: UNICEF/Uruguay

Esta campaña tuvo el apoyo no solamente de Diego Forlán, futbolista insigne de ese país, que dicho sea de paso lo escogieron porque fue nombrado como mejor jugador del mundial de fútbol de Sudáfrica 2010, cabe mencionar que la campaña se la realizó en el año de 2011; técnicos, directivos y más jugadores uruguayos pusieron su hombro para aportar en esta campaña y de manera muy especial periodistas deportivos.

Es así como se desea realizar el pilotaje de una campaña similar en la escuela Eugenio Espejo con los mismos beneficiarios pero diferentes objetivos; es por eso que después de todo lo investigado a lo largo del proyecto, el Plan Educomunicacional que se propone sería el siguiente:

CAPÍTULO IV

4. PLAN EDUCOMUNICACIONAL “TIEMPO COMPLEMENTARIO”

4.1 Sumario Ejecutivo

El Plan Comunicacional denominado “Tiempo Complementario” se refiere al tiempo extra, o tiempo añadido que se da en un partido de fútbol al aproximarse la finalización del mismo, pero en este caso hacemos referencia a los minutos u horas extras que los padres de familia deben tener disponibles para sus hijos diariamente, tiempo que debería ser muy bien aprovechado para realizar actividades que sean en beneficio del niño, para su correcto desarrollo emocional, psicológico, social y educativo.

4.2 Mensaje Principal

TIEMPO COMPLEMENTARIO...
DEDIQUEMOS MÁS MINUTOS A NUESTROS HIJOS

4.3. Análisis Situacional

4.3.1 Análisis de la Situación

En este caso la compañía vendría a ser la educación que reciben los niños, esta educación es buena, pero lamentablemente existe gran cantidad de alumnos que no se sienten motivados a recibir de la mejor manera esta oportunidad de aprender con excelencia en clases.

4.3.2 Investigación Primaria.

Por medio de los grupos focales se encontró el principal problema de este estudio, problema que ya se lo detalló anteriormente.

4.3.3 Análisis del Público.

Estudiantes de los 6tos y 7mos de educación básica de la escuela “Eugenio Espejo”, niños que oscilan entre los 11 y 12 años de edad, y sus respectivos representantes.

4.3.4 Análisis del Servicio.

El servicio que se brinda con este Plan Comunicacional es un servicio social, en donde los niños encuentren la motivación familiar que necesitan para ser responsables en el cumplimiento de tareas.

4.3.5 Análisis Competitivo.

No existe competencia alguna para este Plan Comunicacional, puesto que dicho estudio está realizado para que se realice un pilotaje y en base a los resultados obtenidos la Dirección Provincial de Educación del Azuay respalde dicho proceso y sea difundido en la sociedad cuencana.

4.4 Perfil del Público Objetivo (principal y secundario)

4.4.1 Principal:

Padres de familia de los estudiantes de los sextos y séptimos de básica de la escuela “Eugenio Espejo”.

4.4.2 Secundario:

Alumnos y alumnas de los 6tos y 7mos de básica de la escuela “Eugenio Espejo” llegando a ellos de manera directa gracias al apoyo de las autoridades de la institución académica.

4.5. Objetivos

4.5.1 Objetivo General

Motivar a los niños de los sextos y séptimos de básica de la “Escuela de Educación Básica Eugenio Espejo” hacia la responsabilidad en el cumplimiento de tareas.

4.5.2 Objetivos Específicos

- Aportar con estrategias de comunicación en los padres de familia para que sus hijos encuentren la motivación necesaria para tener un aprendizaje escolar óptimo.
- Informar a los padres de familia acerca de las falencias que se tiene con los hijos, en su vida estudiantil.
- Contribuir a la educación cuencana hacia una vida de aprendizaje positiva y responsable.

4.6. Estrategia de Comunicación y Mercadeo

Recordemos que esta propuesta es para un pilotaje que se realizará en la escuela “Eugenio Espejo”, sin embargo lo que se detalla a continuación es una estrategia pensada en la posibilidad de que este Plan Educomunicacional se lo podría difundir a nivel local en la ciudad de Cuenca y que contaría con el apoyo de tres entidades: una gubernamental, una privada y una educativa.

La entidad gubernamental al ser una propuesta para la educación de los niños será el Ministerio de Educación a través de la Dirección Provincial del Azuay; así mismo el apoyo por parte del organismo privado que será el Club Deportivo Cuenca en donde existirá el respaldo de todo su entorno, como lo son los jugadores, dirigencia, periodistas deportivos; y por último la Universidad del Azuay será el ente educativo que apoyará este proyecto mediante su investigación para que el mensaje llegue de manera eficaz hacia la masiva audiencia.

Esta propuesta de Plan Comunicacional tendrá cuatro etapas: Expectativa, Lanzamiento, Desarrollo y Evaluación.

4.6.1 Expectativa de “Tiempo Complementario”

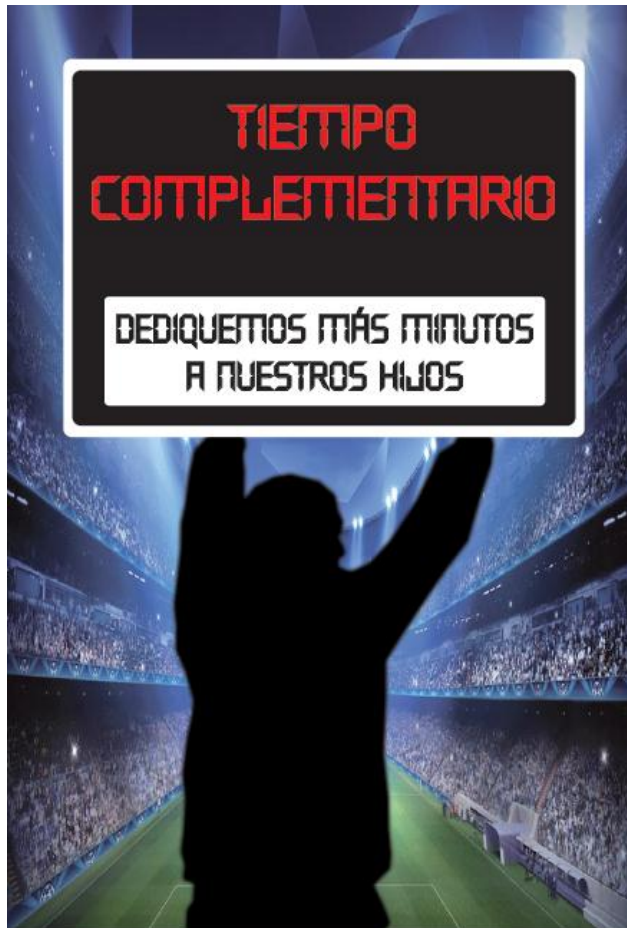
Quince días antes del lanzamiento del Plan Educomunicacional “Tiempo Complementario” se utilizará una estrategia muy sencilla, existirá la participación de todo el personal administrativo de la escuela beneficiada, en donde algunos días de la semana llevarán puestos la camiseta con el nombre del Plan Educomunicacional “Tiempo Complementario” y así mismo existirán afiches en la institución solamente con el nombre del programa.

4.6.2 Lanzamiento del Plan Comunicacional

“Tiempo Complementario” será lanzado en el año 2013, es decir como un proyecto educativo desde principio de año para la escuela “Eugenio Espejo” y así poder desarrollarlo en dicha institución como a manera de pilotaje para posteriormente y dependiendo de los resultados

el Plan comunicacional “Tiempo Complementario” sea expuesto a nivel local en el año lectivo 2014 - 2015. Se realizaría un lanzamiento dentro de la institución educativa, con la formalidad del caso en donde estén presentes los estudiantes beneficiados con sus respectivos padres.

Dentro de la imagen del Plan Educomunicacional proponemos dos alternativas para la misma: en la primera lo que se trata de representar, es la silueta de un árbitro de fútbol con la pancarta electrónica que se muestra al anunciar un cambio dentro del partido de fútbol y cuando se van a añadir minutos adicionales al tiempo reglamentario; de esta manera en vez de poner números lo que el árbitro muestra es la pancarta con el nombre de la campaña “Tiempo Complementario”.



Fuente: Autor

Por otro lado, en la segunda propuesta de imagen del Plan Educomunicacional lo que se pretende representar es la mezcla de educación escolar mediante el lápiz con los colores del Ecuador, más el deporte del fútbol con su balón característico y el nombre del proyecto en sí “Tiempo Complementario”, y reforzamos el objetivo principal de la campaña con la frase escrita de manera explícita “Dediquemos más minutos a nuestros hijos”.



Fuente: Autor

4.6.3 Desarrollo del Plan Comunicacional “Tiempo Complementario”

Como principal estrategia y basándonos en los resultados obtenidos en la investigación con los niños de la escuela “Eugenio Espejo” se pretende mezclar al fútbol con la educación:

$$\text{Niños} + \text{Motivación de los Padres} + \text{Fútbol} = \text{Educación Responsable}$$

El mundo del fútbol será el vehículo idóneo para llegar con el mensaje hacia los padres de los niños escolares con este proyecto, es por eso que se tiene pensado la siguiente estrategia:

4.6.3.1 Partido de fútbol “Tiempo Complementario”

Se realizó una entrevista al Relacionista Público del Club Deportivo Cuenca, el Lcdo. Ramiro Ochoa, quien nos manifestó que este proyecto le parece interesante debido a la importancia que debe tener para la sociedad la educación en los niños, así mismo nos dio a conocer que el Club no ha realizado nada en el tema de Responsabilidad Social, de tal manera que esto será una plataforma para que más equipos nacionales se sumen y realicen dentro de sus instituciones actos de Responsabilidad Social.

Es así que la idea de esta estrategia es llevar el mensaje de una manera rápida y masiva a los padres de familia a través de la exposición del mensaje principal del proyecto en un partido de fútbol en donde sean partícipes padres de familia, profesores y jugadores del Deportivo Cuenca; después de realizado el pilotaje en la escuela y si el Plan Educomunicacional tiene respuesta positiva lo que se pretende es difundirlo a la ciudadanía cuencana en un partido de fútbol válido por el campeonato ecuatoriano de balompié, en donde el Deportivo Cuenca juegue en el estadio Alejandro Serrano Aguilar y exista mayor afluencia de público, ya sea contra Barcelona, Emelec o Liga de Quito.

Los jugadores de los dos equipos ese día saltarán a la cancha con un chaleco en donde estará el nombre de la campaña “Tiempo Complementario” mientras los periodistas deportivos comenten en sus medios sobre dicho proyecto. El chaleco que los 22 jugadores usarían ese día sería el siguiente:



Parte frontal del chaleco

Parte posterior del chaleco con el signo más (+)

4.6.3.1.1 Aplicación de concepto de diseño

Con este chaleco lo que se pretende lograr es el impacto en la audiencia al llevar el nombre del Plan educomunicacional en la parte frontal; el chaleco es de color rojo debido a que el principal equipo promotor de este proyecto será el Club Deportivo Cuenca y dicho equipo tiene estos colores institucionales. El color rojo es característico por ser un color de alta energía, en este caso es usado por el buen contraste que se da con el negro y el blanco, que son también colores que llaman la atención.

En la parte frontal se encuentra el nombre del Plan Educomunicacional “Tiempo Complementario, y al reverso colocamos el signo más (+) como señal de que los padres de familia deben brindar más tiempo complementario a sus hijos para que ellos tengan un aprendizaje responsable en las aulas.

4.6.3.2 ¿Qué tenemos la siguiente hora? Tenemos “Tiempo Complementario”

La idea de este punto del Plan Comunicacional es que algunos jugadores del Club Deportivo Cuenca compartan una hora en la mañana con los niños de los sextos y séptimos de básica de la escuela “Eugenio Espejo”, lo que se pretende es que los futbolistas lleguen con el

mensaje de “responsabilidad en el cumplimiento de tareas” hacia los niños, conversen con ellos, jueguen, se tomen fotos, y demás actividades, el objetivo es captar la atención de todos los niños para que de esta manera exista la recordación del mensaje principal de “Tiempo Complementario” que los jugadores les mencionaron a los infantes en esa mañana.

Esa mañana existirán medios de comunicación en la escuela, de esta manera el desarrollo del Plan Comunicacional seguirá generando noticias en la ciudadanía, así mismo este proyecto servirá para que el Club Deportivo Cuenca realice Responsabilidad Social, en este caso con los niños estudiantiles.

4.6.3.3 Libreta de Calificaciones “Tiempo Complementario”

En este punto del Plan Comunicacional es en donde se pondrá mayor énfasis con el objetivo del estudio realizado, nos dirigiremos a los Padres de Familia de los niños de los 6tos y 7mos de básica de la escuela “Eugenio Espejo”, ya que según el estudio es aquí en donde debemos encaminar la idea principal de este proyecto, porque son ellos los principales motivantes para que todo niño tenga una mayor “responsabilidad en el cumplimiento de sus tareas”.

A los niños se les entregará después de los exámenes del primer trimestre una libreta de calificaciones denominada: “Dediquemos más minutos a nuestros hijos” en donde ellos serán quienes califiquen sobre 10 puntos a sus padres en los siguientes temas:

El Tiempo Complementario que mis padres dedican a jugar conmigo	
El Tiempo Complementario que mis padres tienen para enseñarme algo	
El Tiempo Complementario que mis padres conversan conmigo	
El Tiempo Complementario que mis padres tienen para pasear en familia	
El Tiempo Complementario con que mis padres me ayudan en las tareas	
El Tiempo Complementario que mis padres me dan para darme amor	
El Tiempo Complementario que mis padres tienen para ver la TV conmigo	

La finalidad de este ejercicio es que los padres conozcan mediante calificaciones puestas por sus propios hijos si en verdad están siendo o no responsables con la educación de ellos; esta libreta será entregada a cada uno de los representantes al finalizar la reunión trimestral de entrega

de calificaciones de sus hijos. Posteriormente esta libreta debe ser regresada a la escuela, y así mediante el departamento de psicología evaluar a los progenitores durante todo el año lectivo.

4.6.3.4 Reunión de Padres de Familia con “Tiempo Complementario”

Es en esta parte del Plan Educomunicacional, donde el Club Deportivo Cuenca intervendrá con mayor fuerza, de esta manera su Responsabilidad Social será notoria con la escuela; lo que se pretende es que los jugadores de fútbol actúen como líderes de opinión en esta reunión; es decir serán ellos quienes se dirijan a los Padres de Familia en la reunión de entrega de libretas de calificaciones del primer trimestre y así mismo se les entregará la libreta “Tiempo Complementario” con las notas que los alumnos pongan a sus padres; aquí los deportistas acudirán a la aulas para ser parte de un conversatorio denominado “Los padres también tenemos tareas”, en donde se expondrán temas referentes al control necesario y responsable que deben tener los padres.

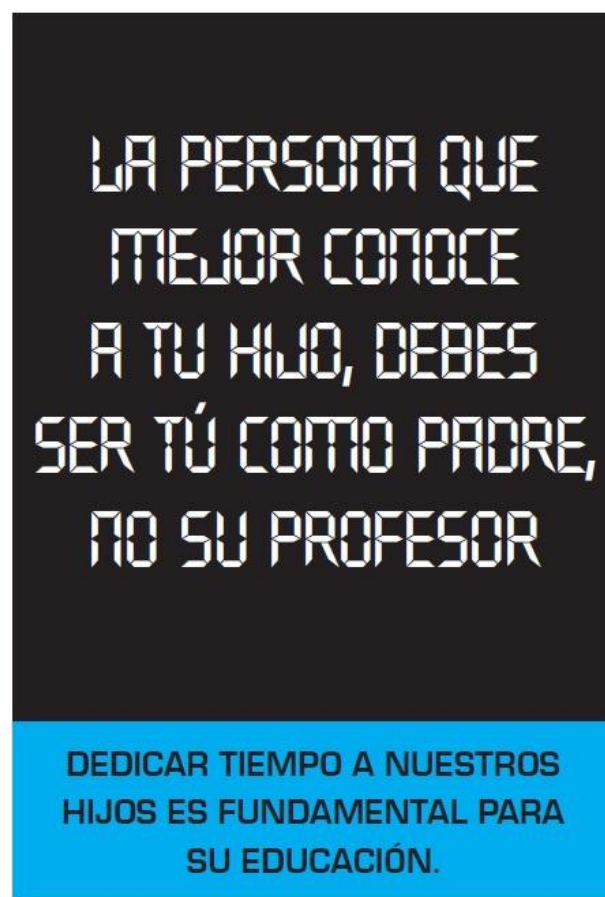
4.7. Estrategia Publicitaria

Este Plan Educomunicacional se lo publicitará dentro de toda la institución académica, todo el personal administrativo recibirá en su correo electrónico el Plan “Tiempo Complementario” y también se lo presentará en una reunión de profesores que suelen realizar en la unidad educativa con la finalidad de hacerles partícipes a todos los docentes de la escuela beneficiada.

4.8. Estrategia de Ventas y Promoción

Este proyecto social no tiene fines lucrativos, sin embargo en un futuro después de realizado el pilotaje en la institución no se cierran las puertas a aportaciones económicas para realizar “Tiempo Complementario” a nivel local; de tal manera que se puedan dar por parte de empresas locales, lo que se propondría a dichas empresas es que tomen a esta iniciativa dentro de su organización como Responsabilidad Social.

La promoción de “Tiempo Complementario” se la realizará mediante afiches con frases que respaldan el mensaje principal de este Plan Educomunicacional, estos afiches serán colocados en la escuela y tiendas cercanas a la Institución académica.



LA ESCUELA ES
NECESARIA
PARA TU HIJO,
PERO LO QUE
COMPLEMENTA
TODO SU DESARROLLO
ES TU ATENCIÓN
COMO PADRE

DEDICAR TIEMPO A NUESTROS
HIJOS ES FUNDAMENTAL PARA
SU EDUCACIÓN.

POR UNOS PADRES
QUE BRINDEN
A SUS HIJOS
UN TIEMPO
COMPLEMENTARIO

DEDICAR TIEMPO A NUESTROS
HIJOS ES FUNDAMENTAL PARA
SU EDUCACIÓN.

AMOR, CARÍO
POR PARTE
DE LOS PADRES
A SUS HIJOS
EN SU TIEMPO
COMPLEMENTARIO

DEDICAR TIEMPO A NUESTROS
HIJOS ES FUNDAMENTAL PARA
SU EDUCACIÓN.

TODOS LOS NIÑOS
MERECEAN
TENER SU
TIEMPO
COMPLEMENTARIO

DEDICAR TIEMPO A NUESTROS
HIJOS ES FUNDAMENTAL PARA
SU EDUCACIÓN.

4.9. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES "TIEMPO COMPLEMENTARIO"			
15 días previos al Lanzamiento	Primer Mes	Segundo Mes	Tercer Mes
Realización del material para la promoción dentro de la escuela	Lanzamiento del Plan Educomunicacional en presencia de los padres, niños, administrativos y docentes de la escuela "Eugenio Espejo" Reunión denominada "Tiempo Complementario" con los Padres de Familia de la escuela Eugenio Espejo	Desarrollo de "Tiempo Complementario" Obtención de Resultados	Evaluación del pilotaje "Tiempo Complementario" en la escuela Eugenio Espejo.

Cabe mencionar que este cronograma está previsto realizarlo en un trimestre, es decir "Tiempo Complementario" está diseñado para el tiempo de tres meses.

4.10. Conclusión y Evaluación

De la misma manera que se realizará el lanzamiento de este pilotaje en presencia del personal académico y padres de familia beneficiados, también se expondrán los resultados obtenidos al finalizar el Plan Educomunicacional, de esta manera lo que se pretende es que los padres conozcan los cambios que se han obtenido con "Tiempo Complementario" y así comprometerles a que continúen con la responsabilidad como padres en relación a la educación de sus hijos.

CONCLUSIONES

Este trabajo de grado nos genera las siguientes conclusiones:

- La principal motivación que los niños tienen para realizar cualquier actividad la reciben de los padres.
- El fútbol es el deporte más preferido y practicado por la mayoría de estudiantes de la escuela “Eugenio Espejo”.
- Todo niño mira a sus líderes de opinión, personas en los cuales se puede confiar, aprender e imitar ya sea positiva o negativamente.
- El incentivo o premio es otro de los motivantes que los niños tienen para realizar responsablemente sus tareas.
- Los padres de familia no brindan un tiempo necesario y especialmente de calidad que todo niño necesita para tener una vida educativa y social positiva.
- La competencia es una motivación interna que el niño tiene para sobresalir ante los demás.

BIBLIOGRAFÍA.

Andrade, Omar. Los futbolistas y su responsabilidad con los niños Sebastián Lucero. 11 de Noviembre de 2012.

Barrera, Genoveva. ¿Qué motiva a los niños a estudiar? Sebastián Lucero. 16 de mayo de 2013.

Barriga, Frida Díaz. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Bogotá: Mc Graw hill, 2001.

Concalves, Prof. Carina Fontas Prof. Fabiana. fhumyar. s.f. 03 de 06 de 2013
<<http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/profesoras.htm>>.

García, Ramón. ivoox. 14 de 09 de 2012. 12 de Marzo de 2013 <http://www.ivoox.com/influencia-social-futbolistas-el-audios-mp3_rf_1427280_1.html>.

Marulanda, Ángela. Sigamos Creciendo con nuestro Hijos. Bogotá: Norma S.A., 2001.

Organización Panamericana de Salud. Manual de Comunicación Social para Programas de salud. Washington: NIH, 1992.

Rivera, Enriqueta. Razón y palabra. 5 de Julio de 2010. 12 de Noviembre de 2012
<http://www.razonypalabra.org.mx/espub/2010/Futbol_socializacion_primaria.html>.

Saiz, Javier Barranco. Tendencias 21. 22 de mayo de 2008. 20 de 06 de 2013
<http://www.tendencias21.net/marketing/El-Plan-de-Comunicacion_a31.html>.