



# **Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación**

**Escuela de Comunicación Social**

**Propuesta de desarrollo de campaña de educomunicación sobre reciclaje, dirigida a niños y niñas de seis a ocho años de edad**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comunicación Social y Publicidad**

**Autor: Verónica Fernanda Arias Maldonado.**

**Director: Máster Joaquín Moreno Aguilar.**

**Cuenca, Ecuador**

**2011**

## **Dedicatoria**

Con todo mi cariño, admiración y respeto dedico este trabajo a mis padres por su apoyo incondicional.

## **Agradecimiento**

Al Máster Joaquín Moreno Aguilar por ser un maestro con total carácter académico, y mi guía en toda la realización de este proyecto.

Gracias.

## Índice de Contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de Ilustraciones y cuadros .....	vii
Índice de Anexos .....	viii
Resumen .....	ix
Abstract .....	x
Introducción .....	2
Capítulo 1: El Reciclaje, sus causas y efectos.....	5
Introducción .....	5
1.1    Reciclaje .....	6
1.1.1    Las 3 "R" .....	7
1.1.2    Cadena de Reciclado .....	9
1.1.3    Símbolo del Reciclaje .....	10
1.1.4    Información sobre la manera adecuada de reciclar .....	12
1.1.5    Contenedores y fundas para la separación de desechos ...	14
1.2    Contaminación Mundial .....	17
1.2.1    Tipos de contaminación .....	18
1.3    Consumismo .....	20
1.3.1    La globalización .....	20
1.3.2    Consumismo del siglo XXI .....	22
1.3.3    La contaminación como efecto del consumismo .....	24
1.4    Conclusiones .....	25
Capítulo 2: Comunicación y Educación .....	26
Introducción .....	26
2.1    Comunicación .....	27
2.1.1    Medios de Comunicación .....	28

2.2	Educación .....	30
2.2.1	Educación Institucional .....	31
2.3	Edu-comunicación .....	33
2.3.1	Niños (as) 6 a 9 años de edad (comportamiento, educación, intereses) .....	34
2.3.2	Medios de comunicación como medios de educación .....	35
2.3.3	Medios utilizados para educar masas .....	37
2.4	Conclusiones .....	40
 <b>Capítulo 3: Análisis informativo de la metodología .....</b>		<b>42</b>
 <b>Introducción .....</b>		<b>42</b>
3.1	Método de Observación .....	43
3.2	Grupos Focales .....	45
3.3	Metodología aplicada en la EMAC .....	48
3.3.1	Entrevista a un representante de la EMAC .....	48
3.3.2	Investigación de campo en la planta de reciclado Pichacay51 .....	51
3.4	Conclusiones .....	53
 <b>Capítulo 4: Propuesta de Campaña .....</b>		<b>54</b>
 <b>Introducción .....</b>		<b>54</b>
4.1	Objetivos .....	54
4.2	Organización de la campaña .....	56
4.2.1	Primera Fase .....	56
4.2.2	Segunda Fase .....	58
4.2.3	Tercera Fase .....	60
4.3	Diseño de la campaña .....	61
4.3.1	Target .....	61
4.3.2	Slogan .....	61
4.3.3	Personaje de la campaña .....	62
4.3.4	Logo .....	62
4.4	Medios y materiales .....	63
4.5	Conclusiones .....	67
 <b>Capítulo 5: Conclusiones .....</b>		<b>68</b>

<b>Bibliografía .....</b>	<b>69</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>73</b>
<b>Anexo 1 Cuestionario de entrevista a personal docente o directiva.....</b>	<b>74</b>
<b>Anexo 2 Cuestionario de grupos focales .....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo 3 Ficha técnica de método de observación .....</b>	<b>76</b>
<b>Anexo 4 Cuestionario de entrevista a representante de la EMAC .....</b>	<b>77</b>
<b>Anexo 5 Dibujos sobre el reciclaje de niñas y niños de 2dos y 3ros de básica .....</b>	<b>78</b>
<b>Anexo 6 Presupuestos... ..</b>	<b>79</b>

## Índice de ilustraciones y cuadros

<b>Gráfico 1.1</b> .....	<b>10</b>
<b>Fotografía 2.1</b> .....	<b>12</b>
<b>Fotografía 2.2</b> .....	<b>19</b>
<b>Fotografía 2.3</b> .....	<b>44</b>
<b>Fotografía 2.4</b> .....	<b>46</b>
<b>Fotografía 2.5</b> .....	<b>51</b>
<b>Fotografía 2.6</b> .....	<b>62</b>
<b>Fotografía 2.7</b> .....	<b>64</b>
<b>Fotografía 2.8</b> .....	<b>65</b>
<b>Tabla 3.1</b> .....	<b>49</b>

## Índice de anexos

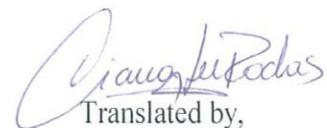
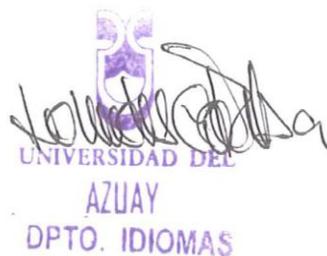
<b>1.1 Anexo 1 Cuestionario de entrevista a personal docente o directiva.....</b>	<b>74</b>
<b>1.2 Anexo 2 Cuestionario de grupos focales .....</b>	<b>75</b>
<b>1.3 Anexo 3 Ficha técnica de método de observación .....</b>	<b>76</b>
<b>1.4 Anexo 4 Cuestionario de entrevista a representante de la EMAC .....</b>	<b>77</b>
<b>1.5 Anexo 5 Dibujos sobre el reciclaje de niñas y niños de 2dos y 3ros de básica .....</b>	<b>78</b>
<b>1.6 Anexo 6 Presupuestos.....</b>	<b>79</b>

## Resumen

Se trata de una propuesta de campaña social que informa y educa a niños y niñas de seis a ocho años sobre el tema del reciclaje. Se realiza dentro de sus propios establecimientos educativos. La campaña aborda el porqué y para qué se recicla además de dar pautas sobre cómo hacerlo para ser parte de este proyecto que busca conservar una Cuenca más limpia y libre de contaminación de basura. La comunicación y la educación se fusionan para convertirse en una herramienta indispensable que enseña y genera conciencia sobre temas sociales y medioambientales que representan un cambio positivo en una comunidad. Para realizar un análisis y obtener información precisa sobre lo que significa para este segmento este tema, se ha observado su comportamiento y se ha compartido con ellos un tiempo del cual se extrajo lo más relevante para exponer la propuesta.

## ABSTRACT

This is a proposal of a social campaign to educate six to eight year old children about recycling. This program takes place in the children's own educational establishments. The campaign addresses why and what for we recycle and it provides guidelines on how to do this in order to become part of this project that seeks to maintain Cuenca as a cleaner and contamination and garbage free city. Communication and education blend in order to become an indispensable tool to teach and generate awareness about social and environmental issues that represent a positive change in a community. In order to perform an analysis and obtain precise information on the significance of this matter, the children's behavior has been observed and socialized for some time, obtaining the most relevant information in order to present the proposal.



Translated by,

Diana Lee Rodas



## Introducción

Si bien Cuenca es una de las ciudades más organizadas y limpias del país, es muy común ver la basura en las calles después de algún acto al aire libre como conciertos, partidos de fútbol, competencias deportivas, etc., para que la ciudad no se vea desaseada enseguida son enviados un grupo de barrenderos que limpian el área que ha sido ocupada, considerando que la gente es quien debería de ensuciar menos. He decidido realizar este proyecto porque considero que los ciudadanos carecen de una cultura ecologista marcada. A pesar de que la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC) está ejerciendo el trabajo de reciclar, es muy difícil que se cumpla el objetivo si los ciudadanos no lo hacen de la manera correcta al no separar los desechos adecuadamente.

Si los ciudadanos no cumplen con la práctica correcta del reciclaje, quizá no sea porque no tengan la buena intención de hacerlo, sino porque no saben cómo separar los residuos o para qué y por qué deben reciclar o tal vez no conocen cuál es el destino de los artículos reciclables, es decir existen muchas interrogantes y vacíos en donde la gente simplemente no cumple con lo que se le pide. Hace un año se lanzó una campaña de reciclaje en toda la ciudad que impulsó a los ciudadanos a tomar conciencia respecto al tema, pero no comprendieron la manera de cómo se lo realiza. Mucha gente recicla pero no entiende la razón de ser del reciclaje, es por eso que el propósito de esta propuesta es informar y educar sobre la práctica y solución ecológica, para que los niños aprendan y sean colaboradores directos de este gran proyecto.

Como ya se dijo el problema encontrado en la sociedad cuencana con relación al reciclaje como tema ecológico (que tiene como fin disminuir la basura y evitar la contaminación), es la notoria percepción sobre el desconocimiento del tema o la falta de información adecuada. La raíz del problema se origina en la manera de informar, es entonces cuando se deben plantear dos preguntas para entender claramente cómo

debe informar. ¿A quién se debe dirigir la información? y ¿Cómo se debe dirigir la información?

Para resolver estas dos interrogantes primero debemos tener en claro que a un adulto resulta muy difícil convencer en erradicar sus hábitos, costumbres y cambiar su ideología, mientras que a un niño se le puede hacer más fácil aprender, porque ellos están en plena etapa de formación. Según teorías y afirmaciones de expertos en psicología infantil se dice que la mejor edad para aprender un idioma, un instrumento, un deporte, entre otros, es la niñez. Por esa razón los niños son un segmento muy interesante al que se podría llegar, en el cual se puede aplicar una campaña informativa y educativa, más aún si es para preservar el medio ambiente.

Respondiendo a las preguntas antes planteadas, al ser un segmento muy interesante, se ha decidido trabajar con niños de seis a ocho años de edad, a través de una campaña de educación e información que aborde sobre el tema reciclaje, enfocado en los establecimientos escolares de la ciudad de Cuenca.

Es importante crear conciencia en los niños sobre el cuidado del planeta, enseñándoles a ser parte de la solución al deterioro del medio ambiente a través del reciclaje. Incentivar hábitos correctos desde pequeños ayudará a cosechar buenos frutos para el futuro.

## **Metodología**

Para realizar este trabajo de graduación se ha implementado una metodología cualitativa porque el proyecto no se presta para aplicar una metodología del tipo cuantitativa; los métodos utilizados fueron de: observación, que se realizó en el horario de los recreos de las escuelas visitadas, entrevistas a los profesores o directores de los centros educativos a los cuales se visitó, se realizaron además siete grupos focales

con un número de cinco a diez niños, se aplicó una entrevista a un entendido del tema del reciclaje de la empresa EMAC y se realizó una investigación de campo en la planta de reciclaje y relleno sanitario de Pichicay.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Presentar un plan de campaña educativa e informativa para niños de 6 a 8 años sobre el tema reciclaje, listo para su ejecución.

### **Objetivo específico**

1. Conocer el comportamiento de los niños de 6 a 8 años frente a un tema de interés ecológico.
2. Encontrar y proponer medios que motiven a los niños entre 6 a 8 años para motivar la práctica voluntaria del reciclaje, a través de un mensaje completo.
3. Establecer concepto y objetivos claros; información de la acción del reciclaje.
4. Encauzar la propuesta de campaña para que se la ponga en práctica.

## CAPÍTULO 1

### EL RECICLAJE, SUS CAUSAS Y EFECTOS

La tierra tiene millones de años y desde que fue creada hasta el día de hoy ha sido víctima del desinterés y el maltrato por parte del hombre. Como consecuencia de esto han surgido fuertes cambios como el calentamiento global y el desgaste de la capa de ozono; fenómenos que como desenlace traen grandes sequías, lluvias torrenciales, tsunamis, huracanes, deshielos, extinción de ciertas especies de animales y plantas, etc. Al ver esto nos planteamos la idea de hacer algo para reconstruir el planeta, es por eso que se han ideado una cantidad innumerable de aportaciones para mantener o cuidar el medio ambiente como por ejemplo, campañas de preservación de fauna y flora, campañas contra la tala de árboles, campañas que apoyan al reciclaje, entre otras. Al reciclaje se lo considera como una ayuda que se puede brindar para la recuperación del ecosistema, como una solución que trata de evitar la contaminación y la acumulación de la basura en el planeta. Se dice que el reciclaje es un proceso o un sistema ya que pertenece a un círculo vicioso y porque atraviesa distintas fases para llegar a cumplir su objetivo.

Tal como lo dice la ley de causa y efecto “toda acción tiene su reacción”, es así como detrás de toda acción se encuentra una causa que lo genera, así es como funcionan las cosas. Según la creencia hindú el karma es ese efecto del que tanto se habla, el karma es una consecuencia que el universo cobra a un individuo por ser autor o cómplice de un mal acto. Casi todo tiene una reacción favorable o desfavorable, por ejemplo si un individuo come mucho se dice que peca de gula según la religión católica, pero físicamente le causaría empacho y puede traer dolor abdominal acompañado por hinchazón.

Es por eso que en este capítulo se tocará el tema del consumismo, la causa principal de la contaminación de residuos (efecto), de esta forma se podrá dar una solución

(reciclaje) al incremento de basura y al daño medio ambiental. El consumismo es una fiebre mundial que se produce por la humanidad, factores como la globalización y el capitalismo causan el consumismo que se muestra muy activo.

## 1.1 Reciclaje

Varios artículos de sitios web relacionados con el medio ambiente señalan que reciclar es aplicar un proceso sobre un material para que pueda volver a utilizarse y tiene por objeto la recuperación de forma directa o indirecta de los componentes que contienen los residuos urbanos.

Según la Real Academia de la Lengua Española la palabra reciclar consiste en “someter a un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar<sup>1</sup>”. A partir de estos conceptos se establece que el reciclaje es un proceso al que se somete un determinado material para convertirse en otro producto o en la materia prima de éste.

El objetivo del reciclaje es reutilizar artículos mediante la elaboración de nuevos productos y darle una nueva vida; para esto es necesaria la recolección selectiva de los desechos. Su filosofía consiste en un control adecuado del consumo para lo que se recomienda repensar al momento de adquirir un producto y/o escoger los que sean menos contaminantes.

---

<sup>1</sup>“Reciclar”. Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda Ed. España: Real Academia Española, 2001.

La mayor parte del tiempo estamos frente a mensajes que nos indican que debemos reciclar, esto con el objeto de evitar un incremento de basura o para preservar el medioambiente, y si vivimos en una ciudad en la que se acostumbra a reciclar, existen leyes que ordenan el cumplimiento de la práctica del reciclaje, si no cumplimos con éstas ordenanzas podremos ser multados por una entidad, lo que se vuelve un chantaje más no un incentivo para hacerlo y es muy difícil que entendamos claramente cómo se debe reciclar si desde pequeños no crecimos con estas costumbres. Cuando los seres humanos no tenemos claro algún concepto, sencillamente no lo adoptamos como parte de nuestra vida.

Tal como lo dijo Antoine Lavoisier, “La materia no se crea ni se destruye tan solo se transforma”, y eso es lo que sucede con los desechos que nunca serán eliminados por completo, sin embargo podemos ayudar a reducir la contaminación mundial a causa de la basura, en este caso a través del reciclaje.<sup>2</sup>

### ¿Por qué se debe reciclar?

El reciclar no solo es una buena costumbre con conciencia medioambiental, sino que trae consigo grandes resultados y consecuencias positivas. El reciclar evita el incremento de volumen de residuos, el gasto de recursos naturales, el gasto de energía eléctrica y el aumento de costes asociados a la producción de nuevos productos.

#### 1.1.1 Las 3 “R”

Para complementar la definición de reciclaje a continuación se expone las llamadas 3 “R”. La primera es la **reducción** de la producción de material apto para convertirse en residuos, la segunda es la **reutilización** que consiste en darle una segunda vida a un

---

<sup>2</sup> Villegas, Francisco Alberto. Enciclopedia Temática Ilustrada Círculo. Colombia: Editorial Norma, S.A, 2001.

objeto y la tercera es **reciclar**: la separación y tratamiento de residuos que permiten reintroducirlos en un nuevo ciclo de vida. Con el fin de comprender el significado de estos tres enunciados, se hablará de cada uno de manera específica.

Reducir: es evitar que se dé producción de objetos que tengan como finalidad convertirse en residuos contaminantes; como principal objetivo dentro de este nivel está la reducción del consumo de bienes de energía, (la producción de energía origina gran cantidad de desechos). Para evitar esto lo apropiado sería seguir estos consejos como por ejemplo, reducir el número de materiales destinados a un particular uso, hacer un uso apropiado de los electrodomésticos para que no requieran una gran potencia de energía.

Reutilizar: aunque puede ser confundido con reciclar no es lo mismo ya que se refiere a volver a utilizar un producto que aparentemente ya no tiene vida útil, pero en cambio puede servir para otra finalidad; como por ejemplo en lugar de botar a la basura un frasco de mermelada o de otro producto, lo podemos usar para guardar otro artículo.

Reciclar: es convertir un material en otro a través de un proceso químico, en el reciclaje doméstico se puede colaborar con el inicio del proceso de reciclaje, separando en fundas plásticas previamente acordadas con distintos colores, que sean destinatarias para seleccionar los materiales sólidos para luego proceder a enviar a un lugar donde hagan uso reutilizable de estos desechos. Como por ejemplo; el vidrio y la mayoría de plásticos se pueden reciclar simplemente calentándolos hasta que se fundan, y dándoles una nueva forma. Pero sólo el vidrio posee un ciclo infinito de reciclado: de una botella surge otra botella.

De estos tres conceptos originales se derivan otros; rechazar ciertos productos que tengan como final convertirse en basura; reparar el producto para seguir utilizándolo, a pesar de que no quede como en su inicio; repensar, estar seguro al momento de la compra, si es algo necesario hacerlo o no; rentar, por ejemplo se podría pedir prestado

a alguien un libro que necesitamos solamente por un periodo de tiempo, en lugar de comprar otro; regresar a distribuidores los artículos cuya vida útil haya terminado, en el caso de botellas de vidrio de una fábrica de colas como lo hace en otros países la marca Coca Cola Company, o las compañías que se dedican a la elaboración de botellones de agua; reformar, si puede rediseñar y reelaborar algunos productos como ropa, zapatos, colchas con el fin de volver a utilizarlos.<sup>3</sup>

### **1.1.2 Cadena de Reciclado**

Existen un sin número de empresas o marcas que ayudan a la preservación del medioambiente, muchas de éstas optan por participar en el proceso de reciclaje, es decir formar parte de la cadena de reciclado.

Esta cadena atraviesa por diferentes pasos que se dan de la siguiente manera: por ejemplo unas botellas de vidrio son llevadas a las plantas de envasado, para luego ser distribuidas en distintos lugares a nivel regional, nacional o internacional y así llegar al consumidor final. Luego de que el consumidor es impulsado por el acto de compra seguido por el uso del producto y posteriormente ha tomado conciencia ecologista, recolecta los envases de vidrio y se dirige al contenedor para depositarlos, en seguida de esto un camión se encarga de recoger las botellas y los lleva a una planta de tratamiento de limpieza y trituración, el material va a la fábrica y se convierte en una nueva botella o recipiente de vidrio. Al haber cumplido con el ciclo de reciclaje, la cadena o proceso finaliza satisfactoriamente, para volver a comenzar.

Dentro de la cadena de reciclaje se encuentran los siguientes puntos:

El origen de los desechos; que puede ser doméstico o industrial. La recuperación; se refiere a la recolección y el traslado de los desechos, puede ser realizado por empresas públicas o privadas. Las plantas de transferencia; que consiste en la mezcla de los residuos para realizar transportes mayores a menor coste

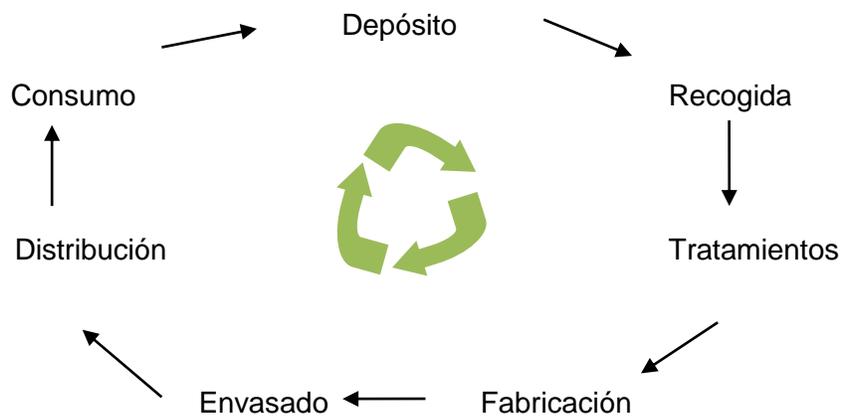
---

<sup>3</sup> Lara, David José. Reducir, reutilizar, reciclar. <http://www.elementos.buap.mx/num69/pdf/45.pdf>. Internet. Acceso: 20.mar.2011

(usando contenedores más grandes o compactadores más potentes). Este eslabón no es obligatorio. Las plantas de clasificación; aquí se separan los residuos valorizables. Reciclador final o planta de valorización en donde se los residuos se reciclan, se almacenan o se usan para producción de energía<sup>4</sup>.

### 1 Gráfico

Cadena de reciclado



### 1.1.3 Símbolo del reciclaje



Conocido también como anillo o círculo Möbius, este símbolo internacional está presente en las envolturas o envases de ciertos productos, lo cual indica que fue hecho con materiales reciclados o que el producto se lo puede reciclar.

<sup>4</sup>Porter Richard. *The Economics of waste*. <http://www.defra.gov.uk/publications/files/pb13548-economic-principles-wr110613.pdf>. Internet. Acceso: 2 feb.2011.

Como establece la semiótica, los símbolos son imágenes que se asocian con una actividad o disciplina, es el caso del signo del reciclaje que consta de tres flechas verdes que van señalando en sentido de las manecillas del reloj. Cada flecha refleja un paso en el proceso de reciclaje, la primera señala la recolección de los componentes a reciclar, la segunda es el proceso en el que estos componentes se transforman en nuevos productos y la tercera flecha es representa el progreso en donde los consumidores compran productos hechos con materia reciclada. Es por esto que el símbolo del proceso de reciclaje se asocia con un círculo vicioso o con una retroalimentación.

Otros símbolos relacionados con el reciclaje:



El anillo o círculo de Möbius con el signo de porcentaje al medio significa este porcentaje será reciclable.



Punto verde; este símbolo indica sobre la empresa que produjo el producto que cumple con la Ley 11/97 de Envases y Residuos de Envases.



Tidyman; este gráfico de una persona arrojando un papel a un cesto de basura, responsabiliza directamente al consumidor y le obliga a tirar el desecho del producto en el lugar indicado.



Estos símbolos son los que podemos encontrar en los plásticos, llevan un número distintivo.

#### **1.1.4 Información sobre la manera adecuada de reciclar**

##### **¿Cómo debemos reciclar en CUENCA?**

En la ciudad de Cuenca desde hace aproximadamente tres años se ha realizado la práctica de reciclaje; para que los ciudadanos puedan cumplir con este proceso se les ha facilitado las conocidas fundas celestes y negras. A continuación se expone la lista de artículos que van dentro de la funda celeste y los que van dentro de la funda negra, información proporcionada por la EMAC:



**En la funda negra se debe depositar todos los desechos no reciclables que se generen:**

RESTOS ORGÁNICOS Y DE ALIMENTOS: cáscaras y semillas de frutas y vegetales.

MATERIALES DE ESPUMA FLEX: platos y contenedores de alimentos, empaques y planchas.

BASURA DE BAÑO: papel higiénico, pañales desechables, toallas higiénicas, tubos de pastas dentales, afeitadoras sin cuchilla, cepillos de dientes, sachets, etc.

RESTOS INERTES: colillas de tabaco, restos de cerámica, madera, tela, polvo y desperdicios producto del barrido diario.

FUNDAS PLÁSTICAS DE POLIETILENO-RUIDOSAS: snacks, fideos, envolturas de golosinas (galletas, chupetes, caramelos)<sup>5</sup>.

### **1.1.5 Contenedores o fundas para la separación de desechos**

De toda la basura doméstica el 90% es reciclable, existe ciertos desechos que deben ser separados de la basura orgánica como: ropa, vidrio, agua, aceite, pilas y baterías, etc. El primer paso del proceso de reciclaje consiste en la recolección y selección doméstica de los desechos antes mencionados.

---

<sup>5</sup>Folletos distribuidos por la empresa EMAC, en la campaña lanzada, año 2010

Aunque en Cuenca solo se utilicen fundas celestes y negras para la separación de desperdicios, existen otras fundas de colores a priori para deshacerse adecuadamente de estos residuos y así no mezclar toda la basura lo que ayudaría a facilitar el trabajo a los recicladores finales. Estas fundas o contenedores son los siguientes:

Contenedor o funda amarilla (Envases): dentro de éste se debe depositar solamente envases livianos o ligeros.

De plástico:

- Fundas
- Tarrinas
- Botellas
- Bandejas
- Platos, vasos, sorbetes, cubiertos desechables

De lata:

- Bebidas
- Conserva

Contenedor azul o celeste (papel y cartón): dentro de éste se debe depositar los envases de cartón y papel.

Cartón:

- Cajas
- Bandejas

Papel:

- Periódicos
- Revistas
- Papel de oficina
- Papel de envolver
- Propaganda

Contenedor o funda verde claro (vidrio): dentro éste se debe depositar solamente envases de vidrio.

- Botellas
- Frascos
- Residuos de vidrio
- Porcelana

El vidrio se clasifica según su color, entre los más comunes se encuentran el transparente, el verde y el azul. Una tonelada de vidrio reutilizada varias veces como frascos ahorra ciento diez y siete barriles de petróleo. La descomposición del vidrio toma un tiempo aproximado de 1500 años.<sup>6</sup>

Contenedor o funda negra o verde oscuro (orgánico): dentro de éste se deposita el resto de desechos sólidos que no tienen lugar en los grupos anteriores. (No reciclable)

- Materia biodegradable, basura de baño.

---

<sup>6</sup> Esquivel G, María, y Karina Guillén. "Proyecto de factibilidad de una fábrica de vidrio decorativo a partir de vidrio reciclado". Tesis. Universidad de Cuenca, 2001.

Contenedor o funda roja (basura radiactiva): dentro de este contenedor deben ir los residuos que necesitan ser tratados de una manera diferente debido al peligro que acarrea su manipulación. Estos residuos no son reciclables.

#### Material médico infeccioso

- Agujas usadas
- Ampollas
- Material de desinfección (Gasas, algodón, etc)
- Partes de cuerpo y fluidos corporales
- Proteger el medio ambiente

Para concluir con el tema relacionado a lo que el reciclaje como un concepto concierne, se debe señalar los aspectos positivos de éste. Las principales razones para ejecutar una acción con conciencia medioambiental como el reciclaje son el ahorro de energía lo que disminuye el gasto innecesario de dinero, la reducción del espacio que ocupan los desperdicios al convertirse en basura y vivir en un mundo más limpio libre de contaminación y de enfermedades a través de bacterias provenientes de los residuos desechados.

## **1.2 Contaminación mundial**

La contaminación se da a través de una sustancia química o residuo que no es propio de un ambiente natural, el mismo que propicia un daño al ecosistema, (en un lugar físico o en un ser vivo). El elemento que es extraño suele ser una sustancia natural contaminante que excede los niveles naturales normales, generalmente la contaminación es producida por la intervención de la mano del hombre.

Son varias las formas de contaminación en el planeta; cada una de estas variedades de contaminación afectan indudablemente al ecosistema, quizá el efecto contaminante que causen no sea de igual intensidad pero al final terminará siendo dañino.

### 1.2.1 Tipos de Contaminación

Las formas de contaminación más conocidas son;

Contaminación atmosférica: se trata de una liberación de gases que contienen químicos y sustancias dañinas, lo producen las fábricas, ciertas maquinarias y vehículos.<sup>7</sup>

Contaminación por basura o residuos urbanos: esta es la más lamentable, se refiere a la acumulación de todo residuo o desecho que ya no tiene una aparente vida útil, es producida por el ser humano.<sup>8</sup>

Contaminación acústica: se genera por el ruido urbano, bocinas de autos, aviones, industria, entre otros.<sup>9</sup>

Contaminación del suelo: se refiere a la liberación de sustancias químicas producidas por filtraciones bajo y sobre la tierra, como por ejemplo los derrames de petróleo.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Elsom, Derek. Debate ambiental y contaminación atmosférica urbana: Los casos de Londres y la ciudad de México. <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2641/6.pdf>. Internet. Acceso: 29.abr.2011

<sup>8</sup> Hernández, Ligia Chárraga, coordinadora. Manual de Manejo Adecuado de Residuos Sólidos. Cruzada Nacional por un México Limpio. México 2003.

<sup>9</sup> López Ruíz Carmen Eloísa. Protección penal del medioambiente. <http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/derpen/article/view/990/940.Pdf>. Internet. Acceso. 29.abr.2011

<sup>10</sup> López Ruíz Carmen Eloísa. Protección penal del medioambiente. <http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/derpen/article/view/990/940.Pdf>. Internet. Acceso. 29.abr.2011

Contaminación radioactiva: se produce por la intervención de la física atómica como explosiones de plantas nucleares, bombas nucleares, trabajos o practicas con materiales radioactivos.<sup>11</sup>

## 2 Fotografía

Artículos plásticos. Planta de reciclaje Pichacay



En este caso la contaminación que forma parte del problema es producida por la basura o residuos sólidos urbanos, para eso primero es importante conocer acerca de estos residuos sólidos. Se entiende como residuos sólidos urbanos a todos los elementos generados en los domicilios particulares, vías públicas, zonas verdes, áreas recreativas, playas, tiendas de comercio, oficinas, entre otros. No son considerados como desechos peligrosos y debido a su composición pueden ser asociados a los producidos en los lugares ya mencionados.

Según el instituto Blacksmith, una organización no gubernamental que monitorea la contaminación, los países con mayor contaminación de desechos urbanos son; Dandora, Dumpsite, Kenya (Africa).<sup>12</sup>

La contaminación de la basura, es directamente generada por el ser humano, al percatarse de que la vida útil de un producto culminó se encarga de deshacerse en todo momento y lugar de estos productos que luego serán desechos. Entre ocho mil y diez mil millones de toneladas de desechos de todo tipo se producen anualmente en el mundo, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Los desechos orgánicos tardan casi cuatro meses en biodegradarse, el papel de tres

---

<sup>11</sup> IAEA Safety Standards: For protecting people and the environment. Regulations for the Safe Transport of Radioactive Material. 2005. [http://www-pub.iaea.org/MTCD/publications/PDF/Pub1225\\_web.pdf](http://www-pub.iaea.org/MTCD/publications/PDF/Pub1225_web.pdf). Internet. Acceso: 29.abr.2011.

<sup>12</sup> Países más contaminados. 2 may. 2011

<<http://www.blacksmithinstitute.org/wwpp2007/finalReport2007.pdf>>

semanas a dos meses, un envase de aluminio hasta cuatrocientos años, el plástico quinientos años y el vidrio tarda mil quinientos años o más. Estos datos inducen a una reflexión, la mayor parte del tiempo no somos conscientes de lo que hacemos, como no somos conscientes de la basura que generamos y la manera en la que nos deshacemos de esta.

Hoy en día la preocupación por el cuidado del medio ambiente y por rescatar el ecosistema aumenta cada vez más, estas ideas y pensamientos positivos de preservar la naturaleza está rondando la mente de muchas personas y grupos “verdes” alrededor del mundo, hace dos o tres décadas se hablaba del tema pero no se lo trataba todavía con tal interés y preocupación.

## **1.3 Consumismo**

### **1.3.1 La Globalización**

Se entiende por globalización como la tendencia económica de acumulación de capital y liberalización absoluta de mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

Se caracteriza por la descentralización de los mercados de capitales, bienes, servicios y mano de obra e información más allá de las fronteras. Según Stuart Hall el término globalización hace referencia a la reducción de las barreras nacionales para permitir el libre flujo de bienes y mercancías. Para este autor las causas principales de la globalización son el desarrollo tecnológico aplicado al comercio mundial y la facilidad de exportar tecnologías de un país a otro manteniendo la centralización de la gestión en las ciudades globales.

El fenómeno de la globalización se ha introducido dentro del mundo comercial, tecnológico y cultural de forma precisa y avanzada, dado que se ha encargado de conectar a todo el mundo entre sí. La globalización como todo sistema tiene ventajas y desventajas.

A partir del avance acelerado de la tecnología y de su accesibilidad, podemos conocer ajenas culturas, noticias, novedades, países, entre otras que hace algunos años atrás ni siquiera se pensaba que podíamos llegar a conocer. La preparación académica es algo que se puede realizar con mayor libertad mediante estudios a distancia, lo que hace de profesionales gente con mayores conocimientos que estén aptos para ocupar grandes vacantes.

La industria y el comercio son avances que también se han agilitado gracias a la globalización, hoy en día no es extraño adquirir en un plazo muy corto de tiempo, zapatos hechos en Italia o un cereal hecho en los EEUU o una computadora hecha en Japón, cada vez es más fácil obtener cualquier tipo de producto así sea de lugares que estén ubicados en el otro extremo de donde nos encontremos en el globo terráqueo. En el caso de la industria la materia prima está siempre a la mano aunque provenga de lejanos lugares, tan solo con una llamada o un email lo tienen a diario para la fabricación de distintos artículos.

Si bien la globalización ha hecho un rotundo cambio positivo a nivel mundial también ha traído singulares actitudes por parte de las sociedades, es el caso del consumismo que no es otra cosa que el abuso de la obtención de productos y beneficio personal.

## **Concepto de consumismo**

Según la Real Academia de la Lengua Española consumismo se refiere a la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios<sup>13</sup>.

El consumismo es la acumulación, compra o consumo de bienes y servicios considerados no esenciales, como al sistema político y económico que promueve la adquisición competitiva de riqueza como signo de status y prestigio dentro de un grupo social. El consumo a gran escala en la sociedad contemporánea compromete seriamente los recursos naturales y el equilibrio ecológico.<sup>14</sup>

### **1.3.2 Consumismo del siglo XXI**

En cada clase social la manera de consumir varía de menor a mayor grado dependiendo del capital per cápita del individuo consumista. Si hacemos un recorrido por todo el país podremos verificar que lo dicho anteriormente con relación al consumismo es cierto, si viajamos a la costa ecuatoriana en zonas que se refleja la pobreza del país veremos que muchos ecuatorianos de clase baja viven en una casa fabricada con materiales rudimentarios, sin alcantarillado, sistema de agua potable y demás servicios básicos pero a pesar de tanta pobreza ciertos electrodomésticos y artículos tecnológicos es algo que no falta.

En las clases media y media alta mientras más dinero se posea más fácil es despilfarrar o gastar en artículos secundarios, existe despreocupación y accesibilidad

---

<sup>13</sup> "Consumismo". *Diccionario de la lengua española*. Vigésima segunda Ed. España: Real Academia Española, 2001.

<sup>14</sup> Harnecker, Marta. Haciendo lo Imposible: La izquierda en el umbral del siglo XXI. <http://www.rebellion.org/docs/95166.pdf>. Internet. Acceso: 23.mar.2011

al momento de consumir ciertos productos que para las clases más bajas esto sería casi imposible.

La migración, la inestabilidad económica y otros motivos han puesto a consumir a toda clase social independiente de que ésta sea alta, media o baja, el único requisito es tener el dinero necesario para realizar la compra.

### **El sistema capitalista y la publicidad**

El capitalismo y la publicidad llevan a un consumismo acelerado y a veces irracional. Se entiende por capitalismo al sistema económico fundado en la propiedad privada y la libertad económica como relación económica básica de producción. En una sociedad capitalista se produce y se da un intercambio de bienes o servicios de una manera libre con el fin de beneficiarse, es por eso que el consumismo se da por el capitalismo y su filosofía. Muchos países mantienen el capitalismo como sistema económico, sin que esto interfiera en el desarrollo de un país, en el caso del Ecuador a pesar de ser un país subdesarrollado se maneja en este sistema capitalista y por adición consumista.

Con la aparición del marketing y la publicidad se desarrolla el consumismo a lo largo del siglo XX, convirtiéndose en una herramienta fundamental que incentiva el acto de consumir y tomando mayor fuerza en este nuevo siglo. Estamos viviendo una era en la que a donde vayamos nos encontraremos con anuncios publicitarios que persuaden en la decisión de compra, la misma que muchas veces es más por inercia que por necesidad, de ahí viene la llamada necesidad estimulada (una motivación que se da por una fuerza psicológica positiva que impulsa al individuo a realizar una compra).

Un sin número de productos o servicios que se venden a través de medios impresos o audiovisuales son adquiridos con mayor facilidad por los consumidores. Por ejemplo las revistas rosas que son distribuidas cada mes, tienen páginas enteras dedicadas a anuncios publicitarios de productos que son considerados de lujo como perfumes,

ropa, destinos turísticos, accesorios, autos, etc. Dependiendo del énfasis de la campaña publicitaria, de cómo se muestren los atributos del producto o del posicionamiento del mismo, habrá un mayor impulso por parte del consumidor para realizar la compra. De esta manera es como se lleva a un individuo a que se convierta en un ser consumista, mientras exista oferta habrá demanda.

### **1.3.3 La contaminación como efecto del consumismo**

¿De qué manera el consumismo afecta al medio ambiente?

El despilfarro de ciertos recursos y el consumo innecesario son parte de las causas que provocan el deterioro del medioambiente. La acumulación de plásticos en gran cantidad como envases de agua, jugos, gaseosas, fundas de plástico, etc. generan la contaminación del medio ambiente, un 20% de la basura que producen las personas van a parar a ríos, mares, playas, parques, bosques no protegidos, etc. Al momento de realizar una compra o consumir recibimos bolsas de plástico, papel o cartón que en toda tienda nos la dan para llevar el producto aunque éste no la requiera. Si hubiera mayor concienciación y dejáramos de aceptar estas bolsas innecesarias, ayudaríamos significativamente a reducir la basura en el mundo.

Entre los efectos del consumismo el tema más abordado y preocupante es el global; se refiere al daño ambiental y se divide en dos; el excesivo consumo de recursos naturales que causan un mayor deterioro del planeta y los procesos de producción que generan contaminación.

Para ayudar al medio ambiente y a la vez reducir el consumismo se puede optar por adquirir un producto de buena calidad una sola vez y evitar recibir posible basura: envases retornables en lugar de no retornables, bolsas resistentes de tela para las compras del supermercado en lugar de las de plástico, artículos convencionales en

lugar de artículos desechables. También se podría adquirir productos que son biodegradables en lugar de productos que generan mayor contaminación.

#### **1.4 Conclusiones**

Para concluir con este capítulo se recuerda que el concepto de reciclaje como tal tiene algunos matices, entre estos el más recordado o conocido es la reutilización de objetos que ya no tienen una aparente vida útil, es un proceso que atraviesa un material para convertirse en otro o en el mismo con una nueva vida; también se lo considera como la separación adecuada de los desechos para colaborar con el proceso de reciclaje organizado. En esta campaña lo que se pretende es difundir al público la manera de cómo pueden colaborar con el proceso de reciclaje de la ciudad, lo que en un futuro evitará un gran incremento de basura y por ende la contaminación.

Por otro lado para comprender cómo se produce la contaminación de basura, se pone a disposición el concepto del mayor generador de basura a nivel mundial, el consumismo, hoy en día esta práctica es algo por lo que todos en algún momento nos hemos dejado llevar, el deseo de obtener productos que no son considerados como necesarios para nuestra vida está cada vez más latente. Es por eso que se propone un consumismo responsable, porque si seguimos consumiendo y arrasando con todo lo que está a disposición en el mercado, acabaremos viviendo al lado de la basura.

Según estadísticas el porcentaje de basura inorgánica es superior a la orgánica. Las organizaciones ecologistas en su mayoría, otras sociales y políticas sostienen el concepto de consumo responsable, con el fin de conservar el medioambiente y la igualdad social, proponen el consumo moderado de los individuos ajustándose a sus necesidades sin sobrepasar límites.

## **CAPÍTULO 2**

### **COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

Para desarrollar una propuesta de campaña con fines educativos e informativos se debe incluir en el marco teórico el concepto de edu comunicación, ya que las dos van de la mano y se complementan. Para poder educar o enseñar es estrictamente necesaria la comunicación, ya que la información llega al educando a través del habla, la lectura, las mímicas y los actos, de la misma manera la educación está relacionada a la comunicación, si no existiera la educación no habría información adecuada y enriquecedora que comunicar.

La comunicación es un acto social que nace con el hombre, pero la educación se va desarrollando según crece este ser. Desde el primer momento que el niño ve la luz se comunica llorando, para expresar su inquietud que le produce el nacimiento. Pero al ir creciendo sus padres son quienes se encargan de educarlo y de enseñarle conocimientos que van desde lo más básico como comer, caminar, hablar, jugar, hasta lo más complejo como leer y generar conocimientos cognitivos, sociales, filosóficos, etc.

La auto educación se la puede considerar una actividad que no necesita de un vínculo o un acto comunicativo, sin embargo al momento de ejercer la lectura de un escrito, el individuo está recibiendo un mensaje que alguien más lo emitió o lo escribió anteriormente. Es por eso que la comunicación siempre va a estar presente en una actividad educativa o de enseñanza.

Según avanza la tecnología en el tiempo, aumenta la posibilidad de informar mediante los nuevos medios de comunicación que salen al mercado y a través de las nuevas ideas generadas por los educadores. En muchas escuelas todavía se utiliza un método tradicional de enseñanza, mientras que otros centros educativos utilizan revolucionarias y nuevas maneras de impartir conocimientos, logrando un mejor aprendizaje por parte de los niños quienes receptan con mayor facilidad la información.

Temas de índole social o medioambiental son más aceptados por los niños que por los adultos, es decir los menores se apersonan de estos temas tanto como si fueran suyos, por esta razón se debería enseñar en las escuelas con mayor intensidad valores, visión de vida a futuro, temas de conciencia social y medioambiental, ya que serán asimilados rápidamente y se grabará en su mente para toda la vida.

Para comprender de qué trata la edu-comunicación se hará un breve análisis de los conceptos de comunicación y educación por separado.

## **2.1 Comunicación**

La comunicación etimológicamente se deriva del latín *communiare* que puede traducirse como “poner en común o compartir algo”. Se ponen en común ideas, pensamientos, conocimientos a través de canales o medios. Además se refiere a un proceso social de interrelación entre dos o más personas en donde comparten una información, este proceso se lo hace mediante un emisor (quien emite el mensaje) y un receptor (quien recibe el mensaje). La información o el mensaje (conjunto de ideas y acontecimientos expresados por el emisor hacia el receptor) es transmitido como un código (lenguaje o simbología a priori) a través de un canal (conexión establecida para la difusión del mensaje) en una situación (tiempo y espacio) en la cual se genera un referente (realidad que es percibida gracias al mensaje) para que de inmediato se de

una retroalimentación (mensaje de vuelta) es así como se habrá completado el proceso de comunicación.<sup>15</sup>

La comunicación es una capacidad que le ha sido atribuida al ser humano para que pueda interactuar con sus semejantes, esta acción es propia del hombre debido al hecho de ser un social y de pertenecer a una sociedad. Desde que se creó la tierra han existido formas de comunicación entre los seres humanos como símbolos, lenguas o idiomas, actos, rituales, etc. Otra manera de comunicarse es el arte como la música, la poesía, el teatro, la pintura, la fotografía, en cada uno de estos se plasman mensajes que alguien quiere dar a conocer a través de técnicas artísticas. Sin embargo la comunicación no es solamente del ser humano, los animales también se comunican unos con otros, a través de sonidos que emiten y aunque la mayoría lo haga con el fin de aparearse, esto no deja de ser un acto comunicativo.

Es tan importante la comunicación que si un individuo quiere expresar una idea, sentimiento, pensamiento, tiene que necesariamente acudir al acto de comunicación, de lo contrario nunca se haría entender.

### **2.1.1 Medios de Comunicación**

En tiempos remotos el comercio no tenía mucho alcance, y la comunicación era limitada, el hombre pensó que debía hacer algo al respecto para lograr cumplir sus objetivos y anhelos. Se ingenió maneras de acortar camino de un extremo del globo a otro y creó herramientas para la comunicación de todo el mundo, como son los medios de comunicación masivos: televisión, radio, periódico, revistas, e internet a través de estos medios el mundo entero se encuentra más conectado.

---

<sup>15</sup> Pineda, Migdalia. Los Paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teóricos-metodológicos. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. <http://www.dialogosfelafacs.net/dialogosepoca/pdf>. Internet. Acceso: 1.abr.2011.

El teléfono, el periódico, la radio, la televisión, el internet, son algunas de las herramientas de las que estamos hablando ya que su funcionalidad es muy gratificante.

El internet es el medio más completo de información y comunicación debido a su alcance mundial. Cada vez resulta más fácil acceder a este servicio si queremos encontrar algo sobre cualquier tema, únicamente tenemos que escribir en la página del buscador la palabra y tendremos miles o millones de definiciones que se acercan a esta, del mismo modo si se queremos buscar a una persona vamos a una red social y probablemente esté ahí, por eso es que el internet es otro mundo dentro del mundo físico en el que vivimos. Las escenas de Hollywood se están volviendo reales gracias a la actual tecnología, el hablar por video conferencia en tiempo real a través de una computadora con un individuo que se encuentra en otro extremo del mundo es tan accesible como tomarnos una taza de café, es por eso que el internet es considerado un medio de comunicación que ha facilitado increíblemente la vida del ser humano.

Pero no todo lo nuevo tiene que ser precisamente bueno o creado para superar a las antiguas costumbres, por ejemplo el periódico es un medio de comunicación que vivirá un largo tiempo hasta que las nuevas generaciones dejen de consumirlo, la sensación que provoca el tacto de nuestras manos con un papel de prensa escrita es algo que nuevas tecnologías aún no han podido superar, no es lo mismo leer una noticia en una computadora que leerla en un periódico sabiendo que pagamos por leerlo y que nos hace propietarios de esa información adquirida.

## 2.2 Educación

Según su etimología, educar se deriva del latín *educare* que significa conducir a partir de, y consiste en “desarrollar o perfeccionar las facultades intelectuales y morales del niño o joven por medio de preceptos, ejercicios, ejemplos, etc”.<sup>16</sup>

La educación es un proceso de construcción personal orientado al desarrollo intelectual, físico y emocional de un individuo, este proceso se basa en patrones referenciales socioculturales que permiten un desarrollo y perfeccionamiento de las facultades y habilidades del individuo para luego conducirlo a crear cambios en su conducta y prepararlo para la vida.

Se refiere además a una influencia espontánea, voluntaria y organizada de transmisión y asimilación cultural que se ejerce sobre un individuo para formarlo o desarrollarlo. Las nuevas generaciones debido a que son más influenciables, asimilan conocimientos, valores, costumbres y maneras de actuar de sus mayores, muchas veces con el objeto de que pongan en práctica lo aprendido.

A veces se puede confundir el concepto de instrucción con el de educación. La instrucción se refiere a transmitir conceptos o acciones que pueden aportar buenos comportamientos como también conceptos que pueden salirse de lo moral y lo ético, es decir que instruyan o destruyan a una sociedad, mientras que la educación es un proceso que tiene como finalidad la formación integral de cada individuo para su beneficio y el de la sociedad en donde vive.

---

<sup>16</sup> “Educar”. *Diccionario de la lengua española*. Vigésima segunda Ed. España: Real Academia Española, 2001.

La educación es la herramienta fundamental en la vida del hombre y de la sociedad. En muchos países los gobiernos generan fuentes de educación aportando con escuelas, profesores y útiles escolares totalmente gratis con el objeto de educar a todos los individuos preparándolos para un futuro próspero. Sin embargo, esto no sucede en los países del tercer mundo, ya que todo depende del gobierno de turno que muchas veces se encarga de erradicar el analfabetismo de la sociedad o se centra en dar solución a otras contrariedades como la falta de vivienda, salud, alimentación, casi nunca logran erradicar todos los problemas en conjunto debido a factores que lo impiden, entre ellos la falta de financiamiento.

“La educación no es una actividad teórica, sino una actividad práctica relacionada con el cometido general de desarrollar las mentes de los alumnos mediante procesos de enseñanza y aprendizaje”.<sup>17</sup>

En conclusión el objetivo fundamental de la educación, es conseguir que cada individuo llegue a un desarrollo integral de sí mismo, dependiendo de sus propias capacidades internas, quitando posibles límites externos que formen al individuo según la conveniencia social, reduciendo así las posibilidades de las personas en función del sexo al que pertenecen.

### **2.2.1 Educación Institucional**

La educación institucional o escolarizada es un proceso en cual se imparte todo tipo de conocimientos intelectuales, destrezas, conductas y formas de pensar, se genera en un centro educativo a alumnos que oscilan entre los cinco y dieciocho años de edad, para formarles tanto intelectual como socialmente para un correcto desempeño en su vida profesional. La educación institucional es una manera de transmitir conocimientos generales por parte del emisor (maestro) al receptor (alumnos). En la etapa escolar se imparten la mayoría de conocimientos básicos, quizá los más importantes, porque

---

<sup>17</sup> Abril Freire, Mario. *Diccionario Enciclopédico de Educación*. Quito, s/n, 2004.

estos quedarán en la mente del niño por siempre, es por eso que la escuela es el lugar en donde los individuos se forman.

La escuela además se encarga de transmitir valores, actitudes y conocimientos mediante un currículum escolar a todos quienes la conforman y genera habilidades para que cada alumno las afina a su personalidad, lo que permite una integración responsable y participativa para que puedan enfrentarse a una sociedad de cambio continuo.

En la etapa de la educación escolar es cuando los alumnos aprenden las bases para el proceso de aprendizaje de toda su vida. En los primeros años de escuela, al individuo se le da los conocimientos más importantes que consisten en leer y escribir, al igual que las materias científicas como las matemáticas en donde aprenden a sumar y restar, con estos conocimientos una persona puede ser considerada libre de analfabetismo y lista para recibir nueva información que contengan mayor fuerza intelectual.

En esta etapa de educación inicial el alumno forma su personalidad integral, es decir todo valor y actitud que se le enseñe será mejor asimilado por un niño que por un adulto. Si bien puede resultar difícil convencer a un adulto en erradicar sus malos hábitos y cambiar su ideología, a un niño le puede resultar muy sencillo, debido a que ellos están en proceso de formación, por esa razón es que los niños van a la escuela desde muy pequeños, porque perciben mejor la información.

Si comparamos el cerebro de un niño con una esponja encontraremos una gran semejanza que consiste en “absorber” o retener mayor información a largo plazo, es por eso que se dice que la mejor etapa para aprender a tocar un instrumento, aprender un idioma, o alguna otra habilidad es la niñez.

Un recurso que disponen los niños para aprender es el juego; actividad que es parte del crecimiento de los niños, ellos recrean lo vivido y lo que han aprendido en la escuela y lo que han percibido de la información generada por los medios de comunicación con los que están en contacto a diario, gracias al juego los niños aprenden de un modo más espontáneo y natural poniendo en práctica los roles sociales impuestos por la sociedad.

### **2.3 Edu - comunicación**

Luego de haber visto los conceptos de educación y comunicación por separado puedo establecer una definición clara de lo que edu-comunicación quiere decir. Este término hace referencia a la acción de educar a través de la comunicación, es utilizar los medios de comunicación para la enseñanza. Tanto la comunicación como la educación son campos sociales que forman parte del desarrollo humano, ambos trabajan directa y plenamente con la información, la misma que tiene como objetivo ser transformada en conocimiento.

Acerca de la comunicación como parte de la educación, se entiende que se trata de difundir conocimientos a un público objetivo mediante materiales de comunicación como cd's, videos, cassettes, fotografías, entre otros, y llegar a un público más o menos numeroso.

El modelo típico institucional es unidireccional en donde el docente se ubica al frente de los alumnos con el fin de enseñar mediante la voz sobre distintos temas intelectuales, para luego calificar la comprensión de los alumnos a través de evaluaciones. Muchos centros educativos han intentado romper con este modelo educativo tradicional, para reemplazarlo por la educación "moderna" que consiste en la enseñanza a partir de medios de comunicación audiovisuales. Esta enseñanza "moderna" podría tener un fondo correcto, pero quizá la forma sea errónea al momento

de educar ya que según lo explican ciertos pedagogos esta enseñanza podría resultar un estancamiento en la educación, mas no una ayuda. <sup>18</sup>

Hay maestros que no están de acuerdo con la enseñanza a través de los medios, prefieren enseñar de la manera tradicional y optan por imponer su metodología de enseñanza sin dar cabida a la educación a través de medios de comunicación. Así que por más que se provea de televisores, videos, proyectores o computadoras, si los docentes no saben manejar de una manera adecuada y creativa la educación a través de medios, es difícil que se obtengan resultados positivos en esta modalidad, el problema es la errada concepción pedagógica y comunicacional desde la cual se introduzcan los medios en el aula.

### **2.3.1 Niños (as) 6 a 9 años de edad (comportamiento, educación, intereses)**

El público meta al cual se consideró dirigir la campaña con niños y niñas de seis a ocho años, pues esta edad es el inicio de una fase intelectualmente nueva, es considerada como la “edad de la razón”, en donde el pensamiento se vuelve lógico. Esto se da porque a partir de los seis años los niños alcanzan un nivel de madurez como para percibir e identificar aspectos de su entorno y son capaces de reconocer experiencias, conductas, mensajes, estímulos y situaciones a los que se encuentran expuestos. En estas edades adquieren conciencia del entorno en el que se encuentran y tienen la capacidad de discernir y opinar acerca de la información que receptan, debido a que van definiendo sus gustos y preferencias.

Aurora Alvarado, docente de los 3ros y 4tos grados del Colegio Aleman Stiehle, de Cuenca, comentó sobre la manera de llegar a los niños de seis a ocho años. “Para que los niños centren su atención en una charla o conferencia es recomendable hacerla

---

<sup>18</sup> Kaplún, Mario. A La Educación por la Comunicación. Quito: CIESPAL, 2001.

interactiva, usando elementos que involucre los sentidos como oído, olfato, vista, tacto y gusto si es preciso”<sup>19</sup>

Además dijo que para conseguir una mejor concentración de los niños y niñas, se pueden aplicar dinámicas, utilizar medios didácticos e incluso proporcionarles de hojas en donde los pequeños plasmen lo que han aprendido, esto servirá para unas posteriores propuestas.

No hay comunicación sin educación como no existe educación sin comunicación, es claro el complemento total de ambos.

### **2.3.2 Medios de comunicación como medios de educación**

La mayor parte del tiempo se critica duramente a los medios de comunicación debido a la manera en que comunican, pero la gente no se da cuenta es que estos vehículos informativos pueden ser muy útiles e importantes al momento de llevar la información a su destinatario. Si los medios se dedicaran a informar temas positivos con carácter de cambio se podría evitar innumerables actos de violencia que a diario se registran, o las malas costumbres podrían dar un giro de 360°; es decir si los medios se dedicaran a educar a la sociedad este mundo sería mejor. El poder que tiene los medios y la influencia con que actúa sobre la gente es enorme.

“Para sacar provecho de los medios de comunicación, se pensó que en podrían convertirse en la gran escuela- multitudinaria y de capacidad de cobertura ilimitada de los finales del siglo XX”<sup>20</sup>(Kaplún, 71). A raíz de esto es cuando nacen las escuelas

---

<sup>19</sup> Entrevista realizada a la Lcda. Alvarado Aurora profesora del Colegio Alemán Stiehle de Cuenca. Lunes 18 de Abril de 2011, Cuenca.

<sup>20</sup> Buckingham, David. Educación en medios. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.,2005.

radiofónicas con su oferta de radio clases, los programadores introdujeron espacios instructivos en radio y TV, con un solo objetivo; enseñar. De este modo se pretendía aprovechar y beneficiarse del poder y alcance de los medios para cubrir las necesidades educativas de las poblaciones.

Pero se desataron ciertos problemas como es el caso del programa Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA) de educación elemental por radio, en la República Bolivariana de Venezuela, en el año de 1980, apenas unos 5000 alumnos se matricularon en este programa cifra que no cubre el elevado déficit educacional de ese país. En el año de 1990 en Tailandia se desarrolló la Conferencia Mundial sobre “Educación para Todos” que propuso “promover por todos los canales de comunicación incluyendo los medios masivos, los cambios de comportamiento que posibiliten a individuos y familias la adquisición de conocimientos, habilidades y valores requeridos para vivir mejor” <sup>21</sup>

El sistema de educación “informal” se le entiende como la suma de todos los estímulos sociales. Aquí el destinatario o educando recibe el mensaje espontáneamente sin que éste tenga que acceder a receptarla, el mensaje de esta modalidad crea interés y capta la atención y moviliza la respuesta y el estímulo del educando, claro que el empleo de los medios en esta modalidad genera más eficacia. Los canales nacionales en su mayoría con el fin de ganar rating e incrementar sus ventas transmiten programas no educativos como novelas, realitys shows, talk shows, etc. Los cuales no tiene ningún tipo de enseñanza aunque según los consumidores de este medio son los programas que más gustan debido al “morbo” que generan.

Si es que los medios se preocuparan más por la sociedad y crearán una nueva visión cultural, generarían un ambiente promotor de educación creando interés por aprender más y mantenerse informado para promover a que la audiencia se vuelva un público exigente con respecto a la calidad de la programación.

---

<sup>21</sup> Buckingham, David. Educación en medios. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2005.

Además los medios deben agradar, cautivar e interesar a televidente. Mario Kaplún en su libro *A la Educación por la Comunicación* dice: “es posible producir telenovelas educativas, pero estas deben resultar tan o más atractivas como las otras, y a la vez ser consecuentes con sus objetivos formativos, poder responder por el saldo educativo que deja su mensaje”. (Kaplún, programas televisivos 73)

### **2.3.3 Medios utilizados para educar a masas**

Diario o Periódico; ciertos periódicos aparte de generar noticia, traen en sus páginas artículos educativos que contienen información cultural, científica, novedosa, que es de mucho interés para los lectores. Dentro de algunos periódicos vienen incluidos complementos infantiles que traen consigo juegos mentales (adivinanzas, crucigramas, sopa de letras), notas curiosas, cuentos o historietas, reportajes sobre fechas históricas y artículos con fines educativos. Este medio de comunicación es el más utilizado en las escuelas, ya que los profesores solicitan trabajos que obligan a realizar la lectura del periódico.

**La Radio;** muchos jóvenes en cuenca escuchan con mucho interés la radio, de preferencia las estaciones de FM (Frecuencia Modulada) ya que en estas estaciones la mayor parte del tiempo pasan música, notas de farándula y artistas y noticias del momento, por lo contrario no escuchan con tal agrado la frecuencia AM (Amplitud Modulada) en donde el periodismo local predomina.

Radio escuelas.- En el año de 1973 se consolida ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Se trata de un conjunto de emisoras asociadas que abarca un total de 17 países de Latino América y su función era la de ofrecer programas de alfabetización y de instrucción básica, dentro de un horario establecido,

pero sin interrumpir con la normal programación de las emisoras. Aunque poco después este proyecto haya fracasado. IRFA radio escuela de Maracaibo en Venezuela, fue casi la única que continuó funcionando tras el retiro de las demás de la lista, luego de unos años esta emisora cierra su transmisión como radio escuela. Según su director esta falta de “compromiso” se debió a que simplemente no se contaba con los suficientes radio alumnos.<sup>22</sup>

**Televisión;** es el medio más rentable ya que genera mayores resultados lucrativos, los espacios televisivos tienen altos costos los que varían según la programación y rating del canal. Este es un medio muy provechoso para educar a masas, puesto que es audiovisual y llega mejor y directamente a los televidentes.

Algunos de los programas televisivos que actúan de manera educativa son:

- Documental: se refiere a un material cuya base es la investigación de un aspecto de la vida real y la utilización de técnicas como la entrevista, el trabajo, el campo y los esquemas.<sup>23</sup> Los documentales según del tipo que sean, tienen como objetivo mostrar teorías o hipótesis a base de estudios, al ser de carácter audiovisual tiende a ser explotado al momento de su producción, en un documental se utiliza video, multimedia, fotografía y audio. Se lo cataloga como educativo dependiendo de la dirección que tome el documental, puede llegar a informar como a desinformar. El video documental se divide a su vez en video corporativo, reportaje periodístico, didáctico o informativo.
- Programas infantiles; son dirigidos a un público estimado entre los tres y doce años de edad, busca satisfacer las necesidades educativas, informativas y de entretenimiento. Datos recientes indican que, en promedio, los niños en

---

<sup>22</sup> Buckingham, David. *Educación en medios*. Barcelona, España, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2005.

<sup>23</sup> Para encontrar mayor información sobre videos documentales o argumentales buscar en la pág. 104 de la enciclopedia ANAGRAMAS.

América pasan cerca de tres a cinco horas al día viendo televisión <sup>24</sup> La comisión federal de comunicaciones de Estados Unidos ha impuesto normas y leyes para llevar a cabo el mandato de la Ley de Televisión Infantil que dice incrementar la programación educativa e informativa para niños.

- Programas educativos; en la actualidad casi no existen programas con fines educativos, aun así en la televisión pagada podemos encontrar este tipo de programas con más facilidad, de hecho existen canales que son específicamente educativos, científicos, artísticos, etc. Los programas educativos están a disposición de todos, pero la última palabra la tiene el televidente, y será su influencia cultural, psicosocial, psicológica y filosófica la que le hará considerar si quiere ser educado e informado por este medio masivo.

Para que la televisión y la radiodifusión tengan éxito en la enseñanza educativa, lo más recomendable es superar los modelos de escolarización y explorar otras maneras de educar así como otras estrategias. Aunque en nuestra sociedad casi en su totalidad los medios de comunicación masiva como la radio y la televisión sean más comerciales y estén más enfocados a generar ganancias lucrativas, la idea de educar a través de estos no está tan alejada, aunque la intención sea voluntad de autoridades ajenas al medio o de los comunicadores que ven más allá del rendimiento lucrativo.

El Programa “Aprendamos” se inició en el 2003 y hasta la fecha sigue al aire, se ha convertido en el mayor proyecto educativo innovador de Latinoamérica. Es transmitido por los canales nacionales más importantes, su contenido es dirigido a un público meta que corresponde a gente de un extracto social medio medio-bajo. Actualmente son más de 1.000.000 de televidentes de los cuales 700.000 se han inscrito. El éxito del programa ha sido enorme, es por eso que ha perdurado. La iniciativa de formar este programa es del Municipio de Guayaquil junto a la empresa privada. El Alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot, es el precursor más importante y quien decidió hacer este

---

<sup>24</sup>En EEUU los niños pasan más horas frente a un televisor, datos que no se alejan de nuestra realidad.

proyecto con el fin de llegar a los ecuatorianos y cambiar sus expectativas.<sup>25</sup> Este programa es un ejemplo de que en una sociedad como la latinoamericana es posible educar a través de medios masivos.

**Internet;** es el medio más interactivo, tiene una notable cercanía con los consumidores, a través de links que llevan a páginas, video chats, chats, foros, redes sociales, entre otros. A diferencia de la Televisión y la radio, el consumidor tiene que ser impulsado por un estímulo que genere un sentimiento de adquisición, ya que quien quiera informarse o entretenerse por medio del internet tendrá que ir a un cybernet para buscar en un website la información de interés.

Así como todos los medios, el internet sirve para educar incluso con más fuerza que la televisión debido a su gran contenido en información e interactividad. En este caso los educandos buscan la información, lo que se convierte en un acto de voluntad al momento de acceder a este medio. La presencia del internet en los centros educativos es fuerte y con mayor tendencia de crecimiento.

## 2.4 Conclusiones

Para manejar este tipo de campañas informativas y educativas que van dirigidas a un segmento de la sociedad y en especial si se trata de un público infantil, es necesario establecer y definir un concepto de educación y comunicación para comprender cómo funcionan al momento de aplicar en una campaña de esta índole. En este caso fue necesario manejar estas dos definiciones ya que constituyen una parte muy importante de esta campaña, en la que se educa y se transmite información (comunicar).

---

<sup>25</sup> Programa Aprendamos. 25 abr. 2011 < <http://www.fe.org.ec/aprendamos.php> >

Los conceptos educar y comunicar forman un conjunto que está presente en todo acto educativo ya sea en la educación formal como en la informal. Para el desarrollo humano y social es fundamental el empleo de la educación y la comunicación, de lo contrario seríamos seres aislados y ermitaños.

Es más probable que si se aplica de una manera estratégica el sistema de enseñanza a través de medios de comunicación, los educandos seguramente aprendan más conocimientos en un plazo más corto que de la forma tradicional y seguramente sientan mayor interés en lo enseñado.

Si en nuestro país se usaran los medios de comunicación para fines educativos se reflejaría notablemente en las costumbres, pensamiento, valores, entre otros, de los ecuatorianos, se evitaría incluso la corrupción que tanto aqueja a nuestro país. El problema es que la mayor parte de información que recibimos por parte de estos medios no es adecuada ni apta para niños como el caso de las noticias, novelas, revistas, comerciales, etc.

## CAPÍTULO 3

### ANÁLISIS INFORMATIVO DE LA METODOLOGÍA

No es nada nuevo que para poder hablar con fundamento sobre un tema es necesario documentarse o realizar una investigación previa. La metodología investigativa que se aplica para realizar un trabajo (tesis o monografía) puede ser de carácter cualitativo o cuantitativo. Tanto la forma cualitativa como la cuantitativa son muy útiles para demostrar la verdad que se propone en la hipótesis. La investigación sirve para dar solución al problema que se ha encontrado, luego de haber realizado la investigación a través de la metodología cualitativa o cuantitativa, se procede a comparar y analizar para luego realizar un informe el cual nos servirá para proponer el proyecto o para dar solución a la dificultad o traba.<sup>26</sup>

La metodología investigativa que se ha empleado en este proyecto es cualitativa, los métodos aplicados son grupos focales, observación, investigación de campo, investigación bibliográfica y entrevistas.

Previamente se enviaron solicitudes a diez escuelas de la ciudad, accediendo solamente siete, a las que se visitó en un periodo de tiempo de dos a tres semanas. El método de observación, los grupos focales y las entrevistas se han aplicado tanto en escuelas fiscales como particulares ubicadas en la zona urbana de la ciudad, los siete centros educativos escogidos para realizar esta investigación fueron la Escuela Dolores J. Torres, 3 de Noviembre, Luisa de Jesús Cordero, Centro Educativo Las Pencas, Centro Educativo San Martín, Centro Educativo Liga Deportiva Universitaria de Cuenca y Ausubel School, a los que se envió previamente una solicitud dirigida a sus directores para una visita correspondiente.

La observación implementada en las escuelas se realizó exclusivamente en horas del recreo, en un tiempo estimado de 30 a 40 minutos. Con anterioridad se realizó una

---

<sup>26</sup> Vallejo, Raúl. Manual de escritura académica. Quito: Biblioteca General de Cultura, 2003.

ficha técnica que contenía las interrogantes más relevantes. Entre todos los detalles observados con relación al reciclaje se puso mayor atención a la duda si existían basureros con fundas que distingan entre lo reciclable y lo orgánico, debido a que este es un incentivo para que se dé un proceso de reciclaje más eficiente. También se observó cuál es el alimento de mayor consumo en los pequeños para poder determinar si en realidad lo que necesita son más basureros para basura orgánica o para lo reutilizable.

Los grupos focales se aplicaron a una cifra de aproximadamente diez niños y niñas de segundos y/o terceros de básica. En ciertas escuelas se pudo captar un desconocimiento total del tema, aunque por otro lado sé que en otros centros educativos el reciclaje es algo que se maneja durante el año lectivo.

Con respecto a las entrevistas aplicadas a docentes o directiva de cada escuela, se constató que existe una contradicción entre lo observado y las respuestas del personal docente frente a las preguntas establecidas. Por otro, al percatarse que los directores de los centros educativos no respondieron la entrevista con la suficiente honestidad, se optó por realizar la entrevista únicamente a los maestros.<sup>27</sup>

### **3.1 Método de observación**

Luego de observar detenidamente la actitud de cada escuela frente al tema que estoy abordado en el proyecto, me he dado cuenta que para los niños el reciclar es un concepto que aún no está claro. La mayoría tiene diferentes ideas con respecto al verdadero significado de lo que reciclaje quiere decir. En estos centros educativos no se brinda la suficiente información como para que los niños comprendan de qué se trata este concepto, en sus mentes se ha creado una gran confusión sobre lo que significa reciclaje y otros temas relacionados con el cuidado al medioambiente.

---

<sup>27</sup> En el anexo 1 se ubica el cuestionario de la entrevista realizada a los docentes de las escuelas visitadas.

### 3 Fotografía

Falta de basureros para separar los residuos. Escuela Dolores J. Torres.



En el 80% de las escuelas a las que se ha asistido se constató la falta de basureros apropiados para cumplir la función de separar la basura, no poseen la funda celeste que sirve para los residuos reciclables, incluso algunos de los basureros no poseen ninguna funda. A pesar de esto

existe un número mayor a cuatro basureros por escuela, esto significa que se incentiva la no contaminación y las buenas costumbres en los niños sobre no botar basura en el suelo, pero si no se tiene un destino apto para el material reciclable es muy difícil que los alumnos cumplan con esta práctica.

Con respecto a la ubicación de los tachos de basura en las escuelas, estos están en su mayoría en el patio principal o en el patio de adelante, mientras que los demás se encuentran en otras zonas recreativas y canchas. Es muy importante ubicar de manera precisa los basureros, ya que de este modo los niños tendrán más facilidad para deshacerse de los residuos sin tener que hacer un mayor esfuerzo para encontrarlos, de lo contrario encontrarían este pretexto para no botar en los lugares indicados.

Para poder realizar esta campaña es necesario conocer qué tipo de productos son los más consumidos por los niños, así se podrá analizar de qué manera ellos desarrollan el proceso de la cadena de reciclaje dentro de la institución. Por ejemplo si el producto más consumido es frutas que se convierte en desecho orgánico (semillas, cáscaras, residuos de pan, etc) entonces se optará por colocar más basureros que contengan la funda negra y menos que contengan la funda celeste, pero si el producto más consumido son bebidas y/o alimento en contenedores de plástico o cartón, los basureros a colocarse serán los que contengan la funda celeste y además se les enseñará a los niños más sobre este tema.

Al carecer de conocimiento sobre la manera de aportar con el reciclaje, los niños hacen lo piensan que está bien o simplemente por sentido común. Al momento de consumir sus alimentos en la hora del recreo, los niños no se deshacen de desechos de la manera correcta a pesar de que tengan en frente un basurero que contenga la funda celeste y diga reciclaje, y quizá no lo hacen porque no saben cómo ya que tal vez nunca antes han recibido información sobre cómo reciclar, o porque quizá no se da importancia a este tema dentro de la escuela.

No se puede estipular un rango de edad que haga lo debido es decir que se deshagan de los residuos de forma adecuada, aunque según ciertos pedagogos infantiles dicen que la edad en la que se los niños prestan toda la atención y hacen caso con mayor facilidad a temas de conciencia medioambiental oscila entre los cuatro y ocho años de edad. En los centros educativos observados se pudo constatar que no existe una edad que se considere más obediente o no con respecto a un tema medioambiental o social, se vio que casi todos los niños de diferentes edades se acercaban al basurero y botaban sus desperdicios dentro de éste.

### **3.2 Grupos focales**

En el caso de una investigación a través de grupos focales se debe considerar muchos factores para sacar una conclusión acertada. Al momento de estar frente al grupo objetivo y formular preguntas a los miembros de éste se obtiene resultados satisfactorios, ya que se consigue la información de una manera directa porque existe interactividad entre el investigador y su público, lo que permite mayor precisión en comparación de una encuesta.

#### 4 Fotografía

Grupo focal a niñas de tercero de básica. Ausubel School.



De los niños (as) que estuvieron presentes en los grupos focales, al preguntarles sobre si les importa el cuidado del medioambiente respondieron que sí les preocupaba este tema. Se les preguntó sobre qué es lo que significaba medioambiente, ellos respondieron con palabras

relacionadas a este concepto como: agua, capa de ozono, no contaminar, pilas, animales, tierra, naturaleza, no botar la basura, entre otros.

Casi todos los niños de los que estuvieron en los grupos focales han oído o saben algo sobre el tema del reciclaje, pero esto no es algo que debería dejarnos tranquilos a quienes nos preocupamos de enseñar este tipo de temas ecológicos. Menos de la mitad del grupo se acerca a la definición correcta mientras que los demás no, esto significa que es necesario trabajar intensamente en esta campaña.

Los niños dijeron que en sus hogares si se cumple con el reciclaje, aunque no se podría saber con precisión si se está realizando de la manera correcta, no obstante existe la intención de reciclar lo cual es muy beneficioso; por otro lado no involucran a los más pequeños para estas labores, que a fin de cuentas incentivaría a la formación de una cultura con conciencia ecológica. Por esta falta de inclusión de parte de los padres, los pequeños no tienen conocimiento sobre estos temas.

La mayoría de niños que estuvieron presentes en los grupos focales tienen una idea aproximada sobre el concepto del reciclaje: muchos asocian con botar la basura en su lugar, poner la basura en fundas celestes y negras, recoger el plástico, entre otros; aunque no definen con exactitud se acercan mucho al concepto global.

A pesar de que en ciertas escuelas los niños conocen muy poco acerca del concepto reciclaje, un gran porcentaje afirmó que sí sabía cómo reciclar, esta respuesta deduce que si bien la teoría no es muy clara, en la práctica saben desenvolverse.

Cuando se les pidió que enumeren materiales aptos para reciclar; un 60% dijo papel y plástico, seguido por vidrio, un 10% dijeron latas y un 5% no sabe.

Se les preguntó sobre los colores de funda que conocen para separar los desechos y la mayoría mencionó los colores celeste y blanco, un 20% dijo verde y negro.

Se les hizo un ejercicio de asociación de cualidades de un personaje, los niños cerraron los ojos y se imaginaron al reciclaje personificado su objetivo era enumerar cualidades o describir a este. Un 80% dijo que le parecía un individuo aseado o limpio, seguido por educado y por último que era lindo y bueno. Esta descripción ayuda para realizar un personaje que represente a la campaña.

Para conocer con qué colores asocian este concepto se les pidió que dijeran “lo que se les venga en mente” apenas se pronuncie la palabra reciclaje, la mayoría mencionó el color celeste, seguido por el color negro, y un menor porcentaje dijo verde, blanco y rojo.

Se les pidió que traten de construir un concepto de reciclaje y debido a la corta edad no supieron resolver este enunciado, de tal manera que se les solicitó que digan palabras

relacionadas con el tema. Un 70% dijo plástico, un 20% no botar basura, seguido por papel, latas, vidrio, residuo orgánico y otros.

Para concluir con el grupo focal se les repartió unas hojas en blanco y se les pidió que dibujen un súper héroe que salve al planeta a través del reciclaje, para quienes no sabían cómo plasmar en papel un súper héroe o no lo conocían, se les dijo que dibujen algo relacionado con este tema. Muchos niños se desenvolvieron adecuadamente en esta labor, cada dibujo expresaba lo que ellos tenían en su mente en cuanto al reciclaje lo cual sirve de mucho al momento de sacar una conclusión para establecer una estrategia.

### **3.3 Metodología aplicada en la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca EMAC**

#### **3.3.1 Entrevista a un representante de la EMAC**

Esta entrevista fue aplicada al Ing. Marcelo Rosas Coordinador del Proyecto Urbal N° 2 representante de la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC) quien tiene un amplio conocimiento sobre el tema del reciclaje. Cada punto tratado en esta entrevista es de real importancia y permite interpretar claramente cómo se realiza el reciclaje en la ciudad de Cuenca.

En abril del 2010 se lanzó una campaña agresiva de reciclaje en la ciudad la cual generó resultados inmediatos, debido al gran porcentaje de la ciudadanía que comenzó a reciclar. Es obligación de todos los ciudadanos reciclar en Cuenca según lo establece el municipio en su ordenanza en el literal e) del Art.2 en el que dice: “Son

competencias de la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca EMAC fomentar todas las acciones encaminadas a la reducción, reutilización y reciclaje de desechos sólidos”.<sup>28</sup>

Existe una Normativa Legal que exige un buen comportamiento civil, si no se cumple se aplicarán sanciones o multas que dependerán de la gravedad y la frecuencia del acto cometido.

**1 Tabla**

Cuadro de infracciones EMAC. Fuente página web: [www.emac.gov.ec](http://www.emac.gov.ec)

<b>Cuadro de infracciones EMAC</b>			
<b>INFRACCIONES</b>	<b>Multa (USD)</b>	<b>1ra reincidencia</b>	<b>2da reincidencia</b>
Sacar los desechos sólidos en los parterres o en lugares no autorizados.	20.00	60.00	100.00
Irrespeto a la frecuencia y horarios de recolección	20.00	60.00	100.00
Arrojar desechos sólidos o escombros en las quebradas, márgenes de los ríos o en cualquier otro sitio público o privado.	60.00	100.00	100.00
Arrojar desechos sólidos desde lo alto de las casas o edificios.	100.00	100.00	100.00
No separar los desechos reciclables.	20.00	60.00	70.00
Transeúntes que botan basura en las calles o en lugares no autorizados.	20.00	40.00	60.00
Arrojar basura desde los vehículos.	20.00	40.00	60.00
Interrumpir el paso de peatones con desechos	20.00	40.00	80.00
Depositar materiales cortantes en fundas plásticas.	30.00	60.00	90.00

<sup>28</sup> Ordenanza que regula la gestión de desechos sólidos.  
<http://www.emac.gov.ec/sites/default/files/residuos.pdf>. Internet. Acceso. 20 abr. 2011

Según lo explica Marcelo Rosas cuando se lanzó la campaña de reciclaje hace un año, se había contemplado el hecho de implantar esta sanción que iba de veinte a cien dólares americanos según el nivel de gravedad, pero esta no llegó a establecerse debido a ciertas causas. Por otro lado tampoco se ha considerado la idea de establecer un incentivo para quienes cumplen con esta ordenanza satisfactoriamente.

Como se conoce la EMAC lanzó la campaña dirigida a todos los ciudadanos, la misma que llegó hasta los centros educativos de la ciudad, pero la verdad es que el mensaje de la campaña no estaba dirigido a niños, ya que los folletos eran exactamente los mismos que se le entregaba a un ciudadano adulto, que el que se repartía en las escuelas a los niños, es decir el mensaje que se difundía no comunicaba a este segmento.

Marcelo Rosas afirmó que a pesar de que no se ha realizado una campaña de reciclaje dirigida exclusivamente al público infantil, se está trabajando para llegar a la niñez a través de actividades interactivas como es el caso de un bus escolar que será adquirido con la financiación producto de una donación de la comunidad Europea. Los niños de cada escuela que cuenten con las mejores calificaciones podrán hacer uso de este transporte, haciendo un recorrido por las plantas de reciclaje repartidas en toda la ciudad, podrán además visitar el zoológico ubicado en el Valle y mientras atraviesan la ciudad irán viendo videos educativos que traten sobre temas ecológicos.

Marcelo afirmó que el reciclaje es eficiente apenas en un 5%, lo demás es basura, “sin embargo a pesar de esta consternante cifra se ha visto un gran resultado” aseguró. De la misma manera estaba muy preocupado por la carencia de ayuda y apoyo por parte de la gerencia y la administración de la EMAC. La gerencia está más preocupada de trabajar en patios y jardines y en el barrido diario, pero al reciclaje y a los recicladores no se les da la importancia debida, los tratan como basura y ellos no son basura aunque trabajen con ésta estableció Marcelo.

### 3.3.2 Investigación de campo en la Planta de Reciclado de Pichacay

Para conocer más sobre el reciclaje y obtener mayor información se decidió ir al relleno sanitario de Pichacay ubicado en la parroquia de Santa Ana a 21 km al este de Cuenca, junto al entendido en este tema Ing. Marcelo Rosas se cubrió la información.

#### 5 Fotografía

Recicladores trabajando. Planta de Pichacay



En el lugar se observó el destino que tiene la basura recolectada de la ciudad, se constató la manera de trabajo de los recicladores quienes se encargan de separar todo lo que llega en condiciones de artículos reciclables (fundas celestes), lo que muchas veces son residuos orgánicos mezclado con materiales no orgánicos, esto

dificulta la separación eficaz.

ARUC, AREC Y PICHACAY son tres plantas que están destinadas para realizar la separación de materiales reciclables, se encuentran distribuidas por toda la ciudad. En cada planta hay de seis a veinte personas que se encargan de separar los desechos que llegan a la planta los días jueves, viernes y sábado. En la planta de Pichacay el grupo de recicladores tienen a su cargo la tarea de separar los artículos no orgánicos, además han formado una organización jerárquica que les permite cumplir mejor las funciones como comunidad, por ejemplo: Paula Vera es la presidenta del grupo de recicladores de Pichacay ella se encarga de organizar a cada individuo.

Los materiales que son considerados como orgánicos o inservibles tienen como destino el relleno sanitario de la planta, mientras que lo valioso es vendido a intermediarios (personas o empresas) que pagan por peso. Esto varía según el tipo de

material como por ejemplo: el vidrio es el material menos avaluado ya que por cada kilo los recicladores reciben 2 centavos, se deja acumular en un tiempo de tres semanas para que luego venga un intermediario y se lo lleve en toneladas. Cada material tiene su precio por libras, kilos o toneladas.

- Chatarra (tapas de recipientes de vidrio, latas) 2 kilos a 15 centavos
- Plástico cubierto (tarrinas), cartón y periódico 1 kilo a 6 centavos
- Papel blanco (hojas de papel bond) y botellas o envases transparentes de plástico cubierto 1 kilo a 16 centavos
- Vidrio 1 kilo a 2 centavos
- Cobre 1 libra a 2,50 dólares
- Aluminio y bronce 1 libra a 35 centavos
- Plástico suave 1 kilo a 24 centavos, es lo que más cuesta pero menos pesa es por eso que se debe reunir una gran cantidad de plástico para que puedan recibir un respectivo monto de dinero.

De todo lo vendido a los intermediarios se obtiene una cantidad de 80 a 120 dólares, dinero que lo administra la Señora Leonor Panamá secretaria del grupo, cada semana un porcentaje de las ganancias es depositado en una cuenta de ahorros, lo demás es repartido a todos los trabajadores de la planta.

Muchas de las campañas de reciclaje que se implementan en ciertas escuelas fracasan, ya que consisten en realizar un concurso a nivel de toda la institución. Estos concursos tienen como base la recolección de artículos reciclables por cada grado, así quien haya recogido más papel, cartón y plástico ganará un incentivo. Al realizar este tipo de “campañas” lo que se genera es incentivar en los niños el recibir un premio a través del amontonamiento de papeles en cada aula, en lugar de enseñarles a reciclar. Cada grado lo único que esperará es ganar un premio y prestigio en la escuela y apenas el concurso termine ellos se habrán olvidado de este tema medioambiental.

## Conclusiones

En la realización de este proyecto se optó por utilizar una metodología cualitativa debido a que el público al cual me dirijo son niños de seis a ocho años de edad, quienes responden de una manera más precisa y óptima a un foro o grupo focal que a una encuesta.

Se aplicaron entrevistas a los profesores de cada escuela a la cual se visitó ya que el aporte informativo que brindaron los maestros fue de mucha ayuda para plantear la propuesta de la campaña, también se realizaron entrevistas en la EMAC la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca en donde se conversó con un trabajador de la misma y se tocaron muchos puntos de la situación actual de la empresa y de su acción de reciclaje, además se pudo realizar una investigación de campo en un relleno sanitario en donde se constató la manera en la que se separa los artículos reciclados y cómo se deshacen de todo.

En los grupos focales los niños se imaginaron al reciclaje personificado y la mayoría opina que es alguien limpio y aseado, y que es un ser muy educado es por esta razón que trata de emplear estas cualidades para la creación del personaje de la campaña.

La mayor parte de niños y niñas consideran que los colores que están relacionados directamente con el reciclaje son el celeste y el negro, lo que quiere decir que tiene en su mente una asociación con el color de fundas que existen para separar los desechos.

## **CAPÍTULO 4**

### **PROPUESTA DE CAMPAÑA**

Luego de haber realizado la investigación en los centros educativos y de haber hecho un análisis sobre los resultados de la metodología investigativa que se aplicó, se presenta a continuación la propuesta de la campaña informativa y educativa de comunicación sobre el tema del reciclaje.

Se pudo observar que los niños responden positivamente a un sistema de educación más interactivo, por lo que se propone hacerlos sentir que son parte de la acción de cuidar el planeta a través del reciclaje, haciéndolos saber que ellos pueden ayudar y ser del grupo que recicla y rescata. Se manejará una campaña estratégica que consiste en establecer tácticas que cuentan con actividades interactivas para que los niños se sientan que en realidad forman parte y no son solo un público espectador, con esto se conseguirá que se cumplan los objetivos planteados y que además los niños recuerden el mensaje de la campaña para toda su vida.

#### **4.1 Objetivos**

##### **Objetivo General:**

- Formar y educar a una generación que recicle, a través de la capacitación e información dentro de los establecimientos escolares.

### **Objetivos Específicos:**

- Concienciar a los niños sobre el cuidado del planeta a través del método del reciclaje.
- Informar e incentivar la práctica del reciclaje en el tiempo establecido.
- Cumplir exitosamente cada fase de la campaña.
- Convertir a los niños y niñas en voceros de esta campaña.
- Generar un hábito o costumbre en los pequeños ciudadanos sobre la práctica del reciclaje.

Trabajar directamente en las escuelas es óptimo para un mejor aprendizaje, es por esto que aunque la campaña se desarrolla a nivel de ciudad será difundida a cada niño, en cada aula y en cada escuela de la ciudad, el objetivo es trabajar de una manera directa con este segmento. Se busca llegar con el mensaje de esta la campaña a cinco mil cuatrocientos niños y niñas de cuenca por lo que se espera conseguir un alto porcentaje de escuelas participativas.

Uno de los resultados esperados del público meta es que sean voceros oficiales en sus hogares para enseñar a sus familiares y amigos que no han recibido esta capacitación. A su vez cuando crezcan, serán quienes eduquen a sus descendientes. Para lograr que se dé el aprendizaje requerido el primer paso será enseñarles en qué consiste el reciclaje, para esto se les impartirá la información y el mensaje a través de algunos medios convencionales y no convencionales.

## **4.2 Organización de la campaña**

La campaña a ser lanzada consta de tres fases; difusión, participación y reforzamiento. Cada fase durará aproximadamente tres meses, se desarrollarán dentro del año lectivo, el objetivo es que se lo haga en los dos siguientes años consecutivos para que toda esa generación tenga presente esta práctica de por vida.

### **4.2.1 Primera Fase**

Es el inicio de la campaña, en esta fase se difundirá la información que se quiere dar a conocer, para esto se utilizarán medios directos y tácticas para comunicar e informar. La primera fase se desarrollará en un tiempo de dos meses, para dar paso a la segunda fase.

#### **Tácticas primera fase**

Las tácticas a usarse para desarrollar la primera fase de campaña serán las siguientes:

- Se comenzará con un proceso de introducción de la campaña, en este se impartirán charlas en las diferentes escuelas donde los facilitadores de la campaña serán los encargados de explicar a los niños de qué se trata este proyecto en el que ellos serán parte fundamental. El personaje de la campaña “Rafico” será quien acompañe a cada charla para dar énfasis, color y alegría.

- Como lanzamiento de la campaña se les entregará un distintivo que consistirá en una pulsera de goma diseñada con los colores y el slogan, la misma que usarán durante toda la campaña, esto generará curiosidad por parte de los demás niños para que se contagien de las ganas de ser parte de este proyecto.
- Se les hará la entrega de un libro o folleto para colorear que contenga información específica del reciclaje, en donde aparezca el personaje de la campaña “Rafico” dando consejos. Como complemento del material a cada niño y niña se le entregará un lápiz.
- Diseñar y colocar dos tipos de afiches, en cada aula de los segundos y terceros de básica y en el patio principal cerca de los basureros. El primer afiche es informativo ya que contará con una lista de los artículos que van en la funda celeste y los que van en la funda negra. El segundo afiche les recordará que deben reciclar para cuidar el planeta, contará con el personaje y un mensaje o copy.
- Dedicar una clase de Entorno Natural o Ciencias Naturales a enseñar el concepto de reciclaje (qué es y cómo se recicla).
- A través de las artes escénicas difundir un mensaje educativo e informativo sobre el reciclaje, para esto se llevará a cabo una obra de teatro dirigida a toda la escuela (en un día previamente establecido), con el fin de motivarles a reciclar. (con la participación del personaje “Rafico”). La obra teatral consiste en representar la iniciativa de unos niños quienes deciden hacer algo a favor del medioambiente, luego de ver a través de un sueño el futuro que les espera por causa de la acumulación de basura, con la ayuda del personaje de la campaña se ponen manos a la obra y comienzan a reciclar, entonces se convierten en unos superhéroes que ayudan a conservar un ecosistema más limpio.

- Dar una función de títeres que contenga el mensaje informativo. Se mostrará a un niño muy descuidado por el medioambiente y gracias a sus amigos comprenderá que puede hacer algo por el planeta a través de soluciones muy simples como: el reciclaje.
- Organizar un paseo a la planta de reciclaje de la ciudad, de esta manera podrán presenciar y ver cuál es el destino de los materiales que son transportados por el camión de basura. Para esto se hablará con la gente de la EMAC previamente para coordinar todo.

Desde el primer encuentro, se entregará los materiales con los que los niños trabajarán durante la campaña, se facilitará el folleto, el lápiz y la regla, la pulsera o distintivo y los afiches.

#### **4.2.2 Segunda Fase**

Se trata de hacerles participar a los niños del proyecto, para esto se emplearán juegos y actividades en donde podrán desarrollar sus conocimientos acerca de reciclaje. En esta etapa los niños ya saben qué significa reciclar, por lo tanto son capaces de poner en práctica lo aprendido. No será necesario utilizar los medios de comunicación masivos debido a que se trata de buscar maneras más interactivas de llegar a este segmento, más no de informar. Esta fase tiene un tiempo de duración de dos meses, la misma que se efectuará en las escuelas participantes.

#### **Tácticas segunda fase**

Las tácticas a usarse en esta fase son:

- Como primer punto se implementarán basureros apropiados (con fundas azules y fundas negras) en puntos estratégicos de cada escuela (patios y aulas), así se desarrollará con éxito la campaña. Se proveerá de cinco adhesivos por cada escuela, en cada basurero irá pegado uno de estos adhesivos que diga desechos orgánicos y otro que diga reciclaje.
- Como parte de la materia de Entorno Natural o Ciencias Naturales pedir que realicen un trabajo que consista en dirigir en sus hogares por dos semanas en cuanto al reciclaje, ellos serán como tutores de sus padres y hermanos en la casa, les enseñarán a deshacerse adecuadamente de la basura orgánica y artículos reciclados.
- Los niños de cada aula deberán elaborar un basurero apto para reciclaje que lo ubicarán en su salón de clase, el requisito será utilizar únicamente materiales reciclables y su creatividad, de esta manera aprenderán y se sentirán más participes como parte del proyecto.
- Formar una comisión “ecologista”, que consiste en denominar a alumnos encargados de guiar a los demás niños en cada recreo para que aprendan sobre esta labor. De esta manera aprenden los dos grupos de niños, quienes enseñan y los educandos.
- Durante la primera semana de la segunda fase, se les obsequiará unos colgapuerta para que lo coloquen donde deseen.
- Establecer un concurso que consista en elaborar un cuento que narre una historia sobre temas afines al cuidado medioambiental. Como incentivo para alentar a que se inscriban en el concurso se indicará las reglas que deben cumplir y se expondrán cuáles serán los premios, en este caso el primer premio

consistirá en la publicación del libro ganador con una editorial del país, más una suma de dinero.

#### **4.2.3 Tercera Fase**

Se busca reforzar las dos fases anteriores con una tercera fase que consiste en asegurar lo aprendido, es un seguimiento que se realiza en toda campaña de comunicación exitosa. Se ejerce a partir de un mes de haber finalizado con la segunda fase.

#### **Tácticas tercera fase**

- Se evaluará a través de encuestas y un test el rendimiento en cuanto a lo aprendido en las primeras fases.
- A través del método de observación se medirá el grado de intensidad en que los niños y niñas han aprendido durante todo este tiempo, se observará su comportamiento al momento del recreo y los basureros adaptados para los residuos reciclables y residuos orgánicos.
- Se enviará una encuesta para que llenen los padres de familia de los niños con los que se trabajó, para ver si se ha dado algún cambio en su comportamiento con respecto a este tema ecológico.

- Como recuerdo se les obsequiará de unas camisetas elaboradas con un diseño en donde conste el personaje, el slogan y los colores de la campaña (opcional).

## **4.3 Diseño de la Campaña**

### **4.3.1 Target o público**

Niños y niñas cuencanos (as) de seis a ocho años de edad que estén cursando los segundos y terceros de básica. Se optó por escoger un grupo de edad limitada porque es un rango de edad que corresponde a la niñez establecida a nivel mundial. Al trabajar con una campaña se debe definir bien el segmento o el público, en el caso de este proyecto no cabía la posibilidad de dirigir un mismo contenido a un niño de seis años que a un niño de diez, porque ya no estaríamos captando la atención de ambos grupos con la misma fuerza.

### **4.3.2 Slogan**

Considero que el lenguaje del slogan debe ser claro, corto y entendible ya que va dirigido a un segmento infantil, para lograr esto utilicé un contenido positivo y directo que de una manera sutil ordene a que los niños y niñas comprendan que deben cumplir lo que se les pide. Este mensaje irá impreso y expuesto en todo material que será entregado y que puedan tener acceso.

**“Recicla con Rafico para un mundo más limpio” es el slogan que en conjunto con el personaje formará el logotipo.**

### 4.3.3 Personaje de la Campaña

Hasta hace dos años la EMAC manejaba como imagen de la empresa el personaje de la Hormiga Chua en todo material impreso (camiones de basura, publicidad, vallas, etc) la que caracterizaba muy bien a la institución, como sabemos una hormiga es un insecto que trabaja en grupo y es muy organizado, el calificativo “CHUA” viene de la palabra quichua *chuo* que quiere decir “limpio o aseado”, al tener las cualidades de limpieza y orden llega mejor a la ciudadanía. Luego el personaje fue reemplazado por un logotipo que no tiene una influencia sobre el público infantil como lo hizo la Hormiga Chua.

**6 Fotografía**  
Personaje de la  
campaña



Para la realización de esta campaña se ha decidido crear un nuevo personaje que llame la atención y que sea de gran impacto para el segmento al cual me dirijo. El personaje de la campaña es un ave llamado Rafico que se convertirá en un amigo de los niños y niñas durante este proceso de comunicación, la apariencia de este animalito es muy sencilla ya que tan solo lleva una camiseta de color celeste (el color más mencionado por los niños en el grupo focal), una letra R (reciclaje y de Rafico) y las flechas consecutivas que son del símbolo mundial del reciclaje están ubicadas en el medio de la camiseta.

### 4.3.4 Logo

Un logotipo siempre es una herramienta necesaria y fundamental para identificar un producto, marca o campaña, en este caso no será necesario crear un logo ya que para los niños pasa desapercibido y le pondrán más atención a otros detalles más relevantes, es por eso que el personaje será quien esté presente en todo material y hará las veces de logo junto al slogan de la campaña. El logotipo estará formado por el personaje de la campaña (Rafico), el slogan “Recicla con Rafico para un mundo más

limpio” con un fondo de los colores (celeste, negro, blanco y verde) que se escogieron a través del resultado de los grupos focales.

#### 4.4 Medios y Materiales

Para ejecutar las tácticas propuestas es necesario implementar algunos materiales que hacen posible la realización de las mismas, la descripción de cada uno de estos materiales son producto de la investigación que se obtuvo de las encuestas a docentes y entendidos en el tema de pedagogía infantil, con la información proporcionada por ellos se pudo analizar colores, formas, y los mensajes que irían distribuidos en estos materiales y medios de comunicación.

Los medios a emplearse para llegar al público meta serán los siguientes:

**Libro de colorear:** folleto en tamaño A5 (15x20cm) con diez hojas de entretenimiento y aprendizaje, impresa en cada página una faceta distinta del personaje de la campaña en un acto relacionado con el reciclaje al que se lo podrá ser colorear, además irá información importante del reciclaje como: porqué y para qué se debe reciclar, datos curiosos sobre el medioambiente y una lista de los objetos reciclables con sus ilustraciones.

**Afiches:** se colocarán dentro de cada aula de los segundos y terceros de básica dos afiches diferentes, cuatro más estarán en los patios cerca de los basureros, cada afiche estará impreso con los colores de la campaña (celeste, negro, blanco y verde).

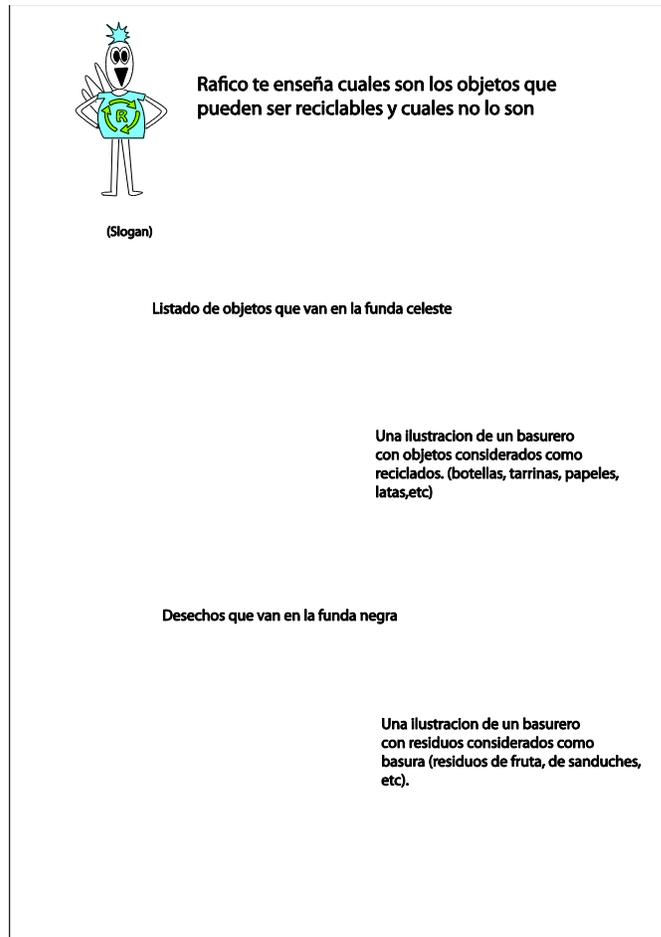
El primero será informativo, el personaje estará ubicado en la parte superior izquierda, al lado superior derecho irá un mensaje que dirá “Rafico te enseña cuáles son los objetos reciclables y cuáles no”, más abajo se encuentra un listado de los artículos

reciclables que van la funda celeste y otra lista de los residuos que no son parte del reciclaje; cada lista tiene una ilustración de un basurero con el color respectivo de, con el objeto de enseñarles y promover el reciclaje.

## Afiche 1

### 7 Fotografía

Boceto de afiche informativo



El segundo afiche les recordará que deben poner en práctica el reciclaje. En la parte superior se ubicará la frase *Recicla con Rafico para un mundo más limpio*, a un costado estará presente el personaje de la campaña junto a un mensaje que dirá: "Tú también puedes ser parte de este proyecto, separa los desechos a los que hayas dado uso tal como se explica en tu folleto"; en la mitad del afiche se ubicará la ilustración de un niño botando una botella de plástico en un basurero con funda azul, junto a un

mensaje que les incentivará a ejercer esta acción de reciclar la que dirá: “Recuerda que mientras más recicles más ayudarás a que nuestro planeta se mantenga limpio”.

## Afiche 2

### 8 Fotografía

Boceto de afiche recordativo

(Slogan: Recicla con Rafico para un mundo más limpio)



**TÚ TAMBIÉN PUEDES SER PARTE DE ESTE PROYECTO,  
¡SEPARA LOS DESECHOS A LOS QUE HAYAS DADO USO!  
TAL COMO SE EXPLICA EN TU FOLLETO.**

(ilustración de un niño botando una  
botella de plástico al basurero con funda celeste.)

**Recuerda** que mientras más recicles  
más ayudarás a que nuestro planeta  
se mantenga limpio.

**Camiseta:** en la fase tres de la campaña se les entregará una camiseta, con el objeto de que los niños se sientan responsables al momento de usarla y recuerden todo lo aprendido, se les obsequiarán las camisetas y podrán escoger entre los tres colores disponibles verde, negro y blanco con el personaje de la campaña y el slogan de la misma impresos en el centro de esta. El número de camisetas serán opcionales,

debido al alto costo que representa incluirlas se ha considerado pertinente realizar dos presupuestos; uno que conste de cinco mil cuatrocientas camisetas para cada niño y niña y otro con un número de trescientas sesenta, que serán repartidas a dos niños de cada aula de los terceros y cuartos de básica, esto dependerá del presupuesto disponible. Al momento de ejecutar la campaña se decidirá si se implementa o no las camisetas.

**Lápiz:** Se propone entregar lápices porque es el recurso más utilizado por los niños de estos niveles, por lo que ellos están aprendiendo a escribir y todo lo hacen con lápiz y que mejor que proveerles de este instrumento tan útil para su aprendizaje, es algo que de seguro apreciarán. El lápiz que se les entregará junto con el folleto que serán del color más llamativo de la campaña, celeste.

**Adhesivos para basureros:** hecho de material de vinil para que resista y dure en la intemperie, serán dos modelos de adhesivos en los que dirá “reciclaje” y “orgánico”, cada adhesivo será ilustrado con algún dibujo que demuestre la palabra escrita y además estará el personaje de la campaña.

**Colgapuerta:** este objeto servirá para recordarles que en su casa también deben colaborar con el reciclaje, irá impreso en ambos lados, al un lado se ubica el personaje de la campaña y el slogan, y al otro lado consejos de reciclaje dentro de la casa. Con una medida de 7 x 21 cm y un diámetro de 6 hecho en material resistente.

## 4.5 Conclusiones

Hoy en día los niños no se sienten atraídos por leer el periódico o escuchar la radio, la mayoría pasa más tiempo frente a un televisor o navegando en internet, es por eso que para esta campaña no se vio conveniente emplear medios de comunicación masivos. En el caso de la televisión, los canales locales casi no tienen rating infantil, son más dirigidos para las amas de casa. En el caso de la radio, no se sienten interesados por escuchar y sintonizar una emisora, además está claro que los niños no leen el periódico. El internet es un medio mucho más interesante pero debido al corto tiempo de la campaña, no es recomendable la creación de una página web.

La publicidad externa es algo que tampoco se emplea del todo, las vallas son un medio costoso y en el caso de una campaña dirigida a un público o segmento infantil esto no funcionaría, sin embargo se optó por utilizar afiches que irán colocados dentro del medio en el cual los pequeños pasan su mayor parte del tiempo; el aula.

El presupuesto depende de la entidad que ejecute la campaña que se está proponiendo, por esa razón se ha decidido poner a disposición de quien interese dos presupuestos diferentes, en los que constan los mismos artículos excepto por el número de camisetas y por los colgapiertas.

## **CAPÍTULO 5**

### **CONCLUSIONES FINALES**

La campaña será lanzada a partir de octubre ya que al constar de tres fases se convierte en un proceso de tiempo considerable. Cada fase tiene una duración entre uno a tres meses. Es decir si se comienza en octubre se podrá extender la campaña hasta mayo, lo que significa que se trabajará en la campaña casi todo el año lectivo.

Se abordará la campaña aproximadamente en treinta escuelas fiscales y particulares en la zona urbana de la ciudad, se comenzará con un limitado grupo de escuelas para observar el primer resultado, el objetivo es que se sumen más escuelas el siguiente año. Para cumplir con el objetivo de esta campaña es necesario dirigirse tanto a escuelas particulares como fiscales, en este segundo caso es primordial llegar a un acuerdo con las autoridades de la Dirección de Educación del Azuay, para que se ordene a los directores de los establecimientos escolares fiscales de Cuenca que estén prestos y abiertos a colaborar en este proceso educativo.

Con esta campaña social se pretende llegar a cinco mil cuatrocientos niños y niñas de la ciudad, con el fin de que a su vez se conviertan en voceros de sus hogares y de la comunidad, de esta forma la información se irá difundiendo por más lugares a los que no se pudo llegar directamente con la campaña.

No se ha considerado utilizar medios masivos de comunicación para propaganda, además del alto costo que esto representa, no tiene sentido utilizar medios masivos porque se lo realizará dentro de los establecimientos escolares a un reducido segmento. Es por eso que se ha decidido trabajar en forma directa con los niños, a través de materiales impresos y tácticas que forman parte del BTL.

## BIBLIOGRAFÍA

Abril Freire, Mario. Diccionario Enciclopédico de Educación. Quito: s/n, 2004.

Buckingham, David. Educación en medios. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2005.

Esquivel G, María, y Karina Guillén. “Proyecto de factibilidad de una fábrica de vidrio decorativo a partir de vidrio reciclado”. Tesis. Universidad de Cuenca, 2001.

“Globalización, Reciclar, Educación, Consumismo”. Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda Ed. España: Real Academia Española, 2001.

Jimenez López, Daniel Fernando. “Lectura de Medios. De la Audiencia ignorada al poder de las audiencias”. Revista Anagramas. 7. (2005): 75-105.

Kaplún, Mario. A la Educación por la Comunicación. Quito: CIESPAL, 2001.

Villegas, Francisco Alberto. Enciclopedia Temática Ilustrada Círculo. Colombia: Editorial Norma, S.A, 2001.

Entrevista realizada a la Lcda. Alvarado Aurora profesora del Colegio Alemán Stiehle de Cuenca. Lunes 18 de Abril de 2011, Cuenca.

24 abr. 2011 <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/educationaltv.html>

Haz tu parte recicla. Folleto informativo distribuido por la EMAC

Hernández, Ligia Chárraga, coordinadora. Manual de Manejo Adecuado de Residuos Sólidos. Cruzada Nacional por un México Limpio. México 2003.

Ordenanza que regula la gestión de desechos sólidos. 20 abr. 2011

<http://www.emac.gov.ec/sites/default/files/residuos.pdf>

Países más contaminados. 2 may. 2011

<http://www.blacksmithinstitute.org/wwpp2007/finalReport2007.pdf>

Programa Aprendamos. 25 abr. 2011 < <http://www.fe.org.ec/aprendamos.php>>

Qué es reciclar. 10 feb. 2011. <[www.biodegradable.com.mx](http://www.biodegradable.com.mx)>.

Lara, David José. Reducir, reutilizar, reciclar.20.abr.2011

<http://www.elementos.buap.mx/num69/pdf/45.pdf>.

Elsom, Derek. Debate ambiental y contaminación atmosférica urbana: Los casos de Londres y la ciudad de México. 29.abr.2011

<http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2641/6.pdf>.

López Ruíz Carmen Eloísa. Protección penal del medioambiente.29.abr.2011

<http://www.foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/derpen/article/view/990/940.pdf>.

IAEA Safety Standards: For protecting people and the environment. Regulations for the Safe Transport of Radioactive Material. 2005. 29.abr.2011.

[http://www-pub.iaea.org/MTCD/publications/PDF/Pub1225\\_web.pdf](http://www-pub.iaea.org/MTCD/publications/PDF/Pub1225_web.pdf)

Harnecker, Marta. Haciendo lo Imposible: La izquierda en el umbral del siglo XXI. 23.mar.2011

<http://www.rebelion.org/docs/95166.pdf>.

Pineda, Migdalia. Los Paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teóricos metodológicos. Universidad del Zulia. Maracaibo,Venezuela. 1.abr.2011

<http://www.dialogosfelafacs.net/dialogosepoca/pdf>.

## **ANEXOS**

## Anexo 1

### Cuestionario de entrevista a personal docente o directiva

Tema: Reciclaje

Lugar:

Nombre del entrevistado:

Tiempo de trabajo en la institución:

Cargo:

Materia:

¿La preocupación por el planeta es algo en lo que la escuela trabaja?

¿Los niños conocen acerca del tema del reciclaje?

¿La escuela se preocupa por incentivar en los niños el desecho adecuado de los residuos sólidos orgánicos y plásticos?

¿Ha habido dentro de la escuela una campaña de reciclaje?

¿Cuándo fue la última vez que se hizo impartió a toda la escuela esta información?

¿Dentro de alguna materia se da como capítulo o tema el reciclaje?

Según su conocimiento profesional como docente ¿Qué edad es la más apta para aprender este tipo de temas de conciencia medioambiental?

¿Cuáles son los materiales audiovisuales o didácticos más eficaces para enseñar a un niño de 6 a 8 años sobre un tema de conciencia medioambiental?

¿A través de qué medios los niños consiguen aprender con mayor facilidad sobre éste tema? (Radio, prensa, revistas, tv, películas o cortometrajes)

## Anexo 2

### Cuestionario de grupos focales

Escuela:

Nº de niños:

1. ¿Les preocupa el medioambiente y su cuidado?
2. ¿Qué conocen del tema del reciclaje?
3. ¿En sus hogares reciclan?
4. ¿Cómo reciclar?
5. ¿Qué materiales son reciclables?
6. ¿Qué colores de funda conocen para reciclar?
7. Si el reciclaje fuera una persona, descríbanlo cómo sería éste.
8. ¿Con qué colores relacionan al reciclaje?
9. Dibuje un personaje o superhéroe del reciclaje
10. ¿Qué palabras asocia con relación al reciclaje?

### Anexo 3

#### Ficha técnica de método de observación

Lugar:

Nº de niños (as) a ser observados (as):

Para tener más resultados y extraer mayor información, se hará la observación en el momento del recreo.

¿Existen basureros aptos para reciclar? (fundas celestes y fundas negras).

¿Cuántos basureros hay?

¿Ubicación de los mismos?

¿Cuál es el producto que más suelen comprar los niños dentro de la escuela y qué es lo que más consumen?

Bebidas	(botellas)
Papas fritas, maní, plátanos fritos, tostitos, etc	(fundas de plástico)
Chupetes, sorbetes, contenedores de golosinas y jugos	(plástico)
Fruta, sánduches, vegetales	(desechos orgánicos)

¿Cómo se deshacen de los desechos que han utilizado? (botan la basura en su lugar, o en el patio)

Si es que los niños botan la basura en los tachos, ¿Lo hacen en los cestos indicados? (separación de lo reciclado)

Según lo observado ¿Cuál es el rango de edad que hace lo correcto al momento de botar la basura?

## Anexo 4

### Cuestionario de entrevista a representante de la EMAC

EMAC Empresa Municipal de Aseo de Cuenca

Nombre del entrevistado:

Cargo:

¿Desde cuándo se inició con el reciclaje en la ciudad?

¿Es una ordenanza municipal el reciclaje? ¿Qué tipo de ordenanza?

Si no se cumple con esto ¿existe alguna sanción? De qué tipo

Luego de recoger los desechos reciclables en los camiones. Cuál es su destino? y  
¿Qué se hace después con todo?

Aparte de la funda celeste y negra ¿posteriormente se implementará otro color de funda?

¿Se ha realizado con fuerza una campaña de reciclaje informando sobre la manera adecuada de hacerlo?

¿Se ha realizado anteriormente una campaña dirigida a niños?

¿Qué tipo de folletos son repartidos en las escuelas?

¿Usted piensa que la ciudadanía en su mayoría conoce como debe separar la basura y cómo debe reciclar?

Anexo 5

Dibujos sobre el reciclaje de niños y niñas de 2dos y 3ros de básica



## Anexo 6

### Presupuestos

#### Presupuesto N°1

<b>Presupuesto Campaña de Reciclaje (Con camiseta para 5400 niños)</b>				
<b>N° de objetos</b>	<b>Artículo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
5400	pulseras de caucho	con impresión láser, un solo color	0,52	2808.00
5400	lápices	impreso en un solo color, más frase o slogan	0,23	1242.00
5400	camiseta económica	en color blanco, full color, con transfer de 15x20 cm	2,9	15660.00
150	Adhesivos de basurero	material vinil, 16x11 cm	0,63	94.50
5400	Folletos	portada full color papel couche 200 gr, interior b/n papel bond	0,21	1132.60
480	Afiches	A3 29,7x42 cm, full color papel couche 150 gr	0,39	189.4
			<b>TOTAL</b>	<b>21126.50</b>

#### Presupuesto N°2

<b>Presupuesto Campaña de Reciclaje (camiseta para 360 niños)</b>				
<b>N° de objetos</b>	<b>Artículo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
5400	pulseras de caucho	con impresión laser, un solo color	0,52	2808.00
5400	lápices	impreso en un solo color, más frase o slogan	0,23	1242.00
360	camiseta economica	en color blanco, full color, con transfer de 15x20 cm	3,75	1350.00
150	Adhesivos de basurero	full color, material vinil, 16x11 cm	0,6	90.00
5400	Folletos	portada full color papel couche 200 gr, interior b/n papel bond	0,21	1132.60
480	Afiches	A3 29,7x42 cm, full color papel couche 150 gr	0,39	189.4
5400	colgantes	7x21 cm, full color ambos lados, cartulina plagable de 12 cm	0,1	548.68
			<b>TOTAL</b>	<b>7360.68</b>

