

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de Gestión de
Comunicación Ambiental Local, en el Plantel Centro Histórico de la
Universidad Autónoma de la Ciudad de México”**

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN

COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

Eduardo Carreola Reyes

Directora del trabajo recepcional

Mtra. Maribel Reyes Calixto

México, D.F. Agosto, 2014.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

INDICE

1.	Introducción	1
1.1.	Planteamiento del Plan de Comunicación	10
1.1.1.	Tema y justificación	13
1.1.2.	Delimitación del problema o nicho de oportunidad	20
1.1.3.	Objetivos del plan de comunicación	22
1.1.4.	Breve descripción del contenido del plan de comunicación elaborado	24
2.	Diagnóstico		
2.1.	Antecedentes y contexto comunicativo del problema o nicho de oportunidad identificado (en su caso, evaluación de las formas y medios utilizados con anterioridad y relación)	32
2.2.	Estrategia metodológica para la búsqueda de información	63
2.2.1.	Selección y justificación de los métodos de investigación	65
2.2.2.	Selección y justificación de las técnicas e instrumentos para recabar información	67
2.2.3.	Selección, justificación y descripción del universo o fuente	69
2.2.4.	Diseño de instrumentos metodológicos que utilizará	71
2.3.	Análisis de los resultados	78
2.4.	Interpretación de los resultados (replanteamiento o confirmación del problema o nicho de oportunidad; y descripción general de sus posibles soluciones)	85
3.	Plan Estratégico		
3.1.	Descripción y justificación de la estrategia seleccionada	112
3.2.	Objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo	115
3.3.	Descripción de los participantes (actores involucrados: instituciones, grupos, asociaciones, etc.)	118
3.4.	Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos, políticos, etc., de los destinatarios, beneficiarios y/o públicos	120

4.	Plan Táctico		
4.1.	Diseño de las tácticas	128
4.1.1..	Selección y justificación de métodos de intervención, medios y/o canales a utilizar	131
4.1.2.	Recursos necesarios (tecnológicos, humanos, naturales, etc)	140
4.1.3.	Elaboración del presupuesto (recursos económicos)	147
4.1.4.	Ejecución de las tácticas (diseño de talleres, guiones, soluciones mediáticas, actividades comunitarias, culturales, gestión de los recursos, etc.)	152
4.1.5.	Cronograma	167
4.2.	Diagrama del Plan Táctico	169
4.3.	Apreciaciones éticas del Plan Táctico	170
5.	Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación	175
5.1	Selección y justificación de métodos y técnicas	177
5.2.	Diseño de instrumentos	178
6.	Reflexiones generales	184
7.	Bibliografía	191
8.	Notas y referencias	197
9.	Anexos	199

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por su amor, apoyo y confianza, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

Vero, Cristell y Néstor, yo se que siempre voy a contar con su apoyo incondicional en las buenas y en las malas.

Abril por siempre estar a mi lado, por su apoyo, amor y animo que me brinda día con día para alcanzar nuevas metas, tanto profesionales como personales.

A mi directora de tesis, Mtra. Maribel Reyes por su presencia incondicional, sus apreciados y relevantes aportes, criticas, comentarios y sugerencias durante el desarrollo de esta investigación.

A mis profesores que gracias a su ayuda y sus consejos que me brindaron en su momento he logrado salir adelante, nunca los voy a olvidar, no importa adonde vaya siempre los llevare en mi mente y corazón.

(Dr. Marcos Bustos, Mtro. Martin Hernández, Mtra. Tania Barberán, Mtro. Jezreel Salazar, Mtro. Leonel Sagahón y la Mtra. Verónica Durán)

Y con profundo agradecimiento a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, por mi formación académica y humanística al beneficio de una mejor sociedad.

1. INTRODUCCIÓN

La preocupación medioambiental ha ido creciendo de una forma imparable en los últimos años; esto a partir de las últimas dos décadas del siglo XIX trajo consigo la disolución de antiguos modos de vida y, por lo tanto, nuevas formas de construir la sociedad. Las iniciativas procedentes de fundaciones, asociaciones, instituciones locales, gobiernos y empresas han ido creciendo y abriendo un proceso de defensa de la ambientalización bajo el trasfondo de la sostenibilidad como un objetivo ineludible para el futuro de la sociedad.

El interés de formar en asuntos ambientales se remonta a épocas recientes desde la década de los 70. Dicha preocupación surge por fenómenos ambientales que preocuparon a intelectuales, académicos, instituciones y gobiernos, lo cual supuso la creación de múltiples escenarios de discusión y acuerdos para insertar los asuntos ambientales en la escuela en particular. Quizá por eso en 1975 se crea el Programa Internacional para la Educación Ambiental –PIEA– al interior del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente –PNUMA– (Eschenhagen, 2006) creado luego de la realización de la primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano en 1972 en Estocolmo.¹ En esta conferencia se sentaron las bases para la educación ambiental cuando en el principio 19, de los 27 de la Declaración, se expone en su primera parte que:

“Es indispensable una labor de educación en cuestiones ambientales, dirigida tanto a las generaciones jóvenes como a los adultos, y que preste la debida atención al sector de población

¹ La misma Eschenhagen aclara que desde esta primera cumbre se comienza a hablar de las generaciones futuras y no desde el llamado Informe Bruntland como habitualmente se dice.

menos privilegiada, para ensanchar las bases de una opinión pública bien informada y de una conducta de los individuos, de las empresas y de las colectividades, inspirada en el sentido de su responsabilidad en cuanto a la protección y mejoramiento del medio en toda su dimensión humana”.

Ahora bien, la educación universitaria de nivel licenciatura en nuestro medio viene siendo la educación formal terminal en numerosos casos. En general, de ella egresan los universitarios para instalarse en el mundo laboral y social. Por lo tanto, los conocimientos, actitudes y capacidades con los que egresan son sumamente importantes para su incorporación satisfactoria y para la realización de los necesarios intercambios con el medio.

El presente Plan Comunicativo denominado *Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México* posee relevancia social. Ésta se deriva de plantear tal modelo de gestión ante la problemática detectada de la no separación de basura y la falta de difusión de los elementos para la separación de los residuos en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como también el proponer la creación de una estructura de comunicación organizacional denominada *Espacio Verde* “como ámbito legítimo del desarrollo” (Espino, 2004), que permita darle sentido al pensamiento ambientalista el cual plantea la importancia de “trabajar desde lo local para incidir en lo global”.

Con respecto al modelo GESCAM, lo tomo como base para el plan comunicativo. El modelo comunicativo ambiental es una propuesta desarrollada por la Dra. Julieta Idalia Carabaza González en su tesis denominada *Comunicación y Cultura Ecológica. Un modelo para la Gestión de la Comunicación Ambiental desde lo Local*, trabajo presentado para optar al grado científico de Doctora en Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad de La Habana (Carabaza, 2005).

El GESCAM encuentra fundamento en tres paradigmas:

El primero está relacionado con el de la comunicación como proceso de construcción y producción de significados de la temática ambiental, donde las mediaciones y el contexto se encuentran determinados en el mismo proceso.

El segundo paradigma es el referido al de la complejidad, entendida también como de la diversidad y la multiplicidad. Propone pensar y actuar en redes, en formas de organización más complejas que se retroalimentan, desarrollan vínculos afectivos y fortalecen identidades. Mediante una aproximación holística fundada en la sustentabilidad, cooperación, comunicación, calidad y asociación, pretende impulsar el desarrollo de procesos de participación social a favor del medio ambiente.

En consecuencia, un modelo de gestión de comunicación ambiental debe promover la información/comunicación necesaria para referirse de manera multidimensional a lo complejo, es decir, al contexto en una concepción global.

El tercer paradigma es el de la participación social, entendida ésta como tomar parte activa en las decisiones que afectan la vida de los involucrados en ella, mecanismo a través del cual se pueden plasmar las emergencias creativas de abajo hacia arriba en la sociedad (Sotolongo, 2004: 49). Además, se considera a la participación como el medio que facilita la interacción con otras personas y logra desarrollar a plenitud el potencial del ser humano (Rosseau, 1999: 58).

A partir del tejido de los paradigmas, el GESCAM está diseñado para promover los ejes semánticos que sustentan la participación social y la comunicación. Pues la toma de decisiones requiere de procesos comunicativos tales como información y diálogo (Rousseau, 1999: 63). Este eje se convierte en el primer nivel de la participación, ya que la comunicación es una condición indispensable. Sin ella no hay posibilidad de participación social.

Propósito del GESCAM

En base a lo anterior, los propósitos fundamentales del modelo en su aplicación son:

- Pensar las redes de comunicación e información como el tejido nervioso de la cultura ambiental.
- Desarrollar el intercambio de la información ejercitando la crítica y reinterpretando la disponible.
- Emprender acciones para generar información e incidir en los procesos de comunicación de los distintos públicos.
- Desarrollar en la sociedad una toma de conciencia sobre el carácter estratégico de la comunicación en el desarrollo de la cultura ambiental.

- Conectar la red de comunicación de manera horizontal sobre las cuestiones ambientales.

Descripción del GESCAM

El modelo propone que la comunicación/información ambiental debe ser considerada el centro mismo, producto de la interacción de los tres momentos de la comunicación: la producción, la circulación y el consumo. Generada a partir de la interrelación de los distintos eslabones que conforman los diferentes ámbitos de la sociedad para que sirva –la comunicación ambiental– de puente para la entrada de la participación ciudadana en la actividad medioambiental.

Así, los distintos ámbitos –político, jurídico, educativo, medios de comunicación y sociedad civil– son esferas que deberán interactuar entre sí, y en conjunto, producir una serie de información cualitativamente pertinente y cuantitativamente abundante sobre las cuestiones ambientales que involucran a la comunidad, con el fin de que los grupos de la sociedad puedan tener claro qué se puede hacer, qué pueden reclamar y ante quién hacerlo. Lo que implica un proceso de planeación cuidadoso que parta de un diagnóstico sobre el sistema de representaciones de la temática ambiental y que surja de los siguientes planteamientos (Rosseau, 1998).

- Qué información existe y qué se debe informar.
- A través de qué canales.
- Quién va a llevar a cabo la información.
- Con qué frecuencia.
- Comprobar que la información llegue.

- Revisar periódicamente el proceso de la información.

Para generar la participación de los integrantes de una sociedad o comunidad a partir de este modelo, se debe pensar que cada uno de los elementos interactuantes debe operar como grandes foros democráticos que propicien un ambiente rico en información medioambiental para que la comunidad o sociedad sean capaces de establecer diálogos y generar debates públicos que los lleve a una mayor participación social a favor del medio ambiente.

Las implicaciones prácticas de la investigación se encuentran en la utilidad de los resultados obtenidos en el trabajo de campo para los tomadores de decisiones en el ámbito de las cuestiones ambientales ya sea desde la universidad donde se plantea este plan comunicativo o desde cualquier otro ámbito social, ya que les pueden ser útiles para la planeación y diseño de estrategias de comunicación ambiental en sus distintos niveles y formas.

Ahora bien la utilidad metodológica de este trabajo radica en el manejo de las distintas técnicas de investigación social tanto cuantitativas (el análisis de contenido y la encuesta) como cualitativa (la entrevista en profundidad) para aproximarse a las representaciones sociales de la comunidad universitaria y de los sujetos de la recepción. Ello permite evidenciar las distintas aristas para el estudio de los problemas ambientales desde la comunicación.

Para concluir, este trabajo se divide en cinco apartados. El primero expone la conformación reciente del campo ambiental en el ámbito internacional, nacional y

local. Asimismo se presenta el planteamiento del plan de comunicación, el tema y su justificación, la delimitación del problema, los objetivos y una breve descripción del contenido del plan de comunicación elaborado.

En el segundo apartado se plantea un diagnóstico a través de los antecedentes y contexto comunicativo del problema, estrategia metodológica para la búsqueda de información, selección y justificación de las técnicas e instrumentos para recabar información, diseño de instrumentos metodológicos, análisis de los resultados e interpretación de los mismos.

El tercer apartado contiene los aspectos que conforman al Plan estratégico que va enfocado al Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Estos aspectos son: los puntos de descripción y justificación de la estrategia seleccionada, objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo, descripción de los participantes y de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos, políticos... de los destinatarios, beneficiarios y/o públicos.

El cuarto apartado, es donde se detallan los principales puntos que integran al Plan táctico, los cuales llevarán a la aplicación y propuesta del plan comunicativo. Éstos son: Diseño de las tácticas, selección y justificación de métodos de intervención, medios y/o canales a utilizar, recursos necesarios, elaboración del presupuesto, ejecución de las tácticas, cronograma, diagrama del Plan táctico y apreciaciones éticas del plan táctico.

En el quinto apartado se plantean los elementos que conforman el Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación, selección y justificación de métodos y técnicas.

Finalmente, en el apartado de las conclusiones se presentan algunas reflexiones sobre los principales hallazgos y se plantean recomendaciones. Además, se ofrecen algunas líneas de investigaciones viables para seguir avanzando en este campo disciplinar y en el planteamiento de soluciones a los problemas ambientales desde la comunicación.

1.1. Planteamiento del Plan de Comunicación

Actualmente la insuficiente valoración que se le da a la cultura ambiental en cuanto a la gestión participativa sobre los problemas del medio ambiente se ha convertido en un imperativo de búsqueda de nuevas vías para modificar la sensibilización humana para resarcir los efectos negativos sobre el medio ambiente.

Tal cultura puede servir de base de las acciones del trabajo de las instituciones gubernamentales, no gubernamentales y, en general, de la sociedad civil a favor del entorno natural, esto es una cultura medioambiental manifestada a través de las formas de “conducta colectiva que, en su discurso y práctica, aspiren a corregir las formas de relación destructiva entre la acción humana y su entorno natural”.²

Ahora bien, una constante que prevalece en estas investigaciones, documentos, propuestas y programas sobre el medio, en todos los niveles, es la reiterada presencia de los términos de comunicación e información como elementos a los que se les apuesta para la construcción de dicha cultura ambiental que conlleve a una participación ciudadana comprometida con el entorno que nos rodea. Es el caso específico del estudio que se llevó a cabo en septiembre de 2010 en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), denominado “Estrategia psicosocial para el desarrollo de conducta pro ambiental de separación de

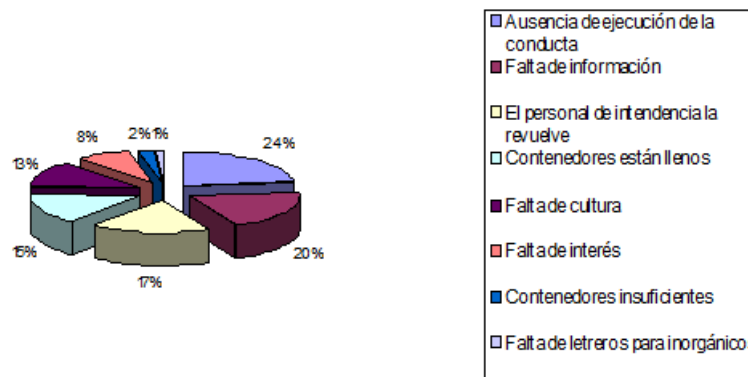
² De acuerdo con Lois Ann Lorentzen, la conducta ambiental debe entenderse como el producto de una construcción social, política y cultural en donde la frontera entre la naturaleza y el mundo de los seres humanos se entienda sólo como una frontera artificial y que, además, debe ser pensada como un proceso biosocial interconectado, en el que el ser humano se reconozca como una especie más de la naturaleza, con características biológicas particulares, a las que además agregue el factor social en el que vive (Lorentzen, 2001: 10).

residuos sólidos en una institución de educación superior”, presentado por la psicóloga Cristina Barrientos en el Plantel San Lorenzo Tezonco, en el reporte de experiencia profesional para obtener el grado de: Maestra en Psicología en la UNAM, con el programa de separación de residuos sólidos implementado por el Programa Ambiental de la UACM.

Con respecto a ese trabajo de investigación, Barrientos concluye con varios puntos con los que inicio esta investigación:

“Las tres principales causas por las que el 52.7% de los alumnos de la muestra considera que no se lleva a cabo eficazmente la separación son: el que los alumnos la llevan a cabo o ausencia de ejecución de la conducta (24%), la falta de información (20%) y el que el personal de intendencia la revuelve (17%), ver figura 3.2.19.

Figura 3.2.19. Razones por las que los alumnos consideran que no se lleva a cabo eficazmente la separación



Los porcentajes de respuesta a las preguntas sobre la lectura de los elementos presentes en el plantel para la promoción de los residuos sólidos: carteles, exposición sobre residuos sólidos y manta informativa; la mayoría de los alumnos contestaron negativamente en los tres elementos: 56% para la lectura de carteles, 84.7% para la exposición sobre residuos y 80% para la manta informativa” (Barrientos, 2010: 155).

Es evidente que el programa de separación de residuos se ha encontrado con diversas barreras como lo determina en el estudio psicológico; sin embargo, la educación debe partir desde cada uno de nosotros para que nos volvamos una sociedad consciente hacia la ecología, hacia la búsqueda de alternativas eficaces que permitan avanzar y revertir poco a poco la gravedad de nuestros actos en el pasado y por tanto ir construyendo una cultura solidaria y sustentable en la sociedad. Cultura que debe entenderse como el conjunto de valores y atributos de un grupo determinado que se presenta finalmente por el carácter, la percepción, y el tiempo, el espacio, el pensamiento, el lenguaje, las expresiones, los valores, el comportamiento, las normas, las reglas, formas y agrupamientos y las asociaciones sociales, establecidos por el medio ambiente en el que se encuentra inserto. Y que se desarrolla a partir de dos procesos sociales interconectados: la comunicación y la educación, “ejes semánticos de la participación” (Rousseau, 1999).

1.1.1 Tema y justificación.

El propósito que origina la propuesta del plan comunicativo es la aplicación de un modelo de gestión de comunicación ambiental, que promueva y ofrezca elementos para desarrollar una actitud de participación social proactiva para la solución de los problemas ambientales como es la no separación de los residuos sólidos; y que esto a su vez también permita darle sentido a un pensamiento ambientalista que trabaje desde lo local para incidir en lo global.

Aprender a conocer nuestro contexto, nos lleva a relacionarnos con todo nuestro entorno desde lo permisible hasta lo indeseable, como lo es la basura.

“El contacto con la basura es una condición aversiva para el ser humano, quien en la búsqueda de una pronta salida a la incomodidad causada la deposita en formas y lugares inadecuados, lo que trae como resultado graves daños tanto al ambiente como a la salud y calidad de vida de las personas” (Robles, 2003). Así pues, los residuos generados se relacionan con el número de personas y el estilo de vida de las mismas.

Justificación desde lo social

Según el Diagnóstico Básico para la Gestión Integral de los Residuos (2006), (Gutiérrez, 2006: 20) realizado por el Instituto Nacional de Ecología [INE], durante el 2004 diariamente se generaron en México 94,800 toneladas de residuos sólidos urbanos (RSU), lo cual equivalía a 34.6 millones de toneladas anuales. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI], en el 2006 reportó que

cada mexicano produjo en promedio 344 kilogramos de basura diarios; sin embargo la Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL] en el 2005 había calculado hasta 900 gramos generados por persona diariamente, siendo el Estado de México la región que más desechos generó con 6 millones 51 mil toneladas, seguido por el Distrito Federal con 4 millones 599 mil toneladas.

A lo que se afirma que “la exagerada cantidad de residuos es un grave problema para un país debido a que trae consigo diversos agravantes entre los que se encuentran: a) el que se pierden recursos naturales, b) se utiliza demasiada energía durante el proceso de transformación de los productos y se pierde al desecharse los mismos, c) se demanda cada vez mayor industrialización, d) provoca enfermedades, e) afecta la economía a través del desperdicio de recursos, f) impacta de forma negativa la imagen y, g) ahuyenta el turismo” (Padilla, 1988).

Asimismo la Dra. Cristina Cortinas de Nava, especialista en temas ambientales enumera algunas otras problemáticas (Cortinas, 2001: 32) como son: “a) el bloqueo de coladeras y drenajes, lo cual ocasiona a su vez inundaciones en época de lluvias, b) el impacto a las corrientes de agua, c) el deterioro de los lugares de recreación, d) la afectación del paisaje, lo cual es producto de depositar los residuos al borde de los caminos y carreteras o bien en lotes baldíos y espacios abiertos, d) la contaminación de acuíferos al verterse los residuos en zonas de recarga de los mismos y al ser arrastradas sustancias contaminantes que se filtran al subsuelo, e) la contaminación de cuerpos de agua de consumo, f) la salinización de suelos, g) la proliferación de fauna nociva y generación de malos olores, h) y

las emisiones contaminantes del aire y específicamente, se impacta fuertemente y de manera directa la salud de la población debido a que la basura influye sobre la proliferación de enfermedades transmitidas por fauna nociva, intoxica el agua para consumo humano a través de coliformes fecales y del pobre saneamiento, además de que impacta negativamente los campos para la agricultura e incrementa los niveles de contaminación ambiental por residuos sólidos y peligrosos, incluida la liberación de gas metano que es un producto de la biodigestión de residuos orgánicos y se dan con frecuencia incendios en los basureros de manera accidental o provocada liberándose dioxinas y furanos que son contaminantes orgánicos”.

De manera general, los desperdicios se transportan lejos de la población, a las orillas de las comunidades y al ir creciendo alcanzan la periferia de los tiraderos; en la Ciudad de México un gran problema en la actualidad es la falta de espacio para depositar los residuos, debido a que los lugares antes utilizados ya quedaron rebasados y la metrópoli se enfrenta a la situación de qué hacer con sus desechos y existe una pugna entre los Gobiernos del Estado de México y el Distrito Federal por el cierre del tiradero más grande del mundo: “El bordo Xochiaca”, ubicado en el Municipio Ciudad Nezahualcóyotl en el Estado de México, el cual ha rebasado por mucho su vida útil.

El Gobierno Federal, a través del establecimiento de la “Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los residuos (2003) y el Programa Nacional para la Prevención y Gestión Integral de Residuos Sólidos –PNPGIR–, 2009-2012 (SEMARNAT, 2009), plantea un desarrollo más sustentable basado en cambios

profundos en los modelos de producción, consumo y manejo de los residuos. Los objetivos principales de estos instrumentos son por un lado minimizar la generación y por el otro maximizar la valorización de los residuos sólidos urbanos, promoviendo un manejo integral que involucre la puesta en práctica de acciones, procedimientos y medios para realizar la separación desde la fuente de generación, la recolección separada y el reciclaje, todo ello con el objetivo de reducir el volumen de residuos enviados a los depósitos finales.

Ahora bien la relevancia social del trabajo, también se encuentra en la implementación del modelo GESCAM, ya que coadyuvaría en el fortalecimiento de la cultura ambiental, de esta forma todos los implicados se vuelven responsables en la construcción del sistema de representación social sobre la temática ambiental, estarían contribuyendo de manera directa en “los procesos cognitivos de los sujetos sociales, que al conocer, transforman y son transformados, conceden significados, interpretan según estructuras preestablecidas, por lo que está acción de significados, de objetivación, formara parte de su propia realidad” (Carabaza, 2005: 6).

Justificación desde lo comunicativo

La importancia de la comunicación es fundamental porque a partir de las discusiones teóricas y empíricas sobre diferentes temas, nos llevan a afirmar la importancia de los medios de comunicación en la construcciones de las representaciones sociales, también nos ayudan a dibujar la cultura ambiental

desde la comunicación y que permita entender los procesos cognitivos de la sociedad en el campo del medio ambientalismo.

Por ejemplo, a pesar de la sociedad misma que ha establecido una gran cantidad de leyes, reglamentos, normas, programas y acciones que han sido elaboradas en México y en donde se hace mención enfática sobre la importancia de la comunicación e información para generar procesos de participación social para prevenir el deterioro del medio ambiente, los problemas persisten ya que no es sólo cuestión de establecer reglas, normas y acciones, sino de “incidir realmente en la población en general, a través de la educación para construir una verdadera cultura de participación y respeto al medio ambiente. Esto es, cambiar las actitudes de los ciudadanos con respecto al entorno que nos rodea, con el fin de construir los valores de una nueva sociedad en donde la justicia social, la dignidad humana y una calidad de vida armoniosa sean los principios fundamentales en la praxis” (Corral, 2010: 47).

Asimismo la importancia y necesidad de su resolución para los estudios de la comunicación es fundamental, ya que en la actualidad, la sociedad no puede ser entendida sin uno de sus componentes indispensables: “la comunicación, ya que ésta históricamente ha sido considerada como uno de los mecanismos mediante el cual se organiza el sistema social. Dispositivo gracias al cual existen y se desarrollan las relaciones humanas” (Mattelart, 2003: 17) y por tanto las sociales, ya que la comunicación “ocupa un lugar estratégico en los procesos de reconversión cultural” (Martín, 1992) de los distintos sistemas sociales que se encuentran determinados, además por entorno natural que los rodea.

Entender el proceso de comunicación social ha sido una tarea constante en las reflexiones de los estudiosos, en principio de otras ciencias sociales y posteriormente de esta disciplina como tal. Discusiones que han transitado “desde los paradigmas positivistas que explicaban a la comunicación basados en la relación media-sociedad, como si ésta se pudiera dar al margen de cualquier mecanismo de construcción del significado” hasta las propuestas que, desde los ochenta trabajan en “la construcción de un marco teórico-metodológico que permita abordar el análisis de la comunicación desde el lugar fundamental de la significación: la sociedad en donde los medios de comunicación juegan un importante papel, en conjunto con otros factores sociales en la construcción del sistema de representaciones del mundo que nos rodea”.³

Así, hay que tener presente que la comunicación es una forma de interacción, la cual supone la participación de al menos dos actores quienes mediante pausas de referencia asocian un repertorio de expresiones a un objeto de referencia, a través de modalidades de comportamiento coordinados por las representaciones, en donde existe una correspondencia para que ambos actores puedan compartir una misma designación. Además, considera a la comunicación como “un proceso dialéctico que presenta todas y cada una de las características de los sistemas finalizados, en el que los componentes del sistema referidos en el modelo son: los actores, los instrumentos, las expresiones y las representaciones que se

³ Entre otros Serrano, 1982; Moragas, 1981; Wolf 1984; Rodrigo, 1996, Martín-Barbero, García Canclini, 1998, han cuestionado y reflexionado en distintos momentos sobre los paradigmas positivistas de la comunicación e hicieron aportaciones importantes para su estudio desde lo social.

encuentran en relación con los objetos de referencia, las intervenciones y las mediaciones originadas en el sistema social” (Serrano, 1993: 13).

Esta definición de Serrano es uno de los puntos de partida de este trabajo, porque ofrece claves para comprender la relación que guarda la comunicación con los problemas del medio ambiente, ya que para comunicar asuntos sobre el entorno natural se debe partir de pautas de referencia que son asociadas en función del mismo objeto de referencia, en este caso el medio ambiente, y que cuando se hable del tema con el “otro”, se esté presuponiendo que existe en el “otro” ese marco de referencia que se construye de manera distinta, de acuerdo a las mediaciones originadas en el sistema social al que se pertenece. Representaciones que son edificadas a partir de la confluencia de múltiples factores, incluyendo el sistema de comunicaciones masivas constituidas por la prensa, la radio, la televisión y recientemente el internet.

1.1.2. Delimitación del problema o nicho de oportunidad

Ante la falta de información y de concienciación ambiental en el Plantel Centro Histórico de la UACM, concretamente en torno a los residuos sólidos, es necesario promover elementos para desarrollar una actitud de participación social proactiva para la solución de los problemas ambientales que los aqueja. Tanto el Dr. Sebastián Ibarra (2011-2013) como la Mtra. Jocelyn Magali (2013-2015), coordinadores del Plantel Centro Histórico en periodos sucesivos, coinciden en diversos puntos a través de las entrevistas realizadas a ellos, quienes han detectado problemas relacionados con la separación de basura, así como el mal funcionamiento de los elementos informativos para la separación de ésta, lo que se ha convertido en un problema cotidiano.

Para entender la complejidad de la construcción de la cultura ambiental en un grupo social determinado, en este caso la comunidad universitaria, hay que comprender que el establecimiento de una sociedad implica el desarrollo de una cultura que la sustenta, en donde el proceso de comunicación permita o active la elaboración de la representación de los objetos de referencia de las mediaciones o de los elementos contenidos en la misma cultura. Entonces, en el ámbito de los asuntos medio ambientales, la comunidad social y la materializada a través de los medios masivos de comunicación son los elementos que pueden coadyuvar, a largo plazo, en el logro de una sociedad fincada en el desarrollo sustentable.

De todo esto lo que interesa, para comprender el papel de la comunicación en el ascenso hacia una cultura ambiental de los integrantes de un espacio geográfico

como lo es el Plantel Centro Histórico de la UACM, es tener claro que en el núcleo del campo del medio ambientalismo existe una gran cantidad de elementos que se articulan entre sí y que determinan la construcción de dicha cultura en pro del medio ambiente. Donde “la comunicación es la base detonadora de dicha articulación y la respuesta de los individuos a un acontecimiento sobre el medio ambiente; no depende de la vía por la que llega la información, sino de la representación que se elabora con esta y sobre todo su implicación en lo acontece en las sociedades donde la información que circula está determinada por los propios medios de comunicación” (Serrano, 1993). Esto es, como mencionaría Martín Serrano, el producto final obtenido de la interrelación de los componentes del sistema social y del sistema comunicativo imperante en dicha sociedad.

1.1.3.Objetivos del plan de comunicación

Objetivo General

Aplicar el modelo de Gestión de Comunicación Ambiental (GESCAM), para ofrecer a la población universitaria los elementos para promover una actitud de participación social proactiva para la solución de los problemas ambientales, así como también la separación adecuada de los residuos sólidos, y desarrollar en la comunidad universitaria del Plantel Centro Histórico de la UACM un puente para la entrada de la participación ciudadana en la actividad medioambiental.

Objetivos específicos

El plan de comunicación GESCAM contempla los siguientes objetivos particulares:

- Establecer propuestas de comunicación organizacional ante la aplicación inmediata, como talleres informativos para mejorar las condiciones de limpieza y salubridad del plantel, brigadas de apoyo y observación.
- Desarrollar canales de información y orientar a la población universitaria en general para adquirir un compromiso serio en el problema de la basura, de manera que su participación sea activa y permanente, creando con ello una enculturación hacia nuevas generaciones.
- Fortalecer la alianza de esfuerzos de la UACM con los distintos ámbitos de la sociedad para la construcción de una cultura medioambiental que favorezca el camino hacia una sociedad más justa y digna para todos.

- Crear una campaña de difusión del programa GESCAM y de los beneficios de informar y sensibilizar a la comunidad universitaria sobre los problemas de contaminación y salud que producen la no separación de los residuos sólidos.
- Atraer a la comunidad universitaria al programa mediante actividades y tácticas comunicativas.

1.1.4. Breve descripción del contenido del plan de comunicación elaborado.

La aplicación del plan comunicativo “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, nace con la voluntad firme de contribuir, en sentido muy amplio, a que en dicho plantel, se incorporen objetivos de mejora ambiental en la separación de residuos sólidos así como también en el mayor grado posible actitudes ambientalmente adecuadas; adicionalmente, sería deseable contribuir a la sustentabilidad de la comunidad universitaria, mediante el desarrollo de experiencias concretas de gestión de comunicación ambiental que fuesen llevados a cabo a otros planteles y crecer a nivel ciudad.

El programa comunicativo se encuentra dividido en fases que en su conjunto buscan llegar al objetivo principal de este plan, es decir la creación de bases concretas para una sustentabilidad. Estas fases o etapas son:

Etapas 1

Estudio de la realidad

- Compilación de información.
- Definición del problema.

Etapas 2

Análisis y diseño

- Formulación de objetivos.
- Definición de beneficiarios.
- Planteamiento de los resultados esperados.
- Diseño de actividades.
- Diseño de la difusión del programa GESCAM y de los beneficios informar y sensibilizar a la comunidad universitaria sobre los problemas de contaminación y salud que producen los residuos sólidos.
- Diseño de un plan propagandístico dentro de las instalaciones del Plantel Centro Histórico de la UACM para la separación de los residuos sólidos
- Diseño de un espacio alternativo denominado “Espacio verde”, integrado por estudiantes universitarios.

Etapas 3

- Planificación de actividades.
- Realización de cronograma.
- Elaboración de presupuesto.
- Invitación a la comunidad universitaria a que con su colaboración, la comunidad de la UACM, este en mutuo acuerdo en actitudes respetuosas con el medio ambiente en sus diferentes ámbitos.

Estudio de la realidad

“Uno de los principales elementos a tener en cuenta para la realización de cualquier diagnóstico es de asumir la realidad como una totalidad. Este nos permite conocer los principales elementos que la caracterizan, señalando cuales son los aspectos más distintivos que ella muestra, en los órdenes de existencia y carencias”. (Colectivo de autores; 2000: 2)

Para la etapa de diagnóstico del proyecto “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México” se han tomado datos de una previa investigación llevada a cabo en septiembre de 2010 en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), denominado “Estrategia psicosocial para el desarrollo de conducta pro ambiental de separación de residuos sólidos en una institución de educación superior”, presentado por la Psicóloga Cristina Barrientos en el Plantel San Lorenzo Tezonco en el reporte de experiencia profesional para obtener el grado de: Maestra en Psicología en la UNAM, con el programa de separación de residuos sólidos implementado por el Programa Ambiental de la universidad.

Las herramientas utilizadas para la etapa de diagnóstico incluyen entre otras las siguientes:

- Entrevista realizada al Coordinador del Plantel Centro Histórico de la UACM, así como a personal académico del Programa Ambiental de la UACM.

- *Focus Group* de estudiantes de Plantel Centro Histórico.
- Sondeo de opinión (Encuestas).
- Análisis FODA (Evaluación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), del programa actual de separación de residuos del Plantel Centro Histórico, implantado por el Programa Ambiental de la UACM.

La etapa destinada al diseño del proyecto incluye la planeación en la forma en la que el proyecto intervendrá en la comunidad basando su acción en la información recopilada durante la etapa del diagnóstico.

- Conformación de la etapa
- Formulación de objetivos del proyecto
- Definición de los beneficiarios
- Establecimiento de los resultados que se esperan del proyecto
- Diseño de actividades

Formulación de objetivos:

Se especifica qué es lo que se quiere alcanzar con el proyecto, teniendo en cuenta el tiempo y los recursos de lo que se dispone para la creación de un plan efectivo.

Definición de los destinatarios

Enumeración de la persona o personas a las que las acciones del proyecto se encuentran orientadas, teniendo en cuenta características socio demográficas, aspectos culturales, educativos, económicos, etc.

Posiblemente el proyecto pueda repercutir en destinatarios indirectos que se beneficien con las acciones implementadas (por ejemplo: familiares de los integrantes de la comunidad universitaria, vecinos aledaños al Plantel Centro Histórico), por lo que es importante considerar también aquellas personas que indirectamente se vean impactadas por las actividades del proyecto.

Resultados esperados:

Deben de estar orientados a puntos que como características fundamentales deben ser: realizables, coherentes con los objetivos planteados, claros y susceptibles de ser medidos, así como funcionales para el diseño de las actividades.

Diseño de actividades:

Última etapa del diseño, en la que se especifica las acciones que se implementará para la búsqueda de la solución de la problemática identificada; el diseño de las actividades deben tener en cuenta que estas deben ser, viables, pertinentes y posibles.

La difusión del plan comunicativo para el desarrollo es importante para hacer público aquello que la comunidad universitaria necesita, desconoce o que debe ser refirmado para obtener algún beneficio que mejore su calidad de vida, es decir un proyecto comunicacional que motive y active a la población a la que este dirigido para la creación de cambios sociales, y que esté planificado de una forma incluyente, ya que no se puede concebir el interés de las personas dentro de los objetivos de la institución que promueve un determinado cambio social.

Más allá de la concepción de unidades administrativas que se otorga tanto a las instituciones como a los planteles educativos como es el caso de las universidades, las una y las otras se pueden considerar fenómenos integrantes de un territorio articulado a partir de una multiplicidad de flujos interrelacionados. El medio-territorio se configura así de forma extremadamente compleja, de manera que el componente ambiental se convierte en inseparable y se presenta articulado en el tiempo y en el espacio con todo el resto de dimensiones económicas, sociales, culturales, políticas, etc.

En el ámbito específico de la universidad, las dimensiones comentadas hacen referencia tanto a aspectos de educación como de movilidad, construcción, residuos, suministros de bienes, servicios, etc. Si bien el ámbito de actuación directa de la Universidad es limitado, en este proceso se deben tener en cuenta las relaciones y las repercusiones mas allá de sus límites, ya sea a partir de la proyección comunicativa o a partir de las

interacciones establecidas entre los edificios y sus usuarios, de ambos con el entorno del plantel, y de éste con toda la ciudad.

A causa de la existencia de una interrelación fuerte que afecta a los espacios, las personas y sus actividades, el consenso y la participación son indispensables. Es necesario el apoyo, el convencimiento y la participación de toda la comunidad universitaria: alumnado, profesorado, personal de administración y personal de apoyo.

Sobre la base de este contexto, la aplicación del modelo "GESCAM" como plan comunicativo, como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la UACM, busca convertirse en el instrumento más adecuado para gestionar de forma sostenible los recursos de que dispone cada uno de los diferentes espacios del Plantel Centro Histórico, así como para promover actitudes respetuosas con el medio ambiente en sus diferentes ámbitos.

2. DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes y contexto comunicativo del problema o nicho de oportunidad identificado

Ahora bien en este punto se presentan a manera de referencia los resultados obtenidos de la investigación documental y de registros en línea de los distintos programas gubernamentales del Distrito federal, así como a nivel local como lo es el Programa Ambiental del la UACM.

Se incluyen de igual forma, extractos del diagnóstico micro social conformado por 4 entrevistas, un *focus group* de 7 estudiantes de diferentes carreras del Plantel Centro Histórico y un análisis al sondeo de opinión aplicado a 50 estudiantes del mismo plantel.

Otro punto es, en México, la información base sobre la preocupación ambiental, quedó plasmada desde 1917 en el artículo 27 de la Constitución Política de Mexicana, en el cual se estableció el uso de los recursos naturales como patrimonio nacional, que posteriormente apoyó la Ley de Conservación del Suelo y Agua, promulgada en 1940.

Pero no fue hasta los setenta, cuando México se une a los movimientos mundiales ecologistas. En 1971, un grupo de expertos sobre desarrollo y el medio elaboran el diagnóstico sobre el estado del medio ambiente humano y natural, se aprueba en México *la Ley para Prevenir y Controlar la Contaminación Ambiental*.

Lo anterior, como preámbulo a las acciones emprendidas en la década de los ochenta cuando se reforma la Constitución Política y se diseñan leyes para

fortalecer la legislación ambiental; en 1982 la Ley Federal de Protección del Ambiente amplió el ámbito de acción corrigiendo omisiones de la legislación anterior. En ella se incorporaron aspectos sobre la protección y conservación de los ecosistemas con apertura a un nuevo marco legal, dirigiendo a la protección de la fauna, flora, suelo y agua.

Así, en 1987 se modificó nuevamente la Carta Magna para incorporar facultades al Estado con el fin de preservar y restaurar el equilibrio ecológico. Además, en 1988 se elaboró una nueva ley denominada Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, documento donde se establece el principio rector para el uso racional del suelo a través del ordenamiento ecológico, que buscaba atacar causas y no solo penalizar efectos, dar lugar a la participación social como complemento indispensable de la acción del Estado y extender la gestión ambiental a los sectores social y privado.

Ahora bien la exigencia social a favor de mejores condiciones ambientales rebasó las acciones de la política ecológica nacional establecida a finales de los ochenta. Por este motivo la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, se reformó en 1996, incorporando la iniciativa sobre el derecho a la información, al mismo tiempo que se perfeccionaron los instrumentos de gestión ambiental; se fortaleció y consolidó el ordenamiento ecológico como instrumento básico de planeación ambiental y se tipificó el delito ecológico en el Código Penal.

Contexto actual de la política ambiental: Ciudad de México

En el ámbito del sistema político del Gobierno del Distrito Federal, el tema ambiental en la Ciudad de México actualmente es referido a partir de la publicación de la Agenda Ambiental de la Ciudad de México 2007-2012, donde asume como principal orientación el compromiso de defender los derechos y el bienestar para todos los capitalinos, con la vista puesta en las generaciones futuras, mediante la conservación y protección del medio ambiente y el manejo eficiente y sustentable de los recursos naturales.

La Agenda Ambiental de la Ciudad de México 2007-2012, con actualización hasta el 2013 constituye el marco de planeación en el cual se integran las políticas públicas en materia ambiental para el Distrito Federal. Su conformación parte de las políticas y acciones planteadas en el Programa General de Desarrollo del Distrito, particularmente en lo que se refiere al Eje 6, “Desarrollo sustentable y de largo plazo, y asume como principal orientación el compromiso de defender los derechos y el bienestar para todos los capitalinos, con la vista puesta en las generaciones futuras, por medio de la conservación y protección del medio ambiente y del manejo eficiente y sustentable de los recursos naturales” (Agenda del Medio Ambiente: 2007: 14).

El presente documento recoge los compromisos establecidos en el Plan Verde de la Ciudad de México, instrumento de largo alcance presentado por el Jefe de Gobierno del Distrito Federal Marcelo Ebrard Casaubón, a la ciudadanía el 30 de agosto del 2007, en el que se definen las estrategias y acciones para encaminar a

la Ciudad de México hacia la sustentabilidad, a través del trabajo y la colaboración multisectorial.

Ahora bien la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal también constituye la base para la formulación de esta Agenda Ambiental. El artículo 9, fracción III de esta Ley, determina las atribuciones en materia de planeación otorgadas a los titulares de las dependencias de la administración central para elaborar los programas sectoriales; también define claramente el objetivo del programa. El artículo 33 dispone que “los programas sectoriales son documentos que desagregan en objetivos y metas de mediano plazo los lineamientos contenidos en el Programa General de Desarrollo; que registrarán las actividades del sector administrativo que corresponda; que su vigencia será de seis años, y su revisión, y en su caso, modificación o actualización, deberá realizarse por lo menos cada tres años”.

Así mismo el artículo 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal es el que determina las atribuciones de la Secretaría del Medio Ambiente (SMA). Señala que a la Secretaría le corresponde la formulación, ejecución y evaluación de la política del Distrito Federal en materia ambiental y de recursos naturales, por lo tanto, en términos generales, estas atribuciones se concentran en torno a la legislación ambiental, a la Agenda Ambiental de la SMA, en disposiciones sobre concurrencia con otros órganos del Distrito Federal y otras entidades limítrofes.

Las materias que aborda son múltiples y muy diversas, y pueden repercutir en toda la vida urbana y rural de la Ciudad de México.

La preocupación por la problemática ambiental en el Plantel Centro Histórico

Ahora bien el plan comunicativo está diseñado para formar parte de los programas del cuidado del medio ambiente, en este caso al Programa Ambiental de la UACM; donde se tomó en cuentas las características de estos programas para el posible acoplamiento del programa GESCAM.

Así pues como parte del estudio realizado para este proyecto, se investigaron en la UACM, proyectos que se realizaron con antelación sobre la problemática de separación de residuos, como es el caso de la investigación “Estrategias psicosocial para el Desarrollo de conducta pro ambiental de separación de residuos sólidos en una institución de Educación Superior”: llevado a cabo en el 2010 en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; así como el análisis de los aciertos y errores en la ejecución de esta investigación con la intención de emular los aciertos y evitar los errores en el diseño y planeación del modelo “GESCAM” como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Los resultados obtenidos de esta investigación reflejaron las problemáticas que enfrenta el Programa Ambiental de la UACM, en este caso concreto el proyecto de separación de residuos sólidos, que resultó en una recomendación.

“Para que se lleve a cabo esta conducta ambiental es necesario que las personas tengan un conocimiento adecuado de cuáles son los materiales reciclables y el cómo separarlos,

para lo cual es necesario brindarles información y precisarles como llevar a cabo la acción deseada, es decir el cómo y qué acciones se deben llevar a cabo” (Barrientos, 2010: 202).

Asimismo se definen además otros conceptos utilizados en este proyecto tales como comunicación social, educación, gestión de la comunicación, medio ambiente, riesgo ambiental, residuos sólidos, programa ambiental de la UACM, entre otros.

a) Comunicación ambiental

No existe en el entorno académico una postura unánime sobre qué es exactamente comunicación ambiental, y algunas definiciones resultan incompletas porque reducen la competencia de esta especialidad a aspectos relacionados con el cuidado del medio ambiente

David Solano (2001: 7), en su obra comunicación y generación de conciencia ambiental, refiere que:

“La investigación sobre hechos ambientales debe ser el pilar de la comunicación ambiental. Esto implica necesariamente la selección de fuentes oficiales e informales de información, el registro de testimonios sobre el hecho ambiental, documentarlos en todos los soportes físicos posibles (audio, video, testimonio escrito, entre otros) divulgar la noticia y tratar de comunicar en ella misma quien o quienes dar alternativas de solución al problema, a fin de no quedarse simplemente en la denuncia”.

Según el Libro Blanco de la Educación Ambiental en España es uno de los instrumentos de la educación ambiental:

“Es un proceso de interacción social que ayuda a la población a entender los factores ambientales clave y sus interdependencias, y que posibilita también la realimentación y la respuesta ciudadana constructiva” (Calvo, 1999: 18).

Sin embargo, el desarrollo de esta información es una meta común, que supone el mejoramiento de las condiciones y la calidad de vida de las personas. Esta no tiene que ver sólo con la difusión sino fundamentalmente con el crecimiento del ser humano, ampliando sus capacidades y oportunidades de crecer como personas.

La comunicación se plantea entonces como estrategia y objetivo, pues apunta a que las personas involucradas crezcan como ciudadanos, concibiéndose como sujetos de su desarrollo con voluntad y capacidad para transformarse a sí mismos y a su entorno, participando activamente en los procesos de toma de decisiones, vinculándolos a sus instituciones, generando espacios para el debate público y la participación ciudadana en la gestión local.

Aportaciones de la comunicación ambiental

La investigación es necesaria en todo medio de comunicación serio y, por otro lado deben alinearse las formas de colaboración responsable entre las fuentes de información y los comunicadores.

“Los comunicadores ambientales deben saber conjugar en una justa medida el saber ambiental con el hacer ambiental. La forma de transmitirlo depende, sobre todo, del público objetivo. Es decir, debemos conocer primero a quien queremos comunicar, quien es este público y que piensa sobre el tema antes de ejecutar una campaña o un proceso de comunicación. Ésta es una primera tarea de investigación básica que un comunicador debe realizar. Asimismo, la comunicación ambiental debe poder transmitir conceptos operativos, Esto quiere decir que debemos dejar en claro qué es lo que se quiere que el receptor haga, y como puede hacerlo. Asimismo, debe promover la comunicación en dos vías entre transmisor y receptor; solo así podrá saber qué es lo que el publico objetivo piensa sobre el tema, así como también podrá monitorear mejor los resultados de su acción” (Solano, 2001: 56).

Así pues la comunicación puede aportar a fortalecer las sociedades locales y regionales que permitan una mayor integración entre ciudadanos, instituciones y autoridades, pero también una mejor relación con su medio ambiente.

La comunicación es principalmente un encuentro intercultural de intercambio de costumbres y valores que permite la construcción de nuevos sentidos de la vida.

b) Comunicación y educación

Pero hay que tener en cuenta que en este tipo de proyectos de comunicación ambiental, no es lo mismo que la comunicación y educación.

“La educación es un proceso de enseñanza y aprendizaje que pasa por etapas y que permite a los sujetos cambios de comportamiento mediante el incremento y apropiación de información, conocimiento, actitudes, valores y prácticas por parte de los estudiantes” (Romano, 2004: 17).

Todo proceso educativo requiere de comunicación pero la educación no es la única función de la comunicación, pues otra de sus funciones es informar, conocer, integrar, llegar a más gente, hacer visibles temas y actores, mediar entre actores distintos, promover la expresión y opinión, generar debate público, etc.

c) Comunicación social

La comunicación es el nombre de muchos fenómenos que juntos, configuran un espacio conceptual amplio y confuso aunque, la sociedad mediatizada y los medios masivos de comunicación, han sido el problema central durante las décadas anteriores. Hoy en día, pensamos a la Comunicación en estrecho

contacto con la cultura y, en este sentido, la analizamos como un fenómeno transversal; como la condición de posibilidad de todas las prácticas sociales. Mattelart (2003: 47) refiere que los componentes de un proceso de comunicación social son: el mensaje, código o lenguaje, contexto social y político, emisor, receptor, mundo cultural, los medios que se utiliza.

Esta nueva visión de conjunto nos permite abordar procesos, instituciones y actores, sin desvincular unos de otros. Tendremos así, comunicación y medios masivos, comunicación, imagen e instituciones, comunicación y producción académica, comunicación y mediaciones socioculturales, comunicación y tecnologías, etc., sin dejar de tener en cuenta el modo en que cada una de estas dimensiones de lo social y lo cultural se encuentran y cruzan en la vida cotidiana.

Mediante el aporte de la comunicación al desarrollo sustentable, se puede promover el desarrollo de habilidades comunicativas, fortalecer la identidad institucional, construir un espacio público local e institucionalizar medios y espacios de comunicación para la participación, todos orientados a promover una gestión de comunicación ambiental participativa en la conservación de los recursos naturales.

d) Gestión de la comunicación

“Gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones” (Fernández, 2007: 45).

Para que el trabajo de gestión de la comunicación sea eficaz, hay que estar en contacto directo con el máximo responsable de la organización, en este caso del

proyecto el Coordinador del Plantel Centro Histórico de la UACM, por ser la autoridad máxima que coordina y administra dicho plantel.

Ya que a través de la Gestión de la comunicación interna se facilita el despliegue de todo el aparato comunicacional destinado al personal con el objeto de:

- Promover la comunicación entre los integrantes de la institución o plantel
- Facilitar la integración entre las realizaciones personales y las institucionales
- Reducir los puntos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.

No hay que olvidar que la Comunicación Interna de toda organización está inmersa en la Cultura Organizacional. Es decir, por el conjunto de valores, referencias, hábitos, ritos, signos etc. Que fundamentan la concepción que la organización tiene de sí misma. Esta cultura se debe tomar como punto de partida y marco para la implementación de una gestión ya que condiciona la comunicación.

e) Los receptores o destinatarios

Ahora bien, cuando se habla de “Público Interno”, se remite solamente al personal de una organización dada. Pero también es importante considerar en la estrategia a todos aquellos públicos cercanos como es la comunidad aledaña que

indirectamente comparten la cotidianeidad de la institución y se pueden identificar con ella.

En este aspecto, vale la pena apuntar que la comunicación externa también tiene su relación con la interna. Todo lo que se comunica hacia fuera, a través de los medios de comunicación, también repercute en el público interno.

f) Medio ambiente

Por otro lado la relación comunicación-medio ambiente va más allá de una relación casual entre elementos del mundo natural y la dinámica de la vida misma; quizá para entender esta relación visualicemos primero ¿Qué es medio ambiente?

El origen de la expresión “medio ambiente” tiene como antecedente la palabra inglesa *environment* que se ha traducido como “los alrededores, modo de vida, o circunstancias en que vive una persona”. Además, la palabra alemana *umwelt*, que se traduce como “el espacio vital natural que rodea a un ser vivo, o simplemente ambiente”; y también, la palabra francesa *environnement*, que se traduce como “entorno”. (Enciclopedia Jurídica, 1995: 4240)

Según la Real Academia Española, el término ambiente se refiere a las circunstancias que rodean a las personas o a las cosas, y este significado coincide con una de las acepciones de la palabra medio, lo que nos llevaría a afirmar que la expresión medio ambiente es redundante.(Diccionario de la Lengua española, 2002: 15)

Sin embargo, se utiliza indistintamente el término ambiente o medio ambiente para referirse al mismo concepto (Bustamante, 1995: 43).

Para la Comunidad Económica Europea (CCE), el medio ambiente es el entorno que rodea al hombre y genera una calidad de vida, incluyendo no sólo los recursos naturales, sino además, el aspecto cultural. La Directiva 85/337 de la CEE, dictada el 27 de junio de 1985, menciona que para medir el impacto ambiental de cualquier proyecto se deberán evaluar los factores siguientes: el hombre, la fauna y la flora; el suelo, el aire, el clima, y el paisaje; la interacción entre los factores anteriores; los bienes materiales y el patrimonio cultural (Delia, 2001: 3).

En la legislación mexicana, “ambiente” es definido como “el conjunto de elementos naturales y artificiales o inducidos por el hombre que hacen posible la existencia y desarrollo de los seres humanos y demás organismos vivos que interactúan en un espacio y tiempo determinados”. (Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, artículo 3)

Para Theodore Panayotou, el término medio ambiente se refiere tanto a la cantidad como a la calidad de los recursos naturales, incluyendo el paisaje, el agua, el aire y la atmósfera. Menciona que el medio ambiente es un determinante de la cantidad, la calidad y la sustentabilidad de las actividades humanas y de la vida en general. De esta forma, la degradación del ambiente tiene que ver con su disminución en cantidad y el deterioro de su calidad (Panayotou, 1994: 31).

Una de las conceptualizaciones más precisas del término explica que medio ambiente:

“Es el conjunto, en un momento dado, de los aspectos físicos, químicos, biológicos, culturales y sociales susceptibles de tener un efecto directo o indirecto, inmediato o a largo plazo, en torno a los seres vivos y las actividades humanas” (Gómez, 2003: 115).

En la explicación se hace explícita la inclusión de los aspectos culturales relacionados directamente con la identidad, además de reflejarse la temporalidad. Por otra parte, se hace una clasificación general de los efectos (directos e indirectos) y se explica que éstos pueden ser inmediatos o a largo plazo, lo que confiere mayor valor al concepto, ya que con frecuencia solo se mencionan las consecuencias inmediatas de cualquier impacto en el medio.

Otro aspecto de la definición que debe resaltarse es el hecho de focalizar la atención hacia los seres vivos, en primer término, y luego hacer alusión a las actividades humanas, donde quizá lo económico encontraría su lugar, aunque no se refleja de forma explícita. De hecho, la identidad tiene su espacio en el primer concepto de medio ambiente desde dos términos: los aspectos culturales y las actividades humanas.

g) Riesgo ambiental

Actualmente la preocupación por los riesgos ambientales que pueden afectar la salud se traduce cada día en mayor demanda de información por parte de la sociedad y en presiones a las autoridades para que tomen en cuenta a la población en las decisiones que le afectan. Pero ¿qué es el riesgo?

El concepto de riesgo forma parte de un tipo de sociedad caracterizada por el dominio “racional” del mundo, independientemente de que los riesgos existieran

desde siempre y fueran percibidos como “inseguridad” e “incertidumbre” aun cuando no se disponían de medios lingüísticos o formulas matemáticas que lo explicaran.

De tal forma que el concepto de riesgo resulta difícil de ser desestimado con independencia de que estos, de una u otra forma, estuvieran presentes en sociedades anteriores y su significado no fuera el que hoy se le atribuye, “...somos testigos (sujeto y objeto) de una fractura dentro de la modernidad, la cual se desprende de los contornos de la sociedad industrial clásica y acuña una nueva figura, a la que aquí llamamos sociedad del riesgo” (Beck, 1998: 16).

El riesgo fruto de la modernidad y de la racionalidad instrumental que la caracteriza, instala un presente seriamente amenazado y un futuro cuya incertidumbre se hace cada vez mayor.

En tal sentido Anthony Giddens considera que la idea de riesgo siempre ha estado relacionada con la modernidad aunque defiende la idea de que en el periodo actual este concepto asume una nueva y peculiar importancia y opina que la mejor manera de explicar lo que está ocurriendo es hacer una distinción entre dos tipos de riesgo. A uno de ellos lo denomina riesgo externo mientras el otro, lo denomina riesgo manufacturado.

“Externo es el riesgo que se experimenta como proveniente del exterior de las sujeciones de la tradición o de la naturaleza, mientras que el riesgo manufacturado, alude al creado por el propio impacto del conocimiento creciente sobre el mundo” (Giddens, 2000: 21).

La mayoría de los riesgos medioambientales, como los vinculados al calentamiento global, son para este autor, riesgos manufacturados.

Existen dos tipos de riesgos ambientales; el natural y el antropogénico: (Mediana, 2000: 304)

- **El riesgo natural** son fenómenos como terremotos, geológicos, erupciones volcánicas o el choque de meteoritos. Las inundaciones debido a causas naturales, dependen de la presencia y calidad de las infraestructuras.
- Por otro lado **el riesgo antropogénico** son los daños causados al ambiente por acción del hombre, como la quema y tala de bosques, el calentamiento global y derretimiento de polos.

Tipos de factores de riesgo

Son tres tipos:

- **Peligrosidad:** la probabilidad de ocurrencia de un daño. Depende de varios factores: la distribución geográfica, la periodicidad (tiempo de retorno o intervalos de recurrencia) y el grado de peligrosidad.
- **Exposición:** total de personas o bienes sometidos a un riesgo.
- **Vulnerabilidad:** porcentaje de pérdidas humanas o bienes causado por un determinado suceso. Se relaciona con el desarrollo económico del país o zona donde se produce un desastre.

Por otra parte el perfil del tema de riesgos ambientales y de los procesos productivos que la generan está aumentando, precisamente como consecuencia del impacto ambiental en las grandes urbes, en las últimas décadas.

Los problemas de la calidad del agua, los desechos sólidos y la contaminación del aire urbano ocupan cada vez más la atención del público, de los políticos y de las organizaciones civiles o del sector privado.

h) Residuos sólidos

Los residuos sólidos comúnmente conocidos como basura están compuestos por residuos orgánicos (producto de la comercialización, el transporte, la elaboración de los alimentos y excedentes de comida y restos de material vegetal), papel, cartón, madera y material inerte. Los residuos sólidos provienen de las actividades que se desarrollan en el ámbito doméstico, sitio y servicios públicos, demoliciones, construcciones, establecimientos comerciales y de servicios, así como de residuos industriales que no se deriven de sus procesos.

El efecto ambiental más evidente del manejo inadecuado de los residuos sólidos lo constituye la basura mal almacenada y sin una disposición adecuada deteriora el ambiente; afecta la salud de la población porque contamina el agua, el suelo y el aire; produce malos olores cuando se pudre y gases tóxicos cuando se quema; y permite la aparición de insectos y roedores que transmiten enfermedades al ser humano.

“El depósito de los residuos sólidos en arroyos y canales o su abandono en las vías públicas puede causar la erosión de suelos e impedir la recarga de mantos acuíferos, la proliferación de fauna nociva transmisora de enfermedades, la modificación de las características naturales de los sistemas de arroyos, la disminución de los cauces y durante la época de lluvia se provoca la obstrucción

de los sistemas de drenaje y alcantarillado, generando inundaciones, ocasionando con ello pérdida de bienes materiales y más aún, de vidas humanas, además de contribuir al arrastre de materiales y por lo tanto, a la pérdida gradual de las condiciones de los suelos por la erosión” (Medina, 2001: 304).

Ahora bien el promover un ciclo sustentable de los materiales implica utilizar los recursos de manera eficiente y minimizar la generación de residuos en los procesos productivos y de consumo, aumentando la vida útil de los productos y la reincorporación de los residuos a los procesos productivos mediante el reuso y el reciclaje.

Este último es de gran ayuda formativa, en la comunidad universitaria, como una responsabilidad social. Esta no sólo debe contentarse con implementar procesos de reciclaje en sus planteles para cumplir con este aspecto de su comportamiento socialmente responsable, sino que en la medida de lo posible debe agregarle valor cumpliendo también con las otras facetas que podría tener la responsabilidad social universitaria, en este caso formación, innovación, emprendimiento y transferencia conocimiento.

El término reciclaje hace referencia a la transformación de los residuos a través de distintos procesos que permiten restituir su valor económico evitando así su disposición final, siempre y cuando esta restitución favorezca un ahorro de energía y materias primas sin perjuicio para la salud, los ecosistemas y sus elementos (*Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos, 2003: art. 5, fracc. XXVI*).

El primer elemento necesario para el reciclaje de los residuos es la separación, la cual permite definir el manejo posterior que se le dará a los mismos.

Existen diversos criterios para separar los objetos, por ejemplo la identificación y similitud en las características físicas, químicas y/o biológicas de los residuos (Armijo, 2006), a través de las propiedades de sus materiales (e.g. residuos orgánicos e inorgánicos, útiles y no útiles; peligrosos y no peligrosos), sus componentes (e.g. vidrio, papel, metales, etc.) y/o el tipo de productos (e.g. periódico, botellas de vidrio o latas de aluminio) (Pieters, 1991: 56). A continuación se describen las características de algunos productos comunes en la vida diaria de las personas y se señalan diversas propiedades de los mismos, proponiéndose alternativas para hacer un consumo más responsable de ellos.

- *Papel y cartón:* al reciclarse una tonelada de estos materiales se evita la tala de 15 árboles y se ahorra el 70% de agua y el 60% de la energía que se necesitaría para fabricar la misma cantidad de papel nuevo, además puede reciclarse hasta seis veces (Padilla, 1998).
- *Aluminio:* según la Asociación Mexicana de Envases y Embalajes (2008) entre los objetos de metal que son reciclables están las latas de conservas, cerveza y refresco, tapas de metal, corcholatas, botones de metal, papel aluminio, bolsa interior de leche en polvo, cacerolas de aluminio, etc. (Cámara Nacional de Fabricantes de Envases Metálicos. (2012).
- *Vidrio:* es un material limpio, puro, e higiénico; los productos que se comercializan con envases de vidrio pueden hacerlo con envase retornable o no retornable, en el caso de los envases retornables el consumidor los devuelve y el envasador los limpia y rellena de nuevo. (Centro virtual de información sobre consumo sustentable (2012).

- *Plásticos:* el plástico PET se utiliza desde 1976 y se usa principalmente en la fabricación de textiles, botellas y cintas para film, existen más de 50 diferentes tipos y siete son los más comunes. A los envases fabricados con este material se les coloca un número el cual señala el tipo de plástico: 1) terefalato de polietileno (PET), 2) polietileno alta densidad (PEAD), 3) cloruro de polivinilo (PVC), 4) polietileno baja densidad (PEBD), 5) polipropileno (PP), 6) poliestireno (PS) y, 7) otros. (World Wild Foundation (WWF, 2012).

Programa ambiental de la UACM

El Programa Ambiental de la UACM, está conformado por las diferentes campañas permanentes de residuos sólidos y la protección de áreas verdes.

- *Promoción de áreas verdes:* su propósito fundamental es generar y mantener las áreas verdes de los planteles.
- *Cultura y educación ambiental:* con este proyecto la UACM busca contribuir al fortalecimiento de la cultura ambiental mediante la promoción de talleres y diplomados dirigido a profesionistas interesados en abordar el trabajo ambiental bajo una perspectiva transdisciplinaria.
- *Estación meteorológica:* el proyecto tiene como principal objetivo la comprensión de los fenómenos meteorológicos de la zona oriente del Valle de México y para ello cuenta con una estación meteorológica, la cual genera datos climatológicos, tales como temperatura, precipitación pluvial, presión atmosférica, entre otros; los datos están disponibles para la población en general y son publicados en un boletín semanal en la página electrónica de la universidad.

- *Cosecha de agua de lluvia*: promueve la sustentabilidad hídrica y consiste en la captación del agua de lluvia en las azoteas de los edificios, los cuales fueron contruidos ex profeso para ello, en el plantel San Lorenzo Tezonco se capta alrededor de 9, 000 litros de agua de lluvia, la cual es almacenada en 6 cisternas de 1500 litros de capacidad. El agua almacenada se utiliza para regar los jardines o bien para los sanitarios cuando el agua escasea. Adicionalmente cuenta con un pozo de tormenta en el que una parte del agua almacenada es utilizada para riego y otra se infiltra al manto freático.
- Proyecto riesgos ambientales: su objetivo es analizar el fenómeno del agrietamiento y sus consecuencias en la población de la delegación Iztapalapa, esto mediante un sistema de información geográfica que permitía elaborar mapas acerca de las principales zonas de riesgo.

Contexto ambiental en México

Al abordar la temática ambiental primeramente se debe reconocer la diversidad de condiciones y problemas que actualmente posee cada región de cada país, ya que estos tienen territorios, poblaciones, economías y ecosistemas de una gran diversidad, lo cual hace que los retos ambientales adquieran tonalidades y dimensiones diferentes entre los distintos países o subregiones.

Ahora bien las condiciones sociales de un país y sus formas de organización social son factores de gran incidencia en el resultado de las políticas ambientales. “Son bien conocidas las relaciones tanto en el crecimiento poblacional, la pobreza de amplios sectores de la población y el deterioro ambiental” (WCED-World Commission on Sustainable Development, 1987). Más recientemente, comienza a

tenerse una “comprensión más clara de las relaciones entre medio ambiente y conflicto social como de sus consecuencias para la gestión ambiental de los países de la región” (FNAC-Foro Nacional Ambiental, Colombia, 2001).

No obstante la manifiesta relevancia del contexto económico, político y social en el logro de objetivos de gestión ambiental, aún persisten dificultades en la integración de todos estos ámbitos. Esto se puede atribuir a “la poca voluntad política y capacidad de los países, pero también a que la ciudadanía, y con frecuencia las instancias decisorias, desconocen cuáles son los riesgos incurridos en materia ambiental en el momento de adoptar políticas de desarrollo a nivel sectorial” (FNAC, 2001).

En este contexto la Comisión Ambiental Metropolitana (CAM) fue establecida mediante “el Convenio de Coordinación del 17 de septiembre 1996, destinada a definir, coordinar y dar seguimiento, entre las autoridades del Distrito Federal, estado de México y Gobierno Federal, a las políticas, programas, proyectos y acciones en materia de protección al ambiente y, preservación y restauración del equilibrio ecológico en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM). Su Reglamento interno fue publicado el 30 de enero de 1997” (Iracheta y Alfonso, 2002).

Si bien el fenómeno metropolitano se inicia en décadas anteriores, con esta Comisión se reconoce oficialmente, por primera vez, la necesidad de regular los procesos que afectan a la ZMCM, particularmente los de carácter ambiental. El antecedente directo de la CAM es la Comisión para la Prevención y Control de la

Contaminación Ambiental en la ZMVM, creada en 1992 con el objeto de definir y coordinar las políticas, programas y proyectos, así como verificar las acciones que las dependencias y entidades de la Administración Pública deban emprender contra la contaminación ambiental en dicha zona. Esta comisión se extinguió en septiembre de 1996.

La importancia de la creación de la CAM radica en su visualización como un órgano de coordinación en la planeación y ejecución de acciones en la zona conurbada limítrofe del estado de México con el Distrito Federal, en materia de protección al ambiente y de preservación y restauración del equilibrio ecológico. Ello ha redundado “en el establecimiento de una relación bilateral que busca fortalecer la acción de los gobiernos locales y la dimensión metropolitana de la problemática local. Su ámbito de acción comprende las 16 delegaciones del DF y a los municipios de Atizapán de Zaragoza, Coacalco de Berriozábal, Cuautitlán, Cuautitlán Izcalli, Chalco, Chicoloapan, Chimalhuacán, Ecatepec de Morelos, Huixquilucan, Ixtapaluca, Naucalpan de Juárez, Nezahualcóyotl, Nicolás Romero, La Paz, Tecámac, Tlalnepantla de Baz, Tultitlán y Valle de Chalco-Solidaridad, en el estado de México” (Iracheta y Alfonso, 2002).

Fortalecimiento de la CAM: se ha reforzado la instrumentación y seguimiento de algunas acciones, como el Programa para Mejorar la Calidad del Aire en el Valle de México 1995-2000 (PROAIRE) y el Programa para Fortalecer las Acciones de Mejoramiento de la Calidad del Aire, además apoya la formación de grupos de trabajo y la integración de un consejo consultivo, donde participan asociaciones empresariales, civiles y académicas.

El 4 de agosto de 1999 la CAM instaló el Grupo de Trabajo de Educación Ambiental, con la participación del Gobierno Federal, el estado de México y el Gobierno del Distrito Federal, así como de instituciones académicas y organismos no gubernamentales.

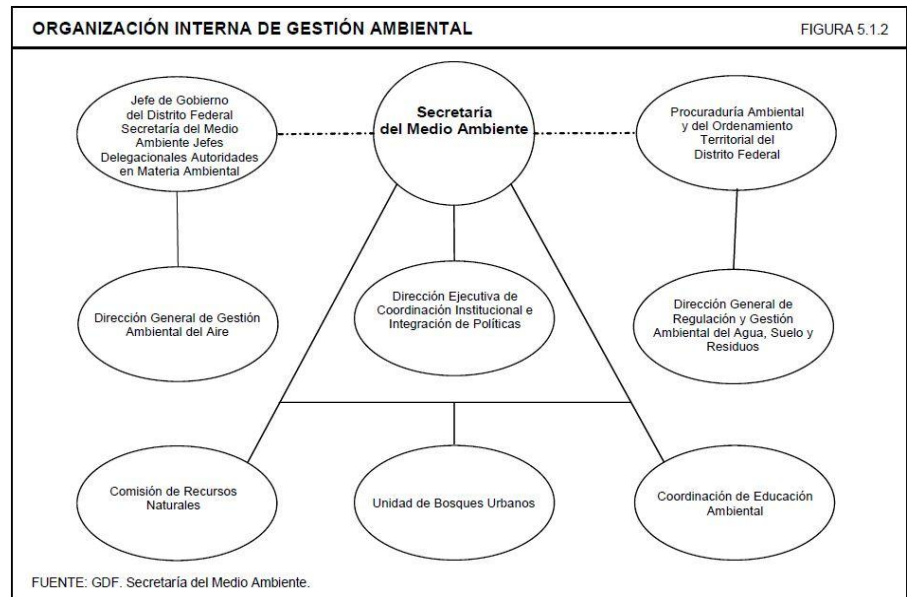
Así pues el Gobierno Capitalino del Ciudad de México en el 2000 estructuró un Gabinete de Desarrollo Sustentable del cual la Secretaria del Medio Ambiente constituye una instancia fundamental. Dicha Secretaria quedo conformada por tres áreas con las se pretende enfocar y atender de manera integral la situación ambiental: (Sexto Informe de labores, SEMARNAT, 2013).

- *Dirección General de Gestión Ambiental del Aire:* se encarga de prevenir y controlar la contaminación atmosférica, elaborar diagnósticos y tendencias de la calidad del aire, definir concertadamente programas metropolitanos para la calidad del aire y evaluar resultados de los programas de control de contaminación atmosférica del Distrito Federal, entre otras funciones.
- *Dirección General de Regulación y Gestión Ambiental del Agua, Suelo y Residuos:* encargada de la prevención y control de la contaminación del suelo, subsuelo, mantos freáticos y cuerpos de agua; acciones de protección y restauración ambiental de bienes y zonas urbanas; vigilancia y aplicación de las normas oficiales mexicanas y demás normatividad en materia ambiental; participación, de manera interinstitucional, en la integración de los comités de normalización en materia ambiental; diseño de programas de regulación ambiental con la industria, comercio y

establecimientos de servicios; y aplicación de indicadores de calidad ambiental.

- *Dirección Ejecutiva de Coordinación Institucional e Integración de Políticas:* lleva a cabo las tareas de coordinación y diseño de los planes y programas de la gestión ambiental en el Distrito Federal; formulación de programas y proyectos para el control de la contaminación ambiental de manera coordinada con otras dependencias, organismos e instituciones; evaluación técnica y financiera de los proyectos ambientales que se le propongan; y organización, análisis y presentación de la información ambiental generada por las distintas áreas de la Secretaría.

Otra vertiente de la gestión ambiental son las acciones de coordinación de los gobiernos del Distrito Federal y del estado de México en el seno de la Comisión



Ambiental Metropolitana (CAM). Tal como se muestra en los esquemas, la organización interna de gestión ambiental de la Secretaría del Medio Ambiente y la gestión institucional del medio ambiente del Gobierno del Distrito Federal.

noticias ambientales; b) realizar divulgación sobre la problemática ambiental; c) investigar hechos ambientales para darlos a conocer; y d) realizar campañas motivacionales referentes a la protección ambiental” (Tréllez y Quiroz, 1995: 25).

La divulgación trata generalmente de temas relativos a una sola disciplina (lo que ocurre en el campo de la biología, de la física, de la química o la matemática, de las investigaciones económicas, históricas, etc.). La divulgación ambiental es interdisciplinaria, lo que implica una mayor complejidad y dificultad de encontrar especialistas que engloben aspectos ecológicos, sociales, culturales y de desarrollo. Una noticia ambiental, en términos cotidianos, es un suceso que se comunica a la ciudadanía.

Una revisión de los medios de comunicación permite concluir que un suceso ambiental se vuelve noticia, cuando tiene relación con catástrofes (muertes o desastres naturales); toca aspectos políticos o económicos de actualidad; se presenta como anécdota o hecho curioso; y trata sobre bellezas naturales casi siempre orientado al paisaje o el potencial turístico.

La investigación periodística ambiental, ha desempeñado papeles muy importantes en todos los países del mundo y ha dado lugar a noticias que han detonado la movilización pública. Desde luego, como en muchos casos detallados por el periodismo investigativo, se trata de investigar situaciones específicas, causas y consecuencias de éstas y finalmente proponer alternativas de solución sobre la base de todos los elementos estudiados. Se trata de investigaciones con aportes testimoniales, científicos e institucionales. A su vez, las campañas

motivacionales, pueden repercutir muy favorablemente en los cambios de actitud y en la conducta de grandes grupos sociales. La publicidad y medios alternativos, cumplen un papel de gran impacto en la sociedad, al emplear herramientas efectivas de influencia sobre la población. “No siempre es posible estar de acuerdo con los métodos que emplea la publicidad o con los mensajes que difunde, puesto que se relaciona más directamente con intereses particulares (en la mayoría de los casos) que con los intereses colectivos y muchas veces acaban transmitiendo mensajes perjudiciales para la protección ambiental, como son típicamente los que promueven patrones de consumo ambientalmente insostenibles. Pero lo que resulta indiscutible es su capacidad de llegar a los públicos objetivo y la imaginación con la cual sustenta sus acciones” (Tréllez y Quiroz, 1995: 25).

No obstante en México “el estudio del medio ambiente desde la perspectiva social y especialmente la comunicacional, aun es una línea de investigación poco explorada, existen algunos ejemplos significativos de investigaciones ligadas principalmente a situaciones coyunturales, crisis locales o regionales que han provocado que los observadores de la comunicación vuelvan los ojos en determinados momentos a la cuestión ambiental” (Carabaza, 2005: 38).

Actualmente el análisis de la comunicación en nuestro país, y probablemente igual que en otros lugares de Latinoamérica, desde su institucionalización como actividad académica través de las escuelas o facultades de comunicación instaladas en México, se ha encaminado en primer lugar a analizar el fenómeno de la comunicación desde los modelos conductistas heredados de las corrientes norteamericanas, y en un segundo momento a desentrañar la colonización que los

países capitalistas realizan a través de los mensajes que se emiten por los medios de comunicación en el país, ya que su modelo obedece a patrones establecidos por los países desarrollados. Más tarde, y desde hace 30 años, las preocupaciones de los estudiosos de la comunicación se han dedicado a desentrañar lo que sucede en los procesos de recepción, una postura contraria a lo que durante décadas se había venido postulando.

Estas nuevas tendencias parten de la concepción de que el receptor es un enlace activo, sujeto de la comunicación y no objeto. Se ha pasado de entender la transmisión de los mensajes como “los efectos entendidos a corto plazo a los efectos entendidos como consecuencia a largo plazo” (Wolf, 1991).

En este proceso “estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con los medios, como la creación por parte de ellos del sentido de esta interacción” (Barbero, 2001: 233), tienen un papel importante, mismas que para el caso del medio ambiente deben partir, primeramente, del entendimiento del ser humano como especie e individuo en el contexto de la vida; la familia, la iglesia; las instituciones gubernamentales en sus diferentes niveles; la educación en sus diferentes modalidades; las organizaciones política; los medios masivos de comunicación, entre otros.

Según los conceptos planteados sobre la cultura ambiental, a partir de la dimensión comunicación-sociedad, debe considerarse que los procesos de representación social se dan a partir de las mediaciones de los miembros de la sociedad y es, en las mismas mediaciones desde donde se construyen y

establecen las representaciones de relación ser humano-naturaleza. Esto significa que a cualquier acción sobre el medio ambiente corresponde, no solo un contexto más amplio o un mundo cultural que incorpora a instituciones y prácticas sociales, sino que es un proceso de recuperación y reapropiación de la riqueza de significados ambientales contenidos en la vida cotidiana, donde se asigna lo significativo a las acciones medioambientalistas.

Ahora bien la investigación de la comunicación que ofrezca resolver los múltiples problemas de la sociedad como los del medio ambiente en México, se ha visto matizadas por la introducción de las nuevas tecnologías, la transformación y adecuación de las leyes y reglamentos por lo que sea han mantenido en un segundo plano en lo que refiere a la investigación.

Como bien se mencionan en las reflexiones de Esteinou,

“Ha descuidado u olvidado drásticamente el análisis de las nuevas tecnologías para impulsar el desarrollo de una cultura de convivencia con la naturaleza, (...) el uso de las infraestructuras informativas para defender la ecología, (...) para defender la biodiversidad, el uso de la comunicación para la descontaminación de los mares, la utilización de los recursos comunicativos para la conservación de las cadenas biológicas de manutención de la vida, (...)el empleo de la comunicación para la construcción de una cultura del agua, el rescate de la sabiduría indígena para coexistir con el entorno natural, la reutilización de estos avances tecnológicos para el incremento de la conciencia ecológica” (Esteinou, 1992: 15).

Contexto sociocultural de Plantel Centro Histórico

UACM, Plantel Centro Histórico, zona involucrada directamente con el proyecto de plan comunicativo por ser el campo de aplicación de investigación.

Plantel Centro Histórico

Con una población de:

- **1,360** Estudiantes
- **147** Académicos
- **47** Administrativos

*Cifras proporcionadas por: Ma. Lourdes Vivian Sandoval Castañeda, secretaria de la Coordinadora del Plantel Centro, 2014.

Centro Histórico

Fray Servando Teresa de Mier 92 y 99, Col. Obrera, Del. Cuauhtémoc, México D.F., C.P. 06080. Tel. 51 34 98 04



Ficha	
Institución	Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Tipo de institución	Pública
Plantel	Centro Histórico
Entidad federativa	Distrito Federal
Delegación	Cuauhtémoc
Calle	Fray Servando Teresa de Mier 92 y 99
Colonia	Obrera
Código postal	06080
Teléfono (s)	5134 9804

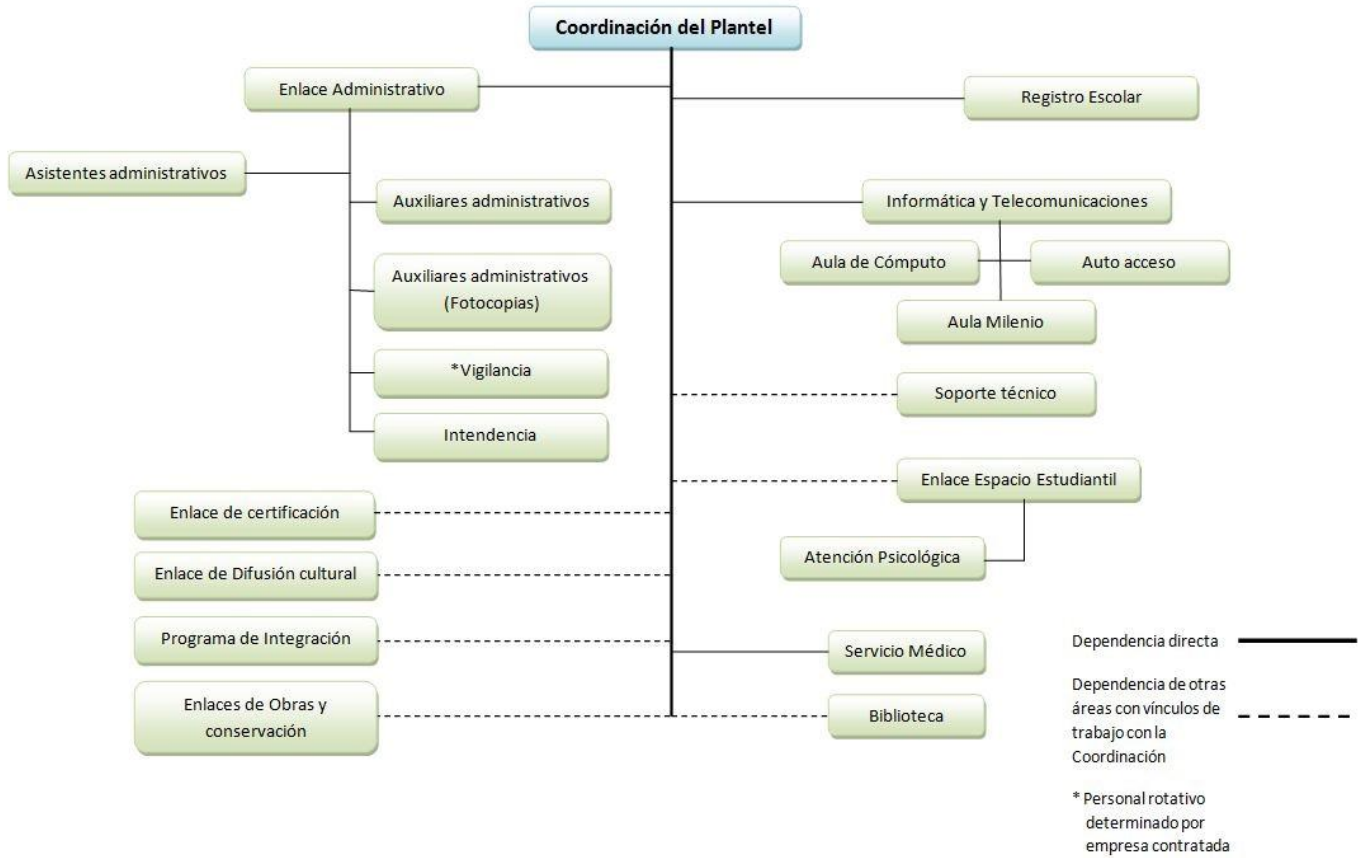
Fuente página de la UACM:

<http://www.uacm.edu.mx/Instituci%C3%B3n/SedesyPlantales/CentroHist%C3%B3rico/tabid/110/Default.aspx>

(Para mayor información consultar el Anexo A)

ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL PLANTEL CENTRO UACM

2013



Fuente

Coordinación del Plantel Centro Histórico
 Responsable: Mtra. Jocelyn Magali Romero Navarro
 Secretaria: Ma. De Lourdes Vivian Sandoval Castañeda

2.2. Estrategia metodológica para la búsqueda de información

La investigación realizada para el plan comunicativo “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, es de carácter cualitativo, descriptivo y documental; modelo el cual fue desarrollado por la Dra. Julieta Idalia Carabaza González en el 2005 en La Habana, Cuba.

Ahora bien en este apartado se describe el método para la construcción del diagnóstico que sustenta el diseño del GESCAM, así como de las actividades propuestas, y que al mismo tiempo además de aportar bases teóricas a este proyecto definen a los destinatarios tanto del estudio como del producto final

Este plan comunicativo se rige por la combinación de enfoques metodológicos cualitativo y cuantitativo, que al final del proceso de investigación la triangulación de los resultados nos brindarán una perspectiva más abarcadora, sobre todo la perspectiva cualitativa ante una problemática compleja como es la representación social de la cuestión ambiental.

Es decir una investigación de corte descriptivo que busca el análisis y comprensión de un fenómeno social y comunicativo que se encuentra dentro de un contexto formativo y educativo como lo es Plantel Centro Histórico de la UACM.

Pese a que en nuestra sociedad actual se le otorga un mayor peso dentro de la investigación a los datos numéricos y a las gráficas, los resultados obtenidos desde el enfoque cualitativo no dejan de ser menos importantes, delimitados y

regidos por normas que los que se obtienen de la metodología cuantitativa. Sin embargo se debe admitir que “la investigación cualitativa ha sido relegada por años por académicos e investigadores que mostraban preferencia por el dato numérico” (Bottorff, 2006: 106).

La investigación cualitativa, más que buscar una cifra o un resultado reflejado en porcentajes, es una investigación social que estudia fenómenos que no pueden ser explicados mediante números y gráficos, sino que deben ser estudiados desde el punto de vista humano que establece a los hechos como un componente del conocimiento y que partiendo de esta concepción se pueden entender los fenómenos del mundo, sobre todo los ambientales.

En términos de lo humano, la metodología cualitativa dirige la investigación desde la observación detallada de los hechos que se generan en un contexto específico, trabaja desde lo local para buscar patrones que generalicen al objeto de su estudio. Pese a las diferencias existentes entre la metodología cualitativa y cuantitativa, ambas comparten un proceso de desarrollo similar que está compuesto de cinco fases: Definición del problema, diseño, recopilación de datos, análisis de datos y validación.

Por otra parte la mirada cuantitativa proporciona los elementos que sirven para aproximarse a la representación del tema ambiental en dos momentos del proceso comunicativo: en la producción de la información y en los sujetos de la recepción.

2.2.1. Selección y justificación de los métodos de investigación

El método utilizado para la construcción del diagnóstico es el método empírico sistémico y el tipo cualitativo; ya que el diagnóstico realizado tiene como principal objetivo el obtener del conocimiento de las concepciones de la comunidad universitaria con la problemática ambiental que aqueja al Plantel Centro Histórico de la UACM, así como la lectura visual de información adyacente a esta y su utilidad de forma directa, es decir obtenido desde los destinatarios del proyecto por medio de la realización de entrevistas.

“Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México” desde la óptica desde el enfoque de investigación y dada la complejidad del propósito del plan comunicativo, el camino metodológico fue de tipo combinado, entre la perspectiva cualitativa y cuantitativa (Reese, 1998: 42).

Ahora bien la investigación cualitativa permitirá explorar datos descriptivos desde las propias palabras de las personas ya sean habladas o escritas (Taylor y Bogdan, 1987: 20) y acercarse al papel del lenguaje humano, la conciencia y la práctica cultural en la vida social y cotidiana del medio ambiente (Jensen y Jankowski, 1993).

Así bien, la combinación de enfoques aportara datos y elementos que al final del proceso de investigación mediante la triangulación de los resultados y tomando algunas de las recomendaciones de la Dra. Julieta Carabaza durante el desarrollo del GESCAM, donde se pretendió guiar el proyecto como un todo y así darle una

perspectiva más abarcadora a partir de análisis específicos; creando con ello un trabajo holístico ante una problemática compleja como es la representación social en la cuestión ambiental.

2.2.2. Selección y justificación de las técnicas e instrumentos para recabar información.

La técnica elegida para la recolección de datos está desarrollada a partir de tres niveles de análisis.

a. La exploración bibliográfica

El primer paso antes de involucrarse en una investigación cualquiera, a lo que es necesario revisar la literatura existente con fin de determinar la posibilidad de bibliografía útil desde diversos puntos de vista que se vinculen al tema de investigación.

Asimismo la identificación de los conceptos, aspectos y límites apropiados para el tema, así como algunos de sus aspectos formales como son: las fechas de publicación, los tipos de documentos, etcétera.

b. La recolección de datos empíricos descriptivos del objeto de estudio

“Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección de la percepción, a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio” (Hernández, 2006: 130).

Ahora bien este método también permite hacer una serie de investigación referente a la problemática, retomando experiencia de otros autores, para de ahí partir con la exploración propia, así como verificar y comprobar las concepciones teóricas.

- c. La contrastación de la representación sobre el entorno natural de los medios vs. La construida por los sujetos.

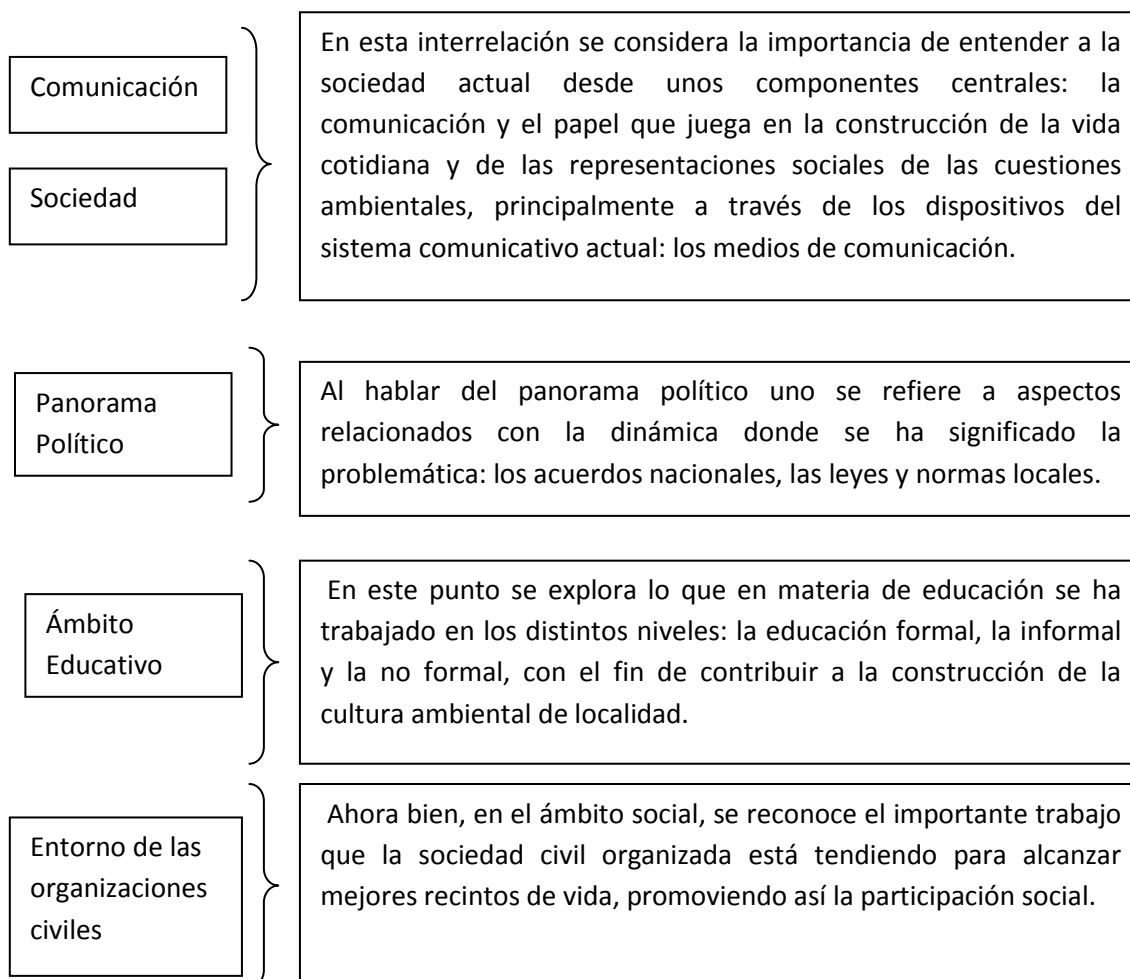
En este punto la construcción de las representaciones sociales locales sobre el medio ambiente y la construida por los medios externos servirá para analizar la relación con el entorno del medio ambiente desde lo permisible hasta lo indeseable, como lo es la basura.

Asimismo el procedimiento para este análisis, consistirá en ubicar las palabras variable que asienta el modelo GESCAM, para establecer las categorías en las representaciones sociales sobre la temática ambiental. Estas palabras variables se dividirán en categorías quedando reducida en indicadores, estos a su vez se relacionaran con los datos obtenidos en el análisis de contenido, el sondeo de opinión, y las entrevistas mediante una matriz de doble entrada, en donde se registrara si los indicadores se encuentran incluidos, medianamente incluidos o no incluidos.

2.2.3. Selección, justificación y descripción del universo o fuente

En este apartado se seleccionó e identificó las diversas categorías conceptuales que se interrelacionan en dos contextos de producción de sentido en Plantel Centro Histórico de la UACM: el contexto institucional y el académico que ayudaron a explicar la complejidad del objeto de estudio planteado en este plan comunicativo y que sin una justificación y descripción del universo o fuente de este tipo sería difícil comprender la relación del sistema comunicativo y el social que se encuentra establecido en las representaciones sobre la temática ambiental en distintos niveles de la sociedad.

- **Estructura de los ejes teóricos del objeto de estudio**



Lo anterior desde el punto de vista funcional sirvió para entender el rol de los media en este problema social que va desde lo macro hacia lo micro. Así en la construcción de los antecedentes se entretajan algunos otros factores que se encuentran resguardando la actuación de los mismos medios, tales como las políticas gubernamentales ambientales, el trabajo de las organizaciones civiles y el ámbito educativo. Como lo mencionó el investigador Anders Hansen "los factores políticos se encuentran por encima de los mismos medios de comunicación componentes determinantes del actual que tienen estos factores sobre el privilegio de algunos temas sobre otros en los medios de comunicación y en la misma sociedad" (Hansen, 1991: 443).

2.2.4. Diseño de instrumentos metodológicos

En este apartado se presenta la metodología de gestión para la comunicación ambiental local (GESCAM). Así mismo se exponen las preguntas de investigación, los niveles de análisis, así como las técnicas utilizadas para la recolección de datos.

Nociones básicas sobre las técnicas de investigación a poner en práctica durante el diagnóstico para “Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”

Investigación documental

“En este tipo de trabajos la recopilación de información y en análisis de los resultados tiene un grado de carácter documental muy alto (80 a 90 por ciento), apoyando lo encontrado con muy poca investigación de campos (10 a 20 por ciento)” (Hansen, 1991: 443).

La investigación documental realizada para el plan comunicativo se divide en:

Investigación documental bibliográfica.- Comprende la búsqueda de información en bibliotecas para el sustento teórico del proyecto.

Investigación documental en línea.- Comprende la búsqueda de documentos en Internet para el sustento teórico del proyecto, así como de información de

programas vinculados a la gestión de comunicación ambiental en la Ciudad de México y a nivel nacional.

(Para mayor información consultar el anexo B)

Investigación de campo

“En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobación, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el medio en el que se desenvuelven el fenómeno o hecho en estudio” (Muñoz, 1998: 93).

La técnica utilizada en el trabajo de campo fue la siguiente:

El cuestionario (sondeo de opinión)

Con el fin de realizar una revisión sobre la representación que la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico tiene sobre los temas del medio ambiente, se realizó un sondeo de opinión a un grupo de 50 de estudiantes del Plantel durante el mes de enero del 2013, mediante un cuestionario de 21 preguntas, tanto abiertas como cerradas, que permitirán indagar 5 ejes de temáticos (indicadores) de la representación ambiental.

- Las preferencias sobre medios de comunicación
- La representación social sobre medio ambiente
- El conocimiento que se tiene de las campañas ambientales dentro y fuera del Plantel

- La identificación de las instituciones encargadas de las cuestiones ambientales
- El reconocimiento del deterioro ambiental en el Plantel Centro Histórico

(Para mayor información consultar el Anexo C)

Focus Group

Se caracteriza por proporcionar un método de exploración, que “permite a los participantes expresar sus preocupaciones y/u opiniones dentro de un contexto que es útil para la comunidad científica” (Zeller y Carmines, 1980: 17).

Cuando se trabaja con el *Focus Group*, se pueden adoptar tres enfoques diferentes según la clasificación de Calder: “el exploratorio, el clínico y el fenomenológico” (Calder, 1977: 353).

Ahora bien, la opción exploratoria fue la adoptada en este trabajo porque “permite tanto identificar y estructurar nuevas preguntas de investigación surgidas dentro del grupo y valoradas como puntos importantes, como obtener, incluso directrices para investigaciones futuras” (Angel y Klassen, 1999: 578), todo ello de interés al plantearse al presente plan comunicativo.

Este carácter exploratorio consistió en la realización de entrevistas colectivas y semi estructurada en torno a un tema específico.

Entrevista semi estructurada

Es aquella en la que, como su propio nombre indica, el entrevistador despliega una estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas y con preguntas espontáneas. “Esta forma es más completa ya que, mientras que la parte

preparada permite comparar entre los diferentes candidatos, la parte libre permite profundizar en las características específicas del candidato” (Uwe, 2004: 89). Por ello, permite una mayor libertad y flexibilidad en la obtención de información.

(Para mayor información consultar el Anexo D)

Entrevista en profundidad

Es una técnica para obtener que una persona transmita oralmente al entrevistador su definición personal de la situación. La entrevista comprende un esfuerzo de inmersión (más exactamente re-inmersión) del entrevistado frente a/o en colaboración con el entrevistador que asiste activamente a este ejercicio de representación casi teatral. “La entrevista en profundidad, al igual que la observación puede plantearse holísticamente, pero también puede ceñirse a un solo acto, experiencia social”. (Sabino, 2002: 126)

La utilización de esta técnica se planteo con el propósito de explorar algunas respuestas a la pregunta ¿Cuál es la representación que tienen los integrantes de la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico sobre el medio ambiente que los rodea? Esta interrogante surge a partir de la reflexión que se genera de los datos obtenidos del *focus group* y de las propuestas teóricas de Vidal, Farr, Moscovici y Serrano sobre “la importancia de las representaciones sociales en los marcos comunicativos que plantean un objeto de estudio centrado en la comprensión del nivel personal de los motivos y creencias ubicados detrás de los comportamientos y acciones sociales de los individuos con respecto a su relación con el medio ambiente” (Carabaza, 2004).

Guía de categorías de la entrevista en profundidad

Objetivo:

Generar información cualitativa para aproximarse al conocimiento sobre las representaciones sociales que la comunidad universitaria tiene sobre el medio ambiente.

Objetivos específicos:

Aportar elementos para comprender la manera en que las personas integran a su vida cotidiana el concepto de medio ambiente

Determinar la actividad o pasividad de la comunidad universitaria ante la problemática del medio ambiente.

- Significado del medio ambiente:

En este eje se la finalidad de aproximarse al concepto que la comunidad universitaria tienen con respecto al término medio ambiente, para identificar los elementos que permitan vincular el significado de los temas ambientales con el referente que los distintos integrantes de esta comunidad tienen sobre el tema, mismo que juegan un papel decisivo a la hora de establecer programas de comunicación o educación ambiental.

- *Relación con el medio ambiente*

Es el aproximarse al marco de referencia desde el cual, la comunidad universitaria se ubican en el contexto de la relación hombre-medio ambiente. Esto es, acercarse a las manifestaciones concretas que en términos culturales se pueden apreciar a partir del lenguaje y relatos de casos con el entorno

natural en el que viven, e identificar así algunos rasgos de los estilos de vida y el conocimiento social sobre el medio natural que los rodea.

- *Visión macro y micro*

Eje que permite comprender si la comunidad universitaria cuenta con la perspectiva local y/o global de la problemática ambiental, la identifican como un problema local e inmediato a su vida, o la ubican como problemas globales, distantes a su quehacer cotidiano, pero tienen la idea de que aunque no les involucre directamente, si les afecta en su generalidad.

- *Acciones futuras/compromisos*

Eje que aporta indicadores del grado de compromiso que los entrevistados, puedan tener para participar activamente en la construcción de una sociedad que garantice una mejor calidad de vida.

- *Comunicación y medio ambiente.*

Eje que proporcionara elementos sobre la noción que tienen los actores sociales con respecto a los problemas ambientales del Plantel Centro Histórico, a partir de lo que los medios de comunicación locales ponen a su disposición. (Carteles, folletos, etc.). Así como el aproximarse al entendimiento de la función de la comunicación en la construcción social del medio ambiente en la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico de la UACM.

- *Relación sobre el presente, pasado y el futuro del entorno de la comunidad universitaria.*

Con este eje se busca que el sujeto identifique el papel que la historia de la UACM ha jugado en la incidencia de las relaciones establecidas entre los diferentes elementos de la representación del medio ambiente.

- *Visión sobre las instituciones sociales o gubernamentales que trabajan a favor del medio ambiente.*

Eje que permite visualizar las representaciones que tienen los individuos de un grupo social, sobre las diferentes acciones e instituciones que trabajan a favor del medio ambiente en la Ciudad de México.

(Para mayor información consultar el Anexo E)

2.3. Análisis de los resultados

a. La exploración bibliográfica

En este punto se revisó la bibliografía disponible para la construcción del objeto de estudio en este para el plan comunicativo: medio ambiente y comunicación.

A través del análisis de la información recabada en este primer nivel, se pudieron identificar las diversas categorías conceptuales que se interrelacionan con dos contextos de producción de sentido: el contexto institucional y el académico que ayudaron a explicar la complejidad del objeto de estudio planteado, en este proyecto comunicativo. Ya que sin una perspectiva de este tipo sería difícil comprender la relación del sistema comunicativo y el social que se encuentran determinando las representaciones sobre la temática ambiental en distintos niveles de la sociedad.

Conclusiones de la investigación llevada a cabo en 2010 por la mtra. Cristina Barrientos con el tema “Estrategias psicosocial para el Desarrollo de conducta pro ambiental de separación de residuos sólidos en una institución de Educación Superior” llevado a cabo en el Plantel Tezonco de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

- No existe una adecuada cooperación por parte del personal, los cuales a pesar de haber sido sensibilizados y capacitados con anterioridad no recolectaban los residuos de forma diferenciada.

- Desconocimiento por parte de los estudiantes sobre la existencia del programa ambiental de la UACM y sus acciones promovidas por el mismo
- Desconocimiento sobre el uso de los depósitos destinados para la separación de residuos
- Nula información clara que lleve a la comunidad a cooperar en el cuidado del medio ambiente en su plantel
- Ausencia de información general sobre la problemática ambiental en la Ciudad de México.

b. Recolección de datos descriptivos del objeto de estudio

En este apartado se investigó la importancia que la comunidad universitaria le proporcionaba al tema ambiental, esto es “describir las representaciones que se construyen socialmente a partir de la relación medios de comunicación/medio ambiente/ sujetos de la recepción” (Carabaza, 2003: 42).

Así pues el desarrollo empírico de este plan comunicativo se desarrollo en tres etapas:

La primera de tipo cualitativa que se llevo a cabo fue un *focus group* en la comunidad universitaria del Plantel Centro Histórico para identificar las representaciones que la comunidad universitaria tiene sobre los temas del medio ambiente.

Este *focus group* se realizó a un pequeño número de personas que presentan características e intereses homogéneos en este caso la problemática ambiental en Plantel Centro Histórico.

La segunda etapa se trabajó bajo el enfoque cualitativo a través de la entrevista en profundidad en que permitió explorar a detalle las representaciones sociales sobre el tema ambiental en una selección de casos significativos.

Este estudio se trabajó a partir de los datos de cuatro entrevistas realizadas durante el mes de abril-mayo de 2013 a diferentes personas que pertenecen a la comunidad universitaria del Plantel Centro Histórico así como del Programa Ambiental de la UACM con una duración, en promedio, de 90 minutos. La población elegida fue mayor de 20 años por dos razones: la primera, porque en la actualidad esta población representa la edad promedio de los estudiantes que pertenecen a la comunidad universitaria de la UACM Plantel Centro Histórico, y la segunda, porque son los grupos poblacionales que, probablemente, no vivieron la implementación de una política sobre educación ambiental tan agresiva, como la que ahora se trabaja en la educación primaria y secundaria implementado por la SEP y SEMARNAT. (SEMARNAT y SEP incorporan la educación ambiental en Preescolar Primaria y Secundaria, 2013)

Además, porque son ellos, en muchos de los casos, educadores y coadyuvantes en la construcción de la cultura medioambiental de sus propias familias.

La tercera etapa de tipo cuantitativo, el cuestionario (sondeo de opinión), permitió identificar las representaciones que la comunidad de Plantel Centro Histórico tiene sobre los temas del medio ambiente, así como el poder contar con mayores elementos para la comprensión de la cultura ambiental desde la comunicación masiva, esto es necesario para tener una aproximación a las representaciones sociales de los receptores, porque estas poseen la función de organizar el conjunto de datos de referencia proporcionadas por él o los productos comunicativos.

Además, el objetivo central del sondeo de opinión es identificar el grado de conocimiento de la comunidad de Plantel Centro Histórico sobre la temática y las campañas ambientales, a lo que es necesario caracteriza, en primer lugar, el nivel de exposición a los medios, porque finalmente lo que se pretende en este proyecto es ofrecer un modelo de gestión para la comunicación ambiental donde los medios sean unos los vehículos que coadyuven en la construcción de la cultura medioambiental, ya que, de acuerdo con sus características, “son hoy una las instituciones constructoras y reconstructoras de los valores y actitudes de las sociedad” (Niklas, 2000: 112).

Referencias de los entrevistados

Entrevista en profundidad

Identificador Variable	Sexo	Ocupación	Estudios	Otras actividades
E1	M	*Coordinador (2011-2013)	Doctorado	Ex-Coordinador de Plantel Centro Histórico
E2	F	Coordinadora (2013-2015)	Maestría	Coordinador de Plantel Centro Histórico
E3	F	Profesora	Maestría	Vinculada al Programa Ambiental de la UACM
E4	M	Estudiante	Preparatoria	Cursando Lic. Arte y patrimonio cultural
E5	F	Estudiante	Cetis	Cursando Lic. Comunicación y Cultura

*Entrevista realizada antes de su término de administración en el 2013 al Dr. Sebastián Ibarra

Entrevista semi estructurada (*Focus Group*)

Identificador Variable	Sexo	Ocupación	Estudios	Otras actividades
F1	M	Estudiante	Preparatoria	Cursando Lic. Ciencia política y Administración Urbana
F2	M	Estudiante	Bachillerato	Cursando Lic. Arte y patrimonio cultural
F3	F	Estudiante	Conalep	Cursando Lic. Comunicación y Cultura
F4	F	Estudiante	Cetis	Cursando Lic. Comunicación y Cultura
F5	M	Estudiante	Cetis	Cursando Lic. Comunicación y Cultura
F6	M	Estudiante	Preparatoria	Cursando Lic. Arte y patrimonio cultural
F7	M	Estudiante	Bachillerato	Cursando Lic. Arte y patrimonio cultural

La selección del Plantel Centro Histórico fue una decisión pertinente bajo el criterio de que es uno los planteles con menor concentración de población (1,554 personas). Además que se encuentra ubicado en una zona en donde existen un nivel alto de contaminación por residuos sólidos, como lo es la Colonia Centro correspondiente a la Delegación Cuauhtémoc, como se muestra en el siguiente cuadro.

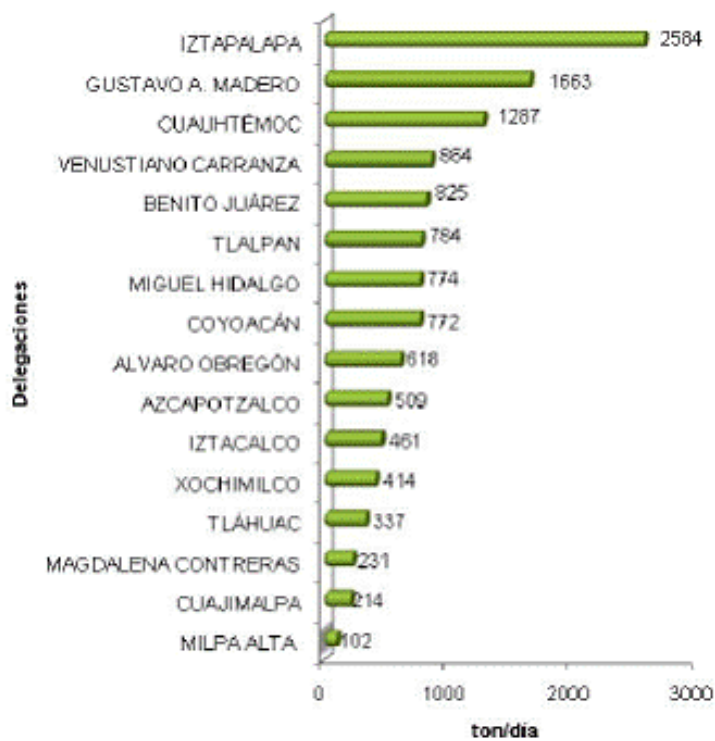


Figura 1. Generación de residuos sólidos por Delegación.
Fuente: Dirección General de Servicios Urbanos. 2008.

Se utilizó la entrevista en profundidad porque se trató de aprehender las experiencias de los participantes sobre el medio ambiente desde sus propias perspectivas y desde su mundo subjetivo/afectivo. Para explicar cómo le dan sentido a dichas experiencias las entrevistas fueron diseñadas

para promover entre los informantes ciertas formas discursivas que representan descripciones, narraciones y argumentos sobre el estilo de vida asociados al comportamiento ambiental.

El protocolo de la entrevista sobre las cuestiones ambientales, se construyó a partir de cuatro dimensiones:

- 1) La representación sobre el medio ambiente y la visión sobre la relación de los problemas locales con los globales;
- 2) El comportamiento cotidiano a través de las acciones, valores y actividades actuales o futuras;
- 3) La presencia de los medios de comunicación como los grandes proveedores de las representaciones sociales
- 4) La visión que tienen los sujetos de las instituciones dedicadas a atender los problemas medioambientales

2.4. Interpretación de los resultados (replanteamiento o confirmación del problema o nicho de oportunidad; y descripción general de sus posibles soluciones)

En el presente apartado se ofrece la interpretación de los resultados obtenidos a través del trabajo de campo mediante el sondeo de opinión, el *focus group*, la entrevista en profundidad y la contrastación de los resultados cuantitativos y cualitativos, complementado con sus instrumentos de aplicación.

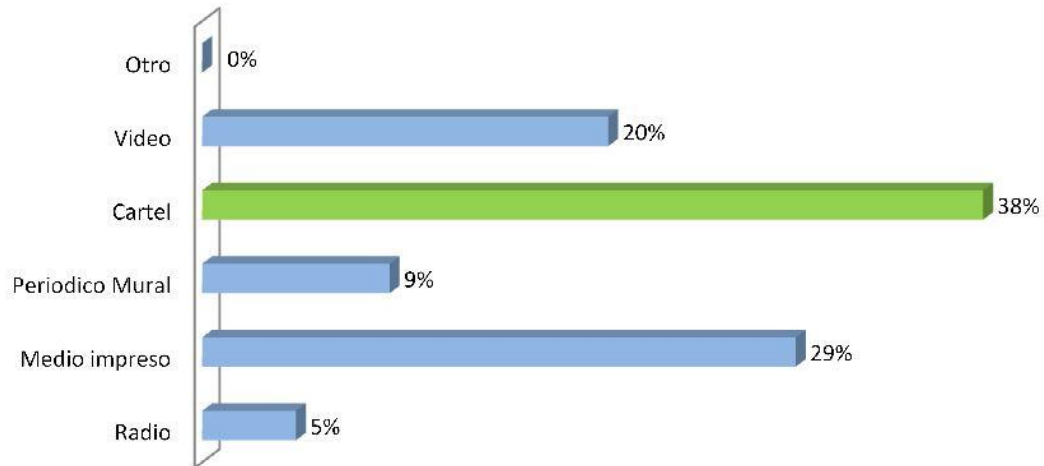
- a) Sondeo de opinión para identificar el sistema de representación sobre la problemática ambiental.

Como se había mencionado con antelación el objetivo de este sondeo es para identificar el grado de conocimiento de la población estudiada sobre la temática y las campañas ambientales.

Así, se cuestionó a la población de Plantel Centro Histórico sobre cuáles son los medios de su preferencia en dicho Plantel. Los resultados obtenidos son los siguientes:

I.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿Qué medio de comunicación prefieres en el Plantel Centro de la UACM?



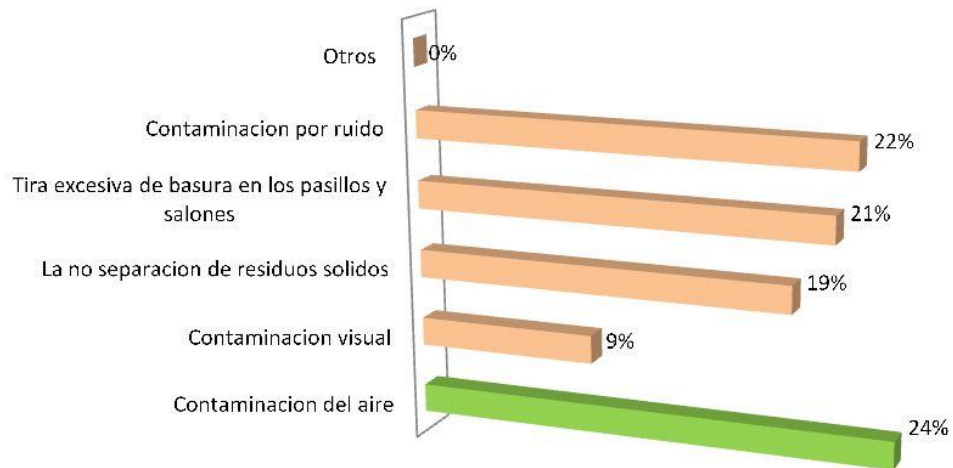
Sobre el cuestionamiento ¿Qué medio de comunicación prefieres en el Plantel Centro Histórico de la UACM?, se encontró entre los encuestados que el Cartel lo ven como el medio más idóneo para la difusión de información referente alguna campaña pro ambiental o en su caso como elemento informativo para el uso de los botes de separación de residuos, seguido de los medios impresos como revista ó tríptico por la funcionalidad que la información se la puedan llevar a casa.

Este primer bloque de datos permite hacer dos reflexiones, la necesidad de los medios electrónicos como la radio y el video de acuerdo a sus características tecnológicas, tienen una presencia importante en la vida cotidiana de los miembros de sociedad tecnológicamente activa, y que son estos los que principalmente proporcionan el relato de los acontecimientos sociales.

II. - LA REPRESENTACION SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

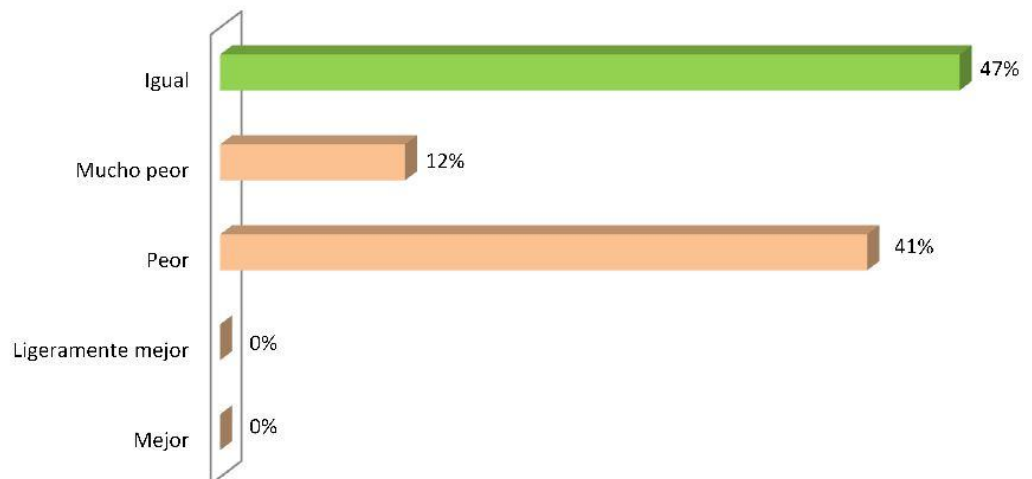
5. A continuación te presentamos una lista de los problemas ambientales que algunas personas consideran que existen en el Plantel Centro Histórico.

Lista de problemas ambientales que algunas personas consideran que existen en el Plantel Centro



6.-

Consideras que la calidad del medioambiente en el Plantel Centro actualmente es:



7.-

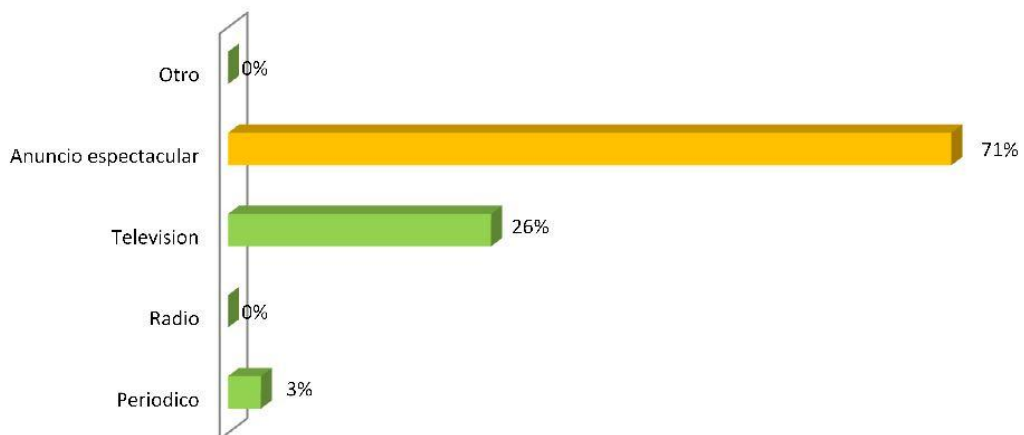
De acuerdo a tu criterio marca los problemas potenciales que existen en la sociedad y que amenazan la salud y seguridad personal



La importancia que le otorgan los encuestados a los problemas potenciales que existen en la sociedad y que amenazan la salud y seguridad personal van de: Resultando, “contaminación del aire causada por automóviles y camiones” ya que el plantel centro histórico se encuentra cercano a una avenida transitada como lo es Av. Fray Servando, una de las más congestionadas de la Ciudad de México.

III.- SOBRE LAS CAMPAÑAS MEDIO AMBIENTALES

¿Recuerdas alguna campaña en los medios masivos de comunicación a favor del medioambiente?, ¿A través de que medio te has enterado?



Otro de los aspectos fue identificar si recordaban algunas de las campañas ambientales que se han lanzado a nivel Ciudad de México. Entre los hallazgos se encontró que más de la mitad de encuestados aceptó haber escuchado o visto alguna campaña a favor del medio ambiente a través de los medios de comunicación y la otra parte haber dicho no recordar ninguna.

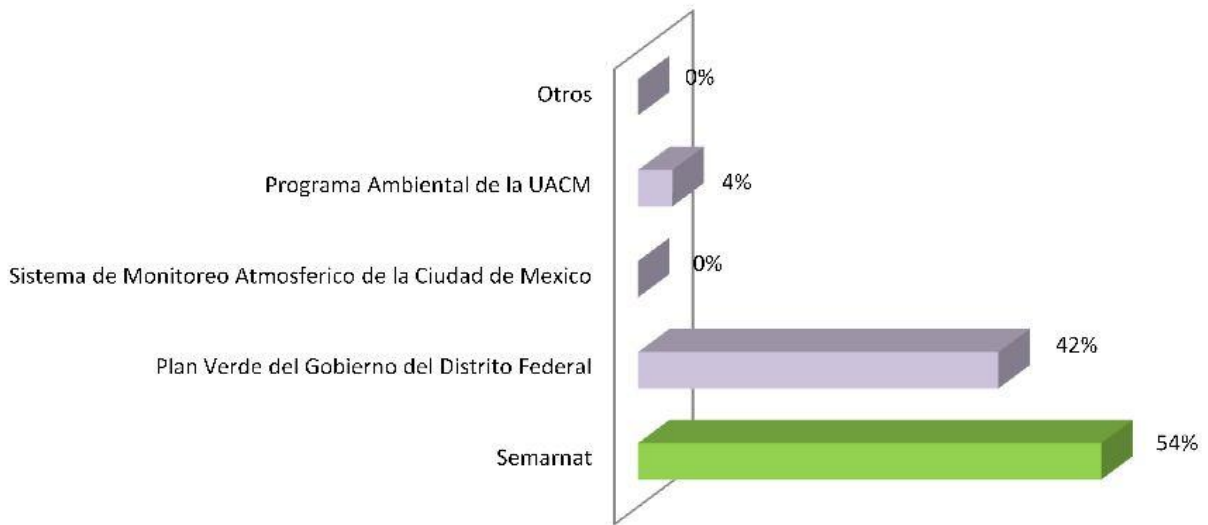
Al solicitarles, a quienes aceptaron recordar alguna campaña, el nombre de esta se reflejó en las estadísticas “Vamos a separarla para respirar mejor” siendo esta parte del programa de separación de residuos de la Ciudad de México; la denominada “Muévete en Bici” fue la segunda campaña, la que actualmente ha sido apoyada por diversas organizaciones civiles como lo es “Cambio de carril”. Y por ultimo “Si la tiras se te regresa” campaña de refuerzo hacia el programa de separación de residuos.

IV.- SOBRE LAS INSTITUCIONES

21. ¿Qué institución de la que trabajan en Pro del medioambiente conoces?

(Puedes marcar más de uno)

¿Qué institución de las que trabajan en Pro del medio ambiente conoces?



Este cuarto grupo de datos permite confirmar sobre la utilidad de los medios de comunicación en el desarrollo de actitudes positivas con el entorno, ya que la efectividad de las campañas ambientales en la ciudadanía, está dada en función de que estas tengan una presencia importante en los medios masivos de comunicación.

Para acercarse al conocimiento que la población del Plantel Centro Histórico tienen sobre las instituciones, así como también sobre el Programa ambiental de la UACM que trabajan a favor del medio ambiente; se les solicito marcar en orden

de importancia en una lista que contenía las dependencias gubernamentales que trabajan en la localidad, así como Programa ambiental de la UACM, sobre cuales han escuchado hablar más o la conocen.

Los datos obtenidos afirman que es la SEMARNAT la que tiene un grado de retentiva mayor entre los encuestados y sobre el área que pertenece a la UACM con el nombre “Programa Ambiental” la mayoría no la conoce.

b) Las representaciones sociales sobre el medio ambiente en la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico.

Los resultados arrojados en la indagación realizada a través del *Focus Group* y entrevistas en profundidad sobre el medio ambiente se disponen a continuación.

Focus Group (Entrevista a estudiante, semiestructurada)

Para Carlos Hernández 22 años, el tener un conocimiento previo sobre las causas del problema ambiental que aqueja actualmente a la sociedad, crea en él conciencia sobre las decisiones y el apoyó a su comunidad universitaria.

“La UACM tiene acceso a diversas fuentes de información a través de la biblioteca o páginas en internet donde podemos consultar sobre alguna duda de cualquier tema en especial puede ser el caso de la basura o la contaminación, yo en particular conozco este tema porque en la prepa teníamos platicas y talleres ambientales, pero información directa en Plantel Centro Histórico como carteles o lonas, la verdad no hay”.

Entrevista en profundidad a estudiante

Para Rodolfo Chávez 26 años

“En la secundaria y en la Preparatoria teníamos talleres de CICEANA (Centro de información y Comunicación Ambiental), creo que es parte de la SEP, donde nos enseñaban hacer huertas, eso es bueno porque algunos compañeros las llevaban a cabo en las azoteas de sus casas”.

Ahora bien menciona que el ser consciente de la problemática ambiental hace que la actitud cambie por un beneficio por el entorno donde vivimos todos.

“No precisamente son un problema local si no global; pero si no empezamos desde nosotros y el lugar donde convivimos a cuidarlo no veremos un beneficio hacia nuestro entorno”.

A continuación se enlistan las problemáticas detectadas en las entrevistas a profundidad realizadas al personal académico de Plantel Centro Histórico y del Programa Ambiental de la UACM.

Ex-Coordenador del Plantel Centro Histórico, Dr. Sebastián Ibarra.

“...en el Plantel Centro Histórico, te puedo comentar que actualmente tenemos varios problemas ambientales como el ruido, la mala calidad del aire, falta de áreas verdes pero principalmente tenemos una situación crítica en el comedor del plantel, ya te había comentado que es necesaria una campaña de información y de concienciación a toda la comunidad para una separación adecuada de la basura, ya que el gobierno del distrito federal local a través de su campaña de separación de basura nos exige que se separe, y si no lo hacemos, estamos ante una falta reglamentaria, además si los estudiantes no la separan y no hacemos esa conciencia en la

comunidad del Plantel Centro Histórico, entonces tiene que hacerlo como actividad adicional el personal de intendencia de ir a los contenedores, sacar la basura y separarla por orgánica e inorgánica; cuando en una institución educativa, pues resulta incongruente que esto suceda.. inaceptable mas bien, porque se supone que somos gente que nos estamos formando, y que debemos de aceptar ese tipo de reglas, normas que nos llevan a una convención más sana y mejor” (Carreola, 2013).

Coordinadora del Plantel Centro Histórico, Mtra. Jocelyn Magali Romero Navarro.

“...bueno nuestra institución como lo es la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en este caso el Plantel Centro Histórico, tiene problemas con la separación de basura a pesar de que existen depósitos especiales para su separación, así como la poca información que hace referencia a estos depósitos y el cómo separarla. Por otro lado, cuando comencé con la administración de este plantel empecé a tener contacto con el programa ambiental de la UACM a través de la campaña de recolección de pilas; pero no habido una campaña como tal que se enfoque a la separación de residuos y el buen uso de los depósitos, eso es lo que actualmente nos hace falta.

Además creo que el tener una vinculación directa entre los estudiantes y académicos a favor de una causa, como lo es el de erradicar el problema ambiental en plantel centro, crea una concienciación que a futuro, se verán los resultados por el bienestar de este plantel así como el entorno que ellos habitan” (Carreola, 2014).

Profesora Verónica Duran Carmona del programa ambiental de la UACM, menciona que:

“...Las cantidades de material inorgánico producidas en los planteles diariamente son en verdad impresionantes, los comedores generan

aproximadamente el 90% de los desechos, el otro 10% son generados por el resto del plantel. Estos materiales inorgánicos son depositados en lugares en los cuales no corresponden a las necesidades correctas de un contenedor o artesas y en ocasiones las capacidades de su almacenaje sobrepasan los límites de contención para los cuales fueron en un principio diseñados” (Carreola, 2012).

CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

En esta recolección de datos cuantitativos y cualitativos, se contrastaron los resultados, con el fin de conocer la importancia de la comunicación y su contribución en la construcción de las representaciones sociales sobre el medio ambiente en el Plantel Centro Histórico.

El procedimiento para este análisis, consistió en encontrar palabras código para establecer posteriormente las categorías en las cuales se objetivizan las representaciones sobre la temática ambiental.

Cada frase en particular se les otorgó palabras código que indicaran su referencia. Una vez que se contó con las categorías e indicadores, estos se relacionaron con los datos obtenidos en el sondeo de opinión y las entrevistas a profundidad mediante una matriz de doble entrada, en donde se registraba si los indicadores se encontraban incluidos medianamente incluidos o no incluidos.

Descripción de las categorías constituidas para la contrastación de resultados cualitativos y cuantitativos

(Para mayor información consultar el Anexo F)

Problemas Ambientales (Pam) {
Plantel Centro Histórico
(Lpch)
Ciudad de México **(Cm)**
Nacional **(Cna)**

Tipo de información (TI): {
Local **(Lc)**
Regional **(Rg)**
Nacional **(Na)**
Global **(Gl)**

Temas ambientales (TA): {
Protección al aire **(Pa)**
Conservación de la biodiversidad **(Cb)**
Manejo de la biotecnología **(Mb)**
Uso adecuado de los productos tóxicos **(Ptx)**
Manejo de residuos peligrosos **(Rp)**
Manejo de residuos sólidos y líquidos **(Rs)**

Generadores de información (GI) {
Estado **(Est.)**
Dependencias nacionales **(Nal.)**
Organizaciones civiles **(Osc)**
Sector educativo **(Se.)**

Agrupación de datos para el análisis Cualitativo Vs. Cuantitativo

Categoría/ Indicador	Sondeo de opinión			Focus Group			Entrevistas en profundidad		
	I	MI	NI	I	MI	NI	I	MI	N
Problemas ambientales (PAM)									
<i>Lpch</i>	x			x			x		
<i>Om</i>	x	x		x			x		
<i>Cna</i>		x			x			x	
<i>Cgl</i>		x				x		x	
Tipo de información (TI)									
<i>Lc</i>	x			x			x		
<i>Rg</i>		x			x				x
<i>Na</i>			x			x			x
<i>G</i>			x			x		x	
Temas ambientales (TA)									
<i>Pa</i>	x			x			x		
<i>Cb</i>			x			x			x
<i>Mb</i>									
<i>Pbx</i>		x		x				x	
<i>Rp</i>	x			x				x	
<i>Rs</i>	x			x			x		
Generadores de información (GI)									
<i>Est</i>	x			x				x	
<i>NaI</i>		x			x				x
<i>Osc</i>		x		x					x
<i>Se</i>	x			x			x		
Totales	8	7	3	10	3	4	6	6	5

I=Incluida

NI= No incluida

NI= No incluida

MI=Medianamente incluida

Detección de similitudes en datos de análisis cualitativo vs cuantitativo

Problemas ambientales (PAM)	Sondeo, Focus Group, Entrevistas
<i>Plantel Centro Histórico (Lpch)</i>	x
<i>Ciudad de México (Cm)</i>	x

Tipo de información (TI)	Sondeo, Focus Group, Entrevistas
<i>Local (Lc)</i>	x

Temas ambientales (TA)	Sondeo, Focus Group, Entrevistas
<i>Protección al aire (Pa)</i>	x
<i>Manejo de residuos sólidos y líquidos (Rs)</i>	x

Generadores de información (GI)	Sondeo, Focus Group, Entrevistas
<i>Sector Educativo (Se)</i>	x

Confirmación del problema

Ahora bien en la interpretación de los resultados la mayoría de los participantes apunta el conocer información emitida por la localidad en este caso Plantel Centro Histórico sobre procedimientos ambientales como es el caso de separación de residuos, o causas sobre los problemas de la calidad de aire, no obstante hacen hincapié, que es poca información la que reciben; ya que su conocimiento previo asimilado por la educación media básica (secundaria) y media superior (bachillerato) les dio bases para la comprensión del problema ambiental, tal como se puede apreciar en los extractos de entrevistas.

Por otra parte también se observó que las personas desconocen, la información emitida por el Gobierno Federal referente a tipo de información ambiental, así mismo no conocer desarrollos tecnológicos y científicos sobre el tema.

La mayoría coincide en la poca difusión de campañas ambientales a nivel nacional.

- No existen evaluaciones periódicas para definir cambios o permanencias del programa de separación de residuos por parte del Programa Ambiental de la UACM.
- Saturación de residuos sólidos sin separar en Plantel Centro Histórico de la UACM
- No existe una ergonomía de los recipientes que hicieron para la basura a la conveniencia del tamaño, si deben ser del mismo tamaño unos que otros, y cuales son en los que se deposita más basura.

Igualmente el Ex-Coordinador y Coordinadora actual coinciden:

- “...actualmente tenemos varios problemas ambientales como el ruido, la mala calidad del aire, falta de áreas verdes pero principalmente tenemos una situación crítica en el comedor del plantel, ya te había comentado que es necesaria una campaña de información y de concienciación a toda la comunidad para una separación adecuada de la basura,..”

Ex-Coordinador del Plantel Centro Histórico (2011-2013), Dr. Sebastián Ibarra.

- “... el Plantel Centro Histórico, tiene problemas con la separación de basura a pesar de que existen depósitos especiales para su separación, así como la poca información que hace referencia a estos depósitos y el cómo separarla.”

Coordinadora del Plantel Centro Histórico (2013-2015), Mtra. Jocelyn Magali Romero Navarro.

ANALISIS FODA

El siguiente punto es el análisis FODA herramienta que permite de primera instancia ubicar los factores que pueden pronosticar el éxito o el fracaso de un proyecto, así como enfatizar los puntos en los que se debe establecer actividades basadas en la correcta aplicación de un diagnóstico.

- **Fortalezas**

El carácter pro ambiental en este plan de comunicación, puede ser considerado otra de las características que fortalecen al proyecto en cuanto a la atracción de los posibles usuarios al contribuir al mejoramiento de su entorno.

Las ventajas de un tratamiento correcto de la basura podría traer grandes beneficios al plantel, porque no solo se daría solución a un problema, si no también se estarían generando formas de trabajo para los mismos alumnos en cuestión de proyectos que quisieran realizar, o bien se estarían generando un gran número de alternativas para los profesores en relación a las materias que imparten o a futuros proyectos que quisieran realizar.

Carlos Hernández, 22 años, Lic. Arte y Patrimonio Cultural.

“Contar con un proyecto que vincule a todos en este Plantel a favor del medio ambiente sería interesante y favorable. En el mundo hay mucha gente que desea hacer algo por la Tierra, por la naturaleza, los animales, etcétera, pero las campañas ecologistas no pueden ganar estas luchas solas, necesitan de la cooperación de todos nosotros”.

Roberto Córdova, 25 años, Lic. Arte y Patrimonio Cultural.

“Es importante tener una conciencia ecológica, pero lo primero que debemos hacer para contar con ella es darnos cuenta de qué es la naturaleza en realidad. Lo más importante será que no la veamos cómo nos han enseñado en la escuela o como nos la han presentado como un simple objeto satisfactor, sino que debemos encontrar en nuestro ser su verdadero significado para poder cambiar nuestro entorno, por eso es importante este tipo de proyectos en nuestro Plantel”.

Dr. Sebastián Ibarra, Coordinador del Plantel Centro Histórico de la UACM (Administración 2011-2013).

“..Si los estudiantes no separan la basura y no hacemos esa conciencia en la comunidad del Plantel Centro Histórico, entonces tiene que hacerlo como actividad adicional el personal de intendencia de ir a los contenedores, sacar la basura y separarla por orgánica e inorgánica; cuando en una institución educativa, pues resulta incongruente que esto suceda, inaceptable mas bien, porque se supone que somos gente que nos estamos formando, y que debemos de aceptar ese tipo de reglas, normas que nos llevan a una convencia más sana y mejor.”

Desde el punto de vista de la comunicación, la tarea más importante durante la identificación de las fortalezas de un proyecto, es el interés del destinatario en su aceptación por un cambio, ya que esto contribuye al desarrollo sostenible en una cierta localidad.

Se observó en confirmación del problema, que las personas que afirmaron el conocer información emitida por la localidad en este caso Plantel Centro Histórico sobre procedimientos ambientales como es el caso de separación de residuos, o

causas sobre los problemas de la calidad de aire, no obstante hacen hincapié, que es poca información la que reciben; ya que su conocimiento previo asimilado por la educación media básica (secundaria) y media superior (bachillerato) les dio bases para la comprensión del problema ambiental, tal como se puede apreciar en los extractos de entrevistas semi estructuradas. A continuación se muestra algunos de los comentarios del *Focus Group* a los que se les cuestionó, ¿Cómo podrías participar en una campaña ambiental en el manejo integral de los residuos?, a lo que respondieron:

Adriana Albarran, 26 años, Lic. Comunicación y Cultura.

“Creo que ayudando a difundir entre los compañeros, como separar la basura en los depósitos de la escuela como nos enseñaron en la primaria, todos los hacemos pero hay algunos que tienen la intención pero no saben que va en cada uno, eso es lo que les faltó ponerle a los botes”.

Josefina Salinas, 24 años, Lic. Comunicación y Cultura

“Primero haría una plática acerca de lo que es el manejo de los residuos... pero no hacerla de sólo bla bla bla, ya que eso aburre a la gran mayoría de gente, podría traer los tipos de botes, averiguar bien el proceso de separación y para motivar a la gente realizar una especie de concurso donde separemos la basura en cierto tiempo, podría ser por carrera y en dos semanas para que todos reciclen y luego hacer una especie de entrega de premios al mejor equipo”

La motivación es otra de las fortalezas que pueden ser consideradas para este proyecto, ya que el destinatario interesado se vincularía rápidamente a través de sus experiencias pro ambientales.

Coordinadora del Plantel Centro Histórico (2013-2015), Mtra. Jocelyn Magali Romero Navarro.

“...el tener una vinculación directa entre los estudiantes y académicos a favor de una causa, como lo es el de erradicar el problema ambiental en plantel centro, crea una concienciación que a futuro, se verán los resultados por el bienestar de este plantel así como el entorno que ellos habitan”.

- **Oportunidades**

Actualmente, no existe en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) un programa de Gestión de comunicación ambiental propuesto por estudiantes, ya que el programa ambiental de la universidad

“inició sus actividades el mes de junio de 2006 con el propósito de desarrollar proyectos de investigación aplicada, crear líneas de investigación en nuestra Universidad, establecer nexos de colaboración con otras instituciones y promover la presencia de la UACM en el entorno social” (Programas y Centros, Programa Ambiental, 2013).

Esta ausencia de propuestas de gestión de comunicación ambiental para el Plantel Centro Histórico, representa la principal oportunidad del plan comunicativo aunado el interés del Coordinador de Plantel “Sabemos que existe el Programa Ambiental; yo en lo particular se que existe los diferentes botes o depósitos para la separación de la basura y hacemos uso de ellos pero no de la forma debida, por lo que necesitamos de una campaña adecuada para el uso de estos, así como concientización a la comunidad universitaria sobre la problemática ambiental, así como la reutilización de algunos elementos que podamos rescatar de la basura” (Carreola, 2013).

Una de las principales diferencias que distinguen al plan comunicativo “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de LA Universidad Autónoma de la Ciudad de México” con el “Programa Ambiental de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, son las siguientes:

Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México	Programa Ambiental de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México
<p>Objetivos generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de objetivos y actuaciones de mejora ambiental y promoción de actitudes ambientalmente adecuadas a la totalidad de los ámbitos en los cuales se desarrollan la actuación del Plantel Centro Histórico. • Participar como un agente más de la mejora ambiental del territorio local y colaborar activamente en el desarrollo sostenible de la ciudad en el marco de las estrategias impulsadas por el Gobierno del Distrito Federal. • Establecimiento de mecanismos de seguimiento y mejora continua de la calidad ambiental del Plantel Centro Histórico. 	<p>Objetivos generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Influir como Institución de Educación Superior en el comportamiento de estudiantes, profesores, administrativos y personal externo para concientizarlos de la importancia de los recursos forestales y fomentar la Cultura Ambiental y mecanismos de apropiación entre la comunidad universitaria. • Favorecer y preservar espacios visualmente placenteros, hermosos y recreativos con un enfoque ecológico para los estudiantes y profesores de la UACM. • Fomentar la separación de los residuos orgánicos generados por la poda y convertirlos en composta para mejorar y enriquecer el suelo. • Contribuir al mejoramiento de la estética urbana.

Sobre la base de este contexto, “la aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la UACM”, se convierte en el instrumento más adecuado para gestionar de forma sostenible los recursos de que dispone cada uno de los diferentes espacios del Plantel Centro Histórico, así como para promover actitudes respetuosas con el medio ambiente en sus diferentes ámbitos.

Otro punto es el aspecto presupuestal; la coordinación del plantel se encuentra interesada en la aplicación de este plan comunicativo, como alternativa ante la problemática ambiental que lo aqueja.

Por lo que los recursos para llevar a cabo este proyecto serian cubiertos en su totalidad por la mismo Plantel Centro Histórico.

- **Debilidades**

La principal debilidad que el proyecto “la aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la UACM” que puede presentar en el destinatario principal, es la falta de interés por parte de la comunidad universitaria por el proyecto, como a continuación se muestra:

Josefina Salinas, 24 años, Lic. Comunicación y Cultura

“Todos pensamos en el trabajo, la industria y el progreso, pero nada se puede progresar si no cuidamos nada. En la uni hay compañeros que han hecho campañas a través de carteles, y han sido varios pero así como los hacen los quitan, porque creemos que es algo tonto, todos dicen: un papel

en la calle no hace nada, un asado en un lugar prohibido no hace nada, tirar una bolsa de basura al río no hace nada. Pero si millones de personas lo hacen si puede pasar algo y bastante grande. Por ejemplo, en el Plantel Centro Histórico muchos tiran la basura en el piso del salón, algunos no separan la basura como se debe, en los baños tapan las tazas con papel, al rato cuando estemos en problemas serios en el Plantel lo vamos a cuidar, aunque será demasiado tarde; no sé porque casi todos somos así, cuando vemos las cosas muy mal, es cuando deberás las hacemos”.

Ricardo Palacios, 29 años, Lic. Comunicación y Cultura

“Hay mucha apatía aquí porque no hay áreas verdes como en los demás planteles, entonces muchos dicen que cuidamos si no hay árboles. La falta de interés es lo que nos afecta en muchas cosas, porque no somos responsables y para hacer campaña todos tenemos que tomar conciencia, porque si solo lo hace una cuarta parte no se hace nada, y es así, eso de el granito de arena no sirve, tenemos que ponernos en campaña todos, pero que deberás se vea y no quedar en la intención. Y la verdad desconocía que existía un programa ambiental en la UACM y eso que llevo tres años aquí.”

El que el destinatario del proyecto considere a las campañas internas del medio ambiente puramente escolar, puede representar una debilidad para un proyecto que presenta propuestas de intervención desde lo local hacia lo global, otra situación es que no se sientan atraídos por los contenidos propuestos al no considerarlos de utilidad según su concepción de beneficio propio.

Otra debilidad contemplada como se muestra es el no contar con áreas verdes, por ser un espacio reducido en el Plantel Centro Histórico.

“Los beneficios de las áreas verdes urbanas para la salud son considerables, aunque resulte difícil cuantificarlos. Ciertamente, las mejoras en la calidad de aire debido a la vegetación tienen impactos positivos sobre la salud física, con beneficios obvios tales como disminución de las enfermedades respiratorias. Quizás menos evidente, es el hecho que las áreas verdes urbanas reducen el estrés y mejoran la salud al contribuir a un ambiente estéticamente placentero y relajante (Nowak et al., 1996). Ulrich (1990) descubrió que los pacientes que convalecían en hospitales se recuperaron mucho más rápido cuando estaban en cuartos con vistas hacia los árboles y escenarios al aire libre” (Sorensen, 1998: 18).

Además la falta de reconocimiento del programa ambiental de la UACM por parte de los destinatarios es otra de las debilidades que puede enfrentar el plan comunicativo. Durante el ejercicio de la metodología, se cuestiono a los entrevistados acerca del conocimiento del programa ambiental de la UACM, a lo que la mayoría afirmo no tener información del programa.

- **Amenazas**

Al ser un proyecto diseñado por un estudiante, puede existir el riesgo de que al igual que otros proyectos universitarios, no cuente con el reconocimiento de los destinatarios ocasionado por escasez en la propaganda del proyecto.

Otra de las amenazas que enfrenta el proyecto, se encuentra en la cuestión de difusión, ya que el Plantel Centro Histórico no cuenta con un medio de difusión local, como un periódico, revista o gaceta, y por lo tanto las campañas locales sobre el cuidado del medio ambiente no alcanzan a tener un reconocimiento mayor en relación con las campañas externas que emiten dependencias de

gobierno o asociaciones civiles y por lo tanto no logran una permanencia en la agenda de los medios.

Ahora bien si se contara con un medio de difusión local, se crearía una agenda ambiental sobre los asuntos del medio ambiente local, proporcionando así indicadores importantes para quienes toman decisiones sobre los aspectos ambientales, porque permite un acercamiento a la representación que tienen los medios locales sobre el asunto ambiental, y que en un proceso cognitivo de largo plazo puede ir construyendo la representación social sobre el tema; en segundo lugar, porque estos datos ayudarían a fundamentar la implementación de estrategias administrativas comunicativas sobre el tema ambiental a distintos niveles de incidencia.

Descripción general de sus posibles soluciones

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	* Induce a un carácter proambiental sobre el contexto
	* Generador de numerosas alternativas en cuanto al tratamiento correcto de la basura
	* Se cuenta con una base como el Programa Ambiental de la UACM
	* Tener un conocimiento previo en cuanto al problema ambiental causas y consecuencias
OPORTUNIDADES	* No existe un Programa de Gestión de Comunicación Ambiental propuesto por algún estudiante
	* Apoyo del gobierno local a través de sus campañas para el desarrollo de una cultura ambiental
	* Se cuenta con el apoyo del Coordinador del Plantel Centro
	* El programa de Gestión contempla el poder vincularse con programas ambientales del Gobierno del Distrito Federal
DEBILIDADES	* Falta de interés por parte de la comunidad universitaria
	* La falta de áreas verdes crea una apatía general
	* El inadecuado manejo de la basura y su reciclado
	* No existe una vinculación entre gobierno del Distrito Federal y la UACM ante programas ambientales
AMENAZAS	* No se cuenta con un medio de difusión masiva (Periodico, revista, gaceta) por parte del Plantel Centro

Las problemas ambientales detectados en el diagnóstico realizado en el análisis y sondeo de la investigación en el 2013, además de exponerlas orientan en cierta medida las acciones y actividades propuestas para la aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Esto podría significar el inicio de que más planteles se puedan incorporar a este proyecto para dar solución a una parte de sus problemas. Si bien no será una tarea fácil de empezar si no se cuenta con todos los elementos de apoyo que conforman un plantel que van desde cuerpo directivo, profesores, intendencia, vigilancia y alumnos.

A lo que se tiene la seguridad que será de suma importancia el papel que pueden jugar los profesores de un plantel si ellos mismo invitan con su ejemplo a tirar correctamente la basura, y los alumnos se incorporen a las diferentes actividades que conlleva este proyecto, sabiendo que con ello se traerá un beneficio importante en la comunidad del plantel. Cabe resaltar que el proyecto en sí puede despertar en los alumnos un interés por áreas afines a las ciencias naturales o sociales.

Las ventajas de un tratamiento correcto de la basura podría traer grandes beneficios al plantel, porque no solo se daría solución a un problema, si no también se estarían generando formas de trabajo para los mismos alumnos en cuestión de proyectos que quisieran realizar, o bien se estarían generando un gran

número de alternativas para los profesores en relación a las materias que imparten o a futuros proyectos que quisieran realizar.

3. Plan Estratégico

3.1. Descripción y justificación de la estrategia seleccionada

La aplicación del modelo nace con la voluntad firme de contribuir, en sentido muy amplio, a que en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), se incorporen objetivos de mejora ambiental en cualquiera de sus actividades y se definan las acciones necesarias para conseguir dichos objetivos así como se propongan, en el mayor grado posible, actitudes ambientalmente adecuadas con el deseo de contribuir a la sustentabilidad de la comunidad universitaria, desarrollo así experiencias concretas de gestión de comunicación ambiental que fuesen exportables a otros planteles o comunidades que lo requieran.

Ahora bien la causa de la existencia de una interrelación fuerte que afecta a los espacios, las personas, y sus actividades, el consenso y la participación son indispensables. Es necesario el apoyo, el convencimiento y la participación de toda la comunidad universitaria: alumnado, profesorado, personal de administración y personal de apoyo.

Sobre la base de este contexto, “la aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la UACM”, se convierte en el instrumento más adecuado para gestionar de forma sostenible los recursos de que dispone cada uno de los diferentes espacios del Plantel Centro Histórico, así como para promover actitudes respetuosas con el medio ambiente en sus diferentes ámbitos.

Por otro lado la estrategia seleccionada para el proyecto, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, es la comunicación, difusión y concienciación. Los objetivos y actuaciones planteadas van en la línea de promover conductas cívicas y sostenibles entre la comunidad universitaria, fomentando la participación mediante campañas ambientales que premien entre otras las conductas sustentables, así como la colaboración con las instituciones territoriales.

Así pues, está dividida en tres partes que en conjunto buscan alcanzar el objetivo de este plan comunicativo, es decir desarrollar canales de información y orientar a la población universitaria en general para adquirir un compromiso serio en el problema de la basura, de manera que su participación sea activa y permanente, creando con ello una enculturación hacia nuevas generaciones. Esta división consta de:

- Crear un “Espacio verde” de gestión de comunicación ambiental local que canalice todas las tareas y actividades relacionadas con la sustentabilidad del Plantel Centro Histórico y su seguimiento.
- Desarrollar una campaña de difusión del programa GESCAM y de los beneficios de informar y sensibilizar a la comunidad universitaria sobre los problemas de contaminación y salud que producen la no separación de los residuos sólidos.
- Establecer propuestas de comunicación organizacional ante la aplicación inmediata como talleres informativos para mejorar las condiciones de limpieza y salubridad del plantel, brigadas de apoyo y observación

El medio de gestión de comunicación ambiental local “GESCAM” no pretende sólo marcar expectativas y generar estudios, sino que las acciones que se propone es una conexión permanente entre las dependencias ambientales del gobierno, asociaciones civiles pro ambientales y los planteles educativos, quienes son los agentes más directamente implicados en la toma de decisiones.

3.2. Objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo.

Objetivos tácticos:

- Divulgar la información generada del proceso de concientización en el Plantel Centro Histórico a la comunidad universitaria, utilizando los medios de comunicación existentes, tanto internos como externos.
- Utilizar el soporte informático y la red de Internet como herramienta de comunicación, difusión y concienciación.
- Favorecer la creación de un fondo de documentación sobre nuevas pautas y conductas pro ambientales.
- Promover el intercambio de información entre las diferentes universidades sensibilizadas ambientalmente.
- Ofertar formación en educación ambiental que sea específica para la comunidad universitaria.

Configuración organizativa a corto, mediano y largo plazo

En este sentido, y con el fin de iniciar el proceso a mediano plazo, establecer un “Espacio verde” (zona de estudio, seguimiento y evaluación de la estrategia). El diseño de este “Espacio verde” de gestión de comunicación ambiental local “GESCAM”, canalizara todas las tareas y actividades relacionadas con la sustentabilidad del Plantel Centro Histórico y su seguimiento. La estructura de personal como el despliegue de las actuaciones contara con la financiación procedente de los presupuestos ordinarios del Plantel Centro Histórico y de los convenios específicos que se establezcan con el programa ambiental de la UACM, Instituciones y/o organizaciones civiles

Ahora bien la propuesta del “Espacio verde” a largo plazo es incorporar en la estructura del Plantel Centro Histórico, las tareas de:

- 1) El diseño, dimensión y definición de las funciones de una estructura profesionalizada pro ambiental bajo la dirección del Coordinador del plantel, y su relación con el Programa Ambiental de la UACM, así como con las unidades técnicas y de servicios de Plantel Centro Histórico.
- 2) El diseño y definición de un archivo de material bibliográfico (en diversos soportes) sobre investigaciones ambientalistas y de gestión ambiental.
- 3) El control del consumo de recursos y de la gestión de residuos sólidos urbanos y de los residuos especiales siguiendo las actuaciones que plantea el programa ambiental del Gobierno del Distrito Federal.

Anexo G Se integran datos relevantes sobre la ley de gestión integral de los residuos sólidos para el Distrito Federal. (Gaceta oficial del Distrito Federal, Décima séptima época, 13 de septiembre de 2010, No. 925).

De todas estas funciones, la creación del “Espacio verde” tiene entre sus principales objetivos asesorar a través de la gestión de comunicación ambiental local “GESCAM”, en la toma de decisiones a los órganos que conforman al Plantel Centro Histórico.

Así la actividad del “Espacio verde”, viene muy marcada por la propia implantación de las líneas de actuación conforme al Plan comunicativo de gestión de comunicación ambiental local “GESCAM”, y las directrices del Programa Ambiental de la UACM.

Aunado a la propuesta a largo plazo: la comunicación, difusión y concientización, sus objetivos y actuaciones planteadas van en la línea de promover conductas cívicas y sostenibles entre la comunidad universitaria, fomentando la participación mediante campañas ambientales que premien entre otras las conductas sustentables, así como la colaboración con las instituciones gubernamentales locales, que se planteo en la propuesta a corto plazo.

3.3. Descripción de los participantes

La aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), busca la creación de hábitos y concientización en la comunidad universitaria mediante el trabajo en conjunto de estudiantes, profesores, instituciones pública y gente preocupada por el medio ambiente para llevar a cabo las actividades propuestas. A continuación se enlistan estos participantes, sus características y las funciones que desempeñan en el proyecto.

- Plantel Centro Histórico de la UACM

Es donde se contempla la aplicación y gestión del plan comunicativo. Dicho plantel se ubica en Av. Fray Servando Teresa de Mier 92 y 99, Col. Obrera, Delegación Cuauhtémoc.

La participación requerida de este plantel es primordial ya que el proyecto se avoca a la problemática que en el acontecen, así como del interés de las autoridades de la mencionada instancia.

- Programa Ambiental de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México

La colaboración del programa ambiental de la UACM es requerida por su desarrollo en proyectos de investigación aplicada a programas ambientales además de favorecer y preservar espacios visualmente placenteros, hermosos y recreativos con un enfoque ecológico para los estudiantes y profesores de la UACM.

- Plan Verde del Gobierno de la Ciudad de México

Institución encargada de los proyectos de cultura ambiental dependiente del gobierno de la Ciudad de México.

- Ecobici
- Cambia de carril
- Separación de basura
- Programa de ahorro de agua

La función de esta institución dentro de este proyecto es poder utilizar parte de sus elementos comunicativos como apoyó que ayuden al buen uso y cuidado del medio ambiente así como la separación de los residuos en Plantel Centro Histórico. Ya que de esta manera se estaría creando de forma sencilla y ágil, la difusión sobre la valoración que hace el Gobierno local y la UACM por los temas de relevancia ambiental.

- Colectivo “Creatividad Ambiental E&A”

Son un grupo de universitarios de diferentes especialidades del Plantel San Lorenzo Tezonco de la UACM, que se han venido avocando desde el 2009 a la investigación y difusión de propuestas en pro del medio ambiente, así como talleres informativos a las comunidades aledañas.

Ahora bien el combinar el interés de un colectivo estudiantil de la propia universidad en un proyecto propuesto para el bienestar de la comunidad universitaria, conformaría la participación directa de universitarios interesados en la difusión de temas ambientales que puedan llevarse a cabo en los diversos planteles de la UACM.

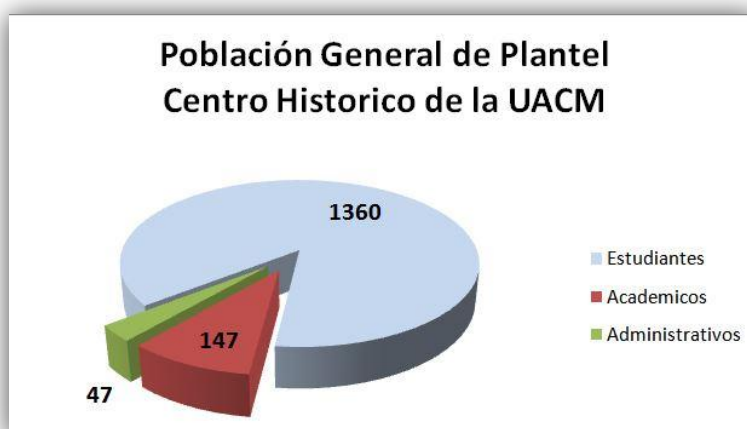
3.4. Descripción de los perfiles demográficos, socio económicos, psicográficos, políticos, etc., de los destinatarios y/o públicos.

El receptor principal del plan comunicativo “La aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, es la comunidad universitaria del Plantel Centro Histórico que cuenta con una población de **1,554 personas**.

1,360 son estudiantes de todas las carreras (Arte y Patrimonio, Comunicación y Cultura, Ing. en Sistemas electrónicos y de Telecomunicación, Ing. en Sistemas de Transporte Urbano, Promoción de la Salud).

Así como una plantilla de **194** personas que está conformado por personal académico, administrativo y auxiliares operativos.

- 147 Académicos
- 47 Administrativos



Los universitarios que se encuentran en esta etapa de estudios superiores atraviesan por una serie de cambios tanto psicológicos como en su persona a lo que definirán su personalidad futura como profesionistas, así como la forma en la que interaccionaran con su entorno y la manera en la que se apropien de la cultura a la que se encuentren insertos socioculturalmente.

“..es una cuestión muy importante que debemos llevar a cabo aquí en el Plantel Centro Histórico y en toda la universidad, se supone que somos una institución de educación y se supone que las personas de aquí tenemos un cierto criterio y un cierto nivel educativo que tendríamos que actuar de una formas más natural sin embargo no es así; y como centro de formación también hay que formar e informar a la comunidad por medio de una campaña, pienso yo en principio de una campaña publicitaria de concientización y de educación” (Carreola, 2013).

Aunado a la actitud de apertura que tienen los universitarios y la motivación frente al aprendizaje permanente hacen posible su actualización y el tránsito de su vida profesional desde la etapa inicial de la aplicación de conocimientos, hasta escalas cualitativas de crecimiento personal y profesional, basadas en valores éticos de equidad, solidaridad, participación en la vida ciudadana.

Ante este panorama, la formación ética de los universitarios se ha convertido en un reto para el cual es necesario la creatividad e iniciativa de los responsables de su acompañamiento, en este caso el cuerpo académico, para la creación de estrategias que permitan mostrar que existe otra forma de vida, y concedan retomar el fin más importante de la educación que consiste en formar personas íntegras; para alcanzar este fin es necesario ampliar “el concepto de moral, de ser

una simple serie de normas que deben ser cumplidas, a entenderla como la capacidad del individuo para enfrentar la vida” (Cortina, 1995: 60).

Otro elemento importante es el que tiene que ver con la necesidad del sentido de pertenencia a una comunidad, tomando en cuenta no solo la que refiere a los grupos sociales cercanos como la familia o los grupos de edades, sino a la comunidad política, toda vez que proporciona un medio para el desarrollo; en “la medida en que la pertenencia y la integración a la comunidad se da, mayores son las oportunidades para el dialogo y la búsqueda de acuerdos, lo que permite a los individuos reconocerse en los demás, desarrollar la autonomía y la solidad” (Cortina, 1995: 60).

Por otro lado la responsabilidad social de la universidad es la de formar generaciones que ayuden al mejoramiento de la comunidad. Sin embargo, la enseñanza de los valores y la formación ética de los estudiantes no debe ser un adoctrinamiento, ya que aquella estaría destinada al fracaso al establecer reglas que los estudiantes no han hecho propias. Es por eso que el Plan Comunicativo propone en la zona denominada “espacio verde” el desarrollo de propuestas de dialogo y reflexión a través de la gestión de comunicación ambiental entre las demás áreas que conforman al Plantel Centro Histórico, lo cual permitiría la introspección de los valores y la adhesión de los mismos en la vida de los estudiantes y de la comunidad en general.

“La mayoría de los conservacionistas piensa que la sociedad en general no es una aliada natural de la conservación. Y la razón es que la sociedad tiene valores equivocados. Por tanto, pensamos que necesitamos educar a

la sociedad hacia los valores de la conservación de la naturaleza. Se trata de un gran error. Por supuesto, toda sociedad debería contar con una educación ecológica (sic) adecuada, pero de la educación sólo podemos esperar gente mejor preparada para tomar decisiones. No podemos esperar de la educación (a menos que sea adoctrinamiento) que la gente tome las decisiones (que para nosotros son) adecuadas. Las personas toman decisiones después de sopesar los costos y beneficios que tienen para ellas. Los valores juegan algún papel en las decisiones, pero no deberíamos tener demasiadas expectativas en este terreno” (Hesselink, 2001: 11).

Para terminar, la educación y la comunicación son componentes útiles y necesarios en toda estrategia de gestión ambiental como es el caso del Plan comunicativo. Aunque esto normalmente se reconoce en el discurso institucional asignándoseles una supuesta prioridad programática, no siempre se traduce en un apropiado apoyo presupuestal e incluso político. Ello resulta no sólo un error, sino un desperdicio de un potencial a la mano que no ha sido bien aprovechado, por considerárseles instrumentos sin importancia para gestión.

Así pues la comunicación educativa bien integrada a las estrategias de gestión ambiental y prevención de riesgos, puede contribuir de forma relevante en los diversos asuntos que: en un mejor proceso de divulgación de la información científica, en una mejor participación social en los proyectos y programas institucionales y en la prevención y mitigación de riesgos ambientales como es el caso del Plantel Centro Histórico, a través de cada vez mejores procesos de decisión individual y social en aquellos asuntos que afectan a la comunidad universitaria y a nuestras vidas.

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL PÚBLICO META

El público meta de este plan comunicativo pertenece al nivel socioeconómico D+, conforme a lo señalado en los indicadores del AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública); es el sector de la Población de la Ciudad de México que utiliza con mayor frecuencia la educación pública.

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio, es decir es el nivel bajo que se encuentra en mejores condiciones (es por eso que se llama bajo/alto o D+).

Las características de la clase socioeconómica D+ se enlistan a continuación:

Perfil Educativo del Jefe de Familia

El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Dentro de las ocupaciones se encuentran taxistas (choferes propietarios del auto), comerciantes fijos o ambulantes (plomería, carpintería), choferes de casas, mensajeros, cobradores, obreros, etc. Suelen existir dentro de esta categoría algunos jefes de familia que tienen mayor escolaridad pero que como resultado de varios años de crisis perdieron sus empleos y ahora se dedican a trabajar en la economía informal. (AMAI)

Perfil del Hogar

Los hogares de las personas que pertenecen a este nivel son, en su mayoría, de su propiedad, aunque algunas personas rentan el inmueble. Cuentan en promedio con 3 o más habitaciones en el hogar y 1 baño completo.

Algunas viviendas son de interés social.

Los hijos asisten a escuelas públicas.

Artículos que posee

En estos hogares uno de cada cuatro hogares posee automóvil propio, por lo que en su mayoría utilizan los medios de transporte público para desplazarse.

Cuentan con: un aparato telefónico, 1 televisor a color, y 1 equipo modular barato. La mitad de los hogares tiene Dvd y línea telefónica. Estos hogares no tienen aspiradora y muy pocos llegan a contar con PC.

Servicios

Los servicios bancarios que poseen son escasos y remiten básicamente a cuentas de ahorros, cuentas o tarjetas de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito nacionales.

Diversión/pasatiempos

Generalmente las personas de este nivel asisten a espectáculos organizados por la delegación y/o por el gobierno, también utilizan los servicios de poli-deportivos y los parques públicos. La televisión también es parte importante de su diversión y atienden preferentemente a las telenovelas y a los programas de concurso. Este grupo tiende a ver televisión diariamente por un espacio algo superior a dos horas.

4. Plan Táctico

4.1. Diseño de las tácticas

Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, establece un conjunto de objetivos que unidos conforman el plan táctico de este proyecto.

Ahora bien estos objetivos cubren dos aspectos del proyecto, por un lado desarrollar canales de información y orientar a la población universitaria en general para adquirir un compromiso serio en el problema de la basura, de manera que su participación sea activa y permanente, creando con ello una enculturación hacia nuevas generaciones.

Por otro lado se encuentra dentro de los objetivos del plan táctico, el diseño de estrategias de medios que cumplirán con la función de informar sobre la efectividad del proyecto y de la funcionalidad del “espacio verde” en el Plantel Centro Histórico, así como de establecer el primer contacto del público destinatario con la aplicación del modelo Gescam.

A continuación se detallan los objetivos tácticos antes mencionados

- Divulgar la información generada del proceso de concientización en el Plantel Centro Histórico a la comunidad universitaria, utilizando los medios de comunicación existentes, tanto internos como externos.
- Utilizar el soporte informático y el internet como herramienta de comunicación, difusión y concienciación.
- Favorecer la creación de un fondo de documentación sobre nuevas pautas y conductas pro ambientales.

- Promover el intercambio de información entre las diferentes universidades sensibilizadas ambientalmente.
- Ofertar formación en educación ambiental que sea específica para la comunidad universitaria.

Para cubrir estos objetivos tácticos se plantean las siguientes actuaciones:	
ACCIONES	INDICADORES DE RESULTADO
Elaborar una memoria de forma anual, de la aplicación de la estrategia sustentable GESCAM	Informe anual
Edición de tríptico de encuesta de hábitos proambiental y cuidado del medio ambiente.	Número de trípticos editados y distribuidos (totales)
Exposición de elementos informativos sobre el medio ambiente en pasillos o vestíbulos del Plantel Centro acompañada de consejos sobre movilidad sostenible (uso de la bicicleta)	Número de exposiciones realizadas Número de asistentes (totales)
Diseño de una página de "Espacio Verde" en la página web del plantel o la publicación local del mismo.	Número de visitas a la página web Número de noticias relacionadas en las publicaciones emitidas por la universidad
Punto de consulta informativo sobre movilidad sustentable ligada a las oficinas de atención al alumnado o al futuro "espacio verde".	Número de accesos a la página web Número de correos electrónicos atendidos
Edición guía de acceso y cuidado del Plantel Centro para la comunidad de nuevo ingreso.	Número de guías de acceso distribuidas Número de visitas a la página web
Inclusión de la información en carpetas y Agendas Universitarias	Número de Carpetas Universitarias distribuidas
Cubre bandejas del comedor universitario con información sobre movilidad y separación de residuos	Número de campañas anuales
Campañas disuasorias de separación de residuos en el comedor y distribuidos en el plantel (pegar carteles advirtiendo del problema que se enfrenta con la basura)	Número de campañas anuales Número de carteles colocados en el plantel por campaña

La creación de programas públicos de fomento al cuidado del medio ambiente se puede decir es bastante reciente, por lo tanto se plantea un plan comunicativo que contribuya al fortalecimiento de los programas existentes y al afianzamiento de los proyectos que busquen el beneficio así como el desarrollo hacia la comunidad.

Por otra parte es necesaria una estrategia comunicativa que acompañe a un cambio de conciencia a favor del medio ambiente en las bases formadoras educativas. Se ha reconocido que la educación ambiental es la herramienta más poderosa para motivar nuevos hábitos, actitudes y valores en la población; así como detonadora de la corresponsabilidad social en la solución de problemas ambientales.

Así pues la finalidad de este plan comunicativo es usar el GESCAM como marco de reflexión para la práctica de la comunicación ambiental desde los distintos ámbitos sociales, y servir como herramienta para avanzar hacia la identificación de sus compromisos por una mejor calidad de vida. Esto es, transitar en un *continuum* con el que se consiga la máxima compatibilidad entre el quehacer comunicativo de los distintos ámbitos sociales, de los medios de comunicación (industrias culturales) y el aprovechamiento de oportunidades que da el entorno como es el caso de Plantel Centro Histórico.

4.1.1. Selección y justificación de métodos de intervención, medios y/o canales a utilizar

En este punto la difusión de la campaña, plantea diferentes canales disponibles para cumplir con los objetivos propuestos, así como enunciar sus características, ventajas y desventajas, para validar su funcionamiento dentro de este plan comunicativo.

Los medios que aquí se plantean están clasificados de la siguiente forma:

Instrumentos comunicativos a implementar en el Plantel Centro Histórico

Cartel

Ventajas	Desventajas	Formas de elaborarlos
Comunica rápidamente una idea	Puede ser desordenado y poco claro, si se tienen demasiadas ideas, palabras o dibujos	Comunican un sola idea
Atraen la atención mediante el estímulo del interés y la curiosidad	Pueden utilizare excesivamente	Limitan el numero
Permite demostrar la creatividad	Se requiere tiempo para elaborarlos	Se deben usar diseños, colores y letras agradables a la vista y que resalten
Permite recoger y condensar ideas		Para atraer el interés, planear y equilibrar cuidadosamente los espacios que se cubren.
Puede utilizarse para organizar ideas principales		El uso de patrones de letras de de un aspecto más profesional
Imprime al mensaje una gran fuerza visual		Puede aumentarse el impacto con el uso de efectos tridimensionales
No son costosos		
Son útiles para cualquier edad		
No necesitan equipo para utilizarse		

Fuente: consultado el 13 Mayo de Mayo de 2013. <http://tecnologiaeducativa.foroactivos.net/t2-investigación-carteles>

El objetivo del cartel es producir un efecto inmediato en el que se lo observa, está diseñado para que su contenido sea de fácil comprensión y rápida lectura: está compuesto por una imagen o gráfico acompañado por un texto breve. Es un medio de comunicación mixto que utiliza dos estímulos que en conjunto buscan cumplir con el objetivo del mensaje.

Estos dos estímulos son:

- Estimulo visual por medio de la imagen
- Estimulo mediante el uso de texto

Estimulo visual por medio de un gráfico, es el atrae la mirada del receptor, capta su atención y representa una primera interpretación del mensaje propuesto, tiene como principal función impactar en el sentido de la vista del destinatario del mensaje; se logra mediante la utilización de recursos técnicos como luz, color, forma, o recursos psicológicos como la sorpresa, la originalidad de la imagen, entre otros.

Tríptico

Permiten presentar la información necesaria como texto específico, imágenes, equilibrio información y estética. Su formato tradicional es vertical y con paneles superpuestos. Su tamaño estándar es de 8.5" x 11" aunque pueden ser más grandes.

Por lo general se usan para producir un alto impacto visual.

Referente al papel, este puede ser normal, o ilustración con brillo o mate, puede ser de color, 2 colores o blanco y negro.

Ventajas	Desventajas
Es una herramienta de marketing fundamental	Al presentar información versátil, es necesario actualizarla constantemente
Tienes el espacio necesario para facilitar información esencial	No garantiza que la información sea interpretada como se quiere que lo sea
Su plegado produce intriga y curiosidad (Querer abrirlos y saber)	No garantiza que todas las personas a las que fueron distribuidos lo lean
Se dirige a todo tipo de público, según sea la información y necesidades	A veces es necesario doblar muchas hojas
Su entrega puede ser personalizada, correo o mano	Generan mucha basura
Tiene una estética acorde a la esencia de la persona, materia, empresa o institución.	

Fuente: consultado el 13 Mayo de Mayo. [Http://tecnologiaeducativa.foroactivos.net/t2-investigación](http://tecnologiaeducativa.foroactivos.net/t2-investigación)

Página Web

Las páginas web son un “medio para transmitir información, la cual se crea mediante un lenguaje especial denominado HTML (Hypertext Markup Language, Lenguaje de etiquetado de documentos hipertextual). Este lenguaje nos permite crear documentos multimedia que producen incluir texto, imágenes, sonido, videos, animaciones, etc.” (Rodríguez, 2006: 16).

Ventajas	Desventajas
Fácil de encontrar	El internet no es accesible a todos por los costos
Atractiva	Requiere electricidad
Amigable	El abuso de estímulos puede ser causa de distracción o de aburrimiento
Inspira seguridad	
Permite presentar una gran cantidad de información	
Puede ser utilizado en grupos muy grandes	

PROPUESTA DE PLAN COMUNICATIVO

Propuestas destinadas a cubrir el fortalecimiento de los programas existentes y al afianzamiento de proyectos, que busquen el beneficio comunidad-medio ambiente, así como también el desarrollar canales de información y orientar a la población universitaria en general para adquirir un compromiso serio con el problema de la basura, se plantean los siguientes puntos:

En primer punto, contar con el diseño de una imagen que defina al proyecto y que lo diferencie de otros programas o campañas ambientales implementadas por el Programa Ambiental de la UACM ó en su caso por el Gobierno del Distrito Federal. El establecimiento de un logotipo que identifique “Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”; busca principalmente conseguir la identificación del proyecto por parte del destinatario así como agregar un elemento visual que complemente la propuesta gráfica presentada en los medios de difusión destinados a promocionar el proyecto.

En segundo lugar, determinar el público destinatario del proyecto, posicionamiento y el estilo de comunicación que se implementara para conseguir que el objetivo de este plan comunicativo cubra las necesidades de un público específico.



En tercer lugar, determinar las acciones y actividades comunicativas a efectuarse.

En cuarto lugar establecer una relación entre Plantel Centro Histórico y comunidad aledaña, por medio de los medios de difusión, se fomente y se informe el cuidado

al medio ambiente, en la que además de informar al destinatario se tome en cuenta sus opiniones y recomendaciones.

Cabe especificar que la finalidad de este plan comunicativo, es la concienciación sobre el problema ambiental y el acercamiento a la participación en conjunto con la comunidad universitaria y la sociedad aledaña al plantel.

Elementos con los que cuenta la imagen de la campaña

ACCION		RESULTADO
Diseño y establecimiento de un símbolo		Identificación del programa
Elección de una tipografía adecuada al destinatario		Asociación
Elección del color		Afinidad
Jerarquía y proporción de elementos gráficos		Coherencia

PROCEDIMIENTOS DE INTERVENCIÓN

La campaña de “GESCAM” dentro de las instalaciones de Plantel Centro Histórico, está diseñada desde un enfoque visual mediante el uso de carteles y medios impresos alusivos al proyecto, en los que utilizando texto e imagen se brinda información de los beneficios del cuidado de nuestro entorno, así como presentar la imagen de las instituciones y organizaciones participantes (Programa Ambiental de la UACM, Plantel Centro Histórico de la UACM, Secretaria del Medio Ambiente, Colectivo Creatividad Ambiental E&A).

La elección del cartel así como los demás medios impresos, obedece a razones obtenidas desde las entrevistas que conforman los enfoques macrosociales y microsociales de este plan comunicativo y que tienen principal relación con el aspecto económico que todo proyecto requiere.

Ahora bien la razón principal de la elección de los medios impresos como (Cartel, tríptico y cubre bandeja) se justifica con las características que posee estos medios de comunicación y que anteriormente se habían mencionado.

Siendo el objetivo de los medios impresos como (Cartel, tríptico y cubre bandeja) producir un efecto inmediato en el que lo observa, están diseñados para que su contenido sea de fácil comprensión y rápida lectura; están compuestos por imágenes o gráficos acompañados por un texto breve. Son medios de comunicación mixtos que utilizan dos estímulos que en conjunto buscan cumplir con el objetivo del mensaje. Estos dos estímulos son:

Estímulo visual por medio de la imagen

Estímulo mediante el uso de texto.

“El estímulo visual por medio de un gráfico, es el que atrae la mirada del receptor, capta su atención y representa una primera interpretación del mensaje propuesto, tiene como principal función impactar en el sentido de la vista del destinatario del mensaje; se logra mediante la utilización de recursos técnicos como luz, color, forma, o recursos psicológicos como la sorpresa, la originalidad de la imagen, entre otros” (Fotonostra, 2013).

El texto tiene como función el reforzamiento de la primera lectura que el receptor hace de la imagen, se utiliza para dirigir la atención captada de forma inconsciente por la imagen en el receptor, en una atención voluntaria o consciente, para así transmitir el contenido del mensaje:

Para conseguir esta transición de lectura inconsciente a consciente o voluntaria se utilizan entre otros algunos de estos recursos con respecto al texto:

Sustitución: Reemplazo de alguna palabra por otra para darle otro sentido del que se está intentando comunicar, para conseguir que el destinatario realice asociaciones entre lo plasmado en texto y lo connotado en la imagen del cartel.

- Metáfora: Utilización de frases metafóricas para producir asociaciones en la mente del receptor del significado del mensaje.
- Personificación: Otorgamiento de características humanas a animales, objetos o ideas para conseguir identificación con el receptor.
- Interrogación retórica: Representación de una idea en forma interrogativa para enfatizar la misma.

- Hipérbole: exageración de una idea.
- Elipsis: Omisión de palabras que no son del todo necesarias para el sentido de la oración.

El contenido de los medios debe ser diseñado bajo ciertos lineamientos para que el mensaje que porta llegue al destinatario en la forma que fue diseñado. Estas características son:

De forma.

El diseño y uso de gráficos debe ser lo más simple posible

Se deben utilizar formas llamativas, estructuras simples que sean simétricas y completas

De color

Utilización del menor número de tonos posibles, se recomienda el uso de colores vivos y puros.

De composición

Se entiende por composición a la distribución de elementos gráficos dentro del espacio dispuesto para ello, se debe aplicar lo siguiente en términos de composición.

- Trabajar sobre un solo tema.
- La idea principal o tema debe resaltarse para que sea captada a primera vista.
- El texto no debe contener más de veinte palabras y debe ser simple, claro y breve.

- La forma en la que se lee un cartel es igual a cualquier lectura que realizamos (izquierda a derecha y de arriba hacia abajo); esto significa que no todas las partes del cartel tendrán el mismo peso.

Justificación del medio elegido

La justificación de la elección de los medios en este proyecto se basa en el hecho de que son un medio comunicativo que sin la intervención de otro agente externo, cumplen con la función de comunicar la idea principal del mensaje propuesto de forma rápida, directa y de fácil comprensión

Estos medios basan su función en el estímulo visual, fomentan la imaginación del espectador y estableciendo la idea principal del mensaje en la mente del observador. Sin embargo la principal razón que fundamenta la elección de estos medios, es el bajo costo que su realización representa en términos presupuestales. Sin embargo, además de la cuestión económica se justifica la elección de este medio de propaganda por las siguientes razones:

- Combinan los atributos de la comunicación gráfica y la representación oral.
- Mejoran la transmisión del mensaje al utilizar una representación visual, haciendo flexible la interpretación.
- Poseen una referencia cotidiana, es decir que se encuentran dentro de un marco de conocimiento del decodificador.
- Tienen comunicación inmediata con el receptor.
- Son reproducibles a gran escala.

4.1.2. Recursos necesarios (tecnológicos, humanos, naturales, etc.)

El Plan comunicativo, está dividido en:

- Humanos
- Tecnológicos
- Logísticos

El medio de gestión de comunicación ambiental local “GESCAM” no pretende sólo marcar expectativas y generar estudios, sino que las acciones que se propone y se propongan a corto plazo sean en conexión permanente entre los entes de gobierno, las instancias técnicas y de coordinación así como las personas más directamente implicadas en la toma de decisiones.

En este sentido, la creación de una zona de trabajo denominada “Espacio verde” (zona de estudio, seguimiento y evaluación de la estrategia) brindara un punto de arranque para la aplicación del “GESCAM”.

Recursos Humanos.

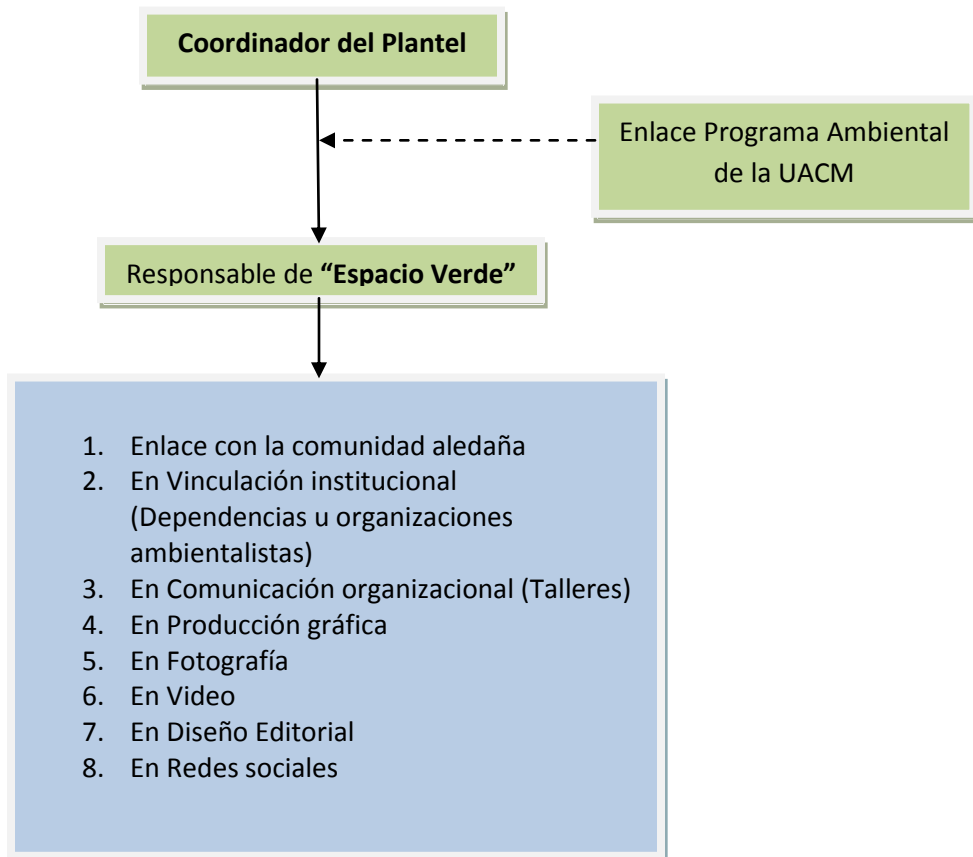
El diseño de este “Espacio verde” de gestión de comunicación ambiental local “GESCAM”, canaliza todas las tareas y actividades relacionadas con la sustentabilidad del Plantel Centro Histórico y su seguimiento. La estructura de personal como el despliegue de las actuaciones contara con la financiación procedente de los presupuestos ordinarios del Plantel Centro Histórico y de los convenios específicos que se establezcan con el programa ambiental de la UACM, Instituciones y/o organizaciones civiles.

Las tareas de “Espacio Verde”:

- 1) El diseño, dimensión y definición de las funciones de una estructura profesionalizada pro ambiental bajo la dirección del Coordinador del plantel, y su relación con el Programa Ambiental de la UACM, así como con las unidades técnicas y de servicios de Plantel Centro Histórico.
- 2) El diseño y definición de un archivo de material bibliográfico (en diversos soportes) sobre investigaciones ambientalistas y de gestión ambiental.
- 3) El control del consumo de recursos y de la gestión de residuos sólidos urbanos y de los residuos especiales siguiendo las actuaciones que plantea el programa ambiental del Gobierno del Distrito Federal.

Grupo multidisciplinario ejecutor en “Espacio Verde”

El grupo está compuesto por 7 miembros, los cuales han sido seleccionados conforme a su interés y especialización de acuerdo al Colegiado que pertenezcan dentro de la UACM, así como en su capacidad para movilizar apoyó:



Funciones

<p>1. <i>Responsable de “Espacio Verde”</i></p>	<p>Coordinar, organizar y colaborar en las acciones necesarias para llevar a cabo el buen funcionamiento de “GESCAM” en el Plantel Centro Histórico de la UACM.</p>
<p>2. <i>Enlace con la comunidad aledaña</i></p>	<p>Diseño de propuestas y enlaces con la comunidad que rodea al Plantel Centro Histórico.</p>
<p>3. <i>En Vinculación institucional (Dependencias u organizaciones ambientalistas)</i></p>	<p>Realizar las acciones de vinculación y cooperación entre Plantel Centro Histórico de la UACM y Dependencias u Organizaciones ambientalistas.</p>
<p>4. <i>En Comunicación organizacional (Talleres)</i></p>	<p>Organizar y coordinar los talleres para la difusión sobre temas ambientales para la comunidad universitaria</p>
<p>5. <i>En Producción gráfica (Diseño)</i></p>	<p>Diseño de propuestas gráficas (Carteles, volantes, trípticos, etc.) que sirvan como medio de difusión para propuestas pro ambientales.</p>
<p>6. <i>En Fotografía y video</i></p>	<p>Acervo en fotografía y video de los eventos como talleres, conferencias, como medio de información para futuras propuestas pro ambientales</p>
<p>7. <i>En Redes Sociales</i></p>	<p>Administración de los enlaces y medios de difusión masiva sobre propuestas y acciones ambientales en el Plantel Centro Histórico de la UACM a través de la web.</p>

Recursos tecnológicos

Para la operación y buen funcionamiento del GESCAM es necesario equipar el “Espacio Verde” con herramientas informáticas que puedan agilizar en forma oportuna las acciones que se planteen dentro Plantel Centro Histórico de la UACM a favor de la comunidad universitaria.

Cantidad	Descripción	Finalidad
1	Red local	Medio de enlace para compartir información así como el Hardware entre las computadoras que integran a “Espacio Verde”.
7	Computadoras con conexión a internet	Una por cada integrante de “Espacio Verde”, como medio de trabajo y de vinculación con las áreas que integren a Plantel Centro Histórico.
2	Impresoras	Impresora láser a color para diseños y trabajos gráficos, así como también una láser monocromática que se encontrara conectada en red, dando servicio a las demás computadoras
1	Scanner cama plana	Para el escaneo de documentos e imágenes

Recursos Logísticos

Para realizar la gestión en el Plantel Centro Histórico.

- Tener establecido la zona de trabajo “Espacio Verde”.
- Asignación de recursos destinados a implementación de Talleres, insumos de papelería, etc.

Para el Diseño de los contenidos de los medios de difusión (Carteles, trípticos, cubre bandejas, etc).

- Establecimiento de las características deseadas en los contenidos de los medios de difusión para la campaña.

Para la aceptación e impresión de los textos.

Establecimiento de un comité compuesto por el responsable de comunicación organizacional y producción gráfica de “Espacio verde” y el Coordinador del Plantel de Plantel Centro Histórico de la UACM.

Para la campaña de la aplicación del GESCAM dirigida a la Comunidad Universitaria en el Plantel Centro Histórico de la UACM.

- Colocación de los carteles y aplicación de los medios de difusión, en los que se dará una concienciación de la problemática ambiental que atañe a la Comunidad Universitaria del Plantel Centro Histórico de la UACM.
- Asignación de un encargado para llevar a cabo el taller en la que se realice el inicio de la campaña “GESCAM”.

Para la presentación del Taller de participación y difusión pro ambiental.

- Establecimiento del espacio en el que se llevara a cabo el círculo de lectura con autoridades del Plantel Centro Histórico de la UACM.

4.1.3. Elaboración del presupuesto (recursos económicos)

El presupuesto destinado para cubrir la campaña propagandística, la producción del diseño, publicación y los recursos humanos para “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México” es de \$ 12,400 que conformara el gasto de diseño e impresión de este proyecto. A continuación en la siguiente tabla, se representa la distribución del presupuesto total del proyecto.

Medio/concepto	Medidas	Costo Pza	Cantidad	Total
• Diseño de cartel	90 x60	\$1000	“”	\$2000
• Diseño de calcomanía	51 x 36	\$1000	“”	\$2000
• Impresión de Cartel • Tipo digital • Papel Couche 200 y 300, Opalina	90 x 60	\$90	60	\$ 5400
• Calcomanía en Charola de comedor • Tipo digital, Color 4xo (Color por un lado	51 x 36	40	100	\$ 4000
• Total General			160 pzas	\$ 13,400

***Nota:** En lo relacionado con el presupuesto destinado a la propaganda utilizada en el Plantel Centro Histórico, es importante mencionar que el monto mencionado en este proyecto ha sido contemplado desde las tarifas establecidas por vía internet así como físicamente en diversos locales vinculados a este tema en diseño gráfico, el presupuesto diseñado para la propaganda del proyecto, puede ser menor e incluso no representar una inversión presupuestal, ya que se puede tramitar a través del departamento de impresión y diseño editorial de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México donde poseen imprentas propias en donde la impresión representaría una disminución en los costos de difusión.

PLAN DE MEDIOS

El medio elegido para la campaña cubrir la campaña propagandística, “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México” es el cartel y los cubre bandeja, utilizando el impacto visual que este medio de propaganda posee y que ya se ha expuesto en anterior campañas emitidas por el área de *Programa Ambiental de la UACM*.

La elección del comedor como primer punto de difusión de la “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México” obedece a las siguientes razones:

Ya se ha utilizado por otros programas de concienciación pro ambiental del Programa ambiental de la UACM.

En sus instalaciones se colocara las calcomanías de cubre bandeja con la información de separación de residuos, así como también la colocación de los carteles de concienciación pro ambiental.

En esta instalación como lo es el comedor del Plantel Centro Histórico de la UACM, diariamente lo utilizan una gran cantidad de la población universitaria perteneciente a la clase económica D+, que es el destinatario de la “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”.

Existe la oportunidad de llegar a otros públicos diferentes al destinatario principal debido a la gran cantidad de comunidad universitaria que lo visitan de otros planteles pertenecientes a la UACM.

A continuación se enlistan las zonas que conforman a este Plantel Centro Histórico y las zonas de difusión para campaña, en lo referente a medios impresos.

Espacios del Plantel



Pasillos



Biblioteca





Comedor



Puente de enlace entre los edificios de Plantel Centro Histórico

4.1.4. Ejecución de las tácticas

Estrategia comunicativa

Símbolo de la campaña

La campaña publicitaria denominada “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, contemplo la inserción de un elemento gráfico que represente al proyecto en su totalidad. Este símbolo presenta las siguientes cualidades.

Imagen del programa

Para la imagen del plan comunicativo se planteo un diseño propio al Plantel Centro Histórico; una imagen prehispánica que además de divulgar la información del proyecto, asocia valores relacionados a la concienciación ambiental así como una enculturación hacia nuevas generaciones hombre-medio ambiente.

“Malinalli es el símbolo de la vida pujante, de la acción de la naturaleza, de su intervención con el ser humano en su desarrollo interior. La naturaleza no es algo muerto, está regido por principios inteligentes superiores. Cada planta, flor, raíz, tiene vida. La hierba nos invita a reflexionar que existen fuerzas en la naturaleza que pueden intervenir en nuestro diario vivir y que pueden auxiliarnos en el trabajo para interiorizarnos, para auto conocernos.

Dios regente: Representa la evolución constante de la tierra. Es el decimosegundo signo e indica determinada clase de hierba y del uso que se hace de ella. En otras representaciones aparece como un haz de hierba verde provista de una mandíbula de calavera, dibujada de frente.

Posición del día en el Códice Borgia. En la frente, alegoriza la tenacidad”.

Laurette, Sejourne. “El pensamiento náhuatl cifrado por los calendarios”, Siglo XXI, 1981, pág. 27.



CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN

Construcción de un entorno en equilibrio hacia el medio ambiente.

Representación de Malinalli al centro, haciendo referencia al Centro de la Ciudad de México.



Delimitación hacia donde está enfocado la construcción y representación de este plan comunicativo

PROPAGANDA

Con respecto a la propaganda colocada en los pasillos y en el comedor de Plantel Centro Histórico, se planteo una representación gráfica que refleja la opinión expresada en el diagnóstico con respecto a la función de la concienciación ambiental que como ya se menciona esté vinculada con una filosofía general y movimiento social en relación con la preocupación por la conservación del medio ambiente y la mejora del estado del medio ambiente.

Por otra parte la colocación física de los carteles en las instalaciones del Plantel Centro Histórico es punto importante de la táctica gráfica de este proyecto, ya que la colocación de carteles posicionados frente a frente, de dos carteles o dos anuncios con contenidos gráficos distintos pero relacionados entre sí, refuerzan la información.

Se pretende presentar al observador en primera instancia la imagen gráfica de la actividad de la separación de residuos en los contenedores que se encuentran instalados en pasillos de cada piso del Plantel Centro Histórico.

como separar los residuos en los contenedores 

Papel y cartón	PET (Plásticos)	Desechos Orgánicos
<ul style="list-style-type: none"> • Diarios y revistas • Papel Bond o de color • Folletos, guías telefónicas • Cajas de cartón (Pizza) • Envases de cartón • Papeles autoadhesivos • Servilletas • Pañuelos desechables • Vasos de papel • Sobre de correspondencia • Papel fotográfico • Papel metalizado • Envoltorios de golosinas • Papel carbón 	<p><i>(Deben estar limpios sin nada en su interior)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Envases de plástico • Botellas de PET • Tapas • Celofán • Vasos y platos de plástico • Rastros desechables • Plumones de plástico • Cubetas de plástico 	<p><i>(Todo lo que se descompone en forma natural)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bolsitas de Té • Hojas secas • Restos de frutas • Restos de legumbres • Flores marchitas • Sobras de pan • Restos de césped, • Poda de arboles y arbustos • Huesos
		
		
“Vivimos el presente, cuidemos el futuro”		
Separa la basura		
		
		

Programa de aplicación del medio Destino de Comunicación Ambiental local, en el Plantel Centro Histórico, de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

La segunda representación gráfica presenta al observador una segunda forma de separación de los residuos, en este caso en el comedor, esto a través del cubre bandeja con información vinculada a dicha acción.



Se inserta además en este segundo cartel un elemento del tipo *flashback* (representado por la utilización en menor formato del primer cartel), con la finalidad de referir al observador a la primera imagen y establecer de esta forma la relación y la intención de la propuesta gráfica es decir:

Separar la basura = Vivimos el presente, cuidemos el futuro

A continuación se presenta la propuesta gráfica para el diseño del cartel y cubre bandeja del comedor.

CONTENIDO DE LA PROPAGANDA

El contenido de la representación gráfica cartel y cubre bandeja, incluye logotipos representativos del proyecto, así como de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y el Programa ambiental que es responsable de la información e investigación ambiental de esta universidad, así mismo el colectivo universitario “Creatividad ambiental E&A” apoyó en el patrocinio de este plan comunicativo.

LOGOTIPOS INCLUIDOS EN LA PROPAGANDA



Se proponen dos mensajes independientes en cada anuncio (cubre bandeja y cartel), en uno se mencionara la relación que puede existir entre como separar la basura en los contenedores por color y como separar los residuos en el comedor.

Cartel:

Como separar los residuos en los contenedores

“Vivimos el presente, cuidemos el futuro”

Separa la basura

Cubre bandeja:

“Vivimos el presente, cuidemos el futuro”

Separa los residuos

PROPUESTA GRÁFICA DE CONTENIDOS

Cartel

como separar los residuos en los contenedores



Papel y cartón

- Diarios y revistas
- Papel Bond o de color
- Folletos, guías telefónicas
- Cajas de cartón (Pizza)
- Envases de cartón
- Papeles autoadhesivos
- Servilletas
- Pañuelos desechables
- Vasos de papel
- Sobre de correspondencia
- Papel fotográfico
- Papel metalizado
- Envoltorios de golosinas
- Papel carbón



PET (Plásticos)

(Deben estar limpios sin nada en su interior)

- Envases de plástico
- Botellas de PET
- Tapas
- Celofán
- Vasos y platos de plástico
- Rastros desechables
- Plumones de plástico
- Cubetas de plástico



Desechos Orgánicos

(Todo lo que se descompone en forma natural)

- Bolsitas de Té
- Hojas secas
- Restos de frutas
- Restos de legumbres
- Flores marchitas
- Sobras de pan
- Restos de césped
- Poda de arboles y arbustos
- Huesos



“Vivimos el presente, cuidemos el futuro”

Separa la basura



Programa de aplicación del modelo Gestión de Comunicación Ambiental local, en el Plantel Centro Histórico, de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Propuesta gráfica de contenidos

Cubre bandeja

“Vivimos el presente, cuidemos el futuro”

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Separa los residuos

ORGANICO

INORGANICO

Residuos de alimentos como :		Bolsas, empaques y envases de :	
-Pan y tortilla	-Café	-Plástico	-Palillos
-Huesos	-Sopas de pasta	-Vidrio	-Popotes
-Restos de carne	-Fruta	-Papel (restos de servilletas)	
-Cascarones de huevo	-Todos los vegetales	-Cartón	
-Cascara de fruta	-Pescado	-Metal	

Programa de aplicación del modelo **G**estión de **C**omunicación **A**mbiental local, en el Plantel Centro Histórico, de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Tríptico

"LA BASURA NO EXISTE POR NATURALEZA, SINO QUE ES GENERADO POR EL SER HUMANO DEBIDO A LOS MALOS HABITOS Y POR FALTA DE RESPONSABILIDAD"

"Vivimos el presente, cuidemos el futuro"
SEPARA LA BASURA



Espacio Verde
Plantel Centro Histórico UACM



Creatividad Ambiental E & A

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

GESCAM
Gestión de Comunicación Ambiental

Campana Separación de Residuos = Ayudar



UN PLANTEL LIMPIO, NO ES EL QUE MÁS BARRE, SINO EL QUE MENOS SE ENSUCIA.

Plantel Centro Histórico

Clasificación de los DESECHOS

Para la recuperación y reciclaje de los desechos sólidos, contamos con tu colaboración depositando los desechos en sus respectivos contenedores verde, azul y amarillo.

Campana Separación de Residuos = Ayudar

Campana de clasificación de desechos sólidos en su origen, una buena iniciativa para preservar el orden y la limpieza de esta universidad.

dile SI al reciclaje
Contamos con tu apoyo

Las 4 reglas del RECICLAJE

- 1. recicla...**
...todo lo que sea posible, ya sea por ti mismo o depositando los desechos en lugares diferentes
- 2. reutiliza...**
...los materiales usados por primera vez, para que tengan un mayor tiempo de vida y contaminen menos
- 3. reduce...**
...lo que consumes, desechas o acumulas. Esto contribuirá a la conservación de nuestros recursos naturales.
- 4. rechaza...**
...todos aquellos productos que utilizan químicos contaminantes o aquellos productos en los cuales fueron utilizadas técnicas no amigables con la naturaleza en su fabricación.

CLASIFICACIÓN DE LOS DESECHOS

Desechos Orgánicos	PET (Plásticos)	Papel y cartón
<p><i>(Todo lo que se descompone en forma natural)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bolsitas de Té • Hojas secas • Restos de legumbres • Flores marchitas • Sobras de pan • Restos de césped, • Semillas y cascara de fruta 	<p><i>(Deben estar limpios sin nada en su interior)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Envases de plástico • Botellas de PET • Tapas • Celofán • Vasos y platos de plástico • Rastrillos desechables • Plumones de plástico • Cubetas de plástico 	<ul style="list-style-type: none"> • Diarios y revistas • Papel Bond o de color • Folletos, guías telefónicas • Cajas de cartón (Pizza) • Envases de cartón • Papeles autoadhesivos • Servilletas • Pañuelos desechables • Vasos de papel • Sobre de correspondencia • Papel fotográfico • Papel metalizado • Envoltorios de golosinas • Papel carbón
		
<p>Legumbres y hortalizas</p> 	<p>Botellas Plásticas</p> 	<p>Cartón</p> 
<p>Restos de comida</p> 	<p>Todo artículo de plástico</p> 	<p>Envoltorios de papel</p> 
		<p>Libros y revistas</p> 

PROPUESTA DE PÁGINA WEB



PLAN DE ACCIÓN

Operatividad: Principales herramientas comunicativas

Imagen del proyecto

Potenciar la oportunidad comunicativa que posee la imagen ante la separación de residuos y el contenido que proyectan los instrumentos de difusión (cartel y cubre bandeja)

Entrega para difusión

La entrega para difusión es parte importante de la estrategia diseñada para “Aplicación del modelo GESCAM como medio de gestión de comunicación ambiental, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”; esta operación se encuentra dividida en dos etapas en la colocación de los elementos de difusión:

Primera parte: Colocación de los carteles y el repartir los trípticos de información en pasillos y zonas de depósito de separación de basura.

Segunda parte: Colocación de los cubre bandejas en la zona del comedor.

Localización: Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Acciones para cubrir los objetivos tácticos

Acciones:

Elaborar una memoria de forma anual, de la aplicación de la estrategia sustentable GESCAM

Indicadores de resultado:

- Informe anual

Edición de tríptico de encuesta de hábitos pro ambientales y el cuidado del medio ambiente.

Indicadores de resultado:

- Número de trípticos editados y distribuidos (totales)

Exposición de elementos informativos sobre el medio a ambiente en pasillos o vestíbulos del Plantel Centro Histórico acompañada de consejos sobre movilidad sostenible (uso de la bicicleta)

Indicadores de resultado:

- Número de exposiciones realizadas
- Número de asistentes (totales)

Diseño de una página de “Espacio Verde” en la página web del Plantel o la publicación local del mismo.

Indicadores de resultado:

- Número de visitas a la página web
- Número de noticias relacionadas en las publicaciones emitidas por la universidad

Punto de consulta informativo sobre movilidad sustentable ligada a las oficinas de atención al alumnado o al futuro “espacio verde”.

Indicadores de resultado:

- Número de accesos a la página web
- Número de correos electrónicos atendidos

Edición guía de acceso al Plantel Centro Histórico para la comunidad de nuevo ingreso.

Indicadores de resultado:

- Número de guías de acceso distribuidas
- Número de visitas a la página web

Inclusión de la información en carpetas y Agendas Universitarias

Indicadores de resultado:

- Número de Carpetas Universitarias distribuidas

Cubre bandejas del comedor universitario con información sobre movilidad y separación de residuos

Indicadores de resultado:

- Número de cubre bandejas distribuidas por campaña

Campañas disuasorias de separación de residuos en el comedor y distribuidos en el plantel (pegar carteles advirtiendo del problema que se enfrenta con la basura)

Indicadores de resultado:

- Número de campañas anuales
- Número de carteles colocados en el plantel por campaña

4.1.5. Cronograma.

Cronograma de aplicación de propuesta

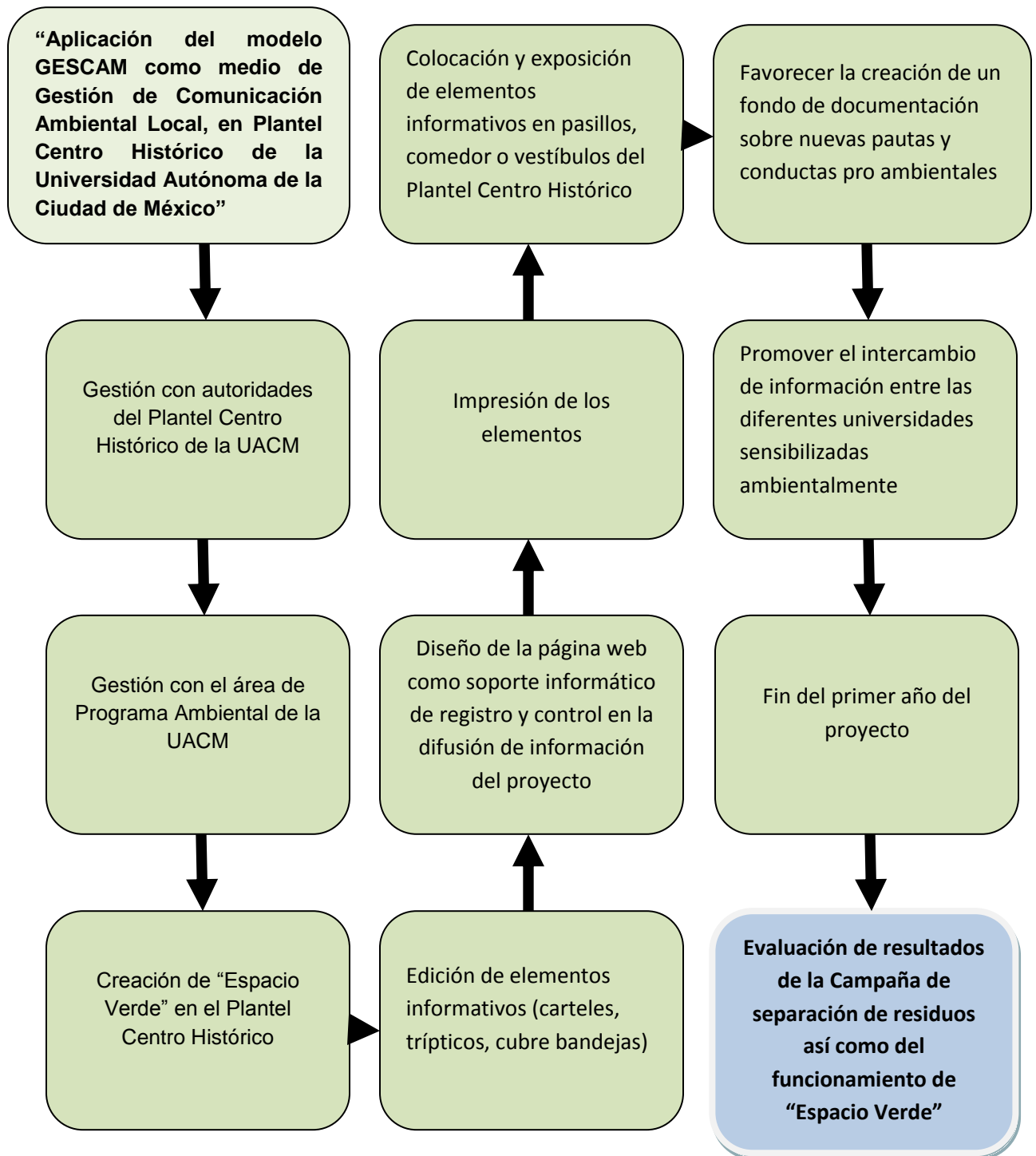
Se propone que durante 8 meses se puede implementar y llevar a cabo la Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

ACTIVIDAD	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes
Gestión con autoridades del Plantel Centro Histórico de la UACM	x							
Gestión con el área de "Programa Ambiental" de la UACM	x							
Creación del área "Espacio Verde" en el Plantel Centro Histórico		x	x					
Edición de elementos informativos (carteles, trípticos, cubre bandejas)				x				
Diseño de la página web como soporte informático de registro y control en la difusión de información del proyecto				x	x			
Impresión de los elementos						x		
Colocación y exposición de elementos informativos en pasillos, comedor o vestíbulos del Plantel Centro Histórico						x		

ACTIVIDAD	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes
Favorecer la creación de un fondo de documentación sobre nuevas pautas y conductas pro ambientales						X		
Promover el intercambio de información entre las diferentes universidades sensibilizadas ambientalmente							X	
Fin del primer año del proyecto								X
Evaluación de resultados								X

En este cronograma se detalla la propuesta y seguimiento del plan comunicativo del GESCAM, conteniendo para tal efecto los objetivos, la importancia, beneficios de la propuesta, alcance y diseño del plan de aplicación.

4.2. Diagrama del Plan Táctico



4.3. Apreciaciones éticas del Plan Táctico.

Todo plan comunicativo debe ser diseñado sobre una serie de lineamientos que van desde los operativos, económicos, tácticos, etc., sin embargo, el enfoque ético debe considerarse de igual o mayor importancia que los antes mencionado. En este sentido. “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, está basado en cuatro fundamentos éticos que se originan desde los derechos que todo humano posee y que son:

- Derecho al desarrollo
- Derecho a la educación
- Derecho a la cultura
- Derecho al ambiente

Derecho al desarrollo

Se entiende por desarrollo humano a las condiciones y principios que le permiten al individuo el ejercicio de sus libertades civiles, así como las acciones que permiten su desarrollo; al respecto la UNICEF (2006), establece 3 características que componen al desarrollo humano y que son:

Una profunda valoración de la vida

La libertad de cada persona y de cada nación de elegir la mejor manera de vivir, según sus parámetros culturales.

El fortalecimiento de las capacidades de las personas en todas las dimensiones: personal, social, económica, política, cultural, educativa, etc. En este sentido al derecho al desarrollo desde una visión social como la que propone “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, se lleva a cabo desde el diseño de un plan de comunicación hecho para, por y desde la gente con la única finalidad de promover un hábito que puede marcar una diferencia entre aquellos individuos que lo posean.

El derecho al desarrollo desde un enfoque humano, desde estar establecido desde una democracia incluyente, participativa, que base en el respeto a los derechos humanos y que se encuentre los medios para conseguir la participación y organización de la comunidad a la que se dirige sus recursos y que además es hacia donde se dirigen sus objetivos o metas así como el diseño de programas sociales. (UNICEF)

Derecho a la educación

Para “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México“, la educación debe promover la participación de cada uno de sus integrantes; la educación es un derecho básico y fundamental que permite el ejercicio del conjunto de derechos que le son otorgados a cada individuo como miembro de una sociedad determinada. Desde una perspectiva de desarrollo

humano, la educación es la base de la libertad y de la autonomía de cada persona; al respecto la UNESCO en su página de internet menciona:

La educación es un instrumento poderoso que permite a los niños y adultos que se encuentran social y económicamente marginados salir de la pobreza por su propio esfuerzo y participar plenamente en la vida de la comunidad. (UNESCO)

Derecho a la cultura

Por derecho a la cultura se entiende a la libertad que todo individuo tiene de hacer uso de los programas, eventos, productos, etc. que forman parte de la vida cultural de una comunidad, así como a gozar de las artes y a participar en los avances tecnológicos y en los beneficios que de estos se obtengan. (Observatorio de política social y derechos humanos).

Tomando en cuenta lo anterior, se establece que un proyecto social del tipo “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, debe ser visto en términos alejados de temáticas de pertinencia y beneficio económico, para entrar en el campo de la necesidad de facilitar el ejercicio de los derechos humanos correspondientes a cada individuo.

Derecho al ambiente

El derecho al ambiente contiene una serie de principios que se filtran a la totalidad del sistema jurídico: de allí su carácter transversal.

Tiene por objeto la tutela de la vida, la salud y el equilibrio ambiental. Vela por la conservación de los recursos naturales, el paisaje y los bienes culturales. El derecho a gozar de un ambiente sano y equilibrado constituye un derecho subjetivo, concebido para todos y cada uno de los sujetos, y se opone a cualquier (Estado y los particulares) con posibilidad de ser ejercitado a nombre de una persona indeterminada por formar parte de los denominados intereses difusos. Este derecho aparece en el plano internacional en el año 1972 con la adopción de la Declaración de Estocolmo sobre el Medio Humano y se desarrolla a través de la Carta Mundial de la Naturaleza del año 1982, la declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo del año 1992 y el Plan de Aplicación de las decisiones de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible del año 2002.

De la fusión del derecho al ambiente y del derecho al desarrollo nace el derecho al desarrollo sostenible, entendiendo por este aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Puede decirse que este derecho nace con la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Con él se busca erradicar la pobreza, las diferencias sociales y los hábitos de consumo que menoscaba los elementos que conforman el medio ambiente (Peña, 2003: 12).

5. Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación

El monitoreo de la funcionalidad del proyecto de “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, será llevado a cabo mediante las actividades propuestas y descritas en la sección 4.1 en donde

se detalla la operatividad del proyecto.

El monitoreo se realizara basándose en:

ACCIONES	INDICADORES DE RESULTADO
Elaborar una memoria de forma anual, de la aplicación de la estrategia sustentable GESCAM	Informe anual
Edición de tríptico de encuesta de hábitos proambiental y cuidado del medio ambiente.	Número de trípticos editados y distribuidos (totales)
Exposición de elementos informativos sobre el medio ambiente en pasillos o vestíbulos del Plantel Centro acompañada de consejos sobre movilidad sostenible (uso de la bicicleta)	Número de exposiciones realizadas Número de asistentes (totales)
Diseño de una pagina de "Espacio Verde" en la página web del plantel o la publicación local del mismo.	Número de visitas a la página web Número de noticias relacionadas en las publicaciones emitidas por la universidad
Punto de consulta informativo sobre movilidad sustentable ligada a las oficinas de atención al alumnado o al futuro "espacio verde".	Número de accesos a la página web Número de correos electrónicos atendidos
Edición guía de acceso y cuidado del Plantel Centro para la comunidad de nuevo ingreso.	Número de guías de acceso distribuidas Número de visitas a la página web
Inclusión de la información en carpetas y Agendas Universitarias	Número de Carpetas Universitarias distribuidas
Cubre bandejas del comedor universitario con información sobre movilidad y separación de residuos	Número de campañas anuales
Campañas disuasorias de separación de residuos en el comedor y distribuidos en el plantel (pegar carteles advirtiendo del problema que se enfrenta con la basura)	Número de campañas anuales Número de carteles colocados en el plantel por campaña

Sin embargo, y como forma más de monitoreo de la funcionalidad de este proyecto, se propone la impresión de un excedente de carteles, trípticos y cubre bandejas (ver la sección 4.1.3.) La evaluación del proyecto “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, se llevara a cabo al finalizar el primer año de su funcionamiento estableciéndose este a partir de la primera colocación y entrega de Trípticos, carteles y cubre bandeja, así como de la propuesta en marcha del “Espacio Verde”.

Esta evaluación se realizara mediante la mediación de datos antes descritos, así como valiéndose de una encuesta aplicada a la comunidad universitarios de Plantel Centro Histórico en la que además de la obtención de datos relevantes para el proyecto, se obtendrá una evaluación directa de la puesta en marcha.

5.1. Selección y justificación de métodos y técnicas

A continuación se describen a detalle los medios por los que será evaluado el proyecto, así como la mecánica a seguir en cada uno de ellos.

- Informe anual

El informe tiene la finalidad de mostrar en un resumen los resultados de funcionamiento que tuvo el proyecto durante el año así como de informar las necesidades o cambios al mismo.

- Número de visitas a la página web

El registro de número de visitas a la página, da la oportunidad de saber el interés que se tienen por la información ofrecida así como el funcionamiento del proyecto.

- Número de correos electrónicos atendidos

Al responder los correos recibidos, se tiene un control de las asesorías o consultas atendidas sobre el interés del proyecto, teniendo así una vinculación y retroalimentación de información con la comunidad universitaria.

- Número de carteles, trípticos y cubre bandejas colocados en el Plantel Centro Histórico

La contabilización de estos elementos de información gráfica, permitirán medir el grado avance y de difusión que se tiene del proyecto.

- Encuestas aplicadas a la comunidad universitaria del Plantel Centro Histórico

La técnica seleccionada para la medición y evaluación de “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, es la encuesta aplicada a la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico, basada en una técnica cuantitativa. La aplicación de encuesta permitirá conocer de forma rápida y en el mismo escenario, la opinión de la utilidad y funcionamiento del proyecto.

La selección de la encuesta como el medio para evaluar los resultados del proyecto, obedece a las características de esta herramienta cuantitativa que permite obtener datos numéricos en forma rápida que no requiere de una inversión significativa de tiempo por parte del encuestador como del encuestado, siendo principalmente el tiempo de los beneficiarios, la principal preocupación al realizarse este estudio.

5.2. Diseño de instrumentos

Encuesta que se puede aplicar en la última fase del proyecto “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”, consta de un instrumento

- Encuesta dirigida a la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico



APLICACIÓN DEL MODELO “GESCAM” COMO MEDIO DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL LOCAL, EN EL PLANTEL CENTRO HISTORICO DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

A través de este cuestionario tienes la oportunidad de hacer llegar tu opinión sobre el funcionamiento del proyecto que atañe al Plantel Centro. Por favor lee cuidadosamente todas las instrucciones y en caso de que tengas duda, por favor hazla saber al aplicador (a). Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

DATOS GENERALES

Edad _____

sexo _____

Delegación _____

Colonia _____

Ocupación: *Estudiante* _____

Profesionista _____

Empleado _____

Otro _____

1.- ¿Conoces el proyecto “Aplicación del modelo “GESCAM” como medio de gestión de comunicación ambiental local, en el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma?

Marca con una “X”

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

2.- ¿Has escuchado o sabes de la existencia del “Espacio Verde” en el Plantel Centro Histórico?

Marca con una “X”

a) si	
-------	--

b) no	
-------	--

3.- ¿Has visto los carteles de “Separemos la basura en los contenedores” distribuidos por “Espacio Verde”?

Marca con una “X”

a) si	
-------	--

b) no	
-------	--

4.- ¿Conoces los trípticos de “Separemos la basura” distribuido por “Espacio Verde”?

Marca con una “X”

a) si	
-------	--

b) no	
-------	--

5.- ¿Haz leído el cubre bandeja de “Separemos los residuos” colocados en el comedor, distribuidos por “Espacio Verde”?

Marca con una “X”

a) si	
-------	--

b) no	
-------	--

6.- ¿Consideras útil la existencia de esta información en el Plantel Centro Histórico?

Marca con una “X”

a) si	
-------	--

b) no	
-------	--

Porque: _____

7.- ¿Has notado algún cambio o beneficio en el Plantel Centro Histórico, que esté relacionado con la distribución de este material?

Marca con una "X"

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Porque: _____

8.- ¿Conoces la existencia de la página en internet de "Espacio Verde de la UACM"

Marca con una "X"

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Porque: _____

9.- ¿Qué opinión tienes sobre el separación de residuos?

10.- ¿Le ves utilidad a los botes separadores de basura en el Plantel Centro Histórico?

Marca con una "X"

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Porque: _____

11.- ¿Recibes información actualmente sobre la problemática ambiental en México?

Marca con una "X"

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

10.- ¿Te gustaría recibir información sobre temas ambientales?

Marca con una "X"

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Porque: _____

11.- ¿Te interesaría participar en situaciones pro ambientales a favor de la UACM?

Marca con una "X"

a) si	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

b) no	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

Porque: _____

MUCHAS GRACIAS POR TU APOYÓ

6. Reflexiones generales

El propósito fundamental de este trabajo es caracterizar el sistema de representación social que la comunidad universitaria de Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, ha construido con relación a los problemas del entorno natural, teniendo en cuenta como las campañas pro ambientales locales y externas al plantel, han influido en tal sistema de representación, a fin de implementar un modelo de gestión para la comunicación ambiental local.

El proceso y seguimiento emprendido a través de cada uno de los capítulos que conforman el plan comunicativo “Aplicación del modelo GESCAM como medio de Gestión de Comunicación Ambiental Local, en Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México”. Un modelo que propone crear un ambiente rico en información ambiental para una comunidad en específico y que coadyuve en un futuro en la promoción de la participación ciudadana, por supuesto, que la comunicación es uno de los ejes semánticos de la participación social.

Sin embargo, los conceptos y datos que conforman el trabajo teórico-metodológico, ofrecen algunas conclusiones sobre el papel de la comunicación en la construcción del sistema de representación ambiental en un ámbito de acción educativa como lo es el Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma Ciudad de México.

En principio, el reconocimiento de la sociedad desde la comunicación, permitió retomar algunos conceptos claves para acercarse a la comprensión de la cultura

ambiental: las representaciones sociales y la construcción de la realidad, ya que “ayudan a comprender los factores psico-sociales que se desencadenan en el proceso de la recepción” (Vidal, 2002: 93) pero también, en el de la producción de los mensajes, ya que la información que se emite a través de los medios de comunicación, ejes centrales del sistema comunicativo actual, son finalmente “una construcción de la realidad” (Luhmann, 2000: XXII) en cuya arquitectura interviene una gran cantidad de sujetos y sus representaciones.

Con respecto a los factores que han estado presentes en la construcción de la cultura ambiental, se puede apreciar que fundamentalmente se encuentran, hasta el momento, determinados por el modelo económico-social imperante, en donde el consumismo es la plataforma base de dicho comportamiento. Sin embargo, se aprecia una gran cantidad de leyes, instituciones y acciones a favor del medio ambiente (ámbitos del sistema social), las que se aprecian desvinculadas una de la otra, no solo entre los distintos tipos de gobierno, sino también entre las propuestas y acciones establecidas dentro del mismo nivel.

Por ejemplo, se encontró que en el ámbito de la educación ambiental local de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México prevalece un trabajo interinstitucional donde predomina la visión conservacionista y un modelo de intervención basado en el paradigma de información lineal. Además, los objetivos que conforman al “Programa Ambiental” de la UACM responden a visiones particulares y no con la participación de los estudiantes. Por lo tanto la comunicación que existe entre ellos es deficiente y no se trabaja coordinadamente

para diseñar un sistema que permita unificar esfuerzos y alcanzar metas más amplias, tanto de tipo cuantitativo como cualitativo.

Los medios de difusión local del “Programa Ambiental” de la UACM, por su parte en la construcción de la cultura ambiental, se basa solo en pocos medios, con un contenido escaso y simplista, al grado que la mayoría de la población universitaria, no lo conoce, esto argumentado durante la aplicación de encuestas y entrevistas en Plantel Centro Histórico de la UACM.

Finalmente, el análisis bibliográfico en conjunto con los datos empíricos permitió identificar que es necesario trabajar en la producción y circulación de la información ambiental. Esto es, construir vía la participación de la comunidad universitaria y los medios de comunicación locales que ayuden a conformar una cultura ambiental a favor del medio ambiente, una comunidad participativa, a una sociedad participativa que busque y obtenga mejores estadios de vida.

A cualquier acción sobre el medio ambiente corresponde, no solo un contexto más amplió o un mundo cultural que incorpora a instituciones y prácticas sociales, si no que es un proceso de recuperación y reapropiación de la riqueza de significados ambientales contenidos en la vida cotidiana y social, desde donde se asigna la significación a las acciones medioambientalistas.

Así, la implementación del GESCAM que propone ayudaría a propiciar un ambiente rico en información ambiental favoreciendo el proceso de comunicación social entre los integrantes de la comunidad universitaria de Plantel Centro

Histórico, lo que podría devenir en un cambio de pautas de conducta y actitudes favorables hacia el entorno natural.

Para concluir, este trabajo brinda una reflexión importante, pensar a la comunicación no como un elemento meramente accesorio o superpuesto en el desarrollo sustentable, sino como un elemento consustancial al desarrollo humano, social y ambiental en el proceso central de la evolución histórico-cultural del hombre a través de un sistema comunicativo congruente con la democracia y la participación ciudadana.

RECOMENDACIONES

Derivadas de las conclusiones anteriores y de lo observado a lo largo del proyecto de investigación, es necesario, aunado a lo que desde la implementación del modelo se puede hacer, plantear algunas sugerencias que ayuden a consolidar el desarrollo de la cultura ambiental en lo local y lo global. De tal forma que a continuación se plantean algunas recomendaciones:

1. Es importante reafirmar el carácter de servicio público en el Plantel Centro Histórico. Concepto que en tipo de instituciones educativas y gubernamentales lo ha hecho propio, principalmente a partir de acciones ecológicas asumidas responsablemente. Además, si los medios de comunicación son educadores, a través de la presentación de normas, valores, conceptos, hábitos y conductas, deben llevar a desarrollar un

código ético con el entorno natural y transmitir dichos valores hacia los estudiantes y demás comunidad universitaria, estos a su vez a la ciudadanía.

2. Incentivar la participación de expertos sobre el tema ambiental, en la formulación e implementación de proyectos de colectivos universitarios que permita contar con una mayor fuerza y motive una ciudadanía comprometida con su entorno natural.
3. Asegurarse de que el futuro reglamento sobre el medio ambiente así como en este caso la separación de residuos en el Plantel Centro Histórico, exijan unos “mínimos y máximos” que permitan la presencia en todos los medios de comunicación, información o programas que puedan ser aprovechados desde un punto de vista de educación ambiental.
4. Las distintas áreas que conforman al Plantel Centro Histórico deberán promover e implementar vinculación con “Espacio Verde” para crear círculos de verdadera reflexión y gestión ambiental que incentiven la organización y participación de la comunidad universitaria a favor del medio ambiente.
5. El sistema educativo universitario deberá lograr, en materia ambiental, que los alumnos se den cuenta de que ellos mismos están en interacción constante con el entorno, por lo que deberá despertarse en ellos el espíritu de evaluación y a través del uso de sus habilidades para la investigación y acción medir su propio impacto en el entorno.
6. Los colectivos universitarios dedicados a los asuntos ambientales, deberán pensar en estrategias para la participación comunitaria que permitan formar

individuos que hagan uso de las técnicas de resolución de problemas para resolver la crisis ambientales actuales y evitar mediante medidas preventivas que se produzcan otras nuevas.

Para terminar, los egresados de las licenciaturas universitarias son los profesionales que con su actividad laboral y social participan también en el ambiente, lo quieran o no y se den cuenta o no, esto es una visión ampliada y general, pero de modo más específico, son ellos parte importante del veneno social puesto que son o serán los profesionales que a su vez educarán a otros, tomarán puestos en la trama socio laboral, serán políticos y ocuparán sitios de responsabilidad y representatividad. Ellos serán los pensadores, maestros, científicos, directivos y tomadores de decisiones en el corto o largo plazo y ellos mismo dadas sus formaciones profesionales, serán los encargados de enfrentar los retos de su momento y mas singularmente, en el rubro ambiental, serán los que intenten soluciones, las promuevan y ejecuten.

7. Referencias Bibliográficas

Bibliografía

- Angel, L. C. y R. D. Klassen (1999), "La integración de las cuestiones ambientales en la corriente principal: una agenda para la investigación en la gestión de operaciones", en *Journal of Operations Management*, vol. 17.
- Barrientos, C. (2010), "Estrategia psicosocial para el desarrollo de conducta pro ambiental de separación de residuos sólidos en una institución de educación superior", Tesis de maestría. México, UNAM, Facultad de Estudios Superiores, Zaragoza.
- Beck, U. (1997), *La modernización reflexiva*, Madrid, Alianza Universidad.
- Bottorff, J. (2006), *Asuntos críticos en los métodos de investigación cualitativa*, Colombia, Ed. Universidad de Antioquia, Colección Contus.
- Bustamante, Jorge (1995), *Derecho ambiental. Fundamentación y normativas*, Argentina, Habledo-Perrot.
- Carabaza, G. J. (2003), "El papel de la prensa en la construcción de las presentaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila", en *Convergencia*, vol. 14. núm. 043, Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México, enero-abril.
- Carabaza, G. J. (2004), "Las representaciones sociales sobre el medio ambiente en los habitantes de Saltillo, Coahuila: el caso de los vecinos de la colonia Bellavista", Ponencia, Foro de Investigación UDEM, Monterrey, Nuevo León.
- Carabaza, G. J. (2005), Tesis: *Un modelo para la Gestión de la Comunicación Ambiental desde lo local*, La Habana, Cuba, Ed. Universidad de La Habana.
- Calder, B.J. (1977), "*Focus group* y la naturaleza de la investigación de mercados cualitativa", en *Journal of marketing Research*, Vol. XIV.
- Calvo, S. (1999), *Libro Blanco de la Educación Ambiental en España*, España, Ministerio de Medio Ambiente.

- Cortina, O. A. (1995), "La educación del hombre y del ciudadano" en *Revista Iberoamericana de Educación*, núm. 7, Educación y democracia, enero-abril.
- Cortinas de Nava, C. (2001), *Hacia un México sin basura. Bases e implicaciones de las legislaciones sobre residuos*. México, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Corral, V. V. (2010), *Psicología de la sustentabilidad. Un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales*, México, Ed. Trillas.
- Delia, P. M. (2001), Daño ambiental en el medio ambiente urbano: un nuevo fenómeno económico en el siglo XXI, México, Ed. La Ley Daño.
- Esteinou Madrid, J. (1992), "Cultura ecológica y medios electrónicos", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 24, México, FMB, julio-agosto.
- Eschenhagen, M. (2006), Educación ambiental superior en América Latina: retos epistemológicos y curriculares. Ed. Ecoe Ltda.
- Fernández López, S. (2007), *Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas*, Madrid, España, Narcea, S.A.
- FNAC (Foro Nacional Ambiental, Colombia). (2001), *Memorias del Foro Electrónico: Bosques y Conflicto*. Santafé de Bogotá, FNAC.
- Giddens, A. (2000), *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Ed. Alianza.
- Gómez, L. (2003), *Identidad y Medio Ambiente. Enfoques para la sustentabilidad de un bien común*. México, Ed. Siglo veintiuno.
- Gutiérrez, A. V. (coord.). (2006), *Diagnóstico básico para la gestión integral de residuos*, México, Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Instituto Nacional de Ecología.
- Hansen, A. (1991), "The Media and the social construction of the environment", en *Media, Culture and Society*, vol. 13.
- Hesselink, F. (2001), "La comunicación sobre conservación de la naturaleza. 10 errores frecuentes", en *Carpeta informativa*. Segovia, Valsaín, CENEAM.

- Hernández, S. R. (2006), *Metodología de la investigación*, México, Mc Graw Hill.
- Iracheta, C., X. Alfonso. (2002), “Desafíos de las Áreas Metropolitanas en el Contexto de la Globalización. Gobernabilidad en la Zona Metropolitana del Valle de México-ZMVM”. *Seminario Internacional: Los desafíos de las áreas metropolitanas en un mundo globalizado. Una mirada a América Latina y Europa* (4, 5 y 6 de junio), Barcelona, España, IET, ICCI, IIP-PUC.
- Jensen, K. y N. W. Jankowski (1993), *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. España, Bosch.
- Luhmann, Niklas. (2000), *La realidad de los medios de masas*. México, UIA-Antrophos.
- Mattelart, A. M. (2003a), *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Mattelart, A. M. (2003b), *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, México, Ed. Siglo XXI.
- Martín, B. J. (1992), “Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad” en *DIÁLOGOS de la comunicación*, núm. 32, México, FELAFACS-OPCION, marzo.
- Mediana, C. M. (2010), *Atlas de riesgo para el Estado de Nuevo León-Segunda etapa*, Secretaria de Desarrollo Sustentable, México.
- Medina, J. A. (2001), *Guía para la gestión integral de los residuos sólidos municipales*, SEMARNAT.
- Muñoz, R. C. (1998), *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*, Ed. Pearson Educación, México.
- Padilla, M. C. (1998), “Basura” en Barba, P. R. (ed.). *La guía ambiental, 58 ensayos y 64 autores*. México, Unión de grupos ambientalistas, IAP.
- Panayotou, T. (1994), *Ecología, medio ambiente y desarrollo. Debate, crecimiento versus conservación*, México, Gernika.

- Peña, C. M. (2003), "La Transversalidad del Derecho Ambiental y su influencia sobre el Instituto de la Propiedad y Otros derechos Reales" en *Revista Jurídica Lex difusión y análisis*, año VII, núm. 16, Febrero, Edición Especial de Octavo Aniversario, México.
- Pieters, R. (1991), "Changing garbage disposal patterns of consumers: motivation, ability and performance" en *Journal of Public Policy & Marketing*, V.10.
- Reese, L., et. al. (1998), "Cualitativos y cuantitativos, no cualitativos vs. Cuantitativos" en *Tras las vetas de la investigación cualitativa*. México: ITESCO.
- Rodríguez, A. A. (2006), *Iniciación a la red internet: Concepto, funcionamiento, servicios y aplicaciones de Internet*, México, Ed. Ideaspropias.
- Rousseau Pupo, B. (1999), *Instrumentos teóricos y metodológicos para la gestión cultural*. Colombia, Universidad del Atlántico, Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes del Atlántico.
- Robles, S. E. (2003), "Estrategias de intervención conductual en la preservación del ambiente" en Irigoyen, J. J., M. Y. Jiménez, B. A. Valenzuela y K. F. Acuña, *La investigación psicológica en Sonora. Antología de artículos (1987-2003)*. *Revista Sonorense de Psicología*, Hermosillo, Sonora, México, UNISON.
- Romano Nájjar, D. (2004), *Manual de diseño de Planes de comunicación de áreas naturales protegidas*, Perú, Ed. Calandria.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2012), SEXTO INFORME DE LABORES. México, septiembre.
- Serrano, M. M. (1993), *Teoría de la comunicación: epistemología y análisis de la referencia*. México: UNAM.
- Sorensen, M. (1998), Manejo de las áreas verdes urbanas, División de Medio Ambiente del Departamento de Desarrollo Sostenible del Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C. mayo.

- Solano, D. (2001), *Comunicación y generación de conciencia ambiental, Tópicos en Educación Ambiental, Vol. 3, Num 7.*
- Taylor S. J., R. Bogdan. (1987), *Introducción de los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados.* Buenos Aires, Paidós.
- Tréllez, E. y C. Quiroz. (1995), *Formación Ambiental Participativa.* Lima: CALEIDOS, OEA.
- Uwe, F. (2004), *Introducción a la investigación cualitativa.* Madrid, Ed. Morata.
- World Commission on Sustainable Development. WCED (1987). *Our Common Future.* Oxford, Oxford University Press.
- Wolf, M. (1991), *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas.* México, Paidós.
- Zeller, R. A. y E. Carmines. (1980), *Measurement in the social science: the Link Between Theory and Data.* Cambridge Cambridge University.

ENCICLOPEDIAS Y LEYES

- Enciclopedia Jurídica Básica* (1995), Vol. III, España, Ed. Civitas, 1995.
- Diccionario de la Lengua Española* (2002), España, Real Academia Española, Espasa Calpe.
- Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente*, Diario Oficial de la Federación, última reforma publicada DOF 16-01-2014, artículo 3.

8. Notas y referencias

PÁGINAS DE INTERNET CONSULTADAS

- Armijo de Vega, C., S. Ojeda-Benítez, E. Ramírez-Barreto y A. Quintanilla-Montoya (2006). “Potencial de reciclaje de los residuos de una institución de educación superior: el caso de la Universidad Autónoma de Baja California” en *Ingeniería, Revista Académica* [En línea]
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/467/46710302.pdf> [Consultado el 21 de marzo de 2013].
- Cámara Nacional de Fabricantes de Envases Metálicos.
<http://www.canafem.org.mx/servicios.html> [Consultado el 21 de marzo de 2013].
- http://www.circuloverde.com.mx/es/cont/gobierno/SEMARNAT_y_SEP_incorporan_la_educacionambientalenPreescolarPrimariaySecundaria.shtml#.UNuAOm8sCiY [Consultado el 25 de abril de 2013].
- <http://www.uacm.edu.mx/ProgramasyCentros/ProgramaAmbientaIPaUACM/tabid/181/Default.aspx> [Consultado el 30 de abril de 2013].
- <http://www.fotonostra.com> [Consultado el 20 agosto de 2013].
- Centro virtual de información sobre consumo sustentable (2012).
http://www.consumosustentable.org/4_5.html [Consultado el 21 de marzo de 2013].
- Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (2003).
http://www.culturaecologica.org.mx/documentos/1123076683/Ley_General_Residuos.pdf [Consultado el 24 de mayo de 2013].
- Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (2003).
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/263.pdf> [Consultado el 21 de marzo de 2013].

- World Wild Foundation. WWF (2012).
<http://www.wwf.org.mx/wwfmex/index.php> [Consultado el 21 de marzo de 2013].

ENTREVISTAS

Carreola, E. (2012), "Entrevista a la Mtra. Verónica Durán. Programa Ambiental de la UACM", México, 13 de noviembre. (Entrevista completa anexo D).

Carreola, E. (2013), "Entrevista al Ex-Coordenador del Plantel Centro Histórico, Dr. Sebastián Ibarra", México, 24 de mayo, Plantel Centro Histórico. (Entrevista completa anexo C).

9. Anexos

Anexo A (Administración 2014)

No. de personal	Función	Nombre
1	Coordinador del plantel <i>Personal – dependencia directa</i>	Mtra. Jocelyn Magali Romero Navarro
1	Enlace administrativo	
1	Asistentes administrativos	
6	Auxiliares administrativos (oficinas)	
2	Auxiliares administrativos (fotocopias)	
20	Vigilancia	
20	Intendencia	
1	Registro Escolar	
1	Asistente D	
1	Informática y telecomunicaciones	
3	Aula de computo	
1	Soporte técnico	
1	Enlace espacio estudiantil	
3	Atención psicológica	
1	Servicio médico	
1	Responsable de biblioteca	
3	Asistentes en biblioteca	
1	Difusión cultural	
1	Lab. Biología y Química	
1	Lab. Física y Electrónica	
1	Responsable de certificación	
1	Asistente	
4	Personal de comedor	
1	Desarrollo en Sistemas	
1	Responsable de Obras y mantenimiento	
1	Encargado eléctrico	
3	Auxiliares en mantenimiento eléctrico	
1	Redes de telefonía	

Anexo B

Análisis de contenido de investigaciones sobre comunicación y medio ambiente.

AUTOR/ES	REFERENCIA	AÑO	DESCRIPCIÓN
MONTOYA HERRERA, LUIS ENRIQUE	Tesis/1980/ 162 h., 27 cm	1980	Publicidad social para el control de la contaminación ambiental.
KRIMSKY Y PLOUGH	Teoría de la comunicación del riesgo/ 1988/194 páginas.	1988	Argumentaron que existen dos tipos de riesgos en la comunicación, lo convencional y lo simbólico. La diferencia entre estos dos llega a ser una diferencia entre los hechos y la imagen base de la comunicación.
BARTOLOME CRESPO, DONACIANO	Revista comunidad educativa/1988/Feb./núm. 158/pag.25-27	1988	A partir de las definiciones de educación ambiental y de medios de comunicación se analiza su influencia en la educación, y como intervienen en los contenidos educativos. Termina planteando la dimensión interdisciplinaria de la educación medio-ambiental con los medios.
BELLO, ANDRES	Revista del convenio Andrés bello/1990/Dic./vol.14/num.40/pág. 143-149	1990	Se presenta la participación del Coordinador de cultura y divulgación de la secretaria ejecutiva del convenio Andrés Bello, en el seminario internacional periodismo y medio ambiente, celebrado en lima, Perú; convocado por la federación iberoamericana de asociaciones de periodistas se destacan las acciones que el convenio Andrés bello realiza para la preservación y mejoramiento del medio ambiente.
GARELIK, GLENN	Revista chasqui/1991/Ene-Mar/num.37/pag.10-16	1991	Descripción de una serie de problemas ambientales que aquejan al mundo, o a lo que se ha dado en llamar "la aldea global", como efecto invernadero, el ozono y la lluvia acida y la destrucción de la amazonia, se plantea que el esfuerzo de los dirigentes políticos y sociales probablemente no tendrá el impacto necesario sin el apoyo de la comunicación, por ello los comunicadores profesionales deben asumir su responsabilidad de lograr el consenso entre los habitantes del planeta.

CACUA PRADA, ANTONIO	Revista de convenio Andrés bello/1991/May-Ago/vol. 15/núm. 42/pág. 109-123	1991	Análisis de los problemas asociados al medio ambiente, en donde se enfatiza la importancia de la educación para la conservación de los recursos naturales componentes del medio ambiente y el apoyo que es en este sentido puede brindar los medios de comunicación social.
WILKINS Y PATTERSON	ética de los medios/1991/ 366 páginas	1991	Estudiaron la presentación general de los riesgos. Concluyeron que los periodistas tienen poca credibilidad cuando trabajan material científico. La percepción personal de los riesgos de los periodistas es importante en el cómo de la cobertura de las historias ambientales.
MARTÍN, B. J	Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad en diálogos de la comunicación”, no. 32, marzo México: felafacs-opción.	1992	Aborda el campo de estudios de la comunicación en América latina se forma por efecto cruzado de dos hegemonías: la del pensamiento instrumentasen la investigación norteamericana y la del paradigma ideologista en la teoría social latinoamericana.
KUNST, M.	Revista chaqui/1993/núm. 46/jul./pág. 83-86	1993	Comunicación y medio ambiente.
WILKINS	Los medios y la comunicación científica/1993/	1993	Argumentó que la cobertura de los medios de comunicación sobre el calentamiento global estaba muy focalizada en la ciencia sin una conexión con los valores ambientales necesarios para su discusión.
REDCLIFT, M.	Revista antropológica-instituto de investigaciones antropologicas-UNAM/1994/num.12/oct./pag.58-64/	1994	El medio ambiente y la sociedad como un discurso global hecho a nuestra propia imagen.
ENCALADA, MARCO	Revista chasqui/1995/Enero/núm. 50/pág. 55-60.	1995	La educación ambiental (ea) y la comunicación ambiental (ca) constituyen el tópico de influencias en la vida moderna, así tras de preocupaciones y dudas por el destino del mundo, los conductores de la gestión ambiental y la opinión pública, a nivel mundial parecen haber acordado que la educación y la comunicación juntas, son la precondition y el instrumento esencial.
BORRACHERO ROSADO, Ma. VICTORIA	Valencia/universidad politécnica/servicio de publicaciones/1997/237 páginas.	1997	Introducción a los problemas medio ambientales: Problemas y cuestiones.
NUYEZ	Revista: correo del	1998	Se analiza la presencia de los medios de comunicación de masas

TANCREDI, IRAMA	maestro/1998/ago./vol.3/num.27/pág. 39-44		en la educación ambiental a nivel de educación básica en México. Primero se exponen las distorsiones que genera una inadecuada comunicación dentro de los procesos educativos.
SZABO, JOSEF/ RUBOVSKY, KALMAN	Revista educación de adultos y desarrollo/2001/num.57/pág. 187-194	2001	La satisfacción de las crecientes demandas en cuanto a alimento, vestuario, autos, etc. y la protección del medio ambiente, ¿como se logra conjugar estos aspectos y qué función les cabe a los medios de comunicación? este estudio pretende demostrar como los medios de comunicación locales pueden contribuir a fomentar una actitud responsable frente al entorno natural, acorde con los preceptos del desarrollo sostenible.
GONZALEZ HERNANDEZ, JOSE RAMON	Tesis/2001, 63 h; 23 cm.	2001	Impacto de una imagen para fomentar el hábito del reciclaje.
ESTEINOU MADRID, JAVIER	Tesis/división de ciencias sociales y humanidades. departamento de educación y comunicación, 2001	2001	Ecología y medios de comunicación en México.
ITURRIAGA, JOSE N.	México/UNAM: Procuraduría Federal de Protección al Ambiente/2002/pág. 426	2002	El medio ambiente de México a través de los siglos: Crónicas extranjeras.
ROBLES, S. E.	Estrategias de intervención conductual en la preservación del ambiente. En Irigoyen, j. j., Jiménez, m. y., Valenzuela, b. a. y acuña, k. f. la investigación psicológica en sonora. Antología de artículos (1987-2003). Revista sonorensis de psicología, Hermosillo, sonora, México: unisón.	2003	La basura como condición aversiva para el ser humano y la calidad de vida de las personas
FEO ISTURIZ, OSCAR	Revista ciencia & salud colectiva/2003/vol. 8/num.4/pág. 887-896	2003	Reflexiones sobre la globalización y su impacto sobre la salud de los trabajadores y el ambiente.
FUNDACION KONRAD ADENAUER	Folletos/lima Perú	2003	¿Cómo comunicar el riesgo ambiental?
GOMEZ LUNA, LILIANA	México/siglo xxi/Estado de Quintana Roo/2003/pág. 156	2003	Identidad y medio ambiente: Enfoques para la sustentabilidad de un bien común.
A. CAFFERATTA, NESTOR	México: secretaria de medio ambiente y recursos naturales: instituto nacional de ecología: programa de las naciones unidas para el medio ambiente/2004/pág. 269	2004	Introducción al Derecho Ambiental.
CARABAZA G. J.	Comunicación y cultura ecológica: un	2005	Es una reflexión sobre cómo se

	modelo para la gestión de la comunicación ambiental desde lo local”, tesis presentada en opción al grado científico de doctora en ciencias de la comunicación social, universidad de la habana, facultad de comunicación, la habana cuba, 2005, pág. ibis. pág. 6		constituyen las ciudadanías hoy en torno a lo ambiental y la naturaleza, la manera en que los procesos formativos y educativos han enfrentado la crisis ambiental y el papel estratégico que puede cumplir y cumple la comunicación ambiental.
VAZQUEZ ESCAMILLA, ARACELI	Tesis/fes-Aragón/México/2006	2006	El reciclaje de residuos, como una estrategia para alcanzar el desarrollo sustentable en el Distrito Federal.
GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL: SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE	Avances y propuestas/200-2006/México/vi,262p.:ii,maps. grafc,col.	2006	Gestión ambiental del aire en el Distrito Federal: Avances y Propuestas 2000-2006.
CORRAL V. V.	Psicología de la sustentabilidad: un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales, México 2010, ed. trillas. pág. 47	2010	Aborda las dimensiones psicológicas de la sustentabilidad. la conducta humana es causa fundamental de la actual crisis ecológica y social que afecta al mundo, por lo que se requiere el conocimiento de los factores cognitivos, emocionales y comportamentales que afectan a la conducta sustentable
BARRIENTOS, DURAN C.	Tesis, estrategia psicosocial para el desarrollo de conducta pro ambiental de separación de residuos sólidos en una institución de educación superior”, UNAM, Septiembre 2010, pág. 155.	2010	Estudio que se llevo a cabo en septiembre de 2010 en la universidad autónoma de la ciudad de México (UACM), denominado “estrategia psicosocial para el desarrollo de conducta pro ambiental de separación de residuos sólidos en una institución de educación superior

Anexo C



ESTRUCTURA GENERAL DEL INSTRUMENTO DE SONDEO DE OPINIÓN

- Bloques que conforman el instrumento de sondeo de opinión

Bloque	Descripción	Preguntas que los conforman
Las preferencias sobre los medios de comunicación	En este primer bloque se indaga en los entrevistados sobre los medios de comunicación	¿Qué medio masivo de comunicación prefieres en el Plantel Centro de la UACM?, ¿Por qué?
		Recurras a este medio para: Informarte, entretenerte, ocio, otro.
		¿Qué tan frecuente recurres a este medio masivo de comunicación? Todos los días, semanalmente, mensualmente, menos de cuatro días a la semana, no recurro a ningún medio.
La representación social sobre el medio ambiente	En este segundo bloque; el propósito fue aproximarse a la representación sobre el	¿Cuáles piensas que son los dos problemas ambientales de más impacto en el Plantel Centro actualmente?

Bloque	Descripción	Preguntas que los conforman
	<p>medio ambiente que tienen los entrevistados. Considerando siempre que esta se construye a partir de una serie de experiencias personales y sociales que los propios individuos tienen.</p>	<p>A continuación te presentamos una lista de los problemas ambientales que algunas personas consideran que existen en nuestra comunidad universitaria. Por favor, jerarquízalos por orden de importancia: marca con el número (1) la problemática que consideres más importante, hasta llegar a siete (7) la menos importante: La no separación de los residuos sólidos, tira excesiva de basura en los pasillos y salones, contaminación visual, contaminación del aire por los automóviles, contaminación por ruido, otro.</p> <hr/> <p>Consideras que la calidad del medioambiente en el Plantel Centro actualmente es: Mejor, ligeramente mejor, peor, mucho peor, igual.</p>

Bloque	Descripción	Preguntas que los conforman
		<p>A continuación se te presenta una serie de problemas potenciales que existen en la sociedad y que amenazan la salud y seguridad personal. De acuerdo a tu criterio marca con el número cinco (5) a los que consideres de gran amenaza, cuatro (4) probable amenaza, tres (3) posición no definida, dos (2) más o menos una amenaza y uno (1) a los que considera mínima amenaza.</p> <p>Contaminación del aire causada por los negocios y la industria. Contaminación del aire causada por automoviles y camiones. Contaminación de ríos, lagos y océano. Lluvia acida. Depósito de desechos peligrosos, Uso de pesticidas y aditivos en la producción de alimentos. Contaminación del agua subterránea. Disminución de la capa de ozono en la atmosfera. Depósitos de basura toxica. Deforestación.</p>
<p>El conocimiento de las campañas medioambientales en la localidad</p>	<p>El objetivo de este tercer bloque fue buscar entre los encuestados si tenían conocimiento sobre distintas campañas ambientales que se encuentran circulando en la Ciudad de México. Así mismo encontrar una relación entre el nivel de retentiva de la(s) campaña(s) y su transmisión a través de los medios de comunicación locales.</p>	<p>En los últimos años, ¿recuerdas alguna campaña en los medios masivos de comunicación a favor del medioambiente? Si, No. ¿Cuál?</p> <p>¿Conoce la campaña “Vamos a separar para respirar mejor”? Si, No.</p> <p>¿A través de qué medios te has enterado? Periódico, Radio, Televisión, Anuncio espectacular, Otro.</p> <p>¿Conoces la campaña “Si la tiras se te regresa”? Si, No.</p>

Bloque	Descripción	Preguntas que los conforman
		<p>¿A través de qué medios te has enterado? Periódico, Radio, Televisión, Anuncio espectacular, Otro.</p> <p>¿Conoces la campaña “Muévete en Bici”? Si, No</p> <p>¿A través de qué medios te has enterado? Periódico, Radio, Televisión, Anuncio espectacular, Otro.</p> <p>El conocer sobre otras campañas. ¿Te ha generado algún cambio de actitud? Si, No y ¿Cuál?</p>
<p>La identificación de las instituciones encargadas de las cuestiones ambientales</p>	<p>En este cuarto bloque se pretendió medir que tanta presencia tenían las instituciones gubernamentales en la vida de los encuestados con el fin de identificar si estaban jugando un papel importante en la construcción de la representación ambiental.</p>	<p>¿Qué institución de la que trabajan en Pro del medioambiente conoces? SEMARNAT, Plan Verde del Gobierno del Distrito Federal, Sistema de Monitoreo Atmosférico de la Ciudad de México, Programa Ambiental de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Otros.</p>
<p>El reconocimiento de los causantes del deterioro ambiental</p>	<p>En el quinto bloque se busco identificar si los individuos entrevistados estaban conscientes de su participación individual y grupal en los problemas ambientales.</p>	<p>Según tú opinión ¿Quiénes o quiénes son los causantes de los problemas medioambientales en Plantel Centro?</p>



APLICACIÓN DEL MODELO "GESCAM" COMO MEDIO DE GESTION DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL LOCAL, EN EL PLANTEL CENTRO HISTÓRICO DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

A través de este cuestionario tienes la oportunidad de hacer llegar tu opinión sobre la problemática ambiental que atañe al Planteo Centro. Por favor lee cuidadosamente todas las instrucciones y en caso de que tengas duda, por favor hazla saber al aplicador (a). Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

DATOS GENERALES

Edad _____

sexo _____

Delegación _____

Colonia _____

Ocupación: *Estudiante* _____

Profesionista _____

Empleado _____

Otro _____

I.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. ¿Qué medio de comunicación prefieres en el Planteo Centro de la UACM?

(Puedes marcar más de uno)

Radio	<input type="checkbox"/>
Medio impreso (Revista ó tríptico)	<input type="checkbox"/>
Periódico mural	<input type="checkbox"/>
Cartel	<input type="checkbox"/>
Video	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? _____

2. Recurras a este medio para: (Puedes marcar más de uno)

Informarte	<input type="checkbox"/>
Entretenerte	<input type="checkbox"/>
Ocio	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué tan frecuente recurres a este medio masivo de comunicación?

Todos los días	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Mensualmente	<input type="checkbox"/>
Menos de cuatro días por semana	<input type="checkbox"/>
No recurro a ningún medio	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuáles piensas que son los dos problemas ambientales de más impacto en el Plantel Centro actualmente?

II. - LA REPRESENTACION SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

5. A continuación te presentamos una lista de los problemas ambientales que algunas personas consideran que existen en el Plantel Centro Histórico. Por favor, jerarquízalos por orden de importancia: marca con el numero (1) la problemática que consideres más importante, hasta llegar a siete (6) la menos importante:

La no separación de los residuos sólidos	<input type="checkbox"/>
Tira excesiva de basura en los pasillos y salones	<input type="checkbox"/>
Contaminación visual	<input type="checkbox"/>
Contaminación del aire por los automóviles	<input type="checkbox"/>
Contaminación por ruido	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

6. Consideras que la calidad del medioambiente en el Plantel Centro Histórico actualmente es:

Mejor	<input type="checkbox"/>
Ligeramente mejor	<input type="checkbox"/>
Peor	<input type="checkbox"/>
Mucho Peor	<input type="checkbox"/>
Igual	<input type="checkbox"/>

7. A continuación se te presenta una serie de problemas potenciales que existen en la sociedad y que amenazan la salud y seguridad personal. De acuerdo a tu criterio marca con el número cinco (5) a los que consideres de gran amenaza, cuatro (4) probable amenaza, tres (3) posición no definida, dos (2) más o menos una amenaza y uno (1) a los que considera mínima amenaza.

Contaminación del aire causada por los negocios y la industria
 Contaminación del aire causada por automóviles y camiones
 Contaminación de ríos y océanos
 Lluvia acida
 Depósito de desechos peligrosos
 Uso de pesticidas y aditivos en la producción de alimentos
 Contaminación de agua subterránea
 Disminución de la capa de ozono en la atmosfera
 Depósitos de basura toxica
 Deforestación

III.- SOBRE LAS CAMPAÑAS MEDIO AMBIENTALES

8. En los últimos años, ¿recuerdas alguna campaña en los medios masivos de comunicación a favor del medioambiente?

Si
 No

Solamente si respondiste que si, contesta lo siguiente

9. ¿Cuál campaña conoces?

10. ¿A través de que medio te has enterado? (Puedes marcar más de uno)

Periódico
 Radio
 Televisión
 Anuncio espectacular
 Otro

11. ¿Conoce la campaña “Vamos a separar para respirar mejor”?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Solamente si respondiste que si, contesta lo siguiente

12. ¿A través de que medio te has enterado? (Puedes marcar más de uno)

Periódico	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Anuncio espectacular	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

13. ¿Conoces la campaña “Si la tiras se te regresa”?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Solamente si respondiste que si, contesta lo siguiente

14. ¿A través de que medio te has enterado? (Puedes marcar más de uno)

Periódico	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Anuncio espectacular	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

15. ¿Conoces la campaña “Muévete en Bici”?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Solamente si respondiste que si, contesta lo siguiente

16. ¿A través de que medio te has enterado? (Puedes marcar más de uno)

Periódico	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Anuncio espectacular	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

17. ¿Cuál otra campaña conoces?

18. ¿A través de que medio te has enterado? (Puedes marcar más de uno)

Periódico	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Anuncio espectacular	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

19. El conocer sobre otras campañas. ¿Te ha generado algún cambio de actitud?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Cuál?

IV.- SOBRE LAS INSTITUCIONES

20. ¿Qué institución de la que trabajan en Pro del medioambiente conoces? (Puedes marcar más de uno)

SEMARNAT	<input type="checkbox"/>
Plan Verde del Gobierno del Distrito Federal	<input type="checkbox"/>
Sistema de Monitoreo Atmosférico de la Ciudad de México	<input type="checkbox"/>
Programa Ambiental de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

V.- EL RECONOCIMIENTO DE LOS CAUSANTES DEL DETERIORO AMBIENTAL EN PLANTEL CENTRO HISTÓRICO.

21. Según tú opinión ¿Quién o quiénes son los causantes de los problemas medioambientales en Plantel Centro Histórico?

Anexo D



GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA, (*FOCUS GROUP*)

Buenos días compañero. Seguro me has visto últimamente en las instalaciones del Plantel Centro Histórico. Estoy haciendo un estudio para el desarrollo de un plan comunicativo como propuesta de tesis en Comunicación y Cultura; estos datos que estoy recolectando son con el fin de entender que significa la problemática ambiental en la comunidad universitaria. Gracias por tu ayuda

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Consideras que el problema ambiental (residuos) son un problema dentro de la universidad?
2. ¿Consideras que el Plantel Centro cuente con información de fácil acceso sobre el problema ambiental
3. ¿Conoces alguna otra campaña ambiental fuera de la UACM?
4. ¿Cómo te sientes ante este problema que aqueja al plantel? ¿Por qué?
5. ¿Cuál crees que sea un obstáculo principal para tener un manejo adecuado de la basura?
6. ¿Conoces alguna campaña ambiental permanente de la UACM?
7. ¿Cómo crees que se lograría una participación efectiva de los universitarios para este problema?
8. ¿Qué tipo de campaña te gustaría?
9. ¿Cómo podrías participar en una campaña ambiental en el manejo integral de los residuos?
10. ¿Qué necesitas para participar?

Anexo E



PROTOCOLO PARA LA REALIZACION DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Referencias generales de la entrevista

- Numero de la entrevista:
- Fecha de entrevista:
- Nombre del entrevistador:
- Nombre del entrevistado:
- Lugar donde se realizo la entrevista:
- Edad del entrevistado:
- Sexo del entrevistado:
- Grado de estudios del entrevistado:
- Nivel socioeconómico del entrevistado:
- Ocupación del entrevistado:

Significado del medio ambiente

1. ¿Qué significa para ti el término “medio ambiente”?
2. ¿Qué significa para ti el término naturaleza?
3. ¿En qué consiste para ti el medio ambiente?
4. ¿Puedes explicar los principales problemas del medio ambiente en el Plantel Centro?, ¿Cuáles pueden ser sus causa?, ¿Cuáles son los efectos en la comunidad universitaria?
5. ¿Cómo describes el “medio ambiente” de Plantel Centro?
6. ¿Quiénes piensas que son los principales responsables del deterioro del “medio ambiente” en la ciudad?
7. ¿Crees que existe alguna diferencia entre medio ambiente y naturaleza?
8. ¿Qué son para ti los recursos naturales?, ¿Cuáles piensas que son los recursos naturales con los que cuenta la Ciudad de México?

Relación con el medio ambiente

1. ¿En qué momento de tu vida has tenido un mayor contacto con la naturaleza (explica)
2. ¿Me podrías contar tu relación con el “medio ambiente natural” durante cuatro periodos básicos de tu vida (niñez, adolescencia, juventud y madurez)?
3. ¿Tienes a tener contacto permanente con tu entorno natural? ¿De qué manera?
4. ¿Cuándo estás en contacto con la naturaleza ¿ cómo es tu estado de ánimo?
5. ¿Ha visitado alguna reserva ecológica?
6. ¿Te gusta frecuentar parques, jardines o pasear por el campo? ¿Con qué frecuencia lo haces?, ¿Por qué lo haces?
7. ¿Acostumbra tener áreas verdes en su casa?, ¿te gustan?, ¿Por qué?
8. ¿Tienes mascotas?/¿Qué cuidados tiene con ellas?
9. ¿Crees tú que la comunidad universitaria tiene un sentido de pertenencia hacia el entorno natural?

Visión macro y micro

1. ¿Crees que los problemas del medio ambiente son principalmente un problema local?
2. ¿Cómo visualizas al mundo con respecto a los problemas ambientales?
3. ¿Identificas cuales son los principales problemas de la Tierra causados por el deterioro del medio ambiente?
4. ¿Tú crees que los problemas del medio ambiente son problemas locales o problemas globales?

Acciones actuales/valores/actitudes

1. ¿De qué forma cuidas el medio ambiente?, ¿o no lo cuidas?
2. ¿Qué estás haciendo tú actualmente para proteger el ambiente en tu Plantel?

3. ¿Cuáles son las prácticas más frecuentes que tú realizas para ahorrar energía en tu casa, en el lugar de trabajo o escuela?
4. ¿Acostumbras aplicar algunas medidas para cuidar el agua en tu casa, en el lugar de trabajo o escuela?
5. ¿Qué tipo de basura se genera en tu casa, en el lugar de trabajo o escuela?, ¿Puedes explicar que haces con ella?, ¿Dónde la tiras/depositas?, ¿Acostumbras a guardarla adecuadamente para entregarla al camión recogedor de basura?
6. ¿Has escuchado hablar de la separación de la basura?
7. ¿Acostumbras a tirar la basura en contenedores predeterminados para su separación?
8. ¿Qué haces tú cuando ves que alguien tira basura en la calle, en el piso de tu casa, trabajo o escuela?
9. ¿Acostumbras tirar la basura en la calle?
10. ¿Los miembros de tu familia practican algunas acciones para cuidar el medio ambiente?
11. ¿Qué tipo de prácticas realizas en familia para cuidar el ambiente?
12. ¿Quién te enseñó a cuidar el medio ambiente?
13. ¿Has tenido tú alguna conversación con otras personas sobre los problemas y el cuidado del medio ambiente?
14. ¿Tienes fugas de agua en su casa?
15. ¿Qué harías para que tu familia tuviera un lugar limpio para convivir?
16. ¿Cada cuando pasa el camión de la basura por tu casa?
17. ¿Compras muchas frituras en la calle?, ¿Dónde depositas la basura que generan estas compras?

Acciones futuras/compromisos

1. ¿Cuáles crees tú que pueden ser las alternativas más favorables para contar con un medio ambiente en buenas condiciones?
2. ¿Qué nos hace falta como personas para contar con un medio ambiente de calidad?

3. ¿Cómo crees tú que podamos conseguir un medio ambiente de calidad en este Plantel?
4. ¿Con que contamos como universitarios para conseguir un medio ambiente de calidad?
5. ¿Tú apoyarías alguna acción del gobierno o alguna asociación civil para trabajar a favor del medio ambiente directamente en tu plantel?
6. ¿A ti te gustaría trabajar en tu plantel con algún programa que ayudara a mejorar la calidad del medio ambiente?

Comunicación y medio ambiente

1. ¿Nos puedes explicar cómo te enteras de los problemas ambientales de tu localidad?
2. ¿Te has enterado de los problemas ambientales del Plantel Centro a través de los diversos medios de comunicación ya sean carteles o periódico mural?
3. ¿Sobre qué tipos de problemas ambientales te enteras principalmente en los medios de comunicación local de la UACM?
4. ¿Crees que los medios de comunicación local deben proporcionar más información sobre la situación del medio ambiente en el Plantel?
5. ¿Acostumbas darle seguimiento o buscar información sobre los problemas ambientales en los medios de comunicación?
6. ¿Acostumbas platicar con otras personas sobre los problemas ambientales del Plantel Centro?, ¿Con quienes?, ¿Sobre qué hablan principalmente?

Relación sobre el presente, pasado y el futuro del entorno de la comunidad universitaria.

1. ¿Tú visualizas algunos cambios significativos con respecto al medio ambiente en el Plantel Centro?, ¿Cuáles? Explícalos.
2. ¿Tienes algún recuerdo de cómo era Plantel Centro cuando ingresaste?, ¿Puedes determinar las diferencias con respecto al medio ambiente actual?

Visión sobre las instituciones sociales o gubernamentales que trabajan a favor del medio ambiente.

1. ¿Has escuchado hablar sobre alguna institución de gobierno u organización civil que esté trabajando por resolver la problemática del medio ambiente?, ¿Cuáles?, ¿Qué opina de ellas?
2. ¿Te gustaría participar en algunos de los programas que estas instituciones u organizaciones proponen?
3. ¿Tú crees que este tipo de organizaciones e instituciones son las que van a resolver el problema de medio ambiente?, ¿Porqué? Explícalo.

Anexo F

Descripción de las categorías establecidas para la contrastación de resultados cuantitativos y cualitativos:

Problemas Ambientales (PAM):

- Relacionada con la problemática entorno a la contaminación, ya sea local en Plantel Centro Histórico (**Lpch**), Ciudad de México (**Cm**), Nacional (**Cna**) y Global (**Cgl**)

Tipo de información (TI):

- Vinculada con la procedencia de la información ambiental que circula, ya sea local (**Lc**), regional (**Rg**), nacional (**Na**) y Global (**GI**).

Temas ambientales (TA):

Relacionada al conjunto de asuntos sobre el entorno natural que deben ser incluidos y/o atendidos a través de sistemas de gestión en los diferentes niveles de organización social tales como:

- Protección al aire (**Pa**), la conservación de la biodiversidad (**Cb**), el manejo de la biotecnología (**Mb**), el uso adecuado de los productos tóxicos (**Ptx**), el manejo de residuos peligrosos (**Rp**) y el manejo de residuos sólidos y líquidos (**Rs**).

Generadores de información (GI)

- Conformado por el conjunto de dependencias e instituciones de distintos ámbitos de la sociedad que contribuyen en la construcción de la información ambiental disponible. Aquí se identifican a las dependencias estatales, (tomando en cuenta que la Ciudad de México, también se le considera como un estado más) (**Est.**), dependencias nacionales (**Nal.**), organizaciones civiles (**Osc**) y el sector educativo (**Se.**)

Agrupacion de datos para el analisis Cualitativo Vs. Cuantitativo

Categoria/ Indicador	Sondeo de opinión			Focus Group			Entrevistas en profundidad		
	I	MI	NI	I	MI	NI	I	MI	NI
Problemas ambientales (PAM)									
<i>Lpch</i>	x			x			x		
<i>Cm</i>	x	x		x			x		
<i>Cna</i>		x			x			x	
<i>Cgl</i>		x				x		x	
Tipo de informacion (TI)									
<i>Lc</i>	x			x			x		
<i>Rg</i>		x			x				x
<i>Na</i>			x			x			x
<i>GI</i>			x			x		x	
Temas ambientales (TA)									
<i>Pa</i>	x			x			x		
<i>Cb</i>			x			x			x
<i>Mb</i>									
<i>Ptx</i>		x		x				x	
<i>Rp</i>	x			x				x	
<i>Rs</i>	x			x			x		
Generadores de informacion (GI)									
<i>Est</i>	x			x				x	
<i>Nal</i>		x			x				x
<i>Osc</i>		x		x					x
<i>Se</i>	x			x			x		

I=Incluida

NI= No incluida

NI= No incluida

MI=Medianamente incluida

Anexo G

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL DISTRITO FEDERAL¹

JEFATURA DE GOBIERNO

ACUERDO POR EL QUE SE APRUEBA Y EXPIDE EL PROGRAMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS PARA EL DISTRITO FEDERAL

(Al margen superior un escudo que dice: Ciudad de México.- Capital en Movimiento)

MARCELO LUIS EBRARD CASAUBON, Jefe de Gobierno del Distrito Federal, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122 apartado C, Base Segunda, fracción II, inciso b), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 8º fracción II, 12 fracciones II y X, 67 fracción II, 90 y 115 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal; 5º, 12, 14, 15 fracción IV y 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal; 47 y 50 de la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal; 1º, 2º, 3º, 6º fracciones I y II, 8º fracciones I y XI, 9º fracciones I, IV, XVII, XIX y XXVII, 18, 19 fracciones I y II, 20, 21, 22 y 23 de la Ley Ambiental del Distrito Federal; 1º, 4º fracciones I y II, 5º fracción II, 6º fracción II, 11 fracciones I a XX de la Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal; 7º fracción IV, numeral 3, y 56 fracciones I, IV, V, VI y VII del Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal; 1º, 4º, 5º y 78 del Reglamento de la Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal, y

CONSIDERANDO

Que en el Distrito Federal se generan alrededor de 12,500 toneladas diarias de residuos sólidos, mismos que son dispuestos en un único relleno sanitario conocido como Bordo Poniente, cuyo funcionamiento inició en 1985 y se encuentra próximo a ser clausurado.

Que una porción significativa de los residuos generados en la ciudad son de tipo orgánico. Esto representa una importante fuente para la elaboración de mejoradores de suelo requeridos en las actividades agrícolas que se desarrollan en algunas Delegaciones del Distrito Federal, así como para regenerar las áreas dañadas por la erosión del Suelo de Conservación, siendo éste último una zona fundamental para la recarga del acuífero de la Zona Metropolitana del Valle de México, por ser la principal fuente de abastecimiento de agua potable.

Que de los residuos sólidos sólo se recupera una pequeña cantidad para reuso y/o reciclaje, lo cual hace necesario mejorar la optimización sustentable de los mismos, mediante mecanismos que incentiven la intervención de los distintos actores económicos interesados en su comercialización y recuperación.

Que el Plan Verde establece las estrategias y acciones para la sustentabilidad de la Ciudad de México, y entre sus objetivos se encuentra instrumentar un sistema integral y sostenible de manejo de residuos sólidos urbanos, a través de su separación, disminución, reuso y reciclaje de residuos, promoviendo oportunidades de comercialización y haciendo más eficiente el sistema de manejo de los residuos, desde su recolección hasta su destino final.

Que el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2007-2012 en el “Eje 6. Desarrollo sustentable y de largo plazo”, incorpora el principio de sustentabilidad de manera transversal, y específicamente sobre el tema de los residuos sólidos propone manejarlos con una visión metropolitana, consolidando un sistema de gestión integral y de bajo impacto ecológico, que analice y asimile colectivamente los avances tecnológicos y las experiencias internacionales.

Que la Agenda Ambiental de la Ciudad de México, Programa de Medio Ambiente 2007-2012 de la Secretaría del Medio Ambiente, integra las políticas públicas en materia ambiental, acordes con el Plan Verde de la Ciudad de México 2007-2022 y el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2007-2012, cuyo objetivo es la instrumentación de un sistema integral de manejo de residuos sólidos que deriven en la instrumentación de programas y estrategias eficientes de minimización y aprovechamiento de residuos, separación, desarrollo de mercados de reciclaje, regulación ecológica, comunicación y capacitación ambiental, así como libre acceso a la información.

TITULO TERCERO
DE LA PREVENCIÓN Y MINIMIZACIÓN DE LA GENERACIÓN DE LOS
RESIDUOS SÓLIDOS

CAPÍTULO I
DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 21. Toda persona que genere residuos sólidos tiene la propiedad y responsabilidad de su manejo hasta el momento en que son entregados al servicio de recolección, o depositados en los contenedores o sitios autorizados para tal efecto por la autoridad competente.

Artículo 22. Para la prevención de la generación, valorización y manejo de los residuos sólidos, se incluirá en el reglamento las disposiciones para formular planes de manejo, guías y lineamientos para generadores de alto volumen de los residuos sólidos.

Artículo 23. Las personas físicas o morales responsables de la producción, distribución o comercialización de bienes que, una vez terminada su vida útil, originen residuos sólidos en alto volumen o que produzcan desequilibrios significativos al medio ambiente, cumplirán, además de las obligaciones que se establezcan en el Reglamento, con las siguientes:

I. Instrumentar planes de manejo de los residuos sólidos en sus procesos de producción, prestación de servicios o en la utilización de envases y embalajes, así como su fabricación o diseño, comercialización o utilización que contribuyan a la minimización de los residuos sólidos y promuevan la reducción de la generación en la fuente, su valorización o disposición final, que ocasionen el menor impacto ambiental posible;

II. Adoptar sistemas eficientes de recuperación o retorno de los residuos sólidos derivados de la comercialización de sus productos finales; y

III. Privilegiar el uso de envases y embalajes que una vez utilizados sean susceptibles de valorización mediante procesos de reuso y reciclaje.

El Reglamento determinará los bienes a los que se refiere este artículo.

Artículo 24. Es responsabilidad de toda persona, física o moral, en el Distrito Federal:

I. Separar, reducir y evitar la generación de los residuos sólidos;

II. Barrer diariamente las banquetas, andadores y pasillos y mantener limpios de residuos sólidos los frentes de sus viviendas o establecimientos industriales o mercantiles, así como los terrenos de su propiedad que no tengan construcción, a efecto de evitar contaminación y molestias a los vecinos;

III. Fomentar la reutilización y reciclaje de los residuos sólidos;

IV. Cumplir con las disposiciones específicas, criterios, normas y recomendaciones técnicas;

V. Almacenar los residuos sólidos con sujeción a las normas sanitarias y ambientales para evitar daño a terceros y facilitar la recolección;

VI. Poner en conocimiento de las autoridades competentes las infracciones que se estimen se hubieran cometido contra la normatividad de los residuos sólidos; y

VII. Las demás que establezcan los ordenamientos jurídicos aplicables.

Artículo 25. Queda prohibido por cualquier motivo:

I. Arrojar o abandonar en la vía pública, áreas comunes, parques, barrancas, y en general en sitios no autorizados, residuos sólidos de cualquier especie;

II. Depositar animales muertos, residuos sólidos que despidan olores desagradables o aquellos provenientes de la construcción en los contenedores instalados en la vía pública para el arrojamiento temporal de residuos sólidos de los transeúntes;

III. Quemar a cielo abierto o en lugares no autorizados, cualquier tipo de los residuos sólidos;

IV. Arrojar o abandonar en lotes baldíos, a cielo abierto o en cuerpos de aguas superficiales o subterráneas, sistemas de drenaje, alcantarillado o en fuentes públicas, residuos sólidos de cualquier especie;

V. Peparar residuos sólidos de los recipientes instalados en la vía pública y dentro de los sitios de disposición final y sus alrededores;

VI. Instalar contenedores de los residuos sólidos en lugares no autorizados;

VII. Fijar propaganda comercial o política en el equipamiento urbano destinado a la recolección de los residuos sólidos, así como fijar en los recipientes u otro mobiliario urbano destinado al depósito y recolección colores alusivos a algún partido político;

VIII. Fomentar o crear basureros clandestinos;

IX. Confinar residuos sólidos fuera de los sitios destinados para dicho fin en parques, áreas verdes, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, zonas rurales o áreas de conservación ecológica;

X. Tratar térmicamente los residuos sólidos recolectados, sin considerar las disposiciones jurídicas aplicables;

XI. Diluir o mezclar residuos sólidos o industriales peligrosos en cualquier líquido y su vertimiento al sistema de alcantarillado, a cualquier cuerpo de agua o sobre suelos con o sin cubierta vegetal;

XII. Mezclar residuos peligrosos con residuos sólidos e industriales no peligrosos; y

XIII. Confinar o depositar en sitios de disposición final residuos en estado líquido o con contenidos líquidos que excedan los máximos permitidos por las normas oficiales mexicanas o las normas ambientales del Distrito Federal.

Las violaciones a lo establecido en este artículo se sancionarán de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, sin perjuicio de lo establecido en la Ley de Justicia Cívica del Distrito Federal y demás ordenamientos jurídicos aplicables.

Artículo 26. Los propietarios, directores responsables de obra, contratistas y encargados de inmuebles en construcción o demolición, son responsables solidarios en caso de provocarse la diseminación de materiales, escombros y cualquier otra clase de residuos sólidos, así como su mezcla con otros residuos ya sean de tipo orgánico o peligrosos.

El frente de las construcciones o inmuebles en demolición deberán mantenerse en completa limpieza, quedando prohibido almacenar escombros y materiales en la vía pública.

Los responsables deberán transportar los escombros en vehículos adecuados que eviten su dispersión durante el transporte a los sitios que determine la Secretaría de Obras y Servicios.

ENTREVISTA

Entrevistador: Eduardo Carreola Reyes
Entrevistado: Dr. Sebastián Ibarra, Coordinador del Plantel Centro de la UACM
Fecha: 24 de abril del 2013
Lugar: Afueras del Plantel Centro de la UACM

Entrevistador

Siendo el 24 de abril del 2013, en el Plantel Centro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en entrevista con el Coordinador del Plantel Centro Histórico hasta en ese momento, ya que su administración término el 14 de Octubre de 2013; el Dr. Sebastián Ibarra, hace mención al problema ambiental que aqueja al plantel.

Coordinador

“..Hola buenas tarde soy el Dr. Sebastián Ibarra Coordinador del plantel centro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, ante tu pregunta sobre la problemática ambiental en el Plantel Centro, te puedo comentar que actualmente tenemos varios problemas ambientales como el ruido, la mala calidad del aire, falta de áreas verdes pero principalmente tenemos una situación crítica en el comedor del plantel, ya te había comentado que es necesaria una campaña de información y de concientización a toda la comunidad para una separación adecuada de la basura, ya que el gobierno del distrito federal local a través de su campaña de separación de basura nos exige que se separe, y si no lo hacemos, estamos ante una falta reglamentaria, además si los estudiantes no la separan y no hacemos esa conciencia en la comunidad del plantel centro histórico, entonces tiene que hacerlo como actividad adicional el personal de intendencia de ir a los contenedores, sacar la basura y separarla por orgánica e inorgánica; cuando en una institución educativa, pues resulta incongruente que esto suceda.. inaceptable mas bien, porque se supone que somos gente que nos estamos formando, y que debemos de aceptar ese tipo de reglas, normas que nos llevan a una convencia más sana y mejor; entonces por eso te había planteado en nuestra reunión

anterior, la necesidad de generar esta conciencia a través de diferentes medios de comunicación; el planteamiento inicial es como una campaña publicitaria que le llegue a los estudiante y a toda la comunidad en el sentido de que nos hagamos conscientes de la separación de la basura.

Se queja de esta no separación de la basura el personal del comedor, bueno dicen nosotros somos Chefs, trabajamos aquí en el comedor, y pedimos consideración a la hora de separar la basura, entonces dices, es una cuestión muy importante que debemos llevar a cabo aquí en el plantel centro histórico y en toda la universidad, se supone que somos una institución de educación y se supone que las personas de aquí tenemos un cierto criterio y un cierto nivel educativo que tendríamos que actuar de una formas más natural sin embargo no es así; y como centro de formación también hay que formar e informar a la comunidad por medio de una campaña, pienso yo en principio de una campaña publicitaria de concientización y de educación. Educación en esta cuestión del aspecto de la separación de la basura.

Entrevistador

¿En este caso existe alguna relación ó vinculo con alguna entidad gubernamental con referente a la problemática de la basura?

No, no hay ninguna relación, hubo por ahí un intento de la Rectora con el Gobierno de la Ciudad con el secretario de gobierno, pero que ahí en una sola buena intención, no habido ningún acercamiento y si es importante que haya un acercamiento y mas que un acercamiento, una relación estrecha, porque aquí tenemos no solo el problema de la basura en el comedor, si no que tenemos también desechos que se generan en el comedor, que se le debe dar una disposición adecuada, se debe disponer bien de ellos.

Rápidamente te comento, que son botes de grasa saturadas que se sacan de una trampa de grasa que tiene las instalaciones del comedor; esa grasa no se la lleva el camión de la basura y esa grasa pues tenemos que disponer nosotros

adecuadamente de ella, lo más simple sería tomarla y echarla a la coladera, me parece que ambientalmente a nadie nos beneficia este tipo de acciones y hemos intentado nosotros establecer contacto con servicios urbanos del GDF y no hemos tenido respuesta para que haya una disposición adecuada de esos botes de basura.

Debe de existir alguna área o entidad del gobierno que sepa como disponer de esos desechos de manera adecuada; esa también es una situación crítica que veo yo como una contingencia ambiental aquí en el plantel que tenemos que resolver, no solo en nuestro plantel, entiendo que también en los demás planteles también tiene la misma problemática, no hay forma de deshacerse de esos desechos adecuadamente, me parece que antes aquí les daban dinero al de la basura para que se lo llevara y de seguro el de basura se lo llevaba y lo echaba en la coladera, daba vuelta a la esquina y ahí los tiraba, pero como gentes responsable que debemos ser, me parece que no es adecuado, estamos afectado nosotros mismos el medio ambiente.

¿En este caso el Programa Ambiental de la UACM, ha brindado algún apoyo al Plantel Centro?

Mira no lo hemos recibido y no lo hemos solicitado, para serte sincero. Sabemos que existe el Programa Ambiental; yo en lo particular se que existe los diferentes botes o depósitos para la separación de la basura y hacemos uso de ellos pero no de la forma debida, por lo que necesitamos de una campaña adecuada para el uso de estos, así como concientización a la comunidad universitaria sobre la problemática ambiental, así como la reutilización de algunos elementos que podamos rescatar de la basura.

¿Usted cree sea necesario algún cambio en el modelo actual sobre la difusión de la problemática ambiental en los planteles de la UACM?

En principio considero que debe haber una campaña de educación, concientización e información, o sea debe venir pues gente del programa

ambiental, nosotros conseguir los espacios para que den una plática donde nos informen, donde nos digan aquí está el programa ambiental, se trata de esto, estos son nuestros objetivos y queremos que funcione, que mejore el ambiente de los planteles, así como la condiciones de la capital. Por tanto queremos su participación y queremos hacerlos consientes a través de este medio, esa sería una plática que también puede ser a través de carteles; y yo aquí plantearía aquí una situación adicional con respecto a la ergonomía de los recipientes que hicieron para la basura a la conveniencia del tamaño si deben ser del mismo tamaño unos que otros, y cuales son donde se genera más basura, y sobre otros aspectos que si me gustaría hacer comentario, cuando vengas y hagas la presentación del programa, si es bueno porque puede haber una retroalimentación de ambas partes.

ENTREVISTA

Entrevistador: Eduardo Carreola Reyes
Entrevistado: Profra. Verónica Duran Carmona, Coordinador del Plantel Centro de la UACM
Fecha: 13 de noviembre del 2012

“..El problema de la basura parece complejo pero no difícil de resolver. Aunque encontramos una gran cantidad de basura orgánica e inorgánica en todas partes que miremos dentro de un plantel, el problema resulta todavía mayúsculo cuando no se tiene una educación sobre la misma y resulta sencillo tirar o depositar todo lo que ya no necesitamos en cualquier parte y si bien se encuentra un depósito de basura cerca, este se encuentra desbordado por todo tipo de desechos, parecería que no hubiera el personal suficiente para vaciar esos depósitos. Pero el verdadero problema está en que tiramos sin saber que muchos de esos desperdicios pueden volverse a reciclar.

La basura no solo contamina el ambiente y da mal aspecto y produce malos olores, son también verdaderos focos de infección y lugares de reproducción no

solo de bacterias, hongos y otros microorganismos son también las fuentes alimenticias y de reproducción para cientos de roedores los cuales son portadores de otros organismos los cuales son a su vez portadores de vectores para ciertas enfermedades perjudiciales para el hombre. En nuestros planteles donde diariamente se venden y consumen una gran cantidad de comidas de todos tipos y se tira una parte de ella se tiene este problema. Vivimos sumergidos en un ecosistema el cual es muy susceptible a cambios en su entorno. Los roedores son un problema verdadero de salud en nuestros planteles, de lo cual hay que tomarlo muy seriamente”.

“...Las cantidades de material inorgánico producidas en los planteles diariamente son en verdad impresionantes, los comedores generan aproximadamente el 90% de los desechos, el otro 10% son generados por el resto del plantel. Estos materiales inorgánicos son depositados en lugares en los cuales no corresponden a las necesidades correctas de un contenedor o artesas y en ocasiones las capacidades de su almacenaje sobrepasan los límites de contención para los cuales fueron en un principio diseñados.”

Ahora bien el hecho mismo de depositar la basura en un bote no significa que se esté avanzando en resolver el problema, si bien es solo el primer paso.

Que se quiere decir con esto, crear una verdadera educación hacia la basura que empieza desde lo local para trascender en lo global.