

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“Sin basura es mejor” Plan de comunicación integral para crear y fomentar
una cultura ecológica en los habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

SAÚL ADRIÁN CASTILLO SALINAS

Director del trabajo recepcional

Dr. Mariano Marcos Andrade Butzonitch

Ciudad de México, septiembre de 2016

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.

*Dedicado a mis padres... mis motores de vida. Son el pilar fundamental en todo lo que soy,
gracias por su incondicional e inagotable apoyo a través del tiempo.*

Agradezco profundamente a mi director, quien me otorgó su paciencia infinita, su calidez, su carisma y sus sabias palabras.

Agradezco también, a mis cuatro lectoras: Dr. Olga Margarita, Mtra. Indira Sybila, Mtra. Rosa María Macías y a la Dr. Mckelligan Sánchez, las cuales fueron mis mejores profesoras, son simplemente excepcionales, admiro mucho a cada una de ellas.

Por último, agradezco a mi segundo hogar, la UACM, gracias por la oportunidad de crecer juntos.

INDICE

Introducción.	6
CAPÍTULO I MARCO CONCEPTUAL.	
Comunicación.	17
Comunicación estratégica.	18
Cultura.	20
Desarrollo sustentable.	23
Educación ambiental.	23
Educación Alternativa.	25
Animación sociocultural.	27
1.2 Conceptos referentes a la Gestión Integral de Residuos: Prácticas ecológicas, gestión integral de residuos y permacultura.	29
1.3 Estrategias de comunicación social que hacen referencia al manejo y gestión de residuos sólidos en México.	36
Cruzada nacional “por un México limpio”.	36
Secretaría de Medio ambiente del Distrito Federal “Plan verde”.	40
Secretaría de Medio ambiente del Distrito Federal “ciudad verde, ciudad viva”.	42
“Mercado de trueque”.	44
“ponte las pilas con tu ciudad”.	45
“Reciclatrón”.	46
Secretaría de Medio Ambiente y Recurso Naturales (SEMARNAT): “Está en tus manos, la basura a su lugar”.	47
1.4 Casos ejemplares de países que han sabido sacar partida de los residuos que producen. El caso de Alemania y Suecia.	48
Aspectos contextuales de la delegación Iztapalapa.	53
Aspectos contextuales de la colonia San Andrés Tomatlán.	56
CAPÍTULO II ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL TRABAJO DE CAMPO.	

Planteamiento metodológico.	62
Objetivos.	64
Instrumentos de investigación.	68
Desarrollo de las técnicas elegidas.	69
Aplicación de instrumentos metodológicos.	75
Análisis de los resultados obtenidos.	76
Conclusiones de las entrevistas.	84
Resumen y cruce de datos.	88
Descripción de los perfiles demográficos, Psicográfico y Sociográficos de los actores involucrados.	95
Análisis FODA.	96
CAPÍTULO III PLAN COMUNICATIVO	
Presentación del plan comunicativo.	101
Selección de tácticas comunicativas y resultados esperados a corto, mediano y largo plazo.	103
Objetivos tácticos.	106
Destinatarios	109
CAPÍTULO IV PLAN TÁCTICO.	
Relación de estrategias con tácticas a implementar.	111
Diseño y desarrollo de tácticas.	115
Recursos.	125
Presupuesto.	145
Ejecución de las tácticas.	164
Bocetaje.	167
Cronograma.	200
CAPÍTULO V	

Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación del plan comunicativo.	203
Desarrollo de instrumentos.	213
Apreciaciones éticas del plan comunicativo.	217
Reflexiones generales.	221
Bibliografía.	223
Anexos.	230

*“Sin basura es
mejor” Plan de
comunicación
integral para crear y
fomentar una cultura
ecológica en la
colonia San Andrés
Tomatlán.*

Introducción

El propósito fundamental de este escrito es otorgarles a nuestros lectores la posibilidad de acceder a un documento flexible, que exprese el planteamiento de un plan para solucionar una problemática tanto social como comunicativa en el seno de un contexto real, y que además, aporte el diseño de estrategias que permiten intervenir y dar solución a esta.

Dicho documento se adentra en un problema medioambiental, como lo es la generación de residuos sólidos y el manejo inadecuado de estos. El tema cobra relevancia al observar el gran impacto que posee en las esferas sociales y comunicativas, ya que según datos del INEGI (2010), en la Ciudad de México, cada individuo genera alrededor de 1kilogramo de basura al día y es frecuente que estos residuos sean tirados por las personas, sin hacer una valoración completa entre lo que se pueda reutilizar o reciclar, por lo que pasan directamente a ser desechados en el entorno, afectando el medio ambiente. Estos residuos producen focos de infección, plagas, contaminación del suelo, agua, flora y fauna, además de generar gases que se asocian al efecto invernadero y no menos importante, afectan las formas de convivencia entre los habitantes de la ciudad, en la medida que este fenómeno propicia un entorno insano.

En este sentido, es necesario reflexionar en las acciones que estén a nuestro alcance para atender el problema. Es decir, se debe hacer énfasis en crear actitudes positivas y responsables hacia el cuidado y conservación del entorno, al fomentar una cultura ecológica con prácticas como el reciclaje, la segregación de residuos, la reutilización, una gestión adecuada y el consumo responsable, ya que son una contribución significativa en su disminución.

Por consiguiente, el plan de comunicación pretende revertir la problemática, a la vez que fomenta la conciencia de ciudadanos que sean capaces de hacer valer su derecho a tener una mejor calidad de vida y con ello una mejora en las formas de convivencia dentro de un medio ambiente sano. Esto está relacionado con procesos de educación ambiental que apuestan al empoderamiento de los habitantes y al desarrollo de las capacidades para la autogestión de la misma, así como del fomento de hábitos y sentidos positivos hacia el medio ambiente.

En síntesis, se pretende planear la comunicación como acción estratégica capaz de producir señales que indiquen una intención hacia otros individuos para lograr cambios eficaces en ellos y se logre la cooperación, el consenso y la transformación deseada.

Justificación social

El acelerado crecimiento de la población, el aumento de la productividad industrial a partir del uso desmedido de recursos naturales y el incremento en los patrones de consumo, han contribuido de manera significativa a la generación de residuos (basura), los cuales, implican consecuencias como la profundización de la pobreza y destrucción de los ecosistemas. Un reciente estudio del Banco Mundial (2013) titulado “*What a waste*” (publicado en su página oficial: www.worldbank.org/es/news/2013/12/18/basura-en-latinoamerica) menciona, que la producción de residuos sólidos mundial pasará de los poco más de 3,5 millones de toneladas por día en 2010 a más de 6 millones de toneladas por día cuando se cumpla el primer cuarto de siglo, lo cual prevé una serie de implicaciones como son: La adaptación de espacios para su confinamiento, los cuales acaban con el hábitat natural de los organismos e

interrumpen los ciclos naturales (afectando a los integrantes de las cadenas alimenticias), sobreexplotación de recursos naturales, quema de basura, la cual crea emisiones de dióxido de carbono y gas metano (provocando calentamiento global y adelgazamiento en la capa de ozono), contaminación de suelos, contaminación de mantos acuíferos por escurrimiento, contaminación de océanos, playas y mares, generación de plagas y focos de infección, etc. De igual forma, el estudio indica que los países que más contaminan son: Estados Unidos de Norte América, Corea del norte, Japón y Canadá que, a pesar de ser países desarrollados y que cuentan con la infraestructura necesaria y las tecnologías para atender la problemática, siguen siendo naciones punteras en la generación de residuos, por la alta producción industrial de artículos que consumimos cotidianamente.

En este sentido, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), la cual tiene como objetivo promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo, menciona en su informe titulado “Panorama del medio ambiente 2013: Indicadores de la OCDE”, que México se encuentra en la décima posición en la lista de los países que más genera residuos sólidos en el mundo. De igual forma, la SEMARNAT (2013) indica que en México los residuos son la segunda fuente más importante de emisiones de gases de efecto invernadero.

Aunado a lo anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el lapso de tiempo que comprende de 1950 a 2011, se observa un aumento significativo en el volumen de residuos generados al día por habitante en México, pasando de 300 a 990 gramos en promedio, generando así en 2011 cerca de 12, 600 toneladas de

residuos sólidos al día, tan sólo en la Ciudad de México y 94, 000 toneladas en todo México (INEGI, 2013). Asimismo, el 70% de estos residuos tienen como destino los tiraderos a cielo abierto, el 18% se destina en rellenos sanitarios¹, los cuales no están diseñados para almacenar la alta cantidad de residuos producidos, y sólo el 12% es reciclado o recuperado por empresas de tratamiento (SEMARNAT, 2012).

En efecto, los residuos sólidos que desechamos diariamente, no solo genera una desagradable imagen de los campos y las ciudades, sino que contamina el suelo, el agua, el aire y ocupa grandes espacios para su confinamiento, por lo que se convierte en un problema social y de salud pública.

¿Qué implicaciones tiene todo esto?

Cuando se tiene la mala costumbre de tirar los residuos sólidos en cualquier sitio, estos terminan acumulándose, por lo cual provocan una multitud de problemas, algunos de ellos son: a) la generación de plagas y malos olores, ya que, al descomponerse la materia orgánica, se producen gases como el metano, el cual es uno de los causantes del cambio climático, que además de producir olores que atraen a insectos (cucarachas, moscas, mosquitos, etc.) y animales que dispersan la basura (roedores), liberan al ambiente sustancias peligrosas y microbios que contaminan el aire que respiramos, el suelo en el que sembramos,

¹ El relleno sanitario es una técnica de disposición final de los residuos sólidos en el suelo que no causa molestia ni peligro para la salud o la seguridad pública; tampoco perjudica el ambiente durante su operación ni después de su clausura.

el agua que bebemos y los alimentos que consumimos, y b) pueden tapar las coladeras, drenajes y los cauces de agua provocando inundaciones.

Ante un panorama poco alentador, con situaciones tales como la escasez de agua, pérdida de biodiversidad de bosques y selvas (por la sobreexplotación de recursos naturales), la contaminación y la degradación ambiental en general, se hace evidente la necesidad de lograr una ciudadanía que tenga las competencias para enfrentar estos retos y encontrar soluciones. Por ello, es necesario crear estrategias que integren dimensiones tanto de educación, como de comunicación, para que logremos fomentar el conocimiento, los valores, la conciencia y las actitudes de responsabilidad para lograr el mejoramiento medio ambiental.

Justificación comunicativa

Un plan comunicativo se define como un dispositivo para la intervención comunitaria, el cual integra una serie de estrategias diseñadas para ofrecer alternativas de acción. “Es un medio para ofrecer nuevas modalidades de interacción social; un medio para presentar distintos conceptos, ideas y conocimientos que puedan ser útiles en un ámbito social y situación específicos, con el fin de que los integrantes de una comunidad puedan operar un cambio en su entorno social inmediato y entre sí” (Montaño, 2012).

Con el diseño de estrategias comunicacionales como dispositivos se trabaja la noción de lo original, es decir, se cuestiona la calidad de universal, pues “lo uno, el todo, lo verdadero, el objeto, el sujeto, no son universales, sino que son procesos singulares de unificación, de totalización, de verificación, de objetivación, de subjetivación, procesos

inmanentes a un determinado dispositivo” (Deleuze, 1990: 158), ya que, en todo dispositivo hay que distinguir “lo que somos (lo que ya no somos) y lo que estamos siendo: la parte de la historia y la parte de lo actual”. Dicho de otro modo, la *estrategia comunicacional como dispositivo* no es una fórmula de verdad, sino que, apunta el mismo autor, “la verdad es la realización de las líneas que constituyen el dispositivo”. Es decir, un plan comunicativo no se considera como un “plan elaborado” para ser aplicado a manera de receta de cocina, sino un dispositivo flexible y especialmente atento a lo situacional en tanto espacio fluido y lugar habitado en el que coexisten las alteridades socioculturales. “Es una mirada respetuosa de las diversidades presentes en la situación que desea transformar, que no se limita tampoco a lo discursivo” (Massoni, 2012:17).

Dada la importancia de lo anterior, se pretende trabajar las distintas dimensiones de la comunicación para lograr cambios eficaces y se logre el consenso, es decir, se procurará trabajar ámbitos como: el *interpersonal*, ya que implica el diálogo con las personas, con nosotros mismos, con el espacio simbólico, con el contexto sociocultural e histórico, y con el mundo. El *instrumental* por hacer uso de medios para establecer un mensaje y desplegar diversas estrategias para su difusión. El *organizativo u organizacional*, por ayudar a crear estructuras o redes de comunicación según el tipo de relación que establece entre los sujetos y las instituciones.

Además, se presenta a la *comunicación como transformadora de la cultura*, en tanto se inscribe en el seno de la creación, reproducción o transformación de los significados y de las prácticas sociales que se desprenden de cada uno de ellos.

Delimitación del problema

En el caso que planteamos reflexionar sobre la problemática y proponer un plan de comunicación para dar solución, se enmarca la colonia San Andrés Tomatlán, ubicada en la delegación Iztapalapa, en donde hemos podido observar que muchos de los habitantes de dicha zona manifiestan su descontento y rechazo ante la presencia de basura en sus calles. Las maneras en cómo han expresado su molestias e inconformidades han sido de maneras diversas, una de ellas ha sido mediante la redacción de letreros en cartulina, de tono agresivo y mediante un lenguaje intimidatorio, dirigido a toda persona que tire basura en su colonia. Por ello, consideramos que es necesario orientar otros tipo de prácticas comunicativas que logren el consenso cooperativo entre los colonos y los transeúntes eventuales a fin de que se no se siga tirando basura en su colonia.

Por lo tanto los objetivos que presentamos durante la etapa de investigación fueron:

- Identificar el contexto sociocultural por el que atraviesa la colonia San Andrés Tomatlán a partir del problema de la basura en sus calles
- Constatar si la comunidad de San Andrés reconoce y considera que se encuentra inmersa en un problema a partir de la presencia de basura en sus calles.
- Registrar cuales son las necesidades e intereses de la comunidad de San Andrés Tomatlán para atender el problema de la basura en sus calles.

- Indagar acerca de gestión de los residuos en la comunidad de San Andrés, es decir, cada cuando pasa el camión recolector, con qué lugares cuentan para disponer de su basura, en dónde depara la basura que producen los habitantes, etc.
- Reconocer cuáles son los espacios institucionales que sustentan y que forman parte de la estructura de la colonia San Andrés Tomatlán (Escuelas, centros comunitarios, centros de salud, centros deportivos, iglesias, mercados, etc.,)
- Saber qué usos y gratificaciones obtienen los habitantes de la colonia al utilizar las instituciones antes mencionadas.
- Conocer de qué manera se organizan los habitantes de la comunidad de San Andrés Tomatlán con respecto al tratado de sus problemas.
- Identificar si los habitantes de San Andrés cuentan con la disposición de trabajar en equipo para dar solución al problema.
- Explorar qué leyes regulan la generación de residuos y cuáles son los principios básicos de esta ley.
- Conocer qué instituciones gubernamentales u organismos independientes se encarga de atender las problemáticas referentes al medio ambiente.
- Investigar qué tipo de campañas se han desarrollado para intervenir en los problemas referentes hacia el medio ambiente y en específico al tratamiento de la basura.

- Indagar acerca de las campañas que han intervenido en la solución del problema de la basura dentro de la delegación Iztapalapa, o en su caso, en la colonia San Andrés Tomatlán.
- Encontrar qué dimensiones de la comunicación estratégica y saberes teóricos de otras disciplinas son los más adecuadas para proponer una solución al problema.

Estructura del plan comunicativo

En el primer capítulo del escrito se incluyen orientaciones teóricas que enmarcan la presente investigación, éstas, nos ayudarán a entender el problema desde una perspectiva holística, ya que se hace mención de conceptos importantes que giran en torno al paradigma del medio ambiente, la comunicación y la cultura, los cuales son necesarios para delinear la investigación. Asimismo, se presentan los antecedentes que dan apertura del problema en cuestión, señalando los proyectos que se han realizado y dado a la tarea de atender la problemática, tanto a nivel internacional como nacional, los cuales sirven de apoyo para ampliar el panorama y contextualizar el problema.

En el segundo capítulo se encuentran las metodologías de investigación utilizadas, así como el diseño y desarrollo de los instrumentos que se desprenden de cada una de ellas y que ayudan de manera significativa a la búsqueda y recopilación de información. Asimismo, se encuentra el análisis de los datos obtenidos y las conclusiones, destacando los factores más importantes que ayudan a la obtención de un diagnóstico preciso.

En el tercer capítulo se presenta el plan comunicativo, es decir, se encuentra la selección de tácticas a utilizar, los ámbitos de la comunicación que se impulsan para lograr su efectividad, los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo.

Para el cuarto capítulo, denominado “plan táctico”, se desarrollan tanto el diseño de las tácticas elegidas, los medios involucrados, los recursos necesarios tanto tecnológicos, humanos, naturales etc., como el presupuesto y los recursos económicos. También se desarrollan las actividades, es decir, el diseño de talleres, soluciones mediáticas, actividades comunitarias, culturales, entre otras.

Posteriormente, se encuentra el quinto capítulo el cual aborda el desarrollo de instrumentos para el plan de prueba, monitoreo, evaluación y la justificación de cada uno de estos, así como las apreciaciones éticas del plan comunicativo.

Por último, se encuentran las reflexiones generales que datan la experiencia en campo y el alcance del trabajo realizado, así como las fuentes consultadas que apoyaron la presente investigación.

CAPÍTULO 1

Marco conceptual

En este apartado se incluyen orientaciones teóricas que enmarcaran la presente investigación. Cabe señalar que no se pretende reflejar ni la profundidad del debate ni agotar el análisis de los conceptos, más bien, el sentido de este apartado es incorporar algunas ideas centrales, que en el proceso de elaboración de las estrategias se discutieron, ya que permiten ubicar varias de las líneas primordiales presentes en este documento.

- **COMUNICACIÓN**

El campo de esta disciplina es muy amplio, sin embargo, algunas de sus definiciones sólo han sido centradas al ámbito mediático, de manera prioritaria al estudio de los medios masivos de difusión (televisión, radio, prensa, etc.), cuya dimensión se reduce al fenómeno comunicacional lineal, es decir, a la dimensión informativa, la cual oscila sobre la emisión de los mensajes, su circulación y su consumo. Lull (1995) menciona, que a estos procesos se les define como “las relaciones que se establecen entre emisores, mensajes, receptores y medios, insertas en formas sociales de dominación, negación y resistencia, en un contexto concreto y en un momento histórico específico”.

Por lo tanto, los medios masivos hacen posible que las personas originen, produzcan y distribuyan ideas mucho más fácilmente, y con un impacto mayor, permitiéndoles resistir a la autoridad, mejorar sus condiciones culturales, y ejercer su potencial identitario expresivo e incluso ejercer influencia social. Sin embargo, esta perspectiva confina a los comunicólogos a tratar principalmente en torno a las significaciones transmitidas, que no necesariamente requieren de interacción para lograr crear o construir el mundo bajo un mismo interés.

Sin duda este panorama oscurece las principales aportaciones que otorga la disciplina de la comunicación, ya que, el valor intrínseco de ésta, es todo lo concerniente al diálogo, al vínculo entre seres humanos, a la capacidad de éstos para comunicarse consigo mismos, con los otros y con el entorno físico y simbólico en el que se desenvuelven, pues todo esto instituye la realidad social, le da forma, y le otorga sentidos al mundo.

Por lo anterior, tenemos que entender que la comunicación es puesta en común, espacio compartido e intersubjetividad, “por lo que la significación se construye también teniendo en cuenta convenciones, significados preexistentes que, a la manera de un sistema de referencias, sirven de molde o estructura para gestar las representaciones a través de las cuales se organiza la percepción, el sentido y el conocimiento”² (ROMEY, 2013: 26).

De esta manera, la comunicación debe ser entonces, un proceso enfocado a planear las indicaciones en los actos expresivos, mismos que se hallan expuestos en su interacción con el sistema comunicativo (instrumentos, actores, expresiones, representaciones, etc.) como el sistema social o contexto socio-institucional donde esta actividad tiene lugar. Por ello, es importante orientar nuevos tipos de **prácticas comunicativas estratégicas** que logren el consenso cooperativo entre los individuos.

¿Qué es la comunicación estratégica?

Antes de comenzar con una definición puntual, es necesario señalar que es a partir de la teoría de sistemas que abre camino a la comunicación estratégica, pues dicha teoría aporta

² Los significados preexistentes pueden estar presentes incluso en la construcción de la significación más inmediata, que es la que se construye a partir de nuestra corporalidad o sensibilidad, y se instalan como estructuras de sentido que, como dijera Jodelet (1984), juegan un papel fundamental en la concreción de la acción y el pensamiento humanos porque se asientan como estructuras de sentido común.

un cambio en nuestra percepción y estudio de la naturaleza, ya que anteriormente, se percibía al mundo como caos, y ésta teoría lo comprende como organización. De esta manera, podemos entender al mundo como un todo integrado, lo que complejiza nuestra visión porque nos permite enfocar múltiples perspectivas relacionadas de los fenómenos naturales y sociales.

Tradicionalmente, se vincula a las estrategias de comunicación con soluciones normativas, curativas, recetas o formulas pre-hechas para ser aplicadas en diferentes escenarios. Sin embargo, “la comunicación es un proceso multidimensional y fluido que requiere considerar esta complejidad a la hora de diseñar estrategias sin desentenderse de los acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad de los sujetos” (Massoni, 2011). Es decir, la estratégica resulta ser un dispositivo, en el que por un lado, reconoce las diversidades culturales, reconoce al Otro en su alteridad³, al hombre con todas sus cualidades, capacidades y limitaciones, el contexto sociocultural, histórico y simbólico en la cual la situación está organizada, y por el otro, incorpora saberes teóricos y metodológicos, herramientas, recursos etc., para operar en otras dimensiones diferentes en las que la situación está organizada. Todo esto con el fin de acercarse a cumplir con los objetivos de transformación deseada.

Algo similar sucede con el concepto de **comunicometodología** que ya venía trabajando años atrás Jesús Galindo Cáceres, el cual nos menciona lo siguiente:

Todo lo que aprendemos de las formas de composición y organización del mundo nos permite imaginarnos mundos alternativos, distintos, semejantes, que puedan llegar a ser

³ Cabe resaltar que la comunicación estratégica no busca transformar al Otro sino que reconoce la forma en que se desenvuelve cotidianamente y busca en qué punto se puede converger y lograr el consenso.

bajo ciertas condiciones, con cierto gasto de energía y con la aplicación de ciertos principios constructivos eficientes. La comunicometodología es esa perspectiva tecnológica de construcción de lo posible. Por una parte aprendemos cómo es que ponemos en común lo que nos configura como entidades socio-culturales (la Comunicología), y por otra a partir de ese aprendizaje podemos intervenir las formas de esa construcción y configurar otras, alterar las que tenemos, confirmar y reforzar nuestros procesos de configuración, (la Comunicometodología). (Cáceres, 2005:182).

Ambos conceptos apuntan hacia un mismo objetivo, el cual es, colocar a la comunicación de la dimensión práctica, aplicada, de la ciencia teórica, en una dimensión de ingeniería constructiva, es decir, en su utilidad y en la apertura de posibilidades para actuar en el mundo y transformarlo mediante estrategias comunicativas.

Por otro lado, otro concepto que tienen estrecha relación con lo antes mencionado, y que está implícito dentro del campo de la comunicación y todas sus dimensiones, es: la cultura, ya que es la organización social del sentido, la realidad intersubjetiva que los individuos crean en sociedad, que interiorizan como formas de pensar, esquemas, representaciones y valores históricamente transmitidos y que se objetiva en el mundo común. A continuación la definiremos más ampliamente.

- **CULTURA**

Debido al carácter polisémico que posee este concepto, será necesario precisarlo a medida que se adapte a este escrito. Por consiguiente, aquí hablamos de cultura en su sentido holístico (antropológico y sociológico) que incluye tanto la cultura simbólica como la social y la ambiental.

Comenzaremos por incluir una definición otorgada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) la cual nos indica que:

[...] la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO, 1982)

En este sentido, las dimensiones culturales de la vida humana son más amplias y esenciales, pues debe ser un elemento constitutivo del desarrollo humano.

Asimismo, como parte de la concepción simbólica, podemos entender que los individuos se insertan en la cultura desde que nacen a partir de un proceso continuo de interacción con los demás miembros de un grupo, en donde, señala Gilberto Giménez Montiel (2005), “el individuo construye su identidad a partir del contacto con los otros y de su propio proceso autoreflexivo”. Es decir, cada quien se ve a sí mismo y necesita ser reconocido por los demás a la vez que va perteneciendo a una serie de colectividades, pero siendo portador de una serie de atributos únicos y cargados de experiencia de vida singular que, como

resultado de la interacción, la identidad individual nunca es un proceso estático, sino cambiante y afectado por los procesos sociales.

De ahí que la cultura se exprese como preocupación en la cotidianidad de la vida de las personas y configure un estado de pensar, de ser y de actuar, además “de potenciar la participación a través de actividades que pretenda alentar a las personas a ser protagonistas de su historia”, expresa Ander-Egg (2000). O como decía Albert Camus (1951) “a formar personas capaces de hacer frente a la historia y a sus acontecimientos”

Por ello, la cultura y la participación en la vida social son aspectos que conciernen a la propia vida, no tanto como saberes o simples relaciones sociales, sino más bien como formas de existir y de situarse en el mundo.

También, la cultura es un proceso integral que incluye dimensiones, éticas, políticas, sociales, económicas y ambientales, con una interrelación que es inherente al propio fenómeno del desarrollo, lo cual requiere “de una perspectiva holística que responde así a las exigencias de una realidad que no admite la fragmentación de objetos de estudio impuesta por las disciplinas especiales” (Pons, 2011), ya que la vida humana y los ecosistemas de los que forma parte, incluyen múltiples aspectos esencialmente interrelacionados e interdependientes. Es decir, el ser humano no puede desentenderse de todos aquellos factores que le rodean (vivientes y no vivientes) que afectan directamente a los organismos (como nosotros), ya que el ambiente no está constituido sólo por factores físico-naturales sino por las dimensiones antes mencionadas.

El derecho de los individuos a reconocer críticamente su territorio, planificar el manejo y administración de su entorno y definir su propio escenario, les permitirá integrarse

como una expresión cultural específica y distinta frente a otras, puesto que “el reconocimiento de la pluralidad, el respeto a las cosmovisiones distintas y la recuperación de sistemas tradicionales de organización comunitaria, son elementos que permitirán a las colectividades, la definición de una cultura ambiental propia” (Lauces, 2006:18) (uno de los principales objetivos que busca concretar este plan comunicativo).

- **DESARROLLO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE**

Aunado a lo anterior, es pertinente mencionar que debemos conservar íntegro el ambiente que nos rodea y en el que nos desarrollamos, en la medida que consideremos la importancia de mejorar la calidad de vida de todos los individuos, incluidas las de las futuras generaciones, mediante la conciliación del crecimiento económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente (Leff, 2013: 66). Pues esta perspectiva pone al individuo como centro de las preocupaciones a través de la preservación de su entorno, ya que, según De Cambra (2000) se fundamenta como “un sistema de valores que exige responsabilidad, voluntad y compromiso, que requiere una planificación democrática y participativa en un marco ético de cooperación y solidaridad, capaz de superar el individualismo insolidario y competitivo”.

En cuanto a la **sostenibilidad** nos referimos a la organización y la autonomía. Para lograr alcanzar el desarrollo sostenible necesitamos construir procesos que ayuden en las tomas de decisiones a nivel local, tanto para anticipar problemas como el que se presenta en la colonia San Andrés, como para aportar oportunidades al formular planes de respuesta por parte de la misma comunidad.

- **EDUCACIÓN AMBIENTAL**

A mediados de los años 70's comienza a tomar relevancia el concepto de educación ambiental. Fue durante un seminario celebrado en la entonces Yugoslavia, en donde la Organización de las Naciones Unidas (ONU) adopta la Carta de Belgrado⁴. Esta última, define los propósitos principales de la educación ambiental:

Desarrollar una población mundial consciente y preocupada con el medio ambiente y con los problemas asociados, y que tenga conocimiento, aptitud, actitud, motivación y compromiso para trabajar individual y colectivamente en la búsqueda de soluciones para los problemas actuales y en la prevención de futuros.

Dos años después, la Conferencia Intergubernamental de Educación Ambiental adoptó la Declaración de Tbilisi, elaborada a partir de la Carta de Belgrado. En ella se establecieron tres grandes objetivos⁵ para la educación ambiental, que han constituido la directriz de gran parte de lo hecho en este campo desde 1978:

- Fomentar una clara conciencia y una preocupación por la interdependencia económica, social, política y ecológica en áreas urbanas y rurales.
- Proporcionar a cada persona las oportunidades para adquirir el conocimiento, valores, actitudes, compromiso y habilidades para proteger y mejorar el medio ambiente.

⁴ La Carta de Belgrado es el documento que recoge las conclusiones del Seminario de Educación Ambiental y que constituye, desde entonces, el principal referente para cualquier programa de educación ambiental.

⁵ La Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental organizada por la UNESCO en cooperación con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) consideran que: La educación ambiental, debidamente entendida, debería constituir una educación permanente general que reaccionara a los cambios que se producen en un mundo en rápida evolución. Esa educación debería preparar al individuo mediante la comprensión de los principales problemas del mundo contemporáneo, proporcionándole conocimientos técnicos y las cualidades necesarias para desempeñar una función productiva con miras a mejorar la vida y proteger el medio ambiente, prestando la debida atención a los valores éticos.

- Crear nuevos patrones de comportamiento hacia el medio ambiente en individuos, grupos y la sociedad en general.

Al ser cada vez más evidentes las interacciones entre el medio ambiente, la sociedad, la cultura, la economía y la política, Simonns (2009) menciona, que se ha empezado a comprender el énfasis puesto por la educación ambiental, en la búsqueda de conservar la integridad de los ecosistemas en un marco de equidad social, de erradicación de la pobreza y a todas las formas de violencia social, así como de convivencia plena en un mundo justo que brinde oportunidades de desarrollo.

Por lo tanto, la educación ambiental es una herramienta poderosa para motivar nuevos hábitos, actitudes y valores en las personas, además de ser un detonante de corresponsabilidad social en la búsqueda de soluciones a los problemas medioambientales.

- **EDUCACIÓN ALTERNATIVA**

Hoy en día resulta primordial reforzar el conocimiento, los valores y la cultura para mejorar la calidad de vida de las personas. Por ello, la educación alternativa resulta una herramienta eficaz que puede favorecer a todo esto, ya que refleja una propuesta complementaria a la que tradicionalmente rige a proyectos educativos formales y oficiales, Maribel Ochoa (2014) señala, que la metodología de la educación alternativa deberá responder a procesos que buscan mayor libertad, mayor participación y mayor involucramiento por parte de los grupos sociales de cara a sus propias encrucijadas o problemáticas. Alternativa, a la vez, porque se apropia de los mismos esfuerzos que realiza la gente para generar más conocimiento, más práctica y así fortalecer la construcción de su vida.

Este concepto sirve como apoyo en las tareas de formación de un individuo, pues se concibe como una alternativa para compensar ciertos obstáculos o desventajas sociales de determinados sectores de población que no han podido acceder a la educación formal (académica) o la han tenido que interrumpir.

¿Y para qué educar?

Educar para la incertidumbre: en el mundo actual de vertiginosos cambios, la incertidumbre es de dimensiones inimaginables. Se trata de educar para interrogar en forma permanente la realidad; para localizar, reconocer, procesar y utilizar información (Wierner, 1969); para resolver problemas, para saber reconocer las propuestas mágicas de certidumbre, para desmitificarlas y resignificarlas; y para crear, recrear y utilizar recursos tecnológicos de escala humana (Castilla del Pino, 2001).

Educar para gozar de la vida: significa generar entusiasmo, donde las personas se sientan vivos, compartan su creatividad, generan respuestas originales, se divierten, juegan y gozan. Todo ello implica necesariamente un ambiente gozoso, tanto en los recursos materiales como en el encuentro humano. (Gutiérrez Pérez y Prieto Castillo, 1999)

Educar para la significación: esta propuesta busca procesos significativos que involucren tanto a los docentes como a los alumnos. Una educación con sentido educa protagonistas, seres para los cuales todas y cada una de las actividades, todos y cada uno de los conceptos, todos y cada uno de los proyectos, significan algo para su vida. (Gutiérrez et al, 1999)

Educar para la expresión: esta propuesta pone énfasis en la capacidad expresiva, que significa un dominio del tema y de la materia discursiva y se manifiesta a través de claridad,

coherencia, seguridad, riqueza, belleza en el manejo de las formas de los diferentes lenguajes. Considera al diálogo como lo fundamental para el aprendizaje (Sáez, 1995).

Educar para convivir: esta línea hace hincapié en el compañerismo y colaboración tanto entre los alumnos como entre alumnos y docente. Existe un interaprendizaje donde todos participan tanto en la formación de sus compañeros como en la del docente. Para lograr esto, se debe creer en las capacidades de los alumnos, en sus actitudes críticas, en sus reflexiones, en sus conocimientos, en sus investigaciones, etc. Se debe respetarlos y elogiarlos. Una forma de construir conocimientos es mediante el intercambio de experiencias y de conocimientos, permitiendo un aprendizaje de una manera activa y motivadora. Para lograrlo, se necesita la existencia del grupo, donde cada alumno logre apertura, comunicación e interacción con el resto del grupo. (Gutiérrez et al, 1999)

Educar para apropiarse de la historia y de la cultura: en la cultura se educa por la producción cultural, porque todo producto cultural y su proceso son educativos. Esta alternativa se orienta a promover y cultivar virtudes activas. (Gutiérrez et al, 1999)

¿Cómo opera la educación alternativa?

En realidad no existe un plan de estudios o un programa que dicte la dirección de la educación alternativa, pues esta goza de cierta libertad, la cual le permite servirse de distintos métodos, herramientas, técnicas, etc., pues debe de adaptarse a las necesidades de respuesta que desprenda el contexto sociocultural en el que se encuentre la situación. El siguiente concepto enmarca aún más esta cuestión.

- **ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL**

La Animación Sociocultural es un instrumento para el desarrollo de las comunidades, ya que ofrece a cualquier individuo, la posibilidad de convertirse en agente activo de su propio proyecto de vida y del desarrollo cualitativo de la comunidad en la que este inserto. En opinión de Escarbajal (1992: 87), el papel de la Animación Sociocultural, otorga la oportunidad para buscar nuevos elementos comunitarios como son: ayudar a la gestión política del entorno, despertar la conciencia crítica de los individuos, tratar de encontrar alternativas estables de participación (y no soluciones coyunturales), emancipar a los colectivos, formar personas autónomas en todos los sentidos y fomentar la comunicación.

Para ello, deberán tenerse en cuenta los contextos institucionales que condicionan la forma de gestión y el posicionamiento estratégico de un proyecto cultural. Pues cuando hablamos de contextos institucionales, no nos referimos sólo al marco jurídico concreto en el que se desarrolla un sector cultural preciso, sino también a la estructura de valores, a los condicionantes del mercado, a la tradición cultural, etc. (Bonet, Castañer y Font, 2001:12).

Según esta concepción, la metodología y práctica de la Animación Sociocultural, no pretende llevar cultura al pueblo como propósito sustancial, sino descubrir y desarrollar las formas prácticas de facilitar a los sectores populares, la forma de apropiarse y elaborar un saber instrumental que les permita expresar, estructurar y dinamizar sus propias experiencias. En este sentido, Ezequiel Ander-Egg expresa lo siguiente:

Habida cuenta que la animación sociocultural se distingue precisamente por la manera de llevar a cabo tareas concretas, lo sustancial es encontrar formar proyectos que realmente “animen” a los ciudadanos a participar en actividades culturales y sociales. El

objetivo último es potenciar las expresiones y actuaciones básicamente autónomas del pueblo, no sólo en el campo de la expresión artística, sino en lo cultural en el sentido más amplio del término. (Ander-Egg, 1989:22)

En un afán de querer solucionar problemas cotidianos en la compleja sociedad, en este caso el deterioro medioambiental (caracterizado por la intensa producción industrial, por las costumbres consumistas, por el individualismo y el desinterés por lo colectivo), la Animación Sociocultural aporta una forma de lograr dinamismos sociales, o si se quiere, la participación de una comunidad, a fin de alcanzar objetivos en grupo, mediante la creación de instrumentos que permitan fortalecer los ámbitos comunicativos para que las actividades de la gente puedan desarrollarse.

1.2 CONCEPTOS EN EL MANEJO Y GESTIÓN DE RESIDUOS

- **Prácticas ecológicas.**

Primero que nada comenzaremos por definir etimológicamente la palabra Ecología. Según Édgar González Gaudiano (2010), este concepto fue establecido por el científico alemán Ernest Hæckel en el siglo pasado, quien utilizó el prefijo "*eco*", cuyo origen radica en la palabra griega *oikos* (y que significa casa), y la raíz "*logos*" (que significa estudio), por lo tanto, la palabra Ecología se traduce como: "el estudio de la casa", de donde vivimos (que puede ser el ecosistema particular que habitamos o hasta el mismo planeta tierra). En suma, la Ecología es una ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y las relaciones de los seres con su entorno físico de materia y energía.

De modo que, una práctica ecológica pretende el cambio de actitudes en el individuo a través del aprendizaje del cuidado del medio ambiente, ya que, cualquier cambio que éste sufra, alterará drásticamente a los demás elementos físicos y naturales. De esta manera el individuo hará frente a su relación con los demás sujetos y con su entorno natural. Algunos ejemplos de prácticas ecológicas pueden ser el reciclaje o la reforestación, pues estos parten de la motivación y del cambio de comportamientos como resultado de un proceso formativo de bienestar social.

Por consiguiente, las prácticas ecológicas reconocen y hace una lectura del contexto para luego proponer, mediante la construcción participativa con el sujeto, estrategias y acciones particulares que permitan mejorar dicho contexto en su uso, aprovechamiento y convivencia, ya que, se espera que las propuestas conduzcan a la adopción de una permanente reflexión-acción sobre la construcción individual y colectiva para el mejoramiento de la calidad en la convivencia.

- **Gestión integral de residuos.**

La gestión integral de residuos consiste en un conjunto de acciones, basadas en la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR) que regula este problema (véase el apartado siguiente: “antecedentes históricos que hacen referencia al manejo y gestión de residuos sólidos en México”), las cuales van, desde la adopción de normas y pautas de conducta para el manejo seguro y adecuado de los residuos (cambios de actitud en las prácticas de producción y de consumo, educación en materia ambiental y de manejo de residuos, etc.), pasando por cuestiones como la creación de infraestructuras

ambientalmente adecuadas de disposición local y final, (servicios de limpia, contenedores, transporte de residuos, tecnologías para tratarlos, etc.), hasta tener una legislación apropiada que contemple las necesidades y circunstancias de cada localidad o región.

Sin duda es un panorama complejo, que requiere un trabajo arduo para su gestión. Sin embargo, los beneficios son mucho más amplios, puesto que en conjunción con todos los factores adecuados para la gestión de los residuos, conllevan a mejoras en la calidad de vida de las personas, en nuestras formas de convivencia, de participación activa de los ciudadanos y de las instituciones, de organización, autonomía, conciencia y mentalidad positiva, de educación, de ética, incluso de mejoras económicas en la medida que los residuos sólidos se aprovechan, etc. Por lo tanto si se crean formas íntegras de gestión de residuos, las cuales se tienen que acoplar a las circunstancias y al contexto, se podrá dar un paso significativo en la disminución de los problemas que desprenden los residuos sean tanto de contaminación como de salud pública.

- **Permacultura**

Desde sus inicios, a finales de los años 70, la Permacultura se ha definido como una respuesta positiva a la crisis ambiental y social que se vive desde la década de su creación hasta la actualidad. Se trata de un término genérico para la aplicación de principios de diseño en planeación, desarrollo, mantenimiento, organización y la preservación de un entorno apto de sostenerse en el futuro.

En este sentido, la Permacultura es descrita “como una disciplina dedicada al diseño ecológico de áreas productivas capaces de sustentar comunidades, familias e incluso regiones

de un modo integral, reciclando nutrientes, reutilizando residuos sólidos, y aprovechando la energía de los residuos que desechamos, etc.” (Mollison: 1991)

Los ejes centrales de la Permacultura son: la producción de alimentos en huertos urbanos propios, mediante métodos biointensivos (composta), abasto de energía por medio de paneles solares, el diseño de paisaje artificiales, construcción de estructuras a partir de materiales reciclables o residuos sólidos, la organización de (Infra) estructuras sociales para crear lugares de almacenamiento de residuos, por mencionar algunos ejemplos. También integra energías renovables y la implementación de ciclos de materiales en el sentido de un uso sustentable de los recursos al nivel ecológico, económico y social.

Además aprovecha estos residuos como recursos para la innovación en la construcción de nuevas propuestas para su reutilización, demostrando grandes ventajas que benefician al medio ambiente, al bienestar de las personas, a la reducción de materiales que comúnmente se desearían en la calle o algún relleno sanitario, así como las potencialidades de reciclar un residuo para convertirlo en nuevos artefactos que cubren necesidades tan básicas como por ejemplo la construcción de viviendas.

Además, tiene como principio que la enorme demanda actual de materias primas naturales para la creación de nuevos productos y los problemas que se desprenden al desearlos indiscriminadamente, deberían motivar la necesidad de las personas a recurrir a prácticas más ecológicas que preserven el entorno a la vez que se dotan de oportunidades, por ejemplo económicas, ofrecidas por las actividades del reciclado y reutilización.

1.3 ANTECEDENTES HISTÓRICOS QUE HACEN REFERENCIA AL MANEJO Y GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS EN MÉXICO (INSTRUMENTOS LEGALES)

Con el fin de hacer hincapié en el problema que constituye el manejo y gestión de residuos sólidos en México, en 2003 se crea, bajo la administración del Presidente Vicente Fox Quesada, la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR)⁶. Esta ley busca evitar la generación de residuos y cubrir distintas modalidades de manejo de estos, entre las cuales se consideran prioritarias el reutilizar, el reciclar y aprovechar la energía que contienen antes de ser desechados al ambiente. Asimismo, la LGPGIR se consideró exclusiva para la Política Ambiental de México, a fin de garantizar el desarrollo sustentable, el cual, debería contar con una ley específica en esta materia.

Posteriormente, esta ley se hizo pública en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 22 de abril de 2003 y entra en vigor en enero del 2004.

De esta manera, la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos promueve un conjunto de acciones que permiten contar con:

- a) Normas o pautas de conducta para el manejo seguro y ambientalmente adecuado de los residuos.

⁶ Cabe señalar que el principal antecedente para esta ley es: la “Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente” (LGEEyPA) publicada en 1988, en la cual se mencionan los reglamentos de orden público e interés social cuyo objetivo principal es el desarrollo sustentable y el establecimiento de las bases para la Política Ambiental Nacional y la preservación y restauración del equilibrio ecológico, así como a la protección al ambiente, en el territorio nacional y las zonas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción. Asimismo la LGEEyPA ha sido un elemento fundamental para establecer las bases del desarrollo integral y sustentable en nuestro país.

- b) Recursos humanos, materiales y financieros, así como con técnicas y tecnologías para brindar los servicios de manejo integral de residuos de manera sostenida y ambientalmente adecuada.
- c) Programas de educación y capacitación para que todos sepamos qué hacer con los residuos y
- d) Mecanismos para evaluar el éxito en la administración de los residuos y, en su caso, corregir los problemas que se identifiquen.

También el manejo integral comprende medidas para:

- ✓ Incentivar la reutilización y reciclado de los residuos en los mismos lugares en donde se generan,
- ✓ Separar
- ✓ Acopiar
- ✓ Almacenar
- ✓ Recolectar y transportar
- ✓ Transferir
- ✓ Reciclar
- ✓ Aprovechar la energía,
- ✓ Tratar y disponer de los residuos en rellenos sanitarios o en confinamientos.

También nos menciona que la combinación de medidas y tecnologías que se adopten, depende de la situación de cada localidad o región y se debe definir con base en el diagnóstico de los residuos que se generen en ellas y de la infraestructura y capacidad que ya exista para su manejo ambientalmente adecuado.

Posteriormente, durante los primeros días del mandato del Presidente Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012) se presentó a la sociedad mexicana el programa: “100 acciones para

los primeros 100 días de gobierno”, el cual reunió una serie de propuestas concretas para atender los problemas más urgentes de la Nación.

Con el fin de contribuir al logro de desarrollo y equidad para todos los mexicanos, dichas acciones fueron divididas en cinco ejes, dentro de las cuales se encontraba el eje 4, orientado a la búsqueda del Desarrollo Sustentable (Elvira, 2007). En este contexto, en marzo de 2007, la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y en conjunto con otras dependencias de la Administración Pública Federal como son; la Asociación Nacional de Autoridades Ambientales Estatales, el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INE) y los representantes de autoridades municipales y de los sectores académico, social y privado, crean el Programa Nacional de Gestión Integral de Residuos (PNGIR) 2009-2012. Este programa establece los elementos para diseñar e implementar planes de manejo de residuos en los tres niveles de gobierno: locales para los residuos sólidos urbanos, estatales para residuos de manejo especial y federales para residuos peligrosos. Su objetivo primordial es:

Contribuir al desarrollo sustentable en México a través de una política ambiental de residuos basada en la promoción contribuir al desarrollo sustentable de México a través de una política ambiental de residuos basada en la promoción de cambios en los modelos de producción, consumo y manejo, que fomenten la prevención y gestión integral de los residuos sólidos urbanos, de manejo especial, peligrosos y minero-metalúrgicos; a través de acciones de prevención y minimización de la generación, separación de residuos en la fuente, reutilización y reciclado, la valoración material y energética, hacia la disposición final restringida y apropiada de los residuos como última opción.

Esto deriva en acciones de responsabilidad compartida y diferenciada de los diversos sectores de la sociedad, con prácticas ambientalmente adecuadas, técnicamente factibles, económicamente viables y socialmente aceptables.

Por otra parte, el 8 de septiembre de 2014, el Gobierno del Distrito Federal publicó en su Gaceta Oficial, el decreto por el cual se reforman y adicionan diversas disposiciones de las leyes de Residuos Sólidos. El documento destaca la modificación al Artículo 6 fracción VIII, para quedar como sigue: "Corresponde a la Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA) emitir los criterios, lineamientos, reglas y/o normas ambientales para el Distrito Federal, con relación a la operación, recolección, transporte, almacenamiento, reciclaje, tratamiento, industrialización y disposición final de residuos sólidos"

Además, debe establecer las condiciones de seguridad, requisitos y limitaciones en el manejo de los residuos sólidos que presenten riesgo para el ser humano, el equilibrio ecológico y el ambiente, estableciendo los criterios, lineamientos y normas ambientales para el Distrito Federal referentes a la producción y el consumo sustentable. Por lo tanto, de esta manera debería funcionar el sistema de limpia del país, al menos desde la perspectiva del gobierno. Sin embargo, es evidente que muchos de estos puntos a tratar, no se logran concretar, ni en todas las delegaciones de la Ciudad de México ni en los demás estados.

1.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL: CAMPAÑAS REALIZADAS POR EL GOBIERNO MEXICANO Y SUS DEPENDENCIAS.

México cuenta con experiencias y esfuerzos de comunicación sobre el manejo de residuos, se trata de planes que se han incorporado al Programa Nacional de Gestión Integral de Residuos. A continuación mencionaremos algunas iniciativas:

Cruzada Nacional por un México Limpio

La Cruzada por un México Limpio fue creada en 2004 como parte de la vinculación del Programa Nacional de Medio Ambiente y Recursos Naturales (PNMARN) y otros programas institucionales del sector privado, con el objetivo de lograr ciudades y campos libres de basura y residuos peligrosos.

Esta cruzada, señala el INECC (2007), constituye un trabajo “subsidiario” por parte de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), debido a que la prevención y gestión integral de los residuos sólidos urbanos es atribución y responsabilidad de los municipios, sin embargo reconoce su obligación de dar cumplimiento a las atribuciones otorgadas en el artículo 7 y 8 de la LGPGIR, los cuales se encargan de crear los criterios y la metodologías para uniformar y estandarizar los instrumentos informáticos para la integración de la información.

En consecuencia, la Cruzada da seguimiento a las siguientes líneas estratégicas incluidas en el Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (PNMARN):

- Reducir la disposición inadecuada de los residuos.
- Disminuir los problemas ambientales y de salud generados por la disposición inadecuada.
- Generar una mayor actividad económica en torno a los residuos.

La cruzada nacional consta de cuatro componentes principales. El primero de ellos consiste en la difusión, comunicación y educación sobre el tema; el segundo comprende la elaboración del primer Programa Nacional para el Manejo Integral de Residuos Sólidos Municipales, Industriales y Peligrosos que permitirá unir y coordinar los esfuerzos de los tres niveles de gobierno y a todos los sectores de la sociedad.

El tercer aspecto es el fomento y apoyo para la creación de infraestructura y equipamiento adecuado que permita minimizar, recolectar, transportar, tratar, reciclar y disponer en forma segura los residuos sólidos en todo el país y, por último, desarrollar un marco regulatorio y de instrumentos de fomento que fortalezcan las capacidades de los tres niveles de gobierno para propiciar la participación activa de la sociedad y de la industria.

En materia de comunicación y educación se encuentra el programa “México limpio, tarea de todos” impulsado por las instituciones antes mencionadas en colaboración con la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), a cargo de Josefina Vázquez Mota (en ese entonces). El programa consistió en la elaboración de 19 manuales técnico administrativos para distintos estados de la republica con el fin de brindar instrucción y capacitación sobre el uso adecuado de la basura. A continuación se demuestra el logotipo de la campaña, el slogan y el ejemplo de un manual. A pesar de no encontrar publicada la estrategia de medios, pudimos encontrar algunas ejecuciones en la página del INECC. Asimismo del logotipo podemos inferir que es un poco difuso, ya que sus letras y figuras negras, no permiten distinguir sus elementos.

También, sus figuras representan a personas colocando lo que parece ser residuos homólogos, que no difieren entre orgánicos e inorgánicos, en un recipiente con el símbolo de reciclaje, por lo tanto, indica que cualquier tipo de



residuo puede ir ahí contenido. Por otro lado, el color original del logotipo es de color rojo con plateado y una base blanca como fondo, los cuales no hacen alusión al medio ambiente, es decir, no utiliza colores cuyo campo semántico le permita asociarlo con la naturaleza por ejemplo. En cuanto al slogan, es acertado y en suma atractivo. Sin embargo su campaña no era congruente con sus tres líneas estratégicas.

También, los manuales eran del color del gobierno en turno, el cual utilizaba una gama de tonos morados, lilas y rosas, por lo que más que aludir al cuidado del medio ambiente utilizando colores azules, naranjas, verdes, blancos etc., sólo reitera la idea de que el gobierno en turno era el que importaba.

De igual manera, el contenido de los manuales era bastante enriquecedor, ya que comenzaba por dar un pequeño diagnóstico del problema de la basura en el país, del problema ecológico que representa y aterriza cada uno de los conceptos referentes al tratamiento de basura. Por último los manuales otorgaban una serie de actividades para contrarrestar la problemática y poder mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Ahora bien, los alcances de la campaña fueron obtenidos mediante diversas fuentes informativas, las cuales mencionan lo siguiente:

En 2004, una de las metas presidenciales fue sensibilizar al 25% de la población en el cuidado del medio ambiente, con lo que a través de las campañas de difusión y los programas de educación de la Cruzada se estima que se llevó a 28 millones de mexicanos el mensaje “México Limpio, Tarea de Todos” (INE, 2013)

Además, para dar cumplimiento al artículo 25 de la LGPGIR, a principios de 2005 se iniciaron esfuerzos para integrar un Sistema de Información a nivel municipal sobre la

gestión de los residuos sólidos, con el objetivo de que los resultados permitan a la SEMARNAT fundar su política en esta materia. Se solicitó a los municipios que proporcionaran información sobre la gestión e infraestructura para el manejo y disposición de los residuos de su competencia. Sin embargo, según un artículo de la jornada publicado por Iván Restrepo el 14 de diciembre de 2005, titulado “Otro fracaso,: la cruzada por un México limpio” señala que al final del sexenio, aun no se contaba con dicha información, ni existía una cobertura y validación que hiciese posible una evaluación representativa y confiable de la campaña, ya que hubo poca respuesta por parte de los municipios partícipes, por lo que a diciembre de 2005 solamente 120 municipios habían respondido el cuestionario de evaluación.

Gobierno del Distrito Federal: “Plan Verde”

Esta estrategia, creada en 2007 y proyectada hasta 2022, propone mejorar la interacción de los capitalinos con su medio ambiente, propiciando el cuidado y el uso racional de los recursos naturales en la medida que modifica hábitos entre la población. La Gaceta de la Federación, publicada el 1 de enero de 2007, indica que esta táctica es: “la ruta del Gobierno del Distrito Federal a mediano plazo, que contiene las estrategias y las acciones para encaminar a la Ciudad de México hacia la sustentabilidad de su desarrollo para que continúe siendo un espacio adecuado para sus habitantes, sin comprometer el espacio natural que le hace viable”.

Igualmente el “Plan verde” es una iniciativa del Gobierno del DF respaldada por distintas universidades en el país, especialistas, empresarios, ONG’s y la ciudadanía, así como dependencias federales, Secretarías de Medio Ambiente, Secretaría de Desarrollo

Urbano y Vivienda, Secretaría de Transporte y Vialidad, Secretaría de Educación Pública, entre otras.

Además es un mecanismo de comunicación para que los ciudadanos, de manera ágil y sencilla, puedan conocer la valoración que hace su gobierno de los temas de relevancia ambiental, es decir, qué objetivos se propone alcanzar y cuáles son las estrategias y acciones de alto impacto para lograrlo; esto mediante los ejes temáticos que maneja, los cuales son: suelo de conservación, habitabilidad y espacio público, agua, movilidad, aire, residuos sólidos, cambio climático y energía. Para ello, cuenta con una página en internet en el siguiente enlace: <http://www.planverde.df.gob.mx/inicio.html>.

A continuación anexamos una imagen que ilustra su contenido.



Fuente: Elaboración propia: Captura de pantalla de la página:
<http://www.planverde.df.gob.mx/inicio.html>

Esta página se encarga de emitir comunicados, llamados a la ciudadanía a concursar en materia ambiental, talleres, consejos, recomendaciones para cuidar el medio ambiente, noticias, etc.

Sin duda esta iniciativa resultó ser muy eficaz a mediados del 2013, ya que, según datos de la misma página, el número de visitas superó el millón en ese mismo año. Sin embargo, la continuidad de la página no fue la misma ya que dejaron de actualizarla y no siguieron generando contenidos ni proyectos.

Secretaría de Medio Ambiente del Distrito Federal (SEDEMA): “ciudad verde, ciudad viva”

En el Distrito Federal, la Secretaría de Medio Ambiente (SEDEMA), es responsable de promover el desarrollo urbano sustentable hacia una eficaz gestión de recursos naturales, con metas y acciones claras para el aprovechamiento integral de estos. Bajo el proyecto “Ciudad verde, ciudad viva” (creado en enero de 2012) se pretende conservar, recuperar, restaurar y mantener la sustentabilidad de la ciudad para las futuras generaciones. Por ello, “Ciudad verde, ciudad viva” pretende trabajar los siguientes ámbitos:

- Calidad del aire y cambio climático
- Movilidad sustentable
- Suelo de conservación y biodiversidad
- Infraestructura verde urbana
- Abastecimiento, calidad del agua, drenaje y saneamiento
- Programas ambientales: Planes de manejo de residuos e inventario de residuos sólidos en el Distrito Federal
- Comunicación y educación ambiental

Asimismo, estos dos últimos ámbitos, tanto el que se refiere al manejo de residuos, como el de educación ambiental, se han desarrollado alguna campañas, una de ellas se llama

la campaña “Sin moño ni bolsita”, la cual se desarrolla únicamente mediante la difusión de carteles impresos. A continuación se presentan algunos:



Imagen recuperada de:
www.sedema.df.gob.mx/sin-mono-sin-bolsita/

Esta campaña busca promover en los ciudadanos, hábitos de consumo responsables, mediante la prevención en la generación de residuos innecesarios derivados de los embalajes, envolturas, bolsas, etc.,

Sin embargo, sus carteles carecen de atractivo visual, ya que al colocar una tipografía simple, que no logra captar la atención de su audiencia. Además, su mensaje es difuso (no refleja el objetivo de la campaña) y carece de un slogan creativo.

En cuanto a la composición en sus colores, estos no logran adaptarse al campo semántico de la ecología o el medio natural, cuyos colores más asociados a estos conceptos son: el verde, azul, naranja, café, blanco, amarillo, etc. pues estos representan calidez, alegría, energía, paz, alimentación, relajación, estabilidad, vida, pureza, libertad. Sin embargo, utilizan un fondo (en su mayoría gris) el cual da una impresión de parecer un papel tapiz o un suelo sin pavimento. Por ende los demás colores pasan a segundo plano.

Según la SEDEMA (2012) con esta campaña “se busca incidir en los cambios de hábitos de las nuevas generaciones para la minimización, rehúso y reciclaje de los residuos sólidos, así como motivar una reflexión sobre la importancia de repensar nuestra forma de consumo”. No obstante, y según en el artículo del periódico “El universal” publicado el 7 de noviembre del 2013, este proyecto no ha tenido resultados positivos y se sustenta bajo el propio inventarios de residuos sólidos emitido por la SEDEMA.

Según el libro titulado “primer informe 2013, Ciudad viva, ciudad verde” emitido por la Secretaría de Medio Ambiente, para el lanzamiento de esta campaña se estimaba que los carteles estuvieran presentes en dovelas del STC Metro, parabuses y bajo puentes y se creara un micrositio web, capsulas informativas para transmitir en radio, video y una exposición coordinada por el Museo Interactivo de Economía, misma que se exhibiría en el Bosque de Chapultepec y Bosque de San Juan de Aragón. Al respecto, el mismo artículo antes citado del periódico “El universal”, indica que a pesar de que parte de las metas de difusión se pudieron concretar, esta campaña “ha pasado desapercibida por los ciudadanos”, pues el mensaje no ha sido contundente.

“Mercado de Trueque”

Este programa itinerante también es promovido por la SEDEMA y consiste en realizar un mercado de intercambio de residuos cada mes, en el que algunos capitalinos se den cita en diferentes espacios de la Ciudad de México para intercambiar residuos reciclables como PET, tetrapack, cartón, papel, botellas de vidrio y plástico, aluminio, latas de fierro y residuos electrónicos por productos agrícolas cosechados en las zonas lacustres de las delegaciones Tláhuac, Milpa Alta y Xochimilco.

De esta manera, nos señala Tanya Müller García, coordinadora de esta actividad, que el mercado de trueque “fomenta el comercio justo, el consumo local así como hábitos de separación y reciclaje entre los habitantes de la ciudad, ya que al separar los residuos éstos tienen valor y pueden ser reciclados para obtener materias primas para la fabricación de otros elementos”

Como resultado de esta actividad, durante el 2013 se realizaron 12 ediciones, con una asistencia aproximada de 17, 638 p38.7 personas y se acopiaron 135. 857 toneladas de residuos recuperados para su reciclaje. Asimismo los beneficios ambientales que se estimaron fueron los siguientes: se logró evitar la tala de 638.7 árboles, se ahorraron 976,758 litros de agua, 54, 849 litros de combustible no fueron utilizados, 113m³ de basura no fueron enterrados, 154, 034 kilovatios ahorrados y se evitó generar 3,138 kg de fango rojo, altamente contaminante.⁷

En efecto, esta actividad ha sido una propuesta innovadora y por ende atractiva para las personas por lo cual, en ese mismo año el “Mercado de Trueque” fue nominado a los “C40 Siemens Awards” por los importantes logros alcanzados, como por ejemplo el acopio de más de 130 Toneladas de residuos así como la asistencia de más de 42 mil personas. Cabe señalar que esta actividad sigue vigente en el 2015 y mes con mes sigue rindiendo grandes frutos.

⁷ Estos datos fueron proporcionados por la Dirección de Educación Ambiental de la SEDEMA, a su vez estos datos fueron proporcionados por las empresas: Centros de Reciclaje RECUPERA S.A. DE C.V., pro reciclaje ambiental Jrap S.A. DE C.V. ProAmbi y Pro Show S.A. DE C.V. (los datos de 2013 son estimados)

“Ponte Pilas con tu Ciudad”

Debido a al tipo de materias y componentes que poseen las pilas (Mercurio, Cadmio, Plomo, Zinc) no pueden ser mezcladas con los residuos domésticos, por su capacidad de reacción química con su consecuente generación de gases y líquidos capaces de infiltrarse en los suelos o liberarse en la atmosfera, causando graves problemas de contaminación. Por ello, el programa “Ponte pilas con tu Ciudad”, brinda una alternativa ambientalmente adecuada para el manejo y reciclaje de pilas usadas. Los ciudadanos pueden juntar sus pilas (AA, AAA, C, D, CR, cuadradas, de botón y de celular) y llevarlas a una de las 400 columnas disponibles en vialidades de la ciudad para disponer de forma segura de estos residuos.

Cada una de estas columnas alberga un contenedor interno que acopia las pilas. Actualmente, hay columnas en 13 de las 16 delegaciones de la capital.

“Recicladrón”

Con el paso del tiempo muchos aparatos eléctricos y electrónicos terminan sin utilizarse o guardados en algún lugar de las casas porque ya no funcionan o son obsoletos. Por eso, y para que estos elementos no terminen mezclados con la basura doméstica, cada mes se realizan jornadas de acopio en distintas delegaciones llamadas Recicladrón.

La realización de este programa es una alternativa para no tirar a la basura los aparatos que ya no utiliza y aprovechar estos residuos de manejo especial, fomentando de esta manera, hábitos de separación y reciclaje con las jornadas de acopio de residuos electrónicos y eléctricos. Además, esta iniciativa representa importantes beneficios ambientales para la Ciudad de México; en las jornadas de Recicladrón desarrolladas de enero a marzo de 2015 por ejemplo, se han acopiado 48 mil kg de estos residuos. En 2014 se acopiaron cerca de 147

toneladas de este tipo de residuos y se atendieron cerca de cuatro mil personas, se dejaron de emitir a la atmósfera más de mil 200 toneladas de CO2 equivalentes y se ahorraron en la extracción y fabricación de materiales más de cuatro mil KW/h. (SEDEMA, 2015).

Secretaría de Medio Ambiente y Recurso Naturales (SEMARNAT): “Está en tus manos, la basura a su lugar”

A mediados del año 2014 la SEMARNAT y el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto, lanzan una campaña mediática que proponía, por medio de distintas plataformas mediáticas como; videos, fotografía publicitaria, carteles y una página web con el mismo nombre de la campaña, fomentar una educación en materia medioambiental. Sin embargo, causó una fuerte polémica y por ende fue duramente criticada por distintos funcionarios públicos expertos en la materia del manejo y gestión de residuos.

Un artículo del periódico “Reforma” publicado en junio de 2015, señala, que durante un foro sobre la importancia del reciclaje de residuos electrónicos en México, se presentó un video por parte de Armando Quintero Mateos, coordinador general de Comunicación Social de la dependencia, en donde se hacía referencia al término de “basura” y no de “residuo”

La intervención del funcionario fue interrumpida por Cristina Cortinas, presidenta de la Red Queretana de Manejo de Residuos, quien mencionó lo siguiente: "Tenemos 11 años de haber legislado en materia de prevención de la generación de residuos y de gestión integral basada en la reducción, reutilización y reciclaje de los residuos y la palabra basura no existe ni en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos ni en ningún instrumento normativo derivado de esta Ley General.

Asimismo, Sofía Chávez, miembro de Vías Verdes A.C. expuso que la educación ambiental es un proceso muy complejo que está lejos de cumplirse a través de una campaña como la que viene haciendo la SEMARNAT. "Hablar de educación ambiental a través de una campaña como esta no es viable. La educación ambiental requiere un trabajo muy conciso con la población y esta campaña, a mí sinceramente, me parece como tirar el dinero"

Cabe señalar que la realización, tanto de los videos (véase el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=imN4-eHYKzA>), como de los carteles y demás propaganda manejaban un discurso audiovisual bastante convincente, la composición de la imagen resultó muy atractiva y con significado claro, además capturaba la atención de la audiencia, sin embargo, la terminología utilizada en su discurso y en su slogan no fue la adecuada. En consecuencia la campaña tuvo que parar indefinidamente e incluso su página oficial "www.labasuraasulugar.com", ha dejado de funcionar.

1.4.1 CASOS EJEMPLARES DE PAÍSES QUE HAN SABIDO SACAR PARTIDA DE LOS RESIDUOS QUE PRODUCEN.

El caso de Alemania

Alemania es uno de los países más poblados de Europa con alrededor de (82 millones de habitantes) y es también, el país que más genera residuos. Sin embargo se encamina a ser una de las naciones que han sabido reducir y aprovechar esta situación.

Sus primeras iniciativas para combatir el problema se remontan al año 1994, con la entrada en vigor de la Ley de Economía Circular y Residuos.

Dicha ley, promovió un sistema de reciclaje que exige mayor responsabilidad, no sólo de los consumidores, sino también de los productores. El *Dual System Deutschland*, o el

Sistema Dual Alemán, afecta a todos los embalajes de plástico, aluminio o metal que se recolectan en un bote de color amarillo. Lo importante es que, en los empaques aparezca impreso “el punto verde”, el cual es un logotipo que consta de un círculo con dos flechas en su interior de color verde, el cual, indica que tanto el consumidor, al comprar un producto, como el fabricante, están pagando una cuota para que los empaques sean recogidos en sus hogares y posteriormente sean reciclados. "Así los productores también se hacen responsables de la financiación del reciclaje", menciona el Dr. Joachim Wuttke de la Oficina Federal del Medio Ambiente⁸. A continuación se muestra el logotipo:



Imagen recuperada de: <http://www.dw.com/es/alemania-insuperable-en-la-separación-de-basura>”

De igual manera, lo que pareciera ser una regla impositiva hacia los habitantes de Alemania, por hacerlos pagar una cuota y responsabilizarlos directamente de la producción de residuos, resultó ser una medida que en la mayoría fue bien recibida, incluso agrega el Dr.

⁸ Información obtenida de la página “<http://www.dw.com/es/alemania-insuperable-en-la-separación-de-basura>” consultada el 10 de enero de 2016.

Joachim “cada habitante Alemán paga alrededor de 50 euros por año para la recogida de desechos, no es mucho y además es deducible de impuestos”.

Cabe señalar, que Alemania también reduce la generación de basura al otorgar alternativas sutiles para poder regular la problemática, un par de ellas son; viajar en el metro gratis si llevas un par de botellas de PET o depositarlas en máquinas que te ofrecen dinero en efectivo (alrededor de 3 a 5 euros por botella) o intercambiar latas de aluminio por una comida en un restaurante, etc. Además, Alemania recicla el 67% del total de los residuos que produce y genera grandes cantidades de energía a partir de éstos.

El caso de Suecia

Desde hace más de 40 años Suecia adoptó reglas y regulaciones muy estrictas para tratar de manejar los residuos producidos en los hogares, municipios y empresas, lo cual lo ha llevado a ser el país con la tasa más alta de reciclaje (99%), destacándose por encima de Alemania, Países Bajos, Suiza, Austria y Noruega, Incluso, ahora tiene que comprar basura de otros países debido a la gran demanda. Pero, ¿qué hizo para lograr todo esto?

Por un lado, las empresas tienen responsabilidades importantes con sus residuos, con leyes e impuestos que las llevan a tener un papel más activo en el cuidado del medioambiente.

Y por el otro, en los hogares suecos, señala Anna-Carin Gripwell⁹ “se separan papel de diario, plástico, metal, vidrio, aparatos eléctricos, bombillas (ampolletas), pilas y desechos orgánicos para que luego sean tratados para hacer composta. La idea es hacer fácil el

⁹ Directora de comunicación en Gestión de Residuos en entrevista para el diario chileno “El Definido” publicado: <http://www.eldefinido.cl/actualidad/mundo/3137/Suecia-recicla-el-99-de-su-basura%E2%80%A6-y-le-compra-mas-a-otros-paises/>.

reciclaje, por eso actualmente los puntos de recolección no están a menos de 30 metros de cualquier zona residencial” y agrega “Así, luego de haber filtrado la basura al máximo, queda un resto "inservible" cuyo destino depara en alguna de las 32 plantas incineradoras, las cuales convierten basura en energía.

El proceso parece simple, ya que al incinerar la basura se genera un vapor que hace funcionar turbinas, las cuales generan electricidad. Tan sólo para abastecer 1 millón de hogares con calefacción y otros 250 mil con electricidad, se queman alrededor de 2 millones de toneladas de residuos al año. Sin embargo no es suficiente, debido a que este país genera 4 millones de toneladas al año y la cantidad de habitantes con la necesidad de calefacción y electricidad superan por mucho esta cifra. Por ello, Suecia tiene que comprar más residuos a países como Reino Unido e incluso a naciones del continente Americano para cumplir con la demanda energética.

Asimismo, algunas personas consideran que la quema de basura es un tema que genera controversia, debido a los impactos negativos que implica esto y que pueden alterar el medio ambiente. Sin embargo, todo el proceso es sumamente riguroso, ya que estas plantas incineradoras tratan de aislar todas las partículas desprendidas por la quema de residuos y convertirlas en gases que no afectan el medio ambiente tan drásticamente, incluso, están muy por debajo de los niveles de emisión máximos que las autoridades le han exigido a otras plantas incineradoras.

Por último, otra de las razones por las que Suecia se coloca como la nación que más ha sabido reciclar y reducir el problema de los residuos, se debe a las maneras creativas que

ofrece a sus habitantes para poder reciclar: Por ejemplo, si un habitante desea comer una hamburguesa en una cadena famosa de restaurantes, lo único que debe hacer es llevar un par de botellas e intercambiarlas. Otros ejemplo se dan, en el intercambio de residuos por medicamentos en las farmacias, en el descuento que otorgan algunas tiendas de ropa si llevas prendas que has dejado de utilizar, en el intercambio de aluminio y plástico por 1 kilogramo de croquetas para perro, en el depósito de botellas de plástico en una máquina que a cambio le ofrece al público tocar una melodía en altavoces, o también en recibir 5 Euros por botella de PET en máquinas expendedoras de efectivo, etc.

A manera de conclusión

Hasta ahora, los procesos de comunicación educativa ambiental utilizados en las campañas sociales en México (principalmente en la Ciudad de México), no han sido abordada desde una perspectiva teórica e integral, es decir, desde la interacción, la formación, educación, lo cultural, etc., y más bien, se le ha dado carácter meramente instrumental, especialmente referido al manejo de medios de difusión y divulgación, por lo tanto, es indispensable ahondar en este campo para enriquecer el cuerpo conceptual de la comunicación educativa para lograr un cambio cognoscitivo en el individuo y apostar al cambio de actitud.

En este sentido, si consideramos que los proyectos de educación ambiental tiene como finalidad última transformar una determinada situación, es claro que para lograrlo, es necesario trabajar en común, es decir, informarse, formarse, comunicarse, organizarse, etc. En este sentido la comunicación no es sólo una herramienta o un instrumento poderoso que apoya a la educación ambiental, sino que, “es un proceso multidimensional que contribuye a

alcanzar objetivos como: movilizar, organizar, estimular la participación de la comunidad, lograr consensos, discutir disensos, etc. (Núñez, 1994). De esto hablaremos en los siguientes capítulos.

En cuanto a los ejemplos de países europeos, cabe destacar que estos no se convirtieron en los líderes mundiales en materia de reciclaje de la noche a la mañana, sino fue gracias a un proceso paulatino. El éxito no sólo depende de las leyes que se emitan para regular el problema, ni en el presupuesto que se invierta, sino también, depende de la disposición ciudadana y su capacidad de organización. El reciclaje es una cultura y los preocupantes índices de polución hacen que dicha cultura sea necesaria y obligatoria. En México se producen muchas toneladas diarias de residuos sólidos, los cuales podrían ser aprovechables si se logra cambiar nuestra mentalidad y tomar como ejemplo a estos países, que señalo, no todo lo que funciona en Europa tiene que funcionar en México, ya que esto dependerá de las condiciones y contextos socioculturales.

1.5 ALGUNOS ASPECTOS CONTEXTUALES A TOMAR EN CUENTA DE LA DELEGACIÓN IZTAPALAPA

Iztapalapa es un topónimo de origen náhuatl. Deriva de las palabras iztapal-li “adoquín, piedra labrada”, ā-tl “agua”, y -pa(n) “sobre”. Por lo tanto, se traduce como “Adoquinado sobre el agua”. Montemayor (2009) opina que el topónimo se puede traducir como “Lugar donde las aguas se atraviesan”.

La delegación Iztapalapa se localiza al oriente del distrito federal y colinda al norte con Iztacalco, al poniente con Benito Juárez y Coyoacán; al sur con Xochimilco y Tláhuac.

Esta delegación tiene una superficie aproximada a los 117,000 km² y ocupa el cuarto lugar entre las más grandes. También cuenta con 199 colonias, una de ellas es San Andrés Tomatlán, considerada como una de las colonias originarias de esa delegación.

Población

En el año 2013 la población de la delegación Iztapalapa fue de 1, 820,888 habitantes (INEGI, 2013), el cual representa el 20.8795%, de la población total del Distrito Federal, siendo así la demarcación más poblada tanto del D F. como de cualquier estado en todo en todo el país. De igual forma 935,839 personas son mujeres y 885,049 son hombres. Por lo tanto, el 48,61% de la población son hombres y el 51,39 % son mujeres.

Asimismo, los rangos de edad entre la población de Iztapalapa lo muestra la siguiente tabla:

GRUPOS DE EDAD	IZTAPALAPA
0 – 4	% 11.59
5 – 14	% 23.06
15 – 24	% 23.45
25 – 49	% 32.00
MAS DE 50	% 10.90

Fuente: XI Censo de Población y Vivienda, 1990 y Conteo de Población y Vivienda, 2013. INEGI.

Disponible en:

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/movil/mexicocifras/mexicoCifras.aspx?em=09007&i=e>

Desarrollo Urbano

De acuerdo con el Programa de Desarrollo Urbano del Distrito Federal (1996) las tendencias de crecimiento y a la disponibilidad limitada de suelo urbanizable, se estimaba que para el año 2020, la población de habitantes sería poco más de 1,804,681. Sin embargo, para el año 2013 la población ya había superado estas expectativas. Esto indica que el

acelerado crecimiento está sobrepasando la densidad habitacional y el territorio de asentamiento, cuyas consecuencias son el deterioro urbano y su desorganización administrativa, deterioro social y un alto grado de marginación por la falta de servicios básico, incluso el Consejo Nacional para la Población (CONAPO, 2013) coloca a la delegación Iztapalapa en el quinto lugar del Índice de Marginación, el cual incluye a las 16 delegaciones del Distrito Federal.

Desarrollo urbano en materia de medio ambiente

Por otra parte el Programa de Desarrollo Urbano de Iztapalapa indica que la delegación tiene problemas de contaminación del agua, generada por los tiraderos a cielo abierto y la deficiencia en el servicio de drenaje, lo que provoca que en época de lluvias se produzcan lixiviados de sustancias tóxicas y micro organismos patógenos, contaminando el acuífero que alimenta a los pozos que abastecen a la población. Asimismo, el agua proveniente de pozos contiene minerales de aluminio lo que provoca que sea turbia. En consecuencia, el manejo de los desechos sólidos requiere de importantes inversiones debido a la creciente cantidad generada y a la diversidad de productos y sustancias que contiene (SEDEMA, 2010)

Según el inventario de residuos sólidos que ofrece la SEDEMA (2010) la delegación Iztapalapa es la mayor productora de basura en todo el Distrito Federal, generado cerca de 2,500 toneladas por día. Estos residuos son recolectados y trasladados al sitio de disposición final de Santa Catarina, en las faldas del volcán de la Caldera, en el Estado de México.

También, el inventario nos indica, que existe un índice bajo de participación por parte de la delegación Iztapalapa, ya que no cuenta con la infraestructura necesaria para cubrir las

exigencias de la población. Un ejemplo de ello es la cantidad de rutas de recolección de residuos con las que cuenta, ya que su índice es medio, al contar con 30 rutas, que a comparación con otras delegaciones como Álvaro Obregón o Azcapotzalco cuya extensión territorial es inferior, cuentan con alrededor de 50 a 60 rutas. Paradójicamente, Iztapalapa solo cuenta con una estación de transferencia¹⁰ la cual tiene como objetivo principal incrementar la eficiencia del servicio de recolección.

Cabe señalar, según el portal de medio ambiente del DF (<http://www.transparenciamedioambiente.df.gob.mx>) que a cada delegación le corresponde lo siguiente:

- Formular, ejecutar, vigilar y evaluar el programa delegacional de prestación del servicio público de limpia
- Prestar el servicio público de limpia en sus etapas de barrido de las áreas comunes y vialidades secundarias, la recolección de los residuos sólidos, su transporte a las estaciones de transferencia, plantas de tratamiento y selección o a sitios de disposición final
- Erradicar la existencia de tiraderos clandestinos de residuos sólidos;
- Orientar a la población sobre las prácticas de separación en la fuente y aprovechamiento y valorización de los residuos sólidos;

¹⁰ Las estaciones de transferencia son instalaciones intermedias entre las diversas fuentes generadoras de residuos sólidos (casas, negocios, industrias), las plantas de selección, composta y el sitio de disposición final.

- Instalar el equipamiento para el depósito separado de los residuos sólidos en la vía pública y áreas comunes y supervisar periódicamente su buen estado y funcionamiento;
- Establecer las rutas, horarios y frecuencias en que debe prestarse el servicio de recolección selectiva de los residuos sólidos de su competencia pudiendo, una vez escuchados los vecinos, modificarlos de acuerdo a las necesidades de dicho servicio;
- Atender oportunamente las quejas del público sobre la prestación del servicio público de limpia de su competencia y dictar las medidas necesarias para su mejor y pronta solución;
- Aplicar las medidas de seguridad e imponer las sanciones que correspondan por violaciones o incumplimiento a la Ley de Residuos del DF.

Sin embargo, no encontramos información referente a un plan de acción que intervenga en el manejo de residuos en la delegación Iztapalapa. Solo encontramos en la Gaceta Oficial del Distrito Federal un pequeño apartado con información relativa al medio ambiente, no obstante, la información es incompleta y carece de profundidad ante el tema.

1.5.1 ASPECTOS CONTEXTUALES DE LA COLONIA SAN ANDRÉS TOMATLÁN.

El pueblo de San Andrés Tomatlán, es considerado como uno de los pueblos originarios de Iztapalapa y se ubica al poniente de esta delegación y en límite con la delegación Coyoacán. Se localiza entre la Colonia Fuego Nuevo, Canal Nacional y su territorio quedó dividido por

Avenida Tláhuac; colinda con los barrios de Santa María Tomatlán, 12 de Diciembre, Estrella Culhuacán y Lomas Estrella. A continuación se muestra una imagen de su ubicación:

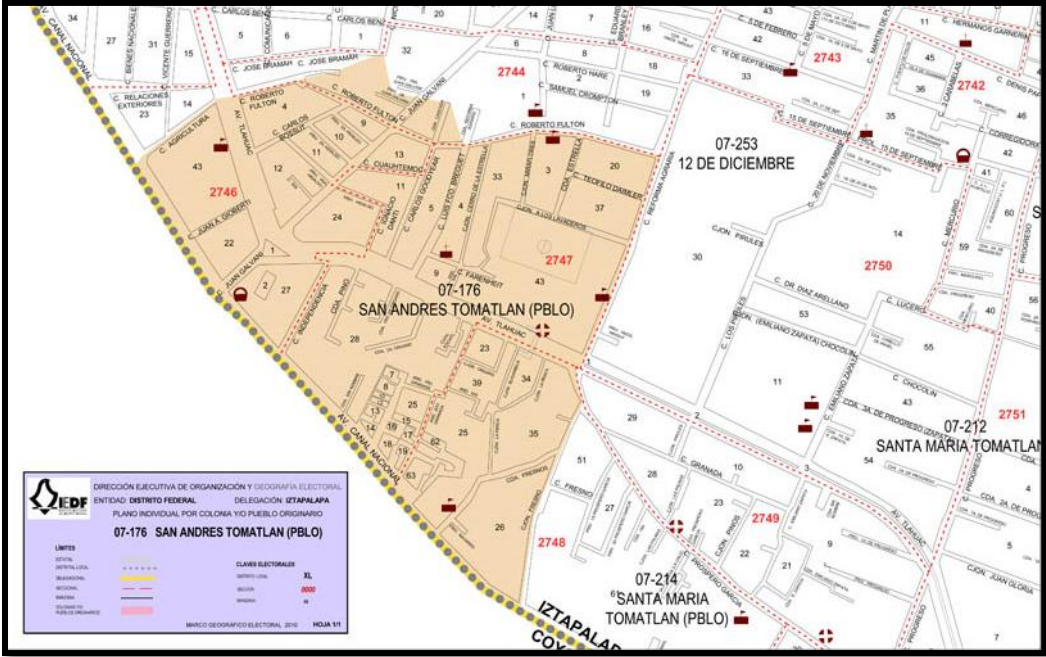


Imagen recuperada de:

<http://secure.iedf.org.mx/screc2010/coloniasRecibe.php?col=SAN%20ANDRES%20TOMATLAN%20%28PBLO%29%20|%2007-176>

La densidad poblacional de San Andrés Tomatlán es de 5,392 habitantes, de estos, el 48.50% son hombres y el 51.50% son mujeres, asimismo, la mayoría de la población es adolescente (12 a 18) y joven (18 a 30). El nivel educativo es muy bajo ya que sólo 813 personas alcanzan el nivel medio superior y solo 390 con nivel superior, otra parte de la población, se encuentra entre el nivel secundaria y primaria. En materia de empleo encontramos que sólo el 57% de la población es económicamente activa y de esta su principal actividad es el comercio, el

26% es inactiva, pero es estudiante, y el resto se dedica al hogar¹¹. El grado marginal de la colonia es alto, por lo cual algunos habitantes carecen de servicios básicos como agua, luz, electricidad, drenaje, pavimentación, banquetas, alumbrado público, etc. A continuación mostramos un mapa en el que se señalan las zonas con mayor índice de marginación:

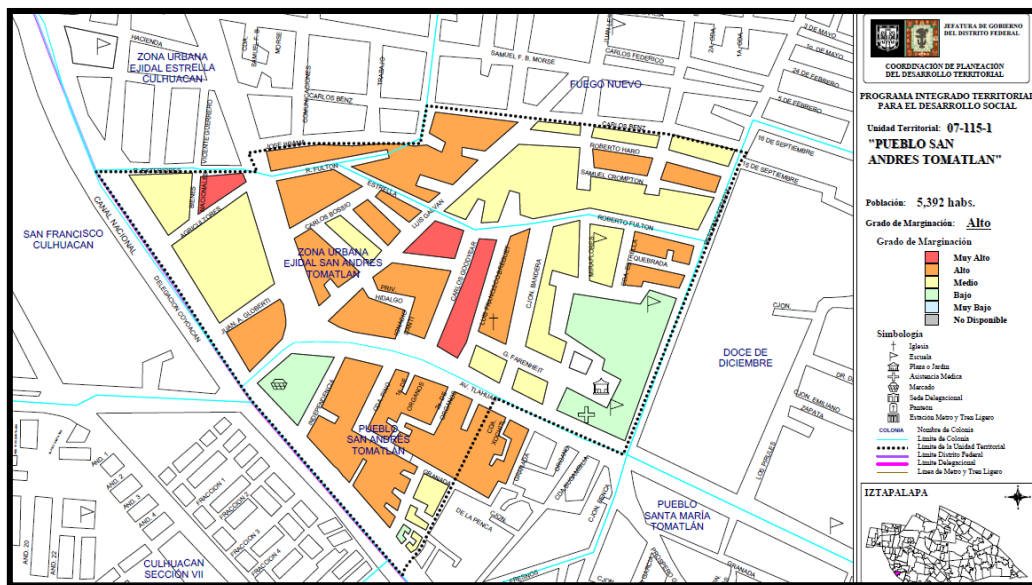


Imagen recuperada de: http://www.iztapalapa.df.gob.mx/hm/sibdsi/SIBDSI_marginacion.html

La siguiente información referente al contexto la obtuvimos mediante la aplicación de una herramienta metodológica como lo es, la observación participante y un pequeño sondeo (Véase Anexos), los cuales nos permiten conocer las características de la colonia, las condiciones en las que se encuentra, el contexto y la situación actual.

En efecto, el contexto por el que atraviesa la colonia San Andrés Tomatlán es algo complejo, por un lado los habitantes reconocen que se encuentran inmersos en problemáticas

¹¹ Esta información fue recabada con base a una ficha técnica otorgada por la Jefatura del Gobierno del Distrito Federal y la Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial de Iztapalapa (2003), pueblo de San Andrés Tomatlán (Véase Anexos)

desprendidas por la cantidad de basura presente en sus calles, y por el otro, no asumen su responsabilidad al no tratar de resolverlas, pues consideran que la solución le corresponde a las autoridades de la delegación Iztapalapa.

Es decir, la colonia carece de la infraestructura necesaria para poder llevar a cabo un manejo y gestión de residuos. Al no contar con contenedores de almacenamiento, un sistema de limpia eficiente, y rutas de recolección suficientes, se comienzan a desprender problemas que empiezan a afectar a toda la comunidad.

Los principales problemas como la falta de comunicación, la pérdida de cohesión social y por ende la falta de organización, han orillado a la comunidad a cometer actos que se cuestionan desde la ética, puesto que han afectado a toda la comunidad.

En efecto, hemos podido observar que muchos de los colonos han manifestado su rechazo ante la presencia de basura en las calles, y la manera en cómo han expresado su molestia e inconformidad ha sido mediante la redacción de letreros en cartulina, de tono agresivo y mediante un lenguaje intimidatorio. A continuación se muestra una foto.

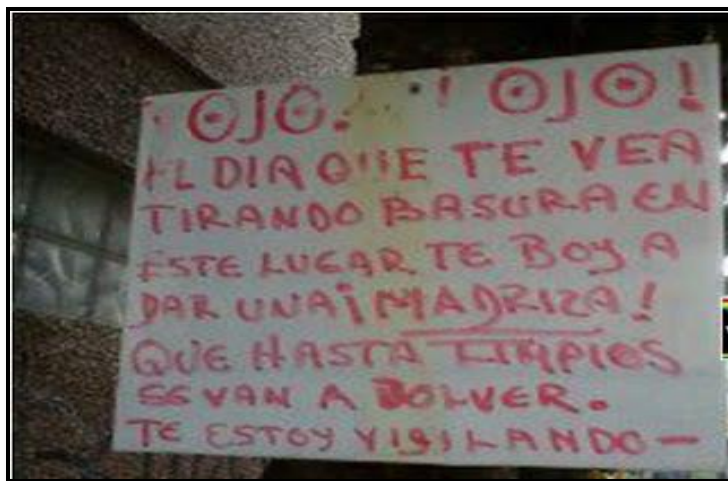


Imagen recuperada de:
http://socraterias.blogspot.mx/2012_10_01_archive.html

Si bien se logró de parte de los afectados de la colonia San Andrés que la gente dejara de tirar basura temporalmente, la sustancia expresiva y el instrumento utilizado, no fue el adecuado dado que resultó amenazante y de una violencia simbólica explícita.

Además de un servicio de limpia ineficiente, el cual no se logra adaptar a los horarios de recolección con el que disponen los habitantes, puesto que existe un déficit de una red de camiones o carros para su transporte que satisfaga las necesidades de recolección en la comunidad, la falta de infraestructura en la colonia para depositar los residuos que va dejando los habitantes, han propiciado un entorno sociocultural, histórico y simbólico muy oscuro, ya que, para ellos, el arrojar basura a la calle podría deberse, no tanto a una falta de civismo, sino a una falta de opciones para gestionar adecuadamente su basura. También, esta respuesta denota la carencia de organización grupal y colectiva, dentro de la comunidad, para poder reclamar su derecho a gozar de un ambiente sano.

Por lo tanto, se pretende planear la comunicación como acción estratégica capaz de producir señales que indiquen una intención hacia otros individuos para lograr cambios eficaces en ellos y se logre la cooperación y el consenso. Pues ello propiciará el diálogo, la interacción, el vínculo y la retroalimentación, para que la comunidad de San Andrés posea la condición de ser organizada, activa e independiente de reclamar sus derechos a gozar de medio sano. Dada la importancia de lo anterior, se elaboró un planteamiento metodológico para la recolección de información que nos aproxima a la solución de esta problemática, la cual veremos en el próximo capítulo.

CAPÍTULO II

Estrategia metodológica para el trabajo de campo

2.1 PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

En este apartado se presentan las metodologías que se utilizaron durante la etapa de investigación, asimismo, se presentan los objetivos por cada método y el desarrollo de instrumentos para la recolección de datos.

Para la realización del plan comunicativo se utilizaron las metodologías cualitativa y cuantitativa. Álvarez Gayou (2006) considera que las diferencias fundamentales entre la investigación cualitativa y la cuantitativa se sitúan en tres áreas: 1) la explicación y la comprensión como propósitos vs el propósito de indagar, 2) el papel personal vs el impersonal que el investigador adopta, y 3) el conocimiento descubierto vs el conocimiento construido. En la investigación cualitativa, lo que se espera al final es una descripción tersa, una comprensión experiencial y múltiples realidades.

✓ En primer lugar, se utilizó el método **cualitativo**, ya que este “nos permite permanecer próximos al mundo empírico” (Blúmer 1996) y están destinados a asegurar un estrecho ajuste entre los datos y lo que la gente realmente dice y hace. Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que el enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad.

En este sentido, Álvarez (2003, p.30) sostiene, que el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo de la vida social, no filtrado por conceptos, definiciones, operaciones ni escalas clasificatorias. También, algunos autores señalan que es recomendable

seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico, ya que el proceso cualitativo se inicia con la idea de investigación.

✓ En segundo lugar, se utilizó una investigación **cuantitativa**, ya que esta se basa directamente en un paradigma explicativo, el cual, utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable, es decir, que para describir o tratar de explicar los fenómenos, utiliza una aportación fundamental que proporciona precisión a la descripción de la sociedad, haciendo uso del campo de la estadística ¹², la cual es una característica medible numéricamente. De acuerdo con Tamayo (2007), “el método cuantitativo tiene su base en el positivismo, pues busca las causas mediante métodos tales como el cuestionario y producen datos susceptibles de análisis estadístico, por ello es deductivo”. Para el positivismo, la objetividad es muy importante, el investigador observa, mide y manipula variables; además de que se desprende de sus propias tendencias y es que la relación entre éste y el fenómeno de estudio es independiente. Asimismo, indica el mismo autor “lo que no puede medirse u observarse con precisión se descarta como objeto de estudio”. En resumen, Rodríguez (2010, p.32), señala que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo.

✓ Por último nos apoyamos de estudios producidos por otras instituciones o grupos que se han dado a la tarea de investigar acerca de temas relacionados con nuestro

¹² La teoría de la probabilidad y la estadística han permitido al comunicólogo profesional saber que, aunque sus decisiones comunicativas rara vez se llevan a cabo sobre unas bases de certeza total, éstas se realizan con un grado de probabilidad más o menos alto, que puede ser preestablecido. El método científico le permite elevar el nivel de probabilidad y decidir así el nivel de riesgo que asume en sus elecciones (Pérez, 2010)

objeto de estudio, dentro de las cuales destacan: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)*, Secretaría de Medio Ambiente del Distrito Federal (SEDEMA-DF), Consejo Nacional para la Población (CONAPO) Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU), Delegación Iztapalapa y ONG'S.

2.2 OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Al respecto de las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, Rojas Soriano (1997) señala lo siguiente: El volumen y el tipo de información cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema. Partiendo de esta idea, nuestros objetivos planteados fueron los siguientes.

Para la metodología cuantitativa se determinaron los siguientes objetivos:

- ✓ Conocer qué tipo de medios de comunicación utilizan para informarse los habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán
- ✓ Identificar qué tipo de información poseen los habitantes de San Andrés Tomatlán a cerca del cuidado del medio ambiente, el reciclado y la reutilización, es decir, si tienen una idea clara o en su caso ambigua con respecto al tema en cuestión.
- ✓ Indagar qué tipo de información consumen los colonos de S. A., así como cuáles son sus intereses generales.

- ✓ Explorar cuáles son las actitudes de los pobladores de la colonia S. A., con respecto al tema del reciclado y la reutilización.
- ✓ Reconocer los datos socioeconómicos de los sondeados de dicha colonia, que posteriormente, se tomaran en cuenta para la estrategia del plan.

Para la metodología cualitativa se determinaron los siguientes objetivos:

- ✓ Identificar cómo los residentes de San Andrés Tomatlán se apropian de conceptos y representaciones que tienen acerca del tema del cuidado del medio ambiente
- ✓ Conocer qué tipo de información han recibido con respecto al tema en cuestión, es decir, si recuerdan campañas, brigadas, movimientos ambientales etc.
- ✓ Averiguar si en su colonia se han llevado a cabo algún programa referente al tema.
- ✓ Discernir cuál es la relación (a partir de la problemática) entre los habitantes la colonia San Andrés, así como su relación con los transeúntes eventuales.
- ✓ Conocer si en su colonia existen ciertas reglas o normas que regulen los residuos sólidos emitidos por los colonos.
- ✓ Reconocer qué hacen las instituciones medioambientales para atender la problemática del medio ambiente, de su conservación y las posibles soluciones ante el fenómeno.
- ✓ Ubicar si los habitantes de la colonia cuentan con espacios específicos que les ayuden a solucionar las problemáticas de su entorno.
- ✓ Constatar si la comunidad de San Andrés reconoce y considera que se encuentra inmersa en un problema referente a la presencia de basura en sus calles.
- ✓ Reconocer las formas de organización de los habitantes, con miras a incidir en los problemas que se dan en su colonia.

- ✓ Identificar si los habitantes de San Andrés cuentan con la disposición de trabajar en equipo para la solución del problema.

2.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Cualitativa.

✓ Observación participante, este recurso nos ayudó a percibir lo que sucede en el contexto sociocultural de los habitantes de San Andrés Tomatlán, en la medida que utilizamos nuestros sentidos para describir sistemáticamente los comportamientos, eventos, sucesos, actividades y las formas de convivencia o relación entre los individuos. La observación es una actividad natural del ser humano, pero bien aprendida y afinada es una herramienta eficaz y sencilla para la investigación tanto cualitativa como cuantitativa (pero como técnica cualitativa, se preocupa más por la descripción y la explicación. que por la medición y la cuantificación). De esta manera, esta técnica nos ayudó a conocer el contexto y la situación actual de la comunidad ante la problemática (véase anexos).

✓ Entrevistas semiestructuradas, la cual proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar (Galindo, 1998:277). En pocas palabras, una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación, además de que permiten al investigador introducir preguntas adicionales para precisar conceptos y obtener mayor información de los temas deseados.

En este sentido, la técnica nos ayudó a conocer cuáles son las trayectorias de los colonos de San Andrés presentes en esa situación y conocer cuáles son las racionalidades, es decir, a conocer las explicaciones que tienen los habitantes con respecto a su forma de actuar

y operar. Asimismo, en el siguiente apartado (2.4 Aplicación de instrumentos metodológicos) se argumenta el por qué se escogieron a 5 personas para la aplicación de dicho instrumento.

Asimismo, para la realización de las entrevistas semiestructuradas se utilizó, tanto una guía de preguntas, como una grabadora de voz digital que incluye una aplicación, de nombre “*Keep*”, capaz de capturar el audio y transcribirlo a un archivo compatible con el programa *Microsoft office Word 2010*. También, se realizarán notas de campo.

Cuantitativa.

✓ La encuesta o sondeo. Esta técnica se realizó mediante la utilización de un cuestionario estructurado, consta de un conjunto de preguntas, que nos permiten obtener información sobre una población a partir de una muestra representativa. Esta herramienta se utilizó para conocer la opinión pública y el comportamiento de los colonos de San Andrés referente al tema en cuestión. También para determinar sus comportamientos, actitudes, valores, costumbres, intenciones, sentimientos, cómo son sus relaciones con otras personas, así como datos socioeconómicos etc.

La encuesta se aplicó a 100 personas en dos lugares de afluencia dentro de la colonia San Andrés Tomatlán, uno de ellos fue a la salida de la estación del metro cuyo nombre es igual al de la comunidad, y el otro, fue en la explanada de la iglesia de San Andrés Apóstol. El tipo de muestra que se utilizó para la obtención de información fue **no probabilístico**, ya que no disponíamos de un marco de muestra (el censo preciso de la población, direcciones de cada hogar, lista de encuestados o información específica, etc.).

Por lo tanto, tuvimos que basarnos en hipótesis relativas al comportamiento de la población de interés. Por ello, nuestros criterios de selección fueron los siguientes: Debido a que se iban a sondear a personas de la misma comunidad y cuyos habitantes han manifestado su descontento hacia la presencia de basura en sus calles, decidimos; 1. conocer cuál era la opinión respecto a la presencia de basura en sus calles y de las problemáticas que se desprendía de ello, 2. saber qué tipo de información contemplaban al respecto del reciclaje y el manejo de residuos, 3. Conocer si en realidad reconocían que estaban pasando por una situación hostil a partir de que algunos individuos tiraban basura en sus calles y 4. Averiguar si estaban dispuestos a formar parte de la solución del problema.

No obstante, el tipo de muestreo se inclinó más hacia uno de conveniencia, es decir; la factibilidad y viabilidad que, a pesar de tener como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico, tuvimos buenas razones para pensar que la selección de conveniencia no iba a introducir sesgos con respecto al total de la población, esto gracias al apoyo de instrumentos como fue el de la observación participante. Asimismo el sondeo fue aplicado a 100 personas (véase el apartado 2.4)

2.3.1 DESARROLLO DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: SONDEO

El propósito de esta consulta es adquirir información fidedigna que nos ayude a comprender cuál es la perspectiva que se tiene acerca del tema del medio ambiente, en específico del reciclaje y la reutilización de residuos. Sus respuestas, pensadas cuidadosamente, serán tratadas con alto grado de confidencialidad y no afectará su evaluación. A continuación se muestra el instrumento.

1.-Género a) Femenino () b) Masculino ()	-USO DE MEDIOS- 8.- ¿Por qué medio de comunicación se informa? Puede marcar más de una opción a) TV b) Radio c) Periódicos d) Revistas e) Internet f) Familia g) Amigos h) Escuela	13.- ¿Cuánto tiempo al día se conecta a Internet? a) Menos de 30 min. b) de 30min. a 1 hora c) de 2 a 3 horas d) más de 3 horas
2.-Edad: a) 15-20 b) 20-25 c) más de 25	9.- ¿Qué tipo de programas prefiere ver en TV? Puede marcar más de una opción a) Noticiarios b) Documentales c) Películas d) Series e) Telenovelas f) Caricaturas g) Programas dedicados a la farándula h) Otros	14.- ¿Mediante qué dispositivos accede a Internet? a) Laptop b) Smartphone c) PC d) Tablet e) Otros
3.- ¿Cuál es su ocupación? a) Estudiante b) Trabajador c) Estudia y trabaja d) Al hogar d) Desempleado	10.- ¿Qué tipo de información consulta en Internet? Puede marcar más de una opción a) Noticias b) Deportes c) Entretenimiento d) Eventos culturales e) Redes sociales f) Tareas académicas g) Otros	15.- ¿Qué aplicaciones utiliza en sus dispositivos para comunicarse con otras personas? puede marcar más de una opción a) WhatsApp b) Messenger c) Line d) Viber e) Skype f) Otras
4.- ¿En promedio ¿Cuál es el ingreso mensual total de su hogar?, incluyendo lo que tú percibes. a) Menos de \$1,000 mensuales b) De 1,000 a 2,000 c) De 2,000 a 3,000 d) Más de 3,000	11.- ¿Dónde consulta el servicio de Internet? a) Casa b) Cibercafé c) Escuela d) Trabajo e) Sitios públicos con red libre	-MEDIO AMBIENTE- 16.- ¿por cuales medios de comunicación ha escuchado hablar del cuidado del medio ambiente? a) Por Tv b) Radio C) Internet d) prensa e) campañas sociales f) No he escuchado hablar sobre el medio ambiente
5.- ¿Cuántas personas contribuyen a generar este ingreso? a) una persona b) dos personas c) tres personas d) más de tres personas	12.- ¿Pertenece a alguna una red social en Internet? puede marcar más de una opción a) Facebook b) Twitter c) Instagram d) Pinterest e) Youtube f) Flickr g) Otras	17.- ¿De qué manera considera que el ser humano ha contribuido a que el medio ambiente se deteriore? a) Por el uso innecesario del automóvil, b) por arrojar basura en las calles c) por la sobreexplotación de recursos naturales d) Uso excesivo de productos químicos contaminantes e) el ser humano no ha contribuido al deterioro del medio ambiente
6.- ¿Su casa es? a) Propia b) Rentada c) Prestada		
7.- ¿Cuántas personas conforman su hogar? a) Vive solo b)2 c) 3 a 5 d) Más de 5		

18. - ¿Considera que la adopción de medidas para la protección del medio ambiente, tiene que ser...

a) Inmediata b) A medio plazo c) A largo plazo d) Me es indiferente

19. ¿Ha escuchado hablar del reciclado? **Si su respuesta en NO pase a la pregunta 22**

a) Sí b) No c) Me es indiferente

20. ¿Por cuál medio se informó acerca del reciclado? **Puede marcar más de una opción**

a) TV b) Radio c) Periódicos d) Revistas e) Internet f) Familia g) Amigos h) Escuela g) otros

21. ¿Está usted satisfecho con la información recibida por los medios de comunicación acerca del reciclaje?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

22. ¿Clasifica usted los residuos (basura) que genera en su casa?

a) Sí b) No c) sólo los separo (orgánico e inorgánico) d) Me es indiferente

23.- ¿Por qué?

a) Es necesario b) Así lo exige el camión recolector c) No sé cómo hacerlo d) No tengo tiempo e) Las personas que la recogen hacen eso f) Me es indiferente

24.- ¿Sabía usted que cada individuo produce alrededor de 1 kilo de residuos (basura) al día?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

25.- ¿Tiene idea de a dónde se dirigen los residuos que tiramos día a día?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

26.- ¿Qué siente al observar esta imagen?



a) Coraje b) Descontento c) impotencia d) Alegría e) Inferencia

27.- ¿Sabía usted que los residuos (basura) que tiramos día a día produce focos de infección, plagas, contaminación del suelo, agua, flora y fauna, además de afectar su entorno?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

28. ¿Conoce usted la regla de las “3R” (reciclar, reutilizar, reducir)?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

29. ¿Considera usted que el reciclaje y la reutilización de residuos deberían ser necesarios en su rutina diaria?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

30.- ¿Por qué?

a) Podría obtener un beneficio de ello b) Ayudaría a mejorar el medio ambiente c) Es un buen hábito d) No es necesario

31.- ¿Qué factor cree que impida recurrir a estas prácticas ecológicas como lo son el reciclado y la reutilización? a) Falta de conciencia ambiental b) Falta de interés c) Falta de tiempo c) falta de información d) Porque no dependo de ello e) Me es indiferente

32. ¿conoce que tipo de residuos se puede reciclar y reutilizar?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

33. ¿Conoce los beneficios que traen consigo el reciclaje y la reutilización a su medio ambiente, entorno, o a su propio estilo de vida?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

34. ¿Sabía que reutilizar materiales potencialmente útiles, reduce el consumo de nueva materia prima, reduce el uso de energía y reduce la contaminación?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

35.- ¿Sabía usted que un buen manejo de los residuos (basura) puede llegar a la economía de las personas?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

36.- ¿Alguna vez se vio afectado por la presencia de basura en su entorno? **si su respuesta es No pase a la pregunta 38** a) Sí b) No c) Me es indiferente

37.- ¿En dónde? **Puede marcar más de una opción**

a) En mi hogar b) En mi colonia c) En mi escuela d) En mi trabajo e) otros

38. ¿De no practicar el reciclaje y la reutilización, estaría usted interesado en llevarlo a cabo?

a) Sí b) No c) Me es indiferente

39.- ¿Por qué? **Puede marcar más de una opción** a) Quiero contribuir a mejorar mi entorno b) Quiero generar cambios positivos en mi conducta c) Quiero sacar provecho de los residuos que produzco d) Quiero aprender nuevas aptitudes y actitudes para conmigo.

DESARROLLO DE LA TÉCNICA: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

1.- Guía de entrevista a informantes de la colonia S. A. T.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), la presente entrevista tiene como fin conocer qué perspectiva tienen hacia el tema del medio ambiente, así como algunos de sus hábitos y, la forma de convivencia en su colonia a partir de la problemática. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Datos demográficos: Edad, Estado civil, escolaridad, lugar de residencia.

Contexto: lugar y tiempo de la entrevista

Preguntas:

✓ Medio ambiente

¿Qué entiende por medio ambiente?

¿Crees que es necesario ayudar a conservar el medio ambiente?

¿Conoces algunas medidas para cuidar el medio ambiente?

¿Qué es lo que normalmente haces con tu basura?

¿Conoce usted de algunos residuos que se puedan reciclar o reutilizar?

¿Qué entiende por reutilizar y reciclar?

¿Recuerdas alguna campaña referente al cuidado del medio ambiente, en específico, al reciclaje y la reutilización?

¿Qué haría usted para saber más acerca de esto?

¿Por qué?

✓ Convivencia

¿Considera usted que la basura propicia un entorno sucio y así dificulta la convivencia entre sus vecinos?

¿Ha tenido algún problema con sus vecinos a partir de la presencia de basura en su colonia?

✓ Valores (Educación)

¿Conoce usted qué son los valores?

¿Qué tipo de valores practica?

✓ Compromiso

¿Se considera una persona responsable?

¿Por qué?

✓ Hábitos

¿Qué hábitos positivos practica cotidianamente?

Agradecimientos y despedida.

2.- Guía de entrevista a especialista en el tema del cuidado del medio ambiente.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer cuestiones acerca del cuidado del medio ambiente, en específico a cuestiones del reciclado y la reutilización, qué se hace en materia de lo mencionado, y las posibles tendencias a solucionar el problema. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Datos demográficos: Edad, Estado civil, escolaridad, lugar de residencia.

Contexto: lugar y tiempo de la entrevista

Preguntas:

- ¿Nos podría hablar un poco de lo que es el CECADESU y qué se hace ahí?
- ¿Qué se hace para conservar el medio ambiente o para evitar deteriorarlo?
- ¿Considera que la basura es un factor importante que contribuye al deterioro del medio ambiente?
- ¿Qué es la basura?
- ¿ A dónde va la basura que desechamos día con día?
- ¿Qué reglas se han establecido para orientar el manejo de residuos y de la basura?
- ¿Consideras que el reciclaje y la reutilización de residuos es un recurso ecológico para mejorar el medio ambiente?
- ¿Qué se entiende por gestión integral de residuos y en qué consiste?
- ¿Qué beneficios se obtienen de esto?
- ¿Cree que la gente está realmente concientizada en cuanto al tema del cuidado medioambiental?
- ¿Por qué cree que suceda esto?
- ¿Qué le corresponde hacer al sector educativo?
- ¿Qué le correspondería hacer al gobierno?
- ¿Cómo podemos contribuir al manejo adecuado de los residuos?
- ¿Qué cree que se deba de hacer para atender este fenómeno?

Agradecimientos y despedida.

3.- Guía de entrevista a director del centro comunitario.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer cuál es la lógica del funcionamiento del Centro comunitario, que beneficios trae a la colonia y de qué forma colabora con sus habitantes para resolver algunas de sus problemáticas. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Datos demográficos: Edad, Estado civil, escolaridad, lugar de residencia.

Contexto: lugar y tiempo de la entrevista

Preguntas:

¿Nos podría hablar un poco de lo que es el centro comunitario de la colonia S. A. T. y qué es lo que se hace ahí?

¿Quiénes acuden a este espacio comunitario?

¿Qué beneficios trae el centro comunitario para con los habitantes de la colonia?

¿De quién depende el centro comunitario, o como se sostiene?

¿Cómo o quién decide qué talleres se implementan y por qué?

Si se requiriera un espacio para llevar a cabo un proyecto, del cual se pueda beneficiar la colonia, ¿Se podría contar con la disposición del centro comunitario?

Agradecimientos y despedida.

4.- Guía de entrevista a jefe de manzana.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer cuál es el papel que desempeña del jefe de colonia, de qué forma colabora con sus habitantes para resolver algunas de sus problemáticas y cuáles son las principales exigencias los habitantes. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Datos demográficos: Edad, Estado civil, escolaridad, lugar de residencia.

Contexto: lugar y tiempo de la entrevista

Preguntas:

¿Qué papel juega el jefe de manzana?

¿Cómo es elegido el jefe de manzana?

¿Cuáles son las principales exigencias de los habitantes de su colonia, o lo que es lo mismo, cuales son los problemas principales de su colonia?

¿Qué ha hecho para atender las necesidades de los habitantes de la colonia S. A. T.?

¿Qué cree necesario para que se puedan arreglar estos problemas?

¿Considera que los mismos habitantes deben de resolver sus propios problemas?

Agradecimientos y despedida.

2.4 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS

Se realizó un sondeo a 100 habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán., el cual contiene una serie de 39 preguntas cerradas. En primer lugar, recaban datos socioeconómicos, escolaridad, género, ocupación, etc., así también, por qué medios se informan y qué tipo de información consumen. En segundo lugar, y no menos importante, identificamos cuestiones de carácter psicológico, en la medida que se estructuraron preguntas tales como son: de carácter **Cognoscitivo** (si tiene conocimiento del tema), **Afectivo** (como se siente la gente al ser parte del problema social), **Actitudinal** (Sí la gente formaría parte del plan comunicativo), así como una prueba proyectiva y frases inductivas. (Véase anexos)

Asimismo, el procesamiento del sondeo se llevó a cabo (previa codificación) mediante la elaboración de una matriz con variables realizada en el programa *Excel 2010* para *Windows*,

De igual forma se desarrollaron cinco entrevistas semiestructuradas, que fueron aplicadas a ciertos habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán. Dos de estas entrevistas fueron empleadas a personas cuyo rol dentro de su colonia implica cierta responsabilidad. Una de ellas, es la responsable del centro comunitario de la colonia. Esta entrevista tuvo como fin, conocer los espacios con los que cuenta la comunidad de San Andrés, así como saber de qué manera opera este centro y de qué manera contribuiría con nuestro plan.

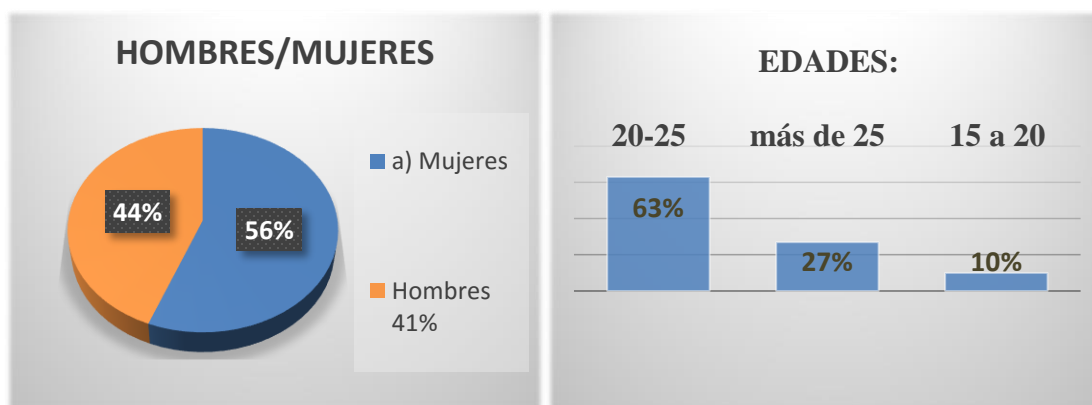
La otra entrevista, se realizó al representante de la colonia, o jefe de manzana para conocer cómo se organiza la comunidad para solucionar los problemas. Las otras dos personas restantes fueron un joven y un adulto, ambos habitantes pertenecientes de esta colonia.

Además, se realizó una entrevista a un especialista en el tema, el cual, es el Subdirector de Comunicación Educativa en el Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU) de la Secretaría de Medio ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) del Gobierno Federal Mexicano, con el objetivo de adquirir una perspectiva amplia, de cómo las instituciones han atendido el problema de la basura, cuál ha sido el alcance de estas, qué le corresponde a las autoridades y qué recomendaciones de solución nos ofrece ante la problemática. (Véase anexos)

2.5 ANALISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Análisis del sondeo

Los resultados del sondeo aplicado a los habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán nos indican que 56 de estas personas son mujeres y 44 hombres, cuyos rangos de edad oscilan, en su mayoría, en jóvenes de entre 20 a 29 años (63%), seguidos por adultos (27%) y adolescentes (10%).



Según la Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial 2001-2003 (Véase anexos) en el pueblo de San Andrés Tomatlán existe una cantidad de mujeres directamente proporcional a la cantidad de hombres que habitan en esa comunidad. Asimismo, la mayoría

de habitantes eran de edades entre los 12 y los 15 años (en ese entonces). Por lo tanto, se podría deducir, que para el 2015 la mayoría de la población es joven y adulta (entre 20 a 29 años de edad).

Asimismo, el 70%, tanto hombres como mujeres, se dedican a estudiar, el 20% trabajan y estudian, el 8% solo trabaja y el 2% se dedica al hogar. La mayoría de los encuestados tiene una casa propia, forman parte de una familia cuyos integrantes son de más de 5 personas y cuentan con varios servicios entre ellos: Tv, radio, Internet, por mencionar los más destacados.

Así también, la mayoría de estas personas se informan; en primera instancia, por Internet, seguidas por Tv, la escuela, amigos y radio, como se muestra a continuación:



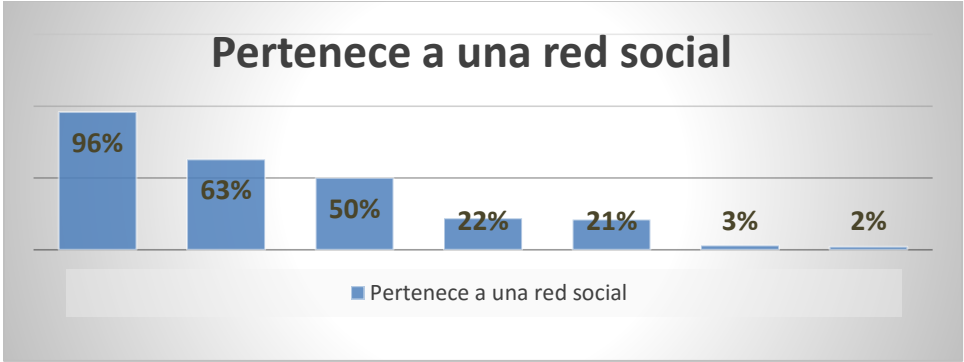
Internet, por supremacía, es la fuente primordial para la búsqueda de información referente a noticias ya que este medio otorga una infinidad de opciones informativas (periódicos en línea, enciclopedias, páginas de interés común, recursos educativos, portales institucionales, etc.)

Por lo anterior, se aprovechara el uso frecuente de Internet que tienen los participantes, para usarla como un canal informativo e implementar una estrategia comunicativa de medios sociales en línea.

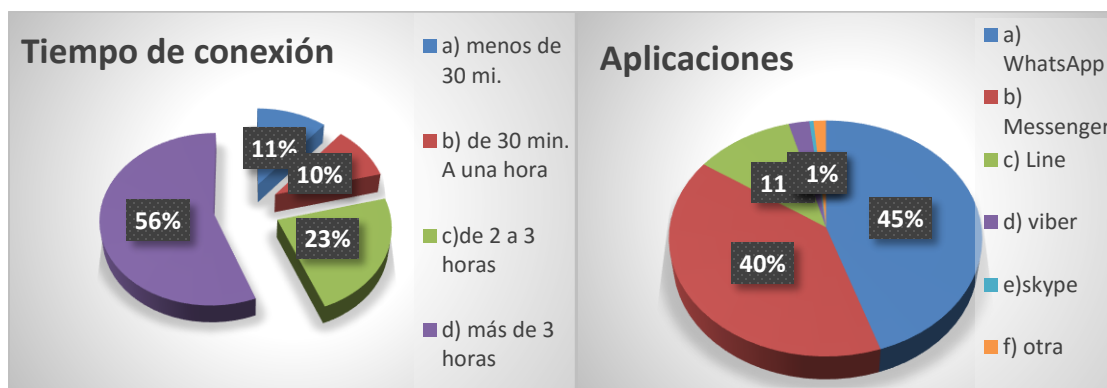
Asimismo, la forma en la que acceden a internet es desde su hogar. El tipo de información que consumen es referente a noticias, entretenimiento, redes sociales, servicios de *streaming* (series películas, videos, etc.), además de consumir información para realizar tareas académicas, entre otras. El siguiente gráfico muestra los resultados.



Por otra parte, la mayoría de estas personas pertenecen a una red social (o medio social en línea), entre las más populares se encuentra *Facebook*, *Instagram*, *Pinterest*, *Twitter*, entre otras.

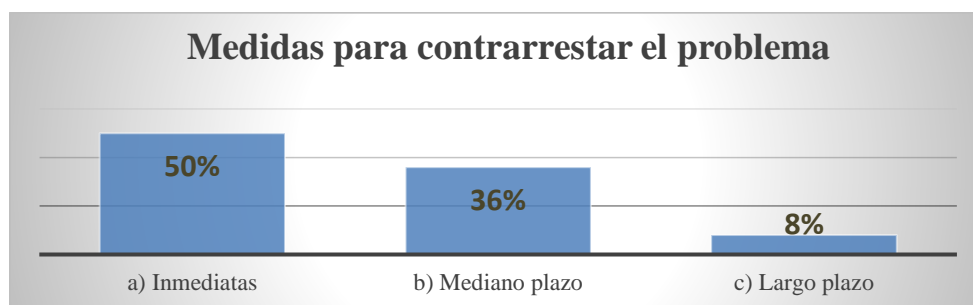


El tiempo aproximado de conexión a internet es de más de 3 horas al día y lo hacen mediante el uso de un *smarthphone*, seguidos por medio de un PC. Entre las aplicaciones que más utilizan para comunicarse mencionan: *WhatsApp* y *Messenger* de *Facebook*.



Por lo anterior, utilizaremos las redes sociales como medio de contacto y creación de páginas referentes a nuestro que promuevan la campaña del plan comunicativo. De igual forma, utilizaremos estos medios para mantener contacto constante e instantáneo.

En cuanto a lo cognoscitivo, encontramos que un alto porcentaje de nuestros encuestados (90%) ha escuchado hablar del cuidado del medio ambiente por medio de la T.V., radio e Internet. También, consideran que el hombre ha contribuido al deterioro de este y cree que es necesario adoptar medidas inmediatas para contrarrestar este fenómeno.



Por lo anterior nos encontramos con cierta preocupación por parte de la comunidad hacia el tema del deterioro ambiental, por lo que buscaremos concientizar a la población acerca del cuidado del entorno y las medidas necesarias para conservarlo.

También, estas personas han escuchado hablar de la práctica ecológica del reciclado (el 81%), sin embargo, no están satisfechas con la información que han recibido al respecto, ya que la poca información que se tiene ha sido insuficiente y la han adquirido a través de Internet, Tv, radio y en su escuela. Por ello, será necesario apoyarnos de medios audiovisuales, digitales e impresos para dotar a la comunidad de información clara, específica, adecuada y concisa, para que la comunidad tenga las herramientas necesarias y conozca el significado de para llevar a cabo el reciclado y la reutilización y los beneficios que se obtienen a partir de adquirir nuevos hábitos.

Nuestros encuestados, poco más de la mitad (60%), revelan que sí clasifican los residuos producidos en su hogar:

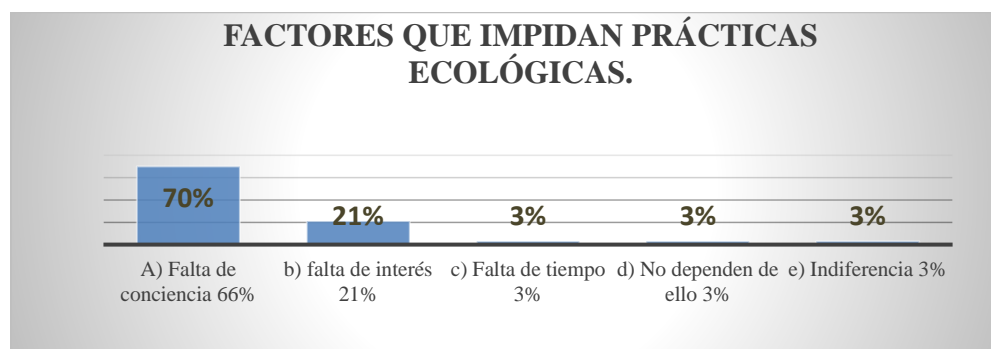


Aunque algunos lo consideran necesario, la otra parte lo percibe como una obligación, ya que el camión recolector les exige que realicen esta catalogación, por lo que no se percibir un interés por la segregación de los residuos. En consecuencia, el plan tendrá que dialogar

con la comunidad y cambiar la percepción que se tiene con respecto a la segregación de residuos.

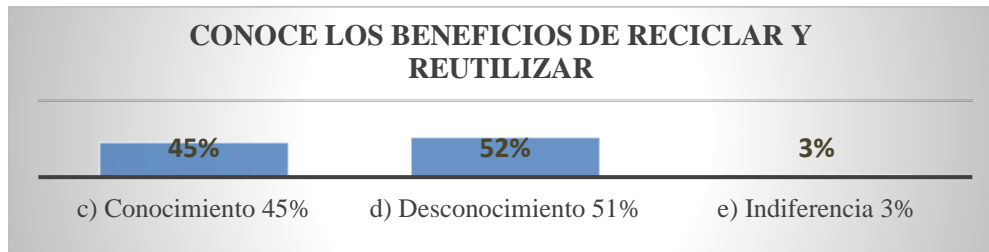
Muchas de estas personas tienen una idea ambigua de hacia dónde se dirige la basura que producen día a día, a pesar de estar conscientes de que estos residuos producen contaminación medioambiental, visual, salubre y que afecta directamente su entorno. Así, el plan tendrá que ampliar el panorama de la comunidad a medida que se apoye del enfoque sistémico.

De igual forma, nuestros encuestados no conocen la diferencia entre reciclar y reutilizar, no obstante conoce la regla de las 3erres (reciclar, reutilizar, reducir) y que estas prácticas deberían formar parte de su vida cotidiana, ya que consideran que mejoraría el medio ambiente. Además comparten la idea de que un factor que entorpece ejecutar estas prácticas ecológicas, se debe en gran parte, a la falta de conciencia hacia el medio ambiente, o lo que es lo mismo, falta de interés hacia el tema, la siguiente grafica demuestra lo antes mencionado:



Por medio de talleres de concientización se pretende revertir esta conducta. Asimismo, la mayoría de las personas que fueron encuestadas no conoce los beneficios que

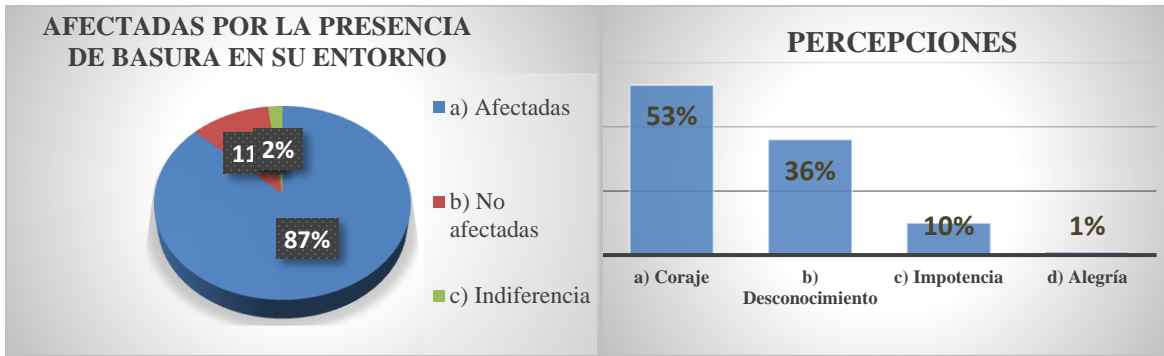
traen consigo llevar a cabo el reciclaje y la reutilización. Se sigue considerando a los residuos como un desecho y no como un recurso potencialmente útil capaz de ahorrar energía y recursos naturales.



Uno de los principales apoyos para la realización del plan será darle a conocer a la comunidad los beneficios, tanto económicos como sociales, que les propicia el recurrir a nuevas prácticas ecológicas.

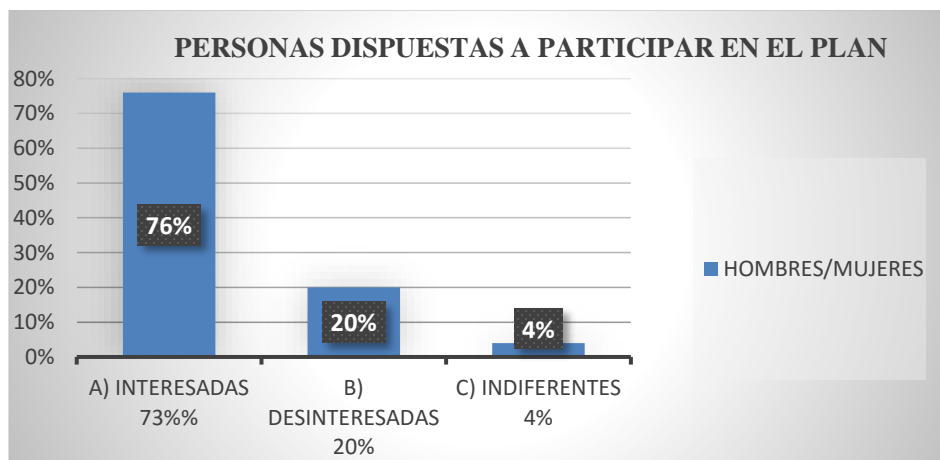
En efecto, nuestros encuestados afirman que no hay conciencia hacia el medio ambiente y esto se debe en gran parte a que existe deficiencia educativa hacia el tema. Por ello, el plan pretende crear talleres educativos hacia estas cuestiones.

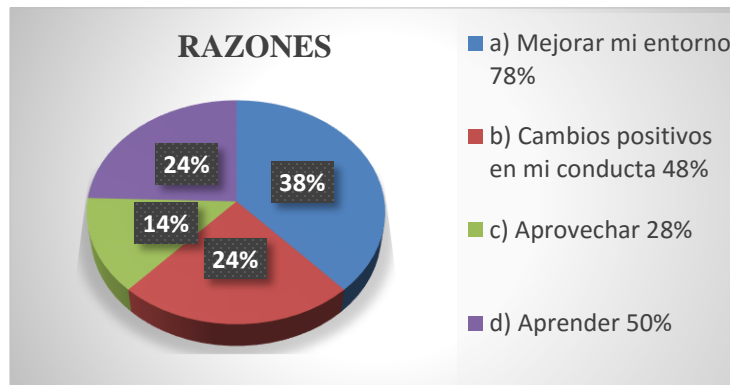
En cuanto a lo afectivo encontramos que estas personas se han visto estrechamente afectados por la presencia de basura en su espacio más próximos, es decir, notan esta problemática dentro de sus hogares, trabajos, calles etc. Denotan cierto descontento, ansiedad, coraje e impunidad al ver que no se hacen grandes cosas para solucionar el problema.



El plan pretenderá otorgarle las herramientas necesarias, mediante un taller sobre medio ambiente y el manejo adecuado de residuos sólidos para que conozcan las normas y pautas para la autogestión y así reclamar a las autoridades su derecho a gozar de un entorno saludable.

En cuanto a la parte actitudinal, la mayoría de las personas están dispuestos a llevar a cabo esta práctica ecológica a su cotidianidad, ya que sopesan las posibilidades de contribuir a mejorar su entorno, generar cambios positivos en su conducta, sacar provecho de los residuos producidos, aprender nuevas aptitudes y actitudes para consigo mismos y de esta manera mejorar su entorno para con la sociedad. Véase el siguiente gráfico:





El gráfico anterior nos indica que existe una actitud positiva por parte de los encuestados, ya que están dispuestas a colaborar con el plan por la razón de mejorar su entorno, por lo que el plan comunicativo contemplará esto dentro de sus objetivos.

En conclusión hemos podido notar que las personas encuestadas, muestran una actitud positiva y que están dispuestas a colaborar con el plan comunicativo, lo cual será de gran ventaja para propiciar un cambio efectivo, cuya consecuencia recaerá en la cotidianidad de estos, ya que mejorará en parte, las formas de convivencia dentro de un ambiente sano.

2.7 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS

Las entrevistas realizadas tanto a los habitantes de la colonia, al coordinador de centro comunitario, como al experto en el tema, nos revelaron información importante. Por un lado, los habitantes destacan que se ha transgredido de manera directa el bienestar de su colonia y ha recaído, parcialmente, en las formas de convivencia, esto se debe a la presencia de basura en sus calles, así pues, catalogan a las personas que tiran basura, como individuos con falta de educación y de respeto. Asimismo, según testimonio de un habitante nos señala que los

colonos viven en constante inquietud al pensar que todo individuo ajeno a la colonia es causante de esta problemática. Aquí su testimonio:

Hace un tiempo, aproximadamente un año, se desató un problema muy cañón, a tal grado que todo mundo estaba paranoico, pensaban que cualquier persona que pasaba por la colonia o por las calles de alrededor, solo iba a tirar basura, incluso comenzaron a colocar algunas cartulinas que decían “si tiras basura te vamos a linchar. Esta opinión fue concedida por el habitante de San Andrés Sergio (M. Sergio, entrevista personal, marzo de 2015)

En efecto, la presencia de basura en sus calles, han impulsado a que los habitantes adopten formas de responder que resultan ética y moralmente cuestionables ya que, la redacción de estos letreros comunican actos ejecutivos que imponen y que no requieren necesariamente la cooperación de los transeúntes, ya que estos letreros apelan a la amenaza y la intimidación, por lo que sólo simbolizan violencia. Estas acciones manifiestan rasgos del entorno sociocultural, histórico y simbólico del lugar en el que trabajaremos. Por ello debemos de orientar otros tipos de prácticas comunicativas que logren el consenso cooperativo entre los habitantes y los transeúntes eventuales a fin de que no se siga tirando basura en su colonia, pues uno de nuestros objetivos es promover una actitud participativa en los miembros para contribuir de ese modo al desarrollo social y cultural.

También, se evidencia que las autoridades no han podido garantizarles un tipo de solución al problema de basura en sus calles, debido a la falta de compromiso y responsabilidad para con sus habitantes, ya que las acciones por parte de estas, han sido

insuficientes e inadecuadas. Además, los entrevistados nos indican que su colonia no cuenta con un espacio que les ayude a solucionar sus problemáticas, aunque en una entrevista con el coordinador del centro comunitario nos indique lo siguiente:

El objetivo principal de este centro está destinado a promover el desarrollo de la comunidad en general, brindando oportunidades de acercamiento al conocimiento, a la cultura, a la convivencia y al trabajo en equipo. Esta opinión fue concedida por el coordinador del centro comunitario de San Andrés (M. Sierra, entrevista personal, octubre de 2014)

En consecuencia, se refleja cierta incertidumbre por parte de los residentes, hacia los recursos de apoyo con los que cuenta su colonia. Aun así, estas personas convocan juntas improvisadas con miras a atender la problemática y exigir una posible solución, ejerciendo así, su derecho a impulsar una opinión pública¹³ con respecto al quehacer de la autoridad, pues esta, considera que ellos mismos deben resolver sus propios problemas. En este sentido, los habitantes expresan cierta desesperación al no haber obtenido una respuesta efectiva.

A pesar de lo antes mencionado, los entrevistados denotan una actitud positiva hacia el tema del cuidado del medio ambiente, pues consideran que se debe gozar de un entorno sano en la medida que se practican acciones positivas. No obstante desconocen muchas de estas prácticas, o acciones, por lo que el plan busca atender estas cuestiones.

¹³ La opinión pública debe ser el resultado de una discusión libre y racional sostenida en el seno de una sociedad. De acuerdo con J. Habermas (1986) la opinión pública es: “el resultado ilustrado de la reflexión común y publica sobre los fundamentos del orden social”

Por otro lado, el coordinador del centro comunitario nos indica que se puede contar con el apoyo de su espacio, y nos menciona lo siguiente:

El centro comunitario es básicamente un espacio abierto a la comunidad en general que promueve el desarrollo de las personas. También, es un espacio que ofrece cursos y talleres dirigidos a niños, jóvenes y adultos para el desarrollo de habilidades, capacidades etc. (Sierra et al., 2014)

Así también, nos menciona que el centro está atento a cubrir algunas de las exigencias de la comunidad, pues este espacio, siempre estará abierto a todo público que busque el bienestar para la sociedad. Esto propicia un área de oportunidad, en la que posiblemente se podrá vincular y asociar a la comunidad con este espacio y así puedan acceder al conocimiento, al desarrollo y al trabajo en equipo.

Por último, en la entrevista con el especialista, pudimos percatar de las complicaciones a las que nos enfrentamos, pues conocimos factores muy importantes a tomar en cuenta en el diagnóstico, sobre todo, a qué nos enfrentamos actualmente al querer abordar un tema referente al medio ambiente, ya que según nos comenta el especialista:

Creo que falta mucho trabajo para que se alcance a obtener un grado de conciencia en nuestro país con respecto al medio ambiente. Debo aclarar que no lo considero imposible, sino ya hubiéramos tirado la toalla todos los que estamos aquí, pero si lo considero un trabajo arduo. Esta opinión fue concedida por el especialista (J. Martín del Campo, entrevista personal, Marzo de 2015)

Según el especialista, es consecuencia de un sistema educativo ineficiente ya que este no ha sido eficiente porque sus prioridades son otras. Así lo señala nuestro entrevistado:

El sistema educativo está preocupado por sus propias deficiencias, no le interesan los nuevos métodos de enseñanza ni mucho menos le va a interesar introducir el tema de la ecología y el medio ambiente como ejes elementales. Por ello las personas no logran arraigar temas tan básicos como lo es la conservación de los recursos y el cuidado de su propio entorno, no se aprenden valores. (Martín del Campo et al., 2014)

Sin embargo, también nos menciona que existen alternativas muy efectivas para poder lograr resultados, una de ellas es la educación no formal, la cual se da en la medida que se crean espacios de interacción, los cuales buscan este plan comunicativo.

2.8 RESUMEN (CRUCE DE DATOS)

A partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico y tomando en cuenta los objetivos de cada metodología y los instrumentos realizados (sondeo y encuestas) se puede describir el problema de manera más concreta, en la medida que se vayan relacionando los datos obtenidos tanto de nuestro sondeo como por nuestras entrevistas.

En primera instancia, el especialista en proyectos de comunicación educativa referentes al medio ambiente, Juan Mort, nos menciona que no existe una conciencia hacia el cuidado del medio ambiente por parte de los ciudadanos y en consecuencia se desprenden problemas de salud y de convivencia. Asimismo nuestro sondeo corrobora este argumento, ya que un alto porcentaje de los que contestaron, cree que las personas tiran basura, lo hacen porque no saben cómo manejarla, por falta de educación, por falta de respeto hacia los demás y porque no se tiene conciencia de lo que esto implica (véase gráfico 31 en anexos)

En segunda instancia, el sondeo demostró que las autoridades correspondientes que administran a la comunidad de San Andrés Tomatlán no han podido ofrecerles soluciones hacia el problema de la presencia de basura en sus calles y que han hecho caso omiso a las peticiones y reclamos. En coincidencia, el especialista menciona que las autoridades no siempre saben resolver los problemas de esta índole, por eso van creando sectores especializados o simplemente le seden el trabajo a otras dependencias, en consecuencia no se concretan los resultados. (Véase gráfico 21)

De igual forma, el especialista nos recomienda que las formas de enfrentar estos problemas es impulsar la participación activa de los ciudadanos, en la medida que se creen espacios de convivencia y, de igual manera, se deben de crear planes de acción que involucren a los gobiernos, las delegaciones, las instituciones a los actores sociales y que en la medida que se vayan sumando los distintos sectores, se desprenderán muchas soluciones.

En este sentido la comunidad ha reflejado el desconocimiento de espacios que favorezcan su organización. Por el contrario, en entrevista con el coordinador del Centro Comunitario de San Andrés Tomatlán, Marco Sierra, nos menciona que la colonia si cuenta con un espacio dedicado a la comunidad en general, el cual promueve el desarrollo de las personas. También este Centro Comunitario brinda oportunidades de acercarse al conocimiento, a la cultura, a la convivencia y al trabajo en equipo. Esto refleja la falta de promoción por parte del centro, o en su caso, la indiferencia de participar e integrarse, por parte de los habitantes de la colonia.

Otro aspecto en el que coinciden, tanto los sondeados como el especialista, es el déficit de las campañas de difusión hacia temas medioambientales, en este caso al fomento

de una cultura del reciclado y la reutilización, puesto que las campañas que se han realizado no han tenido trascendencia. El especialista Juan Mort, nos menciona que se han llevado a cabo diversos programas medioambientales muy buenos, pero que no logran la trascendencia debido a los cambios que sufren las secretarías de gobierno, en el cambio administrativo de cada 3 o 6 años, y en consecuencia los programas son inconclusos. En efecto, la mayoría de nuestros encuestados y entrevistados demuestran que no recuerdan campañas referentes al tema del reciclaje y reutilización. (Véase gráfico 19 en anexos)

En consecuencia, hemos podido notar que se desprenden ciertas cuestiones que no se contemplaron en un principio, por lo que nos parece pertinente modificar parte de nuestro plan comunicativo, redefiniendo nuestros objetivos específicos para que ayuden de manera más efectiva a la concreción del objetivo general, el cual es Promover un plan de comunicación integral que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculos, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán gestione su derecho a gozar de un ambiente sano.

2.9 CONCLUSIONES DE LOS DATOS PROPORCIONADOS POR OTRAS INSTITUCIONES Y DETECCIÓN DE NICHOS DE OPORTUNIDAD.

A través de la investigación enfocada a las instituciones y el análisis situacional de las mismas, nos encontramos con elementos que ofrecen áreas de oportunidad para hacer de nuestro plan comunicativo una opción viable de llevarse a cabo. A continuación las enlistaremos:

1.- Encontramos que la Secretaría de Medio ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) cuenta con una dependencia encargada de diseñar e instrumentar estrategias, programas, proyectos y acciones que contribuyan al desarrollo de competencias, para impulsar en la sociedad mexicana una cultura ambiental caracterizada por una relación armónica entre los actores sociales y la naturaleza. Esta dependencia es el Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo sustentable (CECADESU).

Este centro, además de lo antes mencionado, también tienen como atribución impulsar programas y convocatorias, dirigidos a los grupos organizados de la sociedad civil, a través de tres líneas de trabajo: a) educación ambiental no formal, b) capacitación para el desarrollo sustentable y c) gestión ambiental. Así también, ofrece subsidios económicos que van desde los \$150,000.00 hasta \$2,500,000.00 para elaborar este tipo proyectos¹⁴, siempre y cuando se cumplan con los requisitos formales de un trabajo escrito. Por lo que aparenta ser una buena opción para aprovechar la convocatoria y los recursos, como apoyo para sufragar nuestro plan comunicativo y de esta manera se pueda ampliar o replicar. Más adelante desarrollamos cada uno de los requisitos formales que se deben de cumplir para entrar en la convocatoria (Véase más adelante el apartado “actividades”)

2.- Descubrimos un área de oportunidad propiciada por una ONG cuyo nombre es “A limpiar el mundo”. Esta organización cuenta con varias asociaciones en el Distrito Federal, una de ellas ubicada en la delegación Benito Juárez, bajo el nombre de “Reciclar para ayudar”.

¹⁴ véase los lineamientos en el siguiente link:

www.semarnat.gob.mx/sites/default/.../lineamientos_subsidios_15.pdf

Esta organización se encarga de recolectar envases de PET para crear una mayor cultura del reciclaje entre los ciudadanos, al mismo tiempo genera recursos que permiten instalar ecotecnias en comunidades marginadas de México sin ningún costo para el beneficiado. También, ofrece servicios integrales en el desarrollo, implementación y capacitación para que las comunidades se adentren en temas ambientales como de reciclaje y manejo de residuos. Por lo cual, se buscará el apoyo de esta ONG para la capacitación adecuada en el manejo de residuos.

3.- Localizamos 2 escuelas primarias, una de ellas se encuentra en un área de marginación alta y la otra en una baja. Asimismo, ambas poseen características de infraestructura similares y gozan del mismo mapa curricular impuesto por la SEP, en donde los alumnos de tercer grado se les imparte la materia de “Ciencias naturales” la cual tiene dentro de sus objetivos “activar a los estudiantes para que participen en el mejoramiento de su calidad de vida a partir de la toma de decisiones orientadas a la promoción de la salud y el cuidado ambiental, con base en el consumo sustentable”. Asimismo, el docente tiene la obligación de proponer mediante proyectos didácticos constatar los avances en el desarrollo de las competencias, ya que de esta manera, favorece la integración y la aplicación de conocimientos, habilidades y actitudes, dándoles sentido social y personal.

Generalmente, los niños que cursan el tercer grado de primaria tienen edades de 8 y 9 años. Según Waldrof (2010:!), en esta etapa de la vida, el menor comienza a adoptar la capacidad de actuar por sí mismo, y de entender los acontecimientos que le suceden al respecto tanto de su cuerpo, como a las cosas que lo rodean (vida, muerte, salud, enfermedad, naturaleza, medio ambiente, etc.). Al respecto, Jean Piaget (2010:1) menciona lo siguiente:

El niño que tiene edad entre 8 y 9 años adquiere, en efecto, cierta capacidad de cooperación dado que ya no confunde su punto de vista propio con el de otros, sino que los disocia para combinarlos [...] y también con lo que supone en cuanto a búsqueda de justificaciones o pruebas en apoyo de las propias afirmaciones.

Es decir, el niño de esta edad, comienza a adquirir su capacidad de reflexión y adopta un conocimiento individual que a la vez le permite comprender fácilmente las cosas que lo rodean y así se forma un criterio propio. Dada la importancia de lo anterior, nos parece fundamental crear una actividad que acompañe los procesos didácticos de aprendizaje, tanto para el profesor, como para el estudiante, y de esta manera, construir las condiciones necesarias que fortalezcan las actitudes y aptitudes de los niños del tercer grado de primaria.

4.- Encontramos una escuela secundaria dentro de la misma comunidad, la cual nos parece de gran importancia incluirla dentro de las redes interinstitucionales que pretende crear el plan comunicativo. En esta etapa de vida, (cuyas edades entre 12 a 15 años) los estudiantes se asume como sujetos dignos, capaces de desarrollarse plenamente mediante el disfrute y cuidado de su persona, de tomar decisiones responsables y autónomas para orientar la realización de su proyecto de vida y su actuación como sujetos de derechos y deberes que participan en el mejoramiento de la sociedad (SEP, 2011:18).

De igual forma, los estudiantes comprendan que los diferentes grupos a los que pertenecen son iguales en dignidad, aunque diferentes en su forma de ser, actuar, pensar, sentir, creer, vivir, convivir; como personas tienen los mismos derechos que les permiten participar de manera conjunta en el diseño de formas de vida incluyentes, equitativas y solidarias para asumir compromisos de proyectos comunes que mejoren el entorno natural y

social. Por lo cual, el plan comunicativo, dentro de sus actividades, invita a los estudiantes de secundaria a ser partícipes del plan comunicativo.

5.- También, encontramos que el Centro de Salud de la colonia promueve campañas de salud integral, las cuales van desde la prevención de enfermedades, hasta la salud física, psíquica, emocional, mental y relacional, en la medida que cubre las necesidades de atención y garantizando el acceso a los servicios de salud. Asimismo, este centro capacita y motiva a la población a que participen activamente en las actividades que realizan para el goce pleno de su salud. Por ello, nuestro plan de comunicación propone incorporar una campaña de sensibilización que involucre a los promotores de la salud, al centro comunitario y a la comunidad, para que puedan otorgar los conocimientos y las herramientas para manejar adecuadamente los residuos que producimos en casa. Esto con el fin de prevenir posibles enfermedades que se desprenden de un mal manejo de residuos.

6.- Por último, se encuentra el Centro de Servicios y Atención Ciudadana (CESAC) de la delegación Iztapalapa, el cual, ofrece a los habitantes de esa demarcación, cursos en materia ambiental y visitas interactivas a centros de educación ambiental. También imparten asesorías, pláticas, talleres, cursos de capacitación principalmente en materia de flora, fauna, técnicas de reciclaje y educación ambiental en general, además de proporcionar la infraestructura adecuada para el manejo de residuos, en la medida que instala contenedores de reciclaje. Todo esto de manera gratuita a quienes solicitan el servicio.

En efecto, nuestro plan de comunicación no contempla un público específico de rangos de edad para trabajar específicamente con ellos, pues al intervenir dentro de una

comunidad, no podemos desentendernos de todos los individuos e instancias que la constituyen. En este sentido, el plan comunicativo se encamina a tomar decisiones estratégicas, como lo es, el impulsar el ámbito de la comunicación interinstitucional, y de esta manera lograr que la comunidad de San Andrés y las instituciones, trabajen en sinergia y se obtenga un resultado favorable y efectivo.

2.10 DESCRIPCIÓN DE LOS PERFILES DEMOGRÁFICOS, PSICOGRÁFICOS Y SOCIOGRÁFICOS DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS.

En este apartado se determinan los rasgos básicos y generales que tiene los actores involucrados.

Demográfica (¿Cómo son?)	Psicográfico: ¿Qué piensan?)	Sociográfico: (¿Qué valoran individual y colectivamente?)
Habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán, Iztapalapa.	Clase social: Media	Producción social de significados: forman parte de un pueblo tradicional.
Edad: Adolescentes, jóvenes y adultos	Estilo de vida: Consumistas	Sentido de pertenencia: Activa, dispuestos a manifestar su adhesión.
Género: Masculino y Femenino	Personalidad: Impulsivas	Coherencia y Cohesión en sus lazos de grupo: Integral
Tamaño de la familia: Más de 5 integrantes	Valores: Irresponsabilidad	
Ingresos: Más de \$3000 al mes	Gustos: Leer, ver Tv, navegar en Internet	
Profesión: Bachillerato y Lic.	Actitudes: Positivas a la participación Intereses: Educación, convivencia y bienestar social.	

2. 11 ANÁLISIS FODA

Luego de haber analizado los diferentes niveles del problema, sus causas y consecuencias, así como los actores que intervienen en cada uno de ellos, esta etapa del trabajo buscará ahondar en las características de estos actores. Asimismo, permitió obtener un diagnóstico preciso para tomar decisiones acordes con los objetivos planeados en la formulación del plan comunicativo, pues identificamos, los siguientes factores de los residentes de San Andrés, por lo cual el siguiente cuadro ordenará estas cuestiones.

Fortalezas (Aspectos críticos positivos con los que se cuenta)	Oportunidades (factores positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas)	Debilidades (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir)	Amenazas (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos)
Participación Actitud positiva Cambio de conducta efectiva Disposición a colaborar con el plan comunicativo Conscientes de las consecuencias que ha arrojado la problemática. Requieren la transformación de un ambiente insano a uno sano	La mayoría de los sondeados cuentan con servicio de internet. La mayoría pertenece a una red social en internet como <i>Facebook, Instagram</i> y <i>Pinterest</i> . Aprovechar la disposición de las instituciones y vincular al Centro comunitario de San Andrés, con la ONG “reciclar para ayudar” para lograr espacios físicos y capacitación profesional. Aprovechar el interés por parte del CECADESU para poder solventar el proyecto y obtener material didáctico de información. Se gestionará con el apoyo del CECADESU y sus convocatorias, para que el	Carencia de información. Mala organización e incertidumbre a exigir sus derechos. Poca presencia de valores culturales en la comunidad de San Andrés. . Ausencia de medios locales que propicien la difusión. Incumplimiento por parte de las autoridades.	Minimización del problema por parte de las autoridades. Ineficiencia de las autoridades. Deficiencia del sistema educativo hacia la cultura del medio ambiente Invasión de transeúntes eventuales que tiran basura dentro la comunidad de San Andrés. Ineficiencia del servicio de limpia de la delegación Iztapalapa. Falta de infraestructura.

	desarrollo del proyecto se expanda a nivel Distrito Federal. Se estimulará a los habitantes de la comunidad de San Andrés hacia el aprendizaje de nuevas habilidades que permitan el crecimiento cultural.		
--	--	--	--

A partir de los aspectos expuestos con anterioridad, en el próximo capítulo se presenta un resumen sociocultural, señalando los aspectos que impiden la transformación deseada, así como los recursos disponibles que apoyan la realización y desarrollo del plan comunicativo.

CAPÍTULO III

Plan comunicativo

Antes de comenzar con la propuesta del plan estratégico para la solución del problema, nos parece pertinente expresar las conclusiones del diagnóstico sociocultural arrojado por nuestra previa investigación. Con esto, se pretende reconocer cuáles son los obstáculos que dificultan la transformación que el presente plan comunicativo propone lograr, y además, señalamos un pequeño inventario de los recursos disponibles, a fin de generar estrategias que afronten la mayor cantidad de aspectos.

Dentro de la comunidad de San Andrés, la falta de comunicación ha sido un elemento constate, ya que existen rupturas en las interacciones a partir de la presencia de un entorno alterado por la basura, incluso algunos individuos de la comunidad han adoptado actitudes poco proclives a la toma de decisiones en colectividad (esto se refleja en los actos ejecutivos, de redactar letreros en cartulina que apelan a la amenaza y a la violencia). Otro factor relevante ha sido la falta de espacios de intercambio y de puesta en común, pues los únicos lugares de afluencia dentro de la comunidad, son la iglesia y el mercado, sin embargo, en este caso, estos espacios no son aptos para el diálogo y la organización de los individuos.

Asimismo, al notar un entorno sucio y erosionado, notamos que la falta de información y educación en materia ambiental es otro factor constante. En este sentido, el desconocimiento de alternativas viables hacia el manejo de residuos, ha ocasionado un déficit de sensibilización y concientización ante las consecuencias que ocasiona el arrojar residuos en la calle, tales como: el deterioro de las condiciones del entorno, en las áreas de convivencia, de salud pública, áreas verdes, el suelo, la obstrucción del alcantarillado, producción de plagas y roedores, etc. De igual manera, la carencia de infraestructura para el manejo y almacenamiento de sus residuos y de un sistema de limpieza efectivo, denota la falta

de organización entre los habitantes para solicitar el apoyo a las autoridades correspondientes ya que no existe gestión u organización por parte de la comunidad, ni de grupos activos.

Por otro lado, el inventario de los recursos disponibles es el siguiente:

La comunidad cuenta con espacios de interacción como son: Escuelas, un Centro comunitario, un Centro de salud, una Iglesia, dos Centros deportivos, así como Redes Sociales en Internet, etc. Los cuales, serán áreas propicias tanto para la difusión, como para generar actividades de puesta en común. Asimismo, existe disposición activa por parte de los habitantes y de instituciones que desean participar en la transformación de un entorno sano y limpio a través de nuestro plan comunicativo.

Aunado a lo anterior, existe apoyo en pláticas de salud pública por parte del promotor del Centro Comunitario, el cual busca ampliar el panorama de la problemática de tirar residuos sólidos a la calle y las ventajas de mantener un entorno sano. También, existe apoyo de material impreso para la difusión (folletos, manuales, trípticos, infografías, etc.) por parte de dependencias gubernamentales como lo es el CECADESU. Otras aportaciones que forma parte de la capacitación en el manejo adecuado e íntegro de residuos sólidos y de talleres de permacultura, proviene de la ONG llamada: “Reciclar para ayudar”. En cuanto a la creación de actividades lúdicas y recreativas, solicitamos el aporte del taller de teatro independiente de la UACM, el cual busca motivar la conciencia y la necesidad de crear hábitos en materia de reciclaje, reutilización y reducción de residuos a través de pequeñas muestras teatrales. También, aprovecharemos los servicios de limpia y de instalación de contenedores para el manejo de residuos sólidos que proporciona el Centro de Servicios y Atención Ciudadana (CESAC) de la delegación Iztapalapa a los habitantes de esa demarcación.

Por último y no menos importante, contamos con una convocatoria abierta por parte de instituciones gubernamentales como la SEMARNAT y el CECADESU para el posible financiamiento del proyecto, siempre y cuando se cubran todos los requisitos de manera puntual y correcta incluidos en la convocatoria.

3.1 PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PLAN

Dada la importancia de lo anterior, la propuesta de este plan comunicativo se dirige, no sólo hacia la creación de espacios de interacción que apoyen el fomento de prácticas comunicativas adecuadas y se propicie la Animación Sociocultural, sino también, al bienestar social y ambiental, a crear mejoras en la calidad de vida de los habitantes, a lograr la participación, formación, educación ambiental, cohesión, organización, sensibilización, cambios positivos en la conducta, adopción de nuevas aptitudes y actitudes, e información adecuada y efectiva, cuyo resultado propiciará oportunidades de participación en la toma de decisiones que afectan las propias vidas de los habitantes de San Andrés Tomatlán. y para lograr esta transformación deseada, los objetivos son los siguientes:

General:

- Promover un plan de comunicación integral que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculos, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán gestione su derecho a gozar de un ambiente sano.

Específicos:

- Impulsar la vinculación interinstitucional para que se involucre, tanto a los habitantes y las instituciones de San Andrés Tomatlán como a organismos externos, a fin de articular y coordinar grupos de trabajo para la realización de actividades colectivas referentes a la gestión integral de residuos.
- Crear campañas de difusión e información que promuevan las prácticas ecológicas como lo es el reciclaje, la reutilización, el consumo responsable y la gestión integral de residuos, puesto que la comunidad requiere informarse, sensibilizarse, concientizarse, y construir sentidos positivos hacia el tema del cuidado medioambiental.
- Ampliar la participación de los habitantes de San Andrés Tomatlán mediante la creación de espacios de encuentro, convivencia y puesta en común, que propicien actividades lúdicas, festivas, animadas y recreativas cuyo tema central sea el cuidado medioambiental.
- Incrementar el conocimiento del manejo integral de residuos, para que los habitantes de San Andrés haga frente ante los problemas que han desprendido la presencia de basura en sus calles.

3.2 SELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS.

En este apartado se desarrollarán las estrategias a implementar para lograr nuestro cometido, en la medida que se pretende abordar la problemática desde los siguientes ámbitos de la comunicación: interinstitucional, interpersonal, mediático.

Asimismo, el eje rector que articula la estrategia se dirige hacia la creación de espacios de interacción que apoyen el fomento de prácticas comunicativas adecuadas y la Animación Sociocultural. En efecto, las líneas de acción que se desprenden de esto son: bienestar social y ambiental, mejoras en la calidad de vida de los habitantes, participación, educación ambiental, cohesión social, sensibilidad, cambios positivos en la conducta, adopción de nuevas aptitudes y actitudes e información adecuada y efectiva.

Por lo tanto, comenzaremos por justificar cada una de las estrategias elegidas:

Ámbito interinstitucional, éste se tomó en cuenta, debido a que se caracteriza por aportar relaciones de calidad entre instituciones establecidas y los públicos a los que se dirige, en este caso con la comunidad de San Andrés, así como facilitar espacios de esparcimiento e integración grupal a través de proyectos colectivos. Tiene un carácter dialógico, porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.

Ámbito interpersonal, el cual, se construye continuamente a través de las negociaciones de sentido (relaciones de confianza, diálogo, puesta en común, reflexión, convenciones, etc.) durante el encuentro cara a cara. Este ámbito permite que las personas tengan más recursos y elementos, como la capacidad de dialogar y negociar soluciones

benéficas desde la igualdad, la justicia y la equidad, para afrontar conflictos y problemas, articulando voluntades para construir una trama social que detone relaciones significativas, duraderas y valiosas para el bien de la comunidad y no solo de la persona en lo individual. Es decir, este tipo de relaciones amplía la brecha hacia **la convivencia social**, cuya base radica en el respeto mutuo entre las personas, las cosas y el medio en el cual vivimos y desarrollamos nuestra actividad diaria, **hacia la participación**, en donde se establecen escenarios públicos de concertación, deliberación y formación, para fomentar la convivencia y el desarrollo de la población, así como **la organización** para la construcción de acuerdos para proponer iniciativas comunitarias que incidan, de manera directa o indirecta, en las políticas públicas y la solución de nuestros problemas.

Sin duda, es una práctica comunicativa que será de mucha utilidad para la comunidad de San Andrés, ya que ésta, ha dejado de lado el intercambio, la negociación y la construcción de acuerdos entre los habitantes para la resolución de sus problemáticas en grupo.

Ámbito Mediático, el cual tiene la capacidad de crear, mediante productos audiovisuales, digitales e impresos, un discurso capaz de transmitir y comunicar una idea con una finalidad determinada. Opera en la dimensión informativa, o sea, en los mensajes (pertinentes, en este caso) y su distribución. Cabe señalar que este ámbito tiene la capacidad de llegar a una gran cantidad de audiencia, de esta manera la cobertura del plan comunicativo será más amplia y captaremos el interés de la audiencia.

Cabe señalar que no existe una dimensión universalmente más efectiva que otra, sino que su despliegue radica a partir del análisis y reconocimiento del resultado del diagnóstico

obtenido (previa investigación de campo). Además se pretende abordar estos tres ámbitos de la comunicación para cubrir la problemática de manera integral.

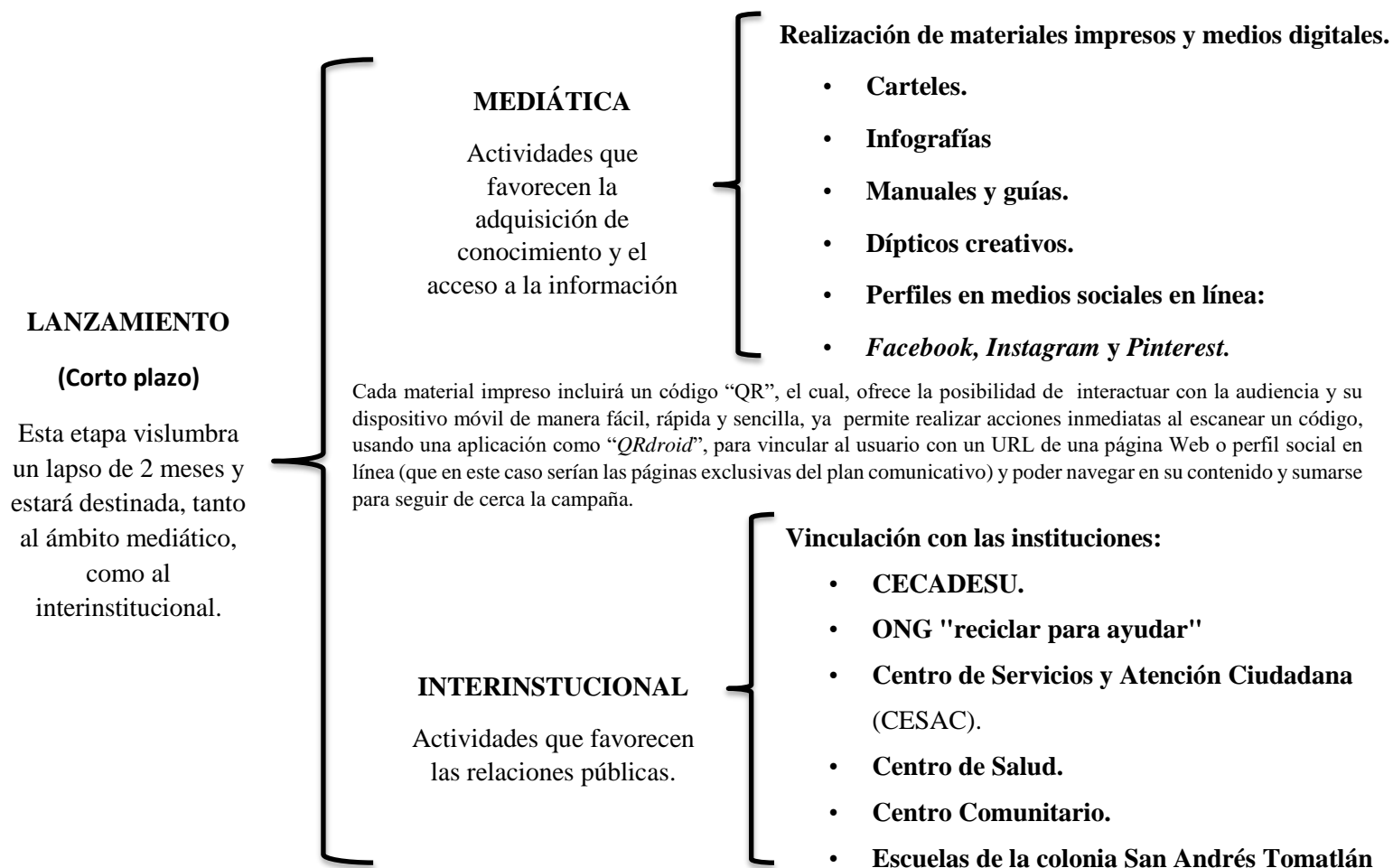
Asimismo, en el siguiente apartado se desarrollarán con más detalle los ámbitos antes mencionados, indicando el tipo de tácticas que se despliegan para cada una de ellos.

3.2.1 OBJETIVOS TÁCTICOS Y METAS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.

Para poder llevar a cabo nuestra estrategia y cumplir con su cometido, el cual es promover una comunicación íntegra dentro de la comunidad de San Andrés Tomatlán, será necesario ubicarla temporalmente y establecer las relaciones de cada estrategia con las tácticas. Cabe señalar, que los objetivos se desarrollan a lo largo de 3 años, por lo que manejamos los tiempos de la siguiente manera: **Lanzamiento, Mantenimiento y Declive.**

A continuación se presenta un cuadro que sintetiza las diversas actividades en los distintos tiempos.

3.2.1 OBJETIVOS TÁCTICOS Y METAS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.



MANTENIMIENTO

(mediano plazo).

La fase de mantenimiento comprende un lapso de 2 años. Esta etapa será la más amplia de plan comunicativo, ya que buscará la capacitación de los habitantes de San Andrés Tomatlán mediante la implementación de talleres, actividades recreativas, espacios educativos y de puesta en común, actividades lúdicas, formativas, campañas de sensibilización, etc.

INTERPERSONAL

Actividades que favorecen la vida formativa, asociativa y la atención a necesidades grupales

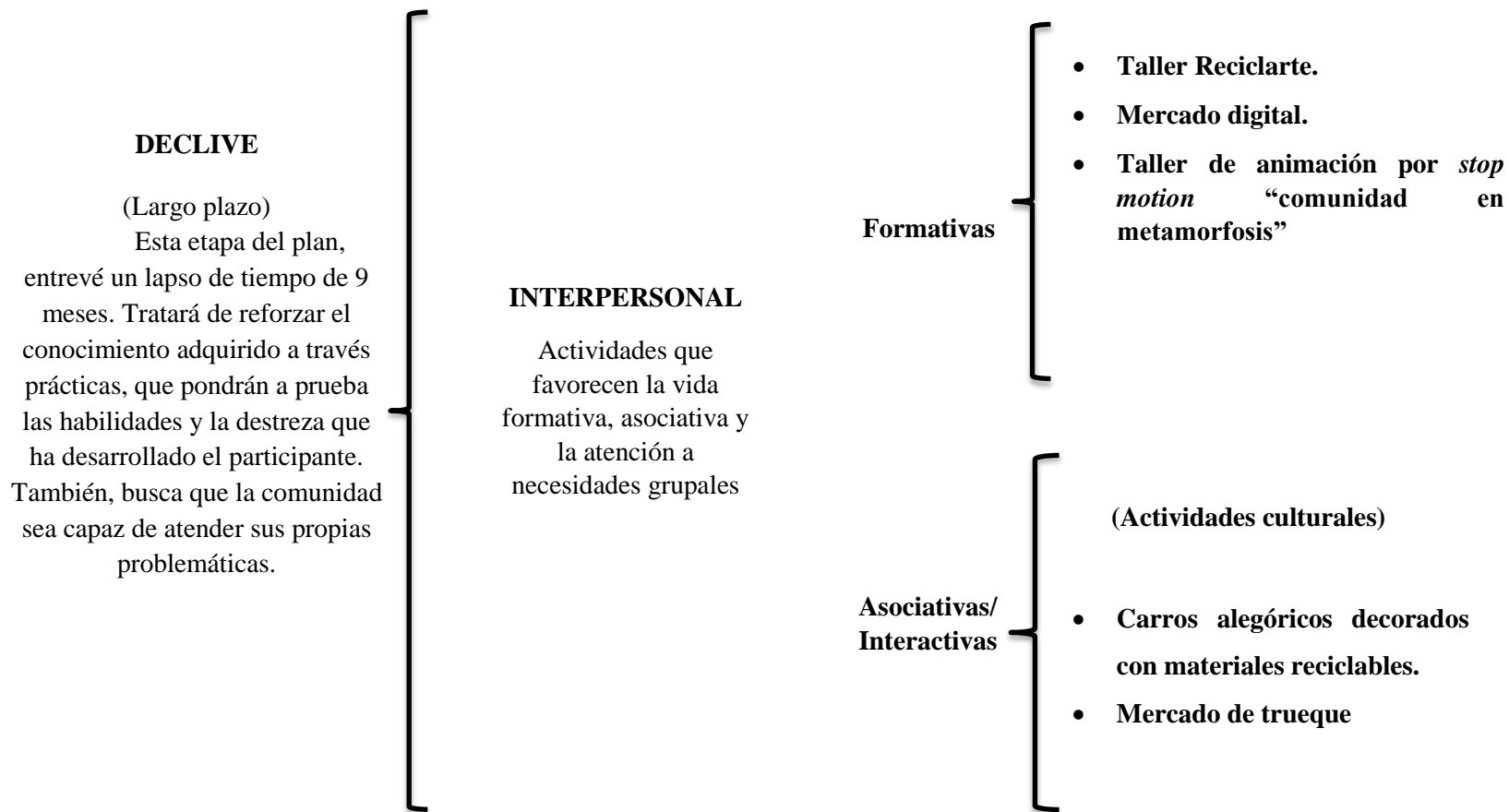
Formativas

- **Visión sistémica del medio ambiente**
- **Manejo integral de residuos**
- **El qué, cómo, dónde y para qué el manejo de residuos.**
- **Tienda de compras inteligentes**
- **Permacultura**

Asociativas/ Interactivas

(Actividades culturales)

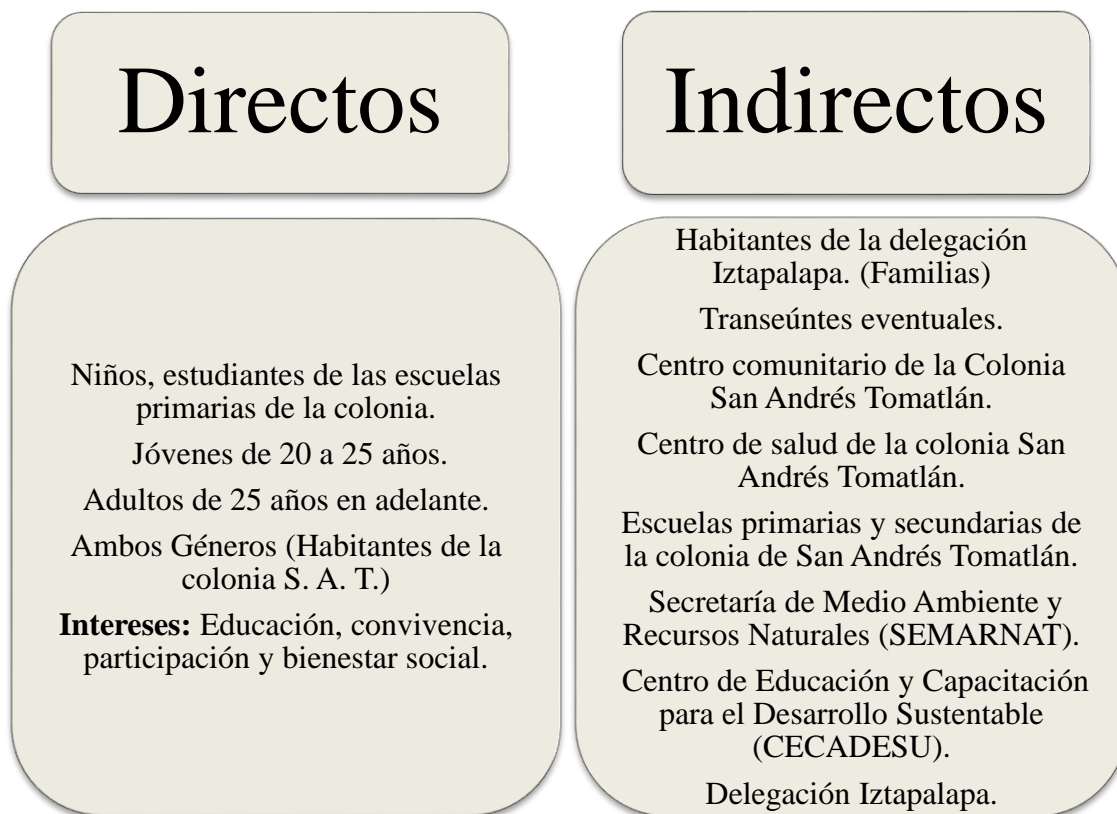
- **Mega ofrenda ecológica de día de muertos**
- **Galería fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”**
- **Teatro ambulante de la UACM: Show con marionetas para niños “¡Alto! Ni se te ocurra Mr. Basura**
- **Teatro ambulante de la UACM “primera y última llamada: si te veo te acuso”.**



En el próximo capítulo se desarrollan detalladamente cada una de las tácticas elegidas y justificando su pertinencia para el plan comunicativo.

3.3 DESTINATARIOS

Los destinatarios son los actores que tienen injerencia en los distintos niveles y aspectos del problema, el siguiente cuadro intenta ordenar esta cuestión.



Asimismo, en el siguiente apartado nos centraremos en explicar la relación entre cada objetivo con las tácticas elegidas y los resultados esperados. Posteriormente, realizamos un cuadro con 20 diferentes tácticas que hemos planeado para desarrollar el proyecto comunicativo, indicando en cada una de ellas, sus respectivas actividades, su descripción, explicación y justificación.

CAPÍTULO IV

Plan Táctico

4.1 RELACIÓN DE ESTRATEGIAS CON TÁCTICAS A IMPLEMENTAR.



Objetivo general.

Promover una comunicación integra que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculo, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán logre gestionar su derecho a gozar de un ambiente sano.

Objetivo específico.

Crear campañas de difusión e información que promuevan las prácticas ecológicas como lo es el reciclaje, la reutilización, el consumo responsable y la gestión integral de residuos, puesto que la comunidad requiere informarse, sensibilizarse, concientizarse, y construir sentidos positivos hacia el tema del cuidado medioambiental.

Resultados esperados.

Comunidad consiente y motivada ampliamente sobre la importancia y beneficio de conllevar prácticas ecológicas y de conservar un entorno sano.

Tácticas

Táctica 5: Creación de carteles, trípticos, manuales e infografías didácticas.

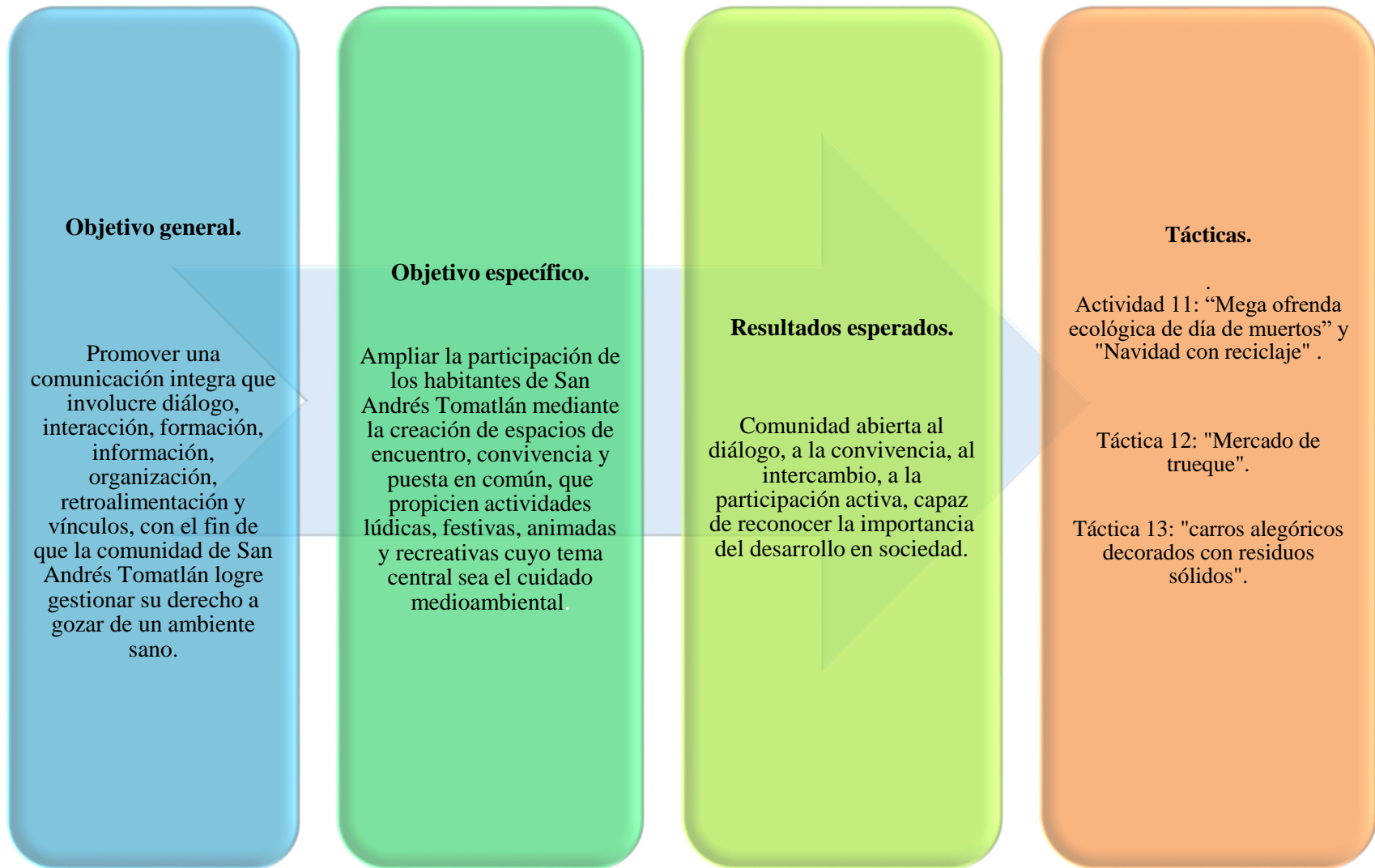
Táctica 6: Teatro ambulante de la UACM “primera y última llamada: si te veo te acuso”.

Táctica 7: Teatro ambulante de la UACM: show con marionetas para niños “¡Alto! Ni se te ocurra Mr. basura”.

Táctica 8: Galería fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”

Táctica 9: creación de redes sociales en Internet (páginas de *Facebook* e *Instagram*).

Táctica 10: Taller de animación por la técnica *stop motion* “comunidad en metamorfosis”.

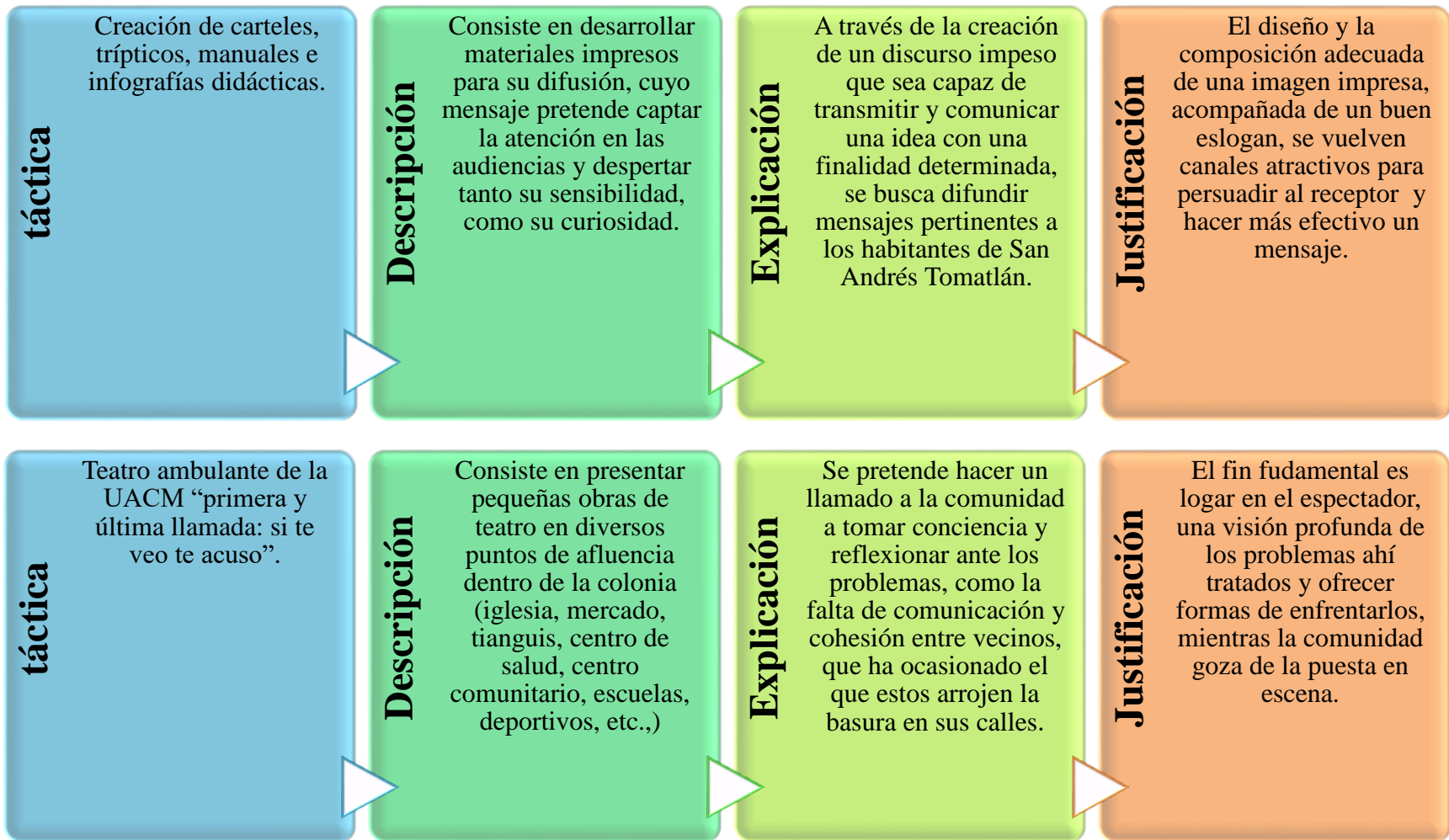


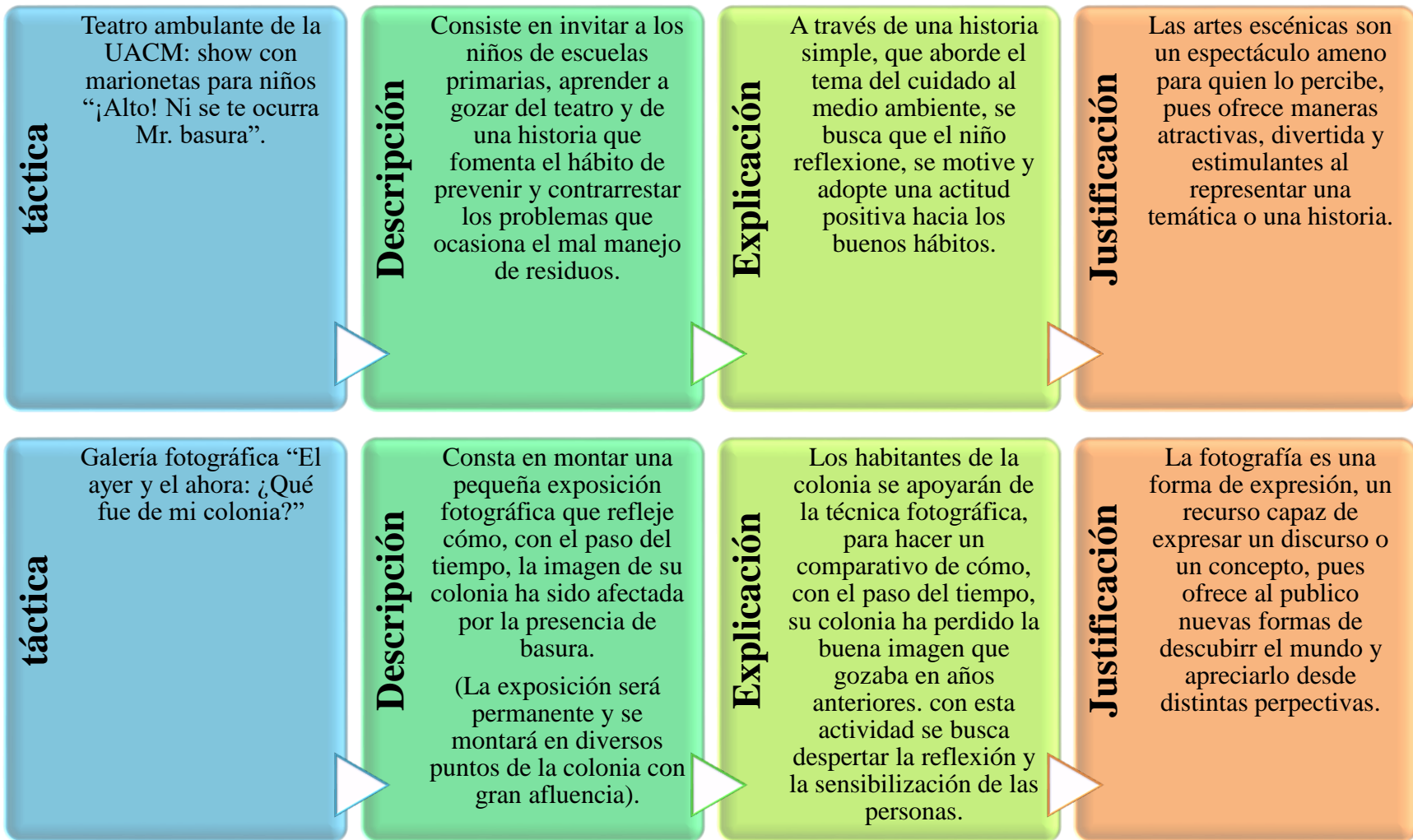


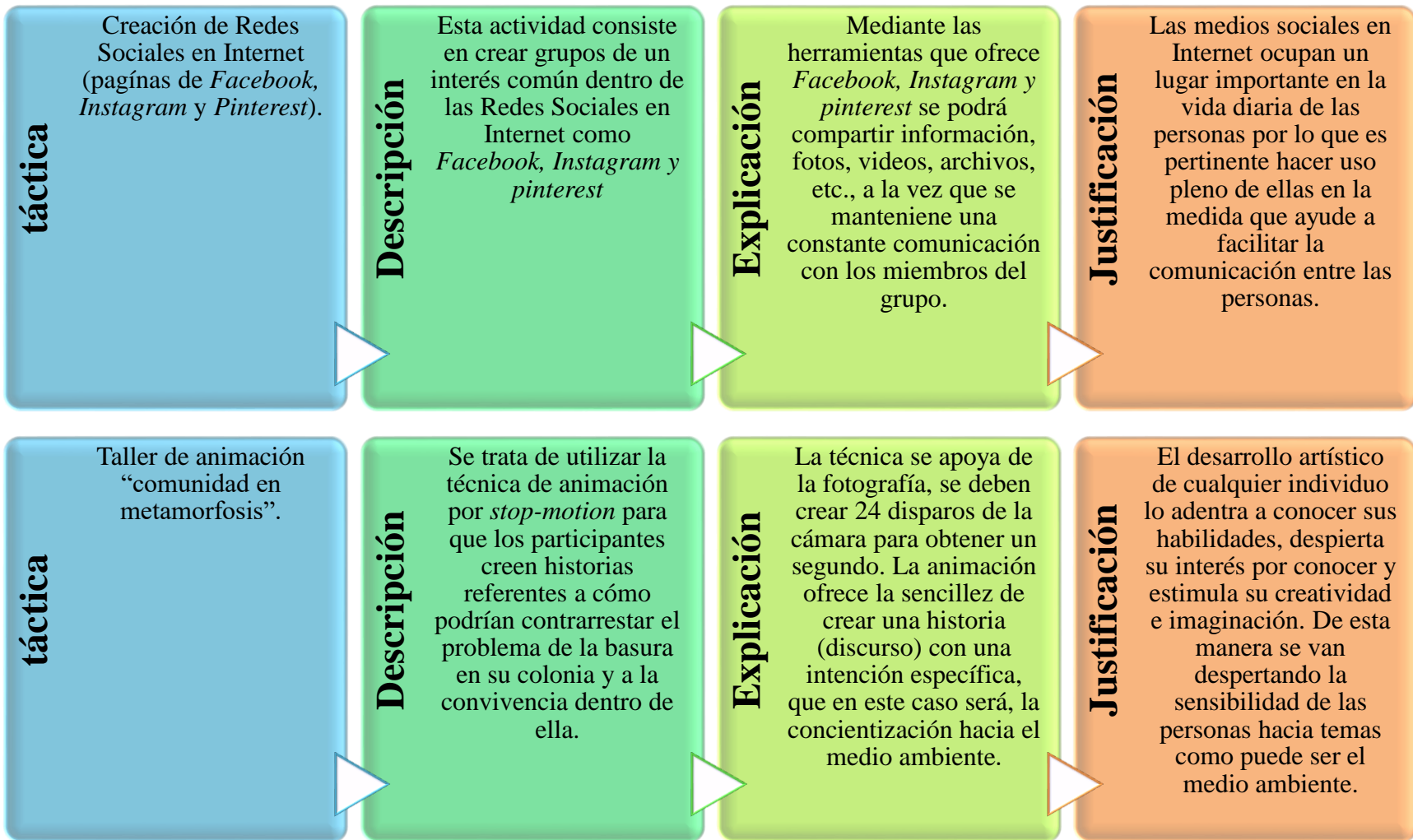
4.1.1 DISEÑO DE LAS TÁCTICAS Y JUSTIFICACIÓN.

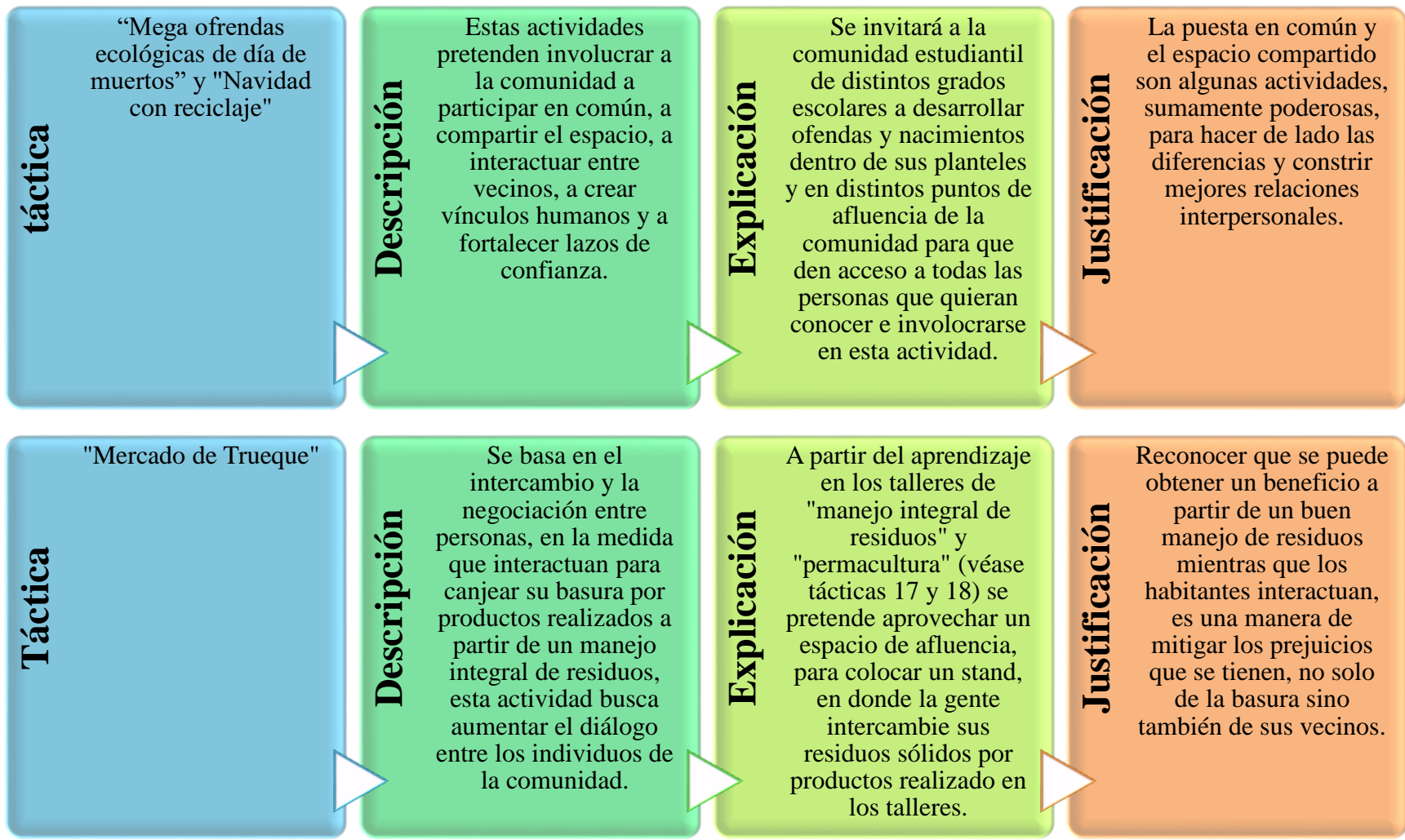


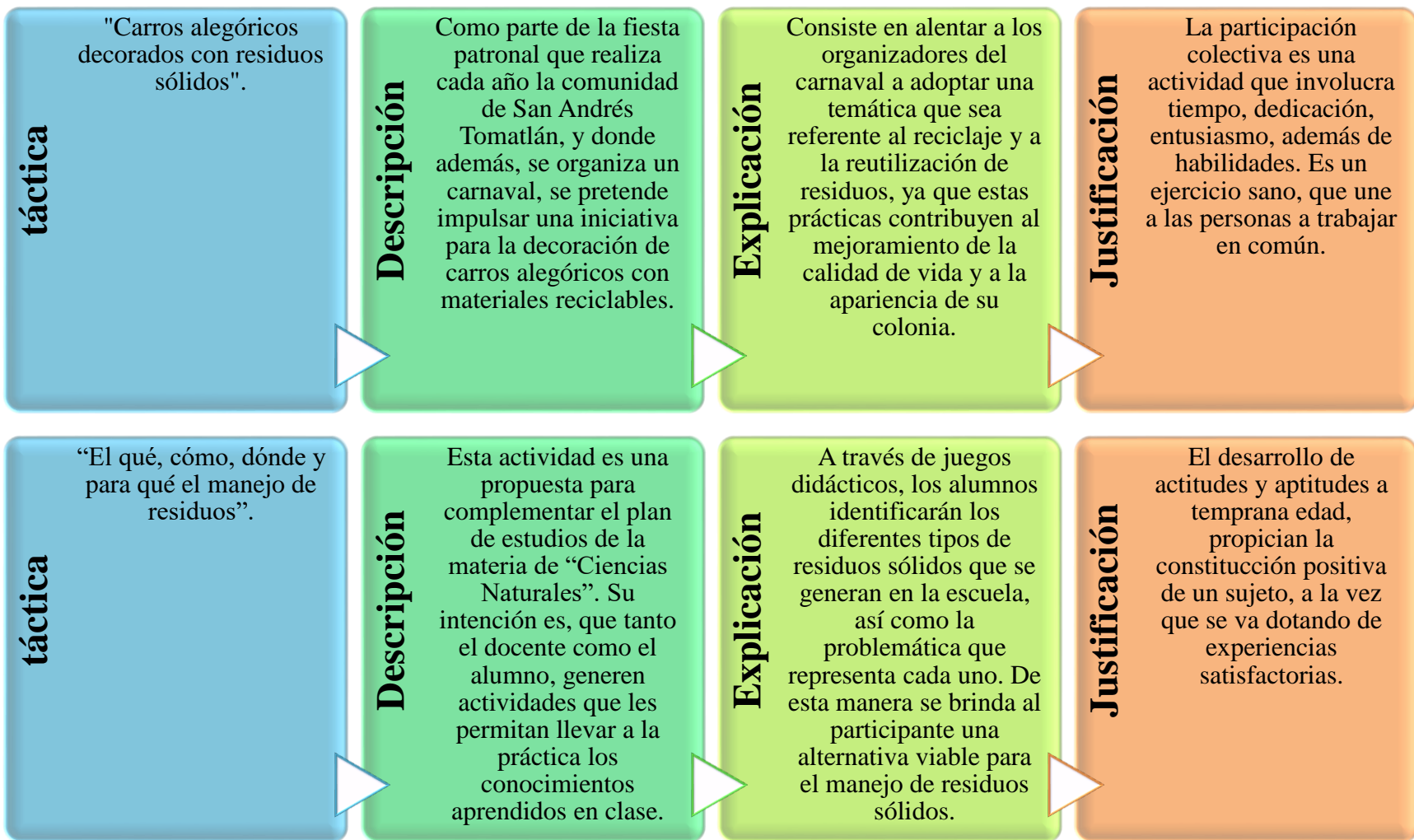


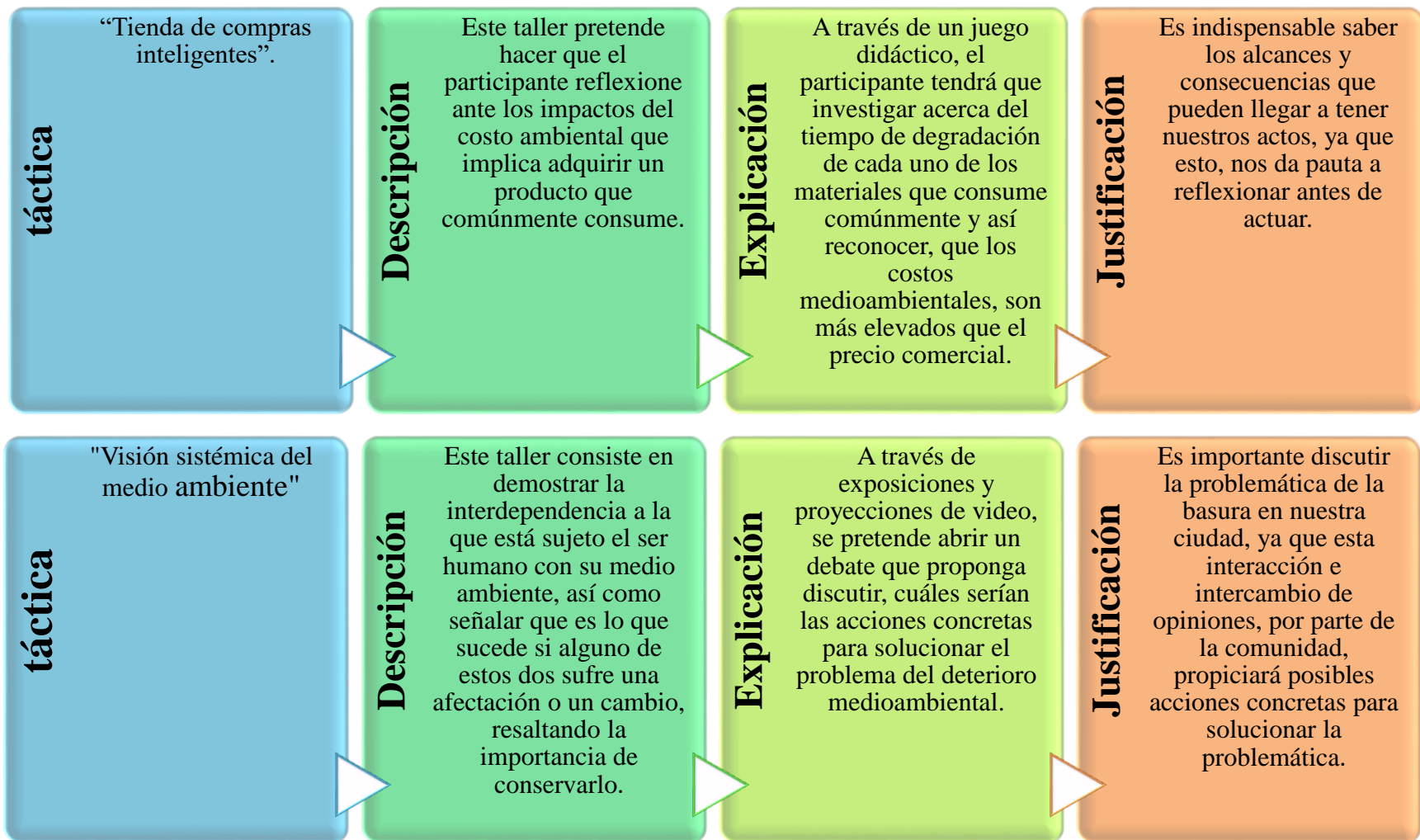


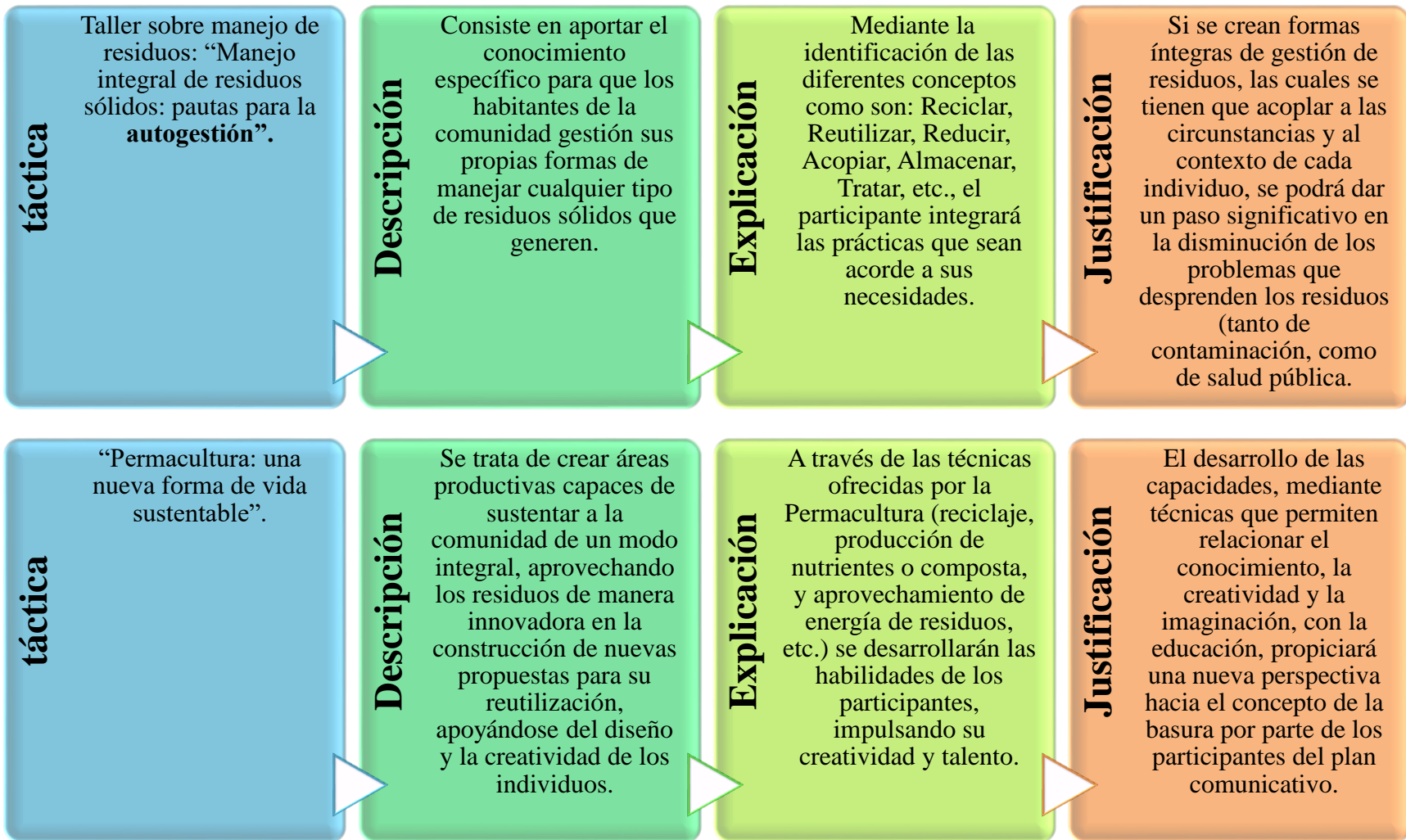














4.1.2. RECURSOS NECESARIOS (TECNOLÓGICOS, HUMANOS, ETC.).

Táctica 1: Establecer las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional.

Tipo de actividad: dialógica y organizacional.

Objetivo: conocer los objetivos, procedimientos y recursos de las instituciones con las que se pretende crear vínculos, a fin de generar acciones provechosas que sirvan a los intereses de las mismas organizaciones, al plan comunicativo, y por ende, al público beneficiado.

Duración: se sugiere que las relaciones se establezcan en un lapso no superior a los 2 meses, para comenzar con la implementación del plan. Sin embargo, se pretende que el trabajo sea constante durante el primer año, para que el comunicólogo detecte diversas áreas de oportunidad y logre crear vínculos con otras instituciones que ofrezcan recursos económicos, tecnológicos y humanos, de esta manera, se podrán proponer nuevas actividades para los talleres.

Espacio físico: No se requiere de un espacio físico debido a que se tiene que acudir a las diversas instituciones para lograr acuerdos.

Recursos humanos: 2 pasantes de la licenciatura en comunicación o afines.

Táctica 2: Participar en la convocatoria “Otorgamiento de Subsidios para Proyectos de Educación Ambiental y Capacitación para el Desarrollo Sustentable: Ejercicio Fiscal 2016” ofrecida por la SEMARNAT.

Tipo de actividad: organizacional y dialógica.

Objetivo: obtener el subsidio para poder sufragar nuestro plan comunicativo y de esta manera lograr que los grupos organizados, dentro de la colonia San Andrés Tomatlán, contribuyan a la formación de una sociedad responsable y participativa, con educación y cultura de sustentabilidad ambiental.

Duración: se requiere un mes para realizar un documento que cubra todos los lineamientos señalados en la convocatoria y posteriormente enviarlo antes del cierre.

Espacio físico: Centro comunitario.

Recursos humanos y técnicos:

- 1 comunicólogo.
- 1 computadora de escritorio.
- Impresora.
- Apoyo de un especialista en materia del cuidado medioambiental.
- Hojas de papel.
- Internet.

Táctica 3: Solicitar al Centro de Servicios y Atención Ciudadana (CESAC) de la delegación Iztapalapa, la instalación de infraestructura en materia de reciclaje (contenedores de basura de colores).

Tipo de actividad: organizacional. Dialógica.

Objetivo: proporcionar a la población de San Andrés Tomatlán la infraestructura adecuada para el manejo de residuos, en la medida que se instalan contenedores de reciclaje.

Duración: Durante 1 semana se elaborará un escrito con argumentos sólidos que hagan petición al CESAC de otorgar la infraestructura adecuada para el manejo de residuos.

Espacio físico: Centro comunitario.

Recursos técnicos y humanos:

- 1 representante de la comunidad.
- 1 comunicólogo.
- 1 computadora de escritorio.
- Hojas de papel.
- Impresora.
- Internet.

Táctica 4: Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres educativos hacia el cuidado del medio ambiente, dentro del centro comunitario.

Tipo de actividad: organizacional y dialógica.

Objetivo: Consiste en adecuar espacios físicos de acuerdo a las necesidades de cada taller para que se realicen a cabo las diversas actividades lúdicas, orgánicas, recreativas, etc., las cuales generarán participación, cohesión, desarrollo cultural y educación.

Duración: 3 semanas para su realización.

Espacio Físico: Centro comunitario.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 1 pasante de la licenciatura de artistas plásticas.
- 5 Mesas de trabajo (4m de largo por 1m de ancho).
- Pantalla Sony LED 32”.
- 1 pasante de la licenciatura en comunicación o afines.
- 1 Experto en manejo y gestión de residuos.
- 4 Lámparas de led para iluminación.
- Proyector marca Epson.

Táctica 5: creación de medios: carteles, trípticos, manuales e infografías didácticas.

Tipo de actividad: difusiva, publicitaria, informativa y educativa

Objetivo: Mediante campañas de difusión se pretende ampliar la motivación de recurrir a prácticas ecológicas, como lo es el reciclado, la reutilización, el consumo responsable y la gestión integral de residuos, pues la comunidad requiere sensibilizarse, concientizarse, y así construir sentidos positivos hacia el tema del cuidado medioambiental.

Duración y espacio físico: Se prevé un lapso de 2 meses para lanzar la convocatoria, sin embargo, la frecuencia de los mensajes mediante carteles, infografías y medios digitales se debe de mantener en constante emisión, puesto que, una de las estrategias del marketing sugiere crear contenidos constantemente para que se mantenga una estrecha relación con la audiencia y esta no abandoné el interés hacia la campaña.

Es espacio físico: se ubica dentro del centro comunitario de San Andrés Tomatlán.

Recursos técnicos y humanos:

- 1 Diseñador gráfico.
- 1 comunicólogo.
- 1 Escáner.
- 2 computadoras de escritorio.
- 100 Lápices.
- 100 Gomas.
- 1 ilustrador.
- Programas para diseñar e ilustrar (*Adobe Photoshop* CC 2014 y *Adobe Indesign* CC 2014, y *Adobe Illustrator* CC 2014).
- 100 Plumas.
- 5 Saca puntas.

Táctica 6: Teatro ambulante de la UACM “primera y última llamada: si te veo te Acuso”

Tipo de actividad: concientizar, sensibilizar, formativa, informativa y educativa.

Objetivo: Consiste en invitar a los niños de escuelas primarias, aprender a gozar del teatro y de una historia que fomenta el hábito de prevenir y contrarrestar los problemas que ocasiona el mal manejo de residuos.

Duración: 1 vez por mes durante los 3 años que dura la campaña.

Espacio físico: Las muestras de teatro se realizarán en lugares públicos y de gran afluencia, por ejemplo, las escuelas primarias, centros deportivos, parques, plazas, iglesia, explanadas, centro comunitario, mercados, centro de salud etc.

Personal necesario y recursos técnicos:

- Taller de teatro de la UACM
- 2 Mesas
- Escenografía
- Vestuario
- 1 Transporte
- 1 Micrófonos
- utilería
- 15 Sillas
- 1 Escenario
- Maquillaje
- Residuos
- 2 Altavoces
- 1 Altoparlante

Táctica 7: Teatro ambulante de la UACM: show con marionetas para niños “¡Alto! Ni se te ocurra Mr. basura”

Tipo de actividad: concientizar, sensibilizar, formativa, informativa y educativa.

Objetivo: como parte del objetivo de sensibilización y formación, se invita a los niños de escuelas primarias aprender a prevenir y contrarrestar los problemas que ocasiona el mal manejo de residuos, pues el teatro ofrece recomendaciones y sugerencias de cómo y qué hacer con los residuos que producen en casa, a través de una manera divertida y estimulante.

Duración: 1 vez por mes durante los 3 años que dura la campaña.

Espacio físico: Las muestras de teatro se realizarán en lugares públicos y de gran afluencia, por ejemplo, las escuelas primarias, centros deportivos, parques, plazas, iglesia, explanadas, centro comunitario, mercados, centro de salud etc.

Recursos humanos y técnicos:

- Taller de teatro de la UACM (actores)
- 1 Escenario
- 2 Mesas
- utilería
- Vestuario
- 1 Transporte
- 1 Micrófonos
- 5 Marionetas
- Escenografía
- 15 Sillas
- Maquillaje
- Residuos sólidos urbanos
- 2 Altavoces
- 1 Altoparlante

Táctica 8: Galería fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”

Tipo de actividad: concientizar, sensibilizar, formativa, informativa y educativa.

Objetivo: Tanto el autor de la obra, como la audiencia, reflexionarán acerca, de cómo con el paso del tiempo, su colonia ha sido deteriorada por la presencia de basura en sus calles.

Duración: para la realización de esta actividad se estiman 3 meses. El primer mes estará destinado a abrir una convocatoria para ir recibiendo y recopilando fotografías de todos los participantes. Los meses restantes se destinarán a la impresión de las fotografías en vinil (de 1.20 de alto por 1.80 de ancho) y al montaje y colocación de la exposición en diversos puntos de afluencia de la colonia.

Espacio físico: Las muestras de teatro se realizarán en lugares públicos y de gran afluencia, por ejemplo, las escuelas primarias, centros deportivos, parques, plazas, iglesia, explanadas, centro comunitario, mercados, centro de salud etc.

Recursos humanos y técnicos:

- Participantes.
- 1 computadora de escritorio.
- 20 Impresiones en vinil (1.20x1.80).
- 1000 Tornillos o pijas de ¼ para tablaroca.
- 1000 taquetes de plástico.
- 1000 tornillos para madera.
- Fotografías.
- 1 Programa de edición (Photoshop cc).
- 20 Hoja de triplay de 6mm para bases de las impresiones.
- 1000 Rondanas.
- 1 Taladro black&decker.
- 1000 clavos.

Táctica 9: Creación de medios digitales

Tipo de actividad: mediática, informativa, difusiva y concientizar.

Objetivo: Utilizar algunos medios sociales en línea como espacios que refuercen la integración con la comunidad, cuyo fin pretende facilitar la comunicación, el acercamiento, la interacción, la retroalimentación y la organización. Por ello, se utilizarán las herramientas que ofrecen *Facebook*, *Instagram* y *Pinterest*, tales como el chat en línea, el intercambio de información por medio de archivos adjuntos (fotos, videos, imágenes, etc.) compartir intereses, opiniones, propuestas, así como la edición y publicación de mensajes o contenidos.

Duración: se requiere de dos meses para la elaboración de las páginas. Posteriormente, se mantendrá la constante creación de contenidos durante la duración del plan comunicativo (3 años)

Espacio Físico: Centro comunitario

Recursos Humanos y técnicos:

- 1 Comunicólo o *Comunity manager* (que conozca sobre comunicación en línea, haciendo uso de los nuevos canales *Facebook*, *Instagram* y *Pinterest*).
- Creación de la página grupal *Facebook*
- Creación de cuenta en *Pinterest*
- 1 computadora
- Creación de cuenta en *Instagram*

Táctica 10: Taller de animación por la técnica *stop motion* “comunidad en metamorfosis”.

Tipo de actividad: recreativa, artística, formativa y educativa.

Objetivo: Se trata de utilizar la técnica de animación por stop-motion para que los participantes creen historias referentes a cómo podrían contrarrestar el problema de la basura en su colonia y a la convivencia dentro de ella.

Duración: se prevén 6 meses para su realización.

Espacio Físico: Centro comunitario.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 1 cámara digital (réflex o de cualquier celular).
- 1 computadora de escritorio.
- 1 comunicólogo.
- 1 programa para edición (*Adobe Premiere CC 2014*).
- 1 proyector marca Epson.

Actividad 11: “Mega ofrenda ecológica de día de muertos”

Tipo de actividad: dialógica, recreativa, interpersonal, educativa.

Objetivo: involucrar a la comunidad a participar en común, a compartir el espacio, a interactuar entre vecinos, a crear vínculos humanos, a fortalecer lazos de confianza y transmitir tradiciones dándoles un giro creativo.

Duración: Se requiere de dos semanas antes de la celebración del día de muertos. Cada año se realizará esta actividad.

Espacio Físico: Escuelas, espacios públicos, centro comunitario, explanada de la iglesia de San Andrés Tomatlán, etc.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes
- Residuos sólidos (Botellas de plástico o PET, envases de vidrio, hojas de papel, madera, cartón, aluminio, etc.).
- Papel picado.
- Fruta.
- Flores de cempasúchil.
- Veladoras.
- Aserrín.
- Pintura vegetal.
- Calaveras de dulce.
- Copal.
- Pan de muerto.
- Mesas.
- Fotografías.

Táctica 12: "Mercado de trueque".

Tipo de actividad: dialógica, recreativa, educativa.

Objetivo: A partir del aprendizaje en los talleres de "manejo integral de residuos", "reciclarte" y "permacultura" se pretende aprovechar un espacio de afluencia, para colocar un stand para que la gente pueda intercambiar sus residuos sólidos por productos realizado en los talleres.

Duración: esta actividad se realizará cada 6 meses durante los 3 años que dure el plan comunicativo.

Espacio Físico: Explanada de la Iglesia de San Andrés Tomatlán.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- Sillas.
- Residuos sólidos.
- Cartulina.
- 1 báscula.
- Mesas.
- Artefactos de intercambio producidos en los talleres.
- Vegetales.
- Plumones.
- Bolsas de plástico.

Táctica 13: "carros alegóricos decorados con residuos sólidos".

Tipo de actividad: recreativa, dialógica y educativa.

Objetivo: Como parte de la fiesta patronal que realiza cada año la comunidad de San Andrés Tomatlán, y donde además, se organiza un carnaval, se pretende impulsar una iniciativa para la decoración de carros alegóricos con materiales reciclables.

Duración: esta actividad se realizará 5 meses antes de comenzar con la celebración anual de su carnaval.

Espacio Físico: centro comunitario y casas de los organizadores.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- Pegamento.
- 1000 Globos.
- Gasolina.
- Dulces.
- Silicón.
- Residuos sólidos (Botellas de plástico o PET, envases de vidrio, hojas de papel, Madera, cartón, unicef, aluminio, etc.).
- Papel crepé.
- Telas (retazos).
- Serpentina.
- Tijeras.
- Carro.
- Confeti.

Táctica 14: El qué, cómo, dónde y para qué el manejo de residuos.

Tipo de actividad: lúdica, dialógica, formativa y educativa.

Objetivo: Las actividades consisten en crear juegos didácticos en donde los alumnos identificarán los diferentes tipos de residuos sólidos que se generan en la escuela, así como la problemática que representa cada uno de ellos y posteriormente brindarles alternativas creativas y viables para el manejo de residuos sólidos, ya sea reciclando, reutilizando, acopiarlos para su venta, etc.

Duración: se prevé un lapso de 2 meses (al inicio de cada ciclo escolar) para su realización, por ser una actividad que acompaña al plan de estudios de la materia de biología en las escuelas primarias, por lo que se realizará una actividad distinta para cada bloque.

Espacio físico: Escuelas primarias (salón de clases o sala de usos múltiples).

Recursos humanos y técnicos:

- Participantes (Alumnos y maestros).
- Plumones.
- 1 juego de memoria o memorama.
- 1 juego de dados.
- 1 experto en manejo de residuos miembro de la ONG “reciclar para ayudar”
- Contenedores de basura de distintos colores (gris, verde, amarillo y azul).
- Hojas de papel.
- Fichas de colores hechos de cartulina (rojo, amarillo y negro).

Táctica 15: “Visión sistémica del medio ambiente”.

Tipo de actividad: dialógica, formativa y educativa.

Objetivo: A través de exposiciones y proyecciones de video que contemplen temáticas referentes al manejo integral de residuos, se pretende abrir un debate que proponga discutir cuáles serían las acciones concretas para solucionar los problemas que han ocasionado la presencia de basura en sus calles. Esta actividad también podría acompañar al plan de estudios de la materia de biología en las escuelas primarias.

Duración: se requiere de 1 meses para su realización.

Espacio Físico: Centro comunitario, Escuelas primarias (salón de clases o sala de usos múltiples)

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 1 experto en manejo de residuos miembro de la ONG “reciclar para ayudar.
- 1 Pantalla.
- 1 hojas de papel.
- Plumas.
- 1 comunicólogo.
- 1 Proyector marca *Epson*.
- 1 computadora de escritorio.
- Lápices.

Táctica 16: “Tienda de compras inteligentes”.

Tipo de actividad: Lúdica, recreativa, dialógica, educativa y formativa.

Objetivo: que el participante reflexione ante los impactos del costo ambiental que implica adquirir un producto que comúnmente consume. Esta actividad también podría acompañar al plan de estudios de la materia de biología en las escuelas primarias,

Duración: se entrevé un lapso de 1 mes para su realización.

Espacio Físico: Centro comunitario, Escuelas primarias (salón de clases o sala de usos múltiples)

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 1 experto en manejo de residuos miembro de la ONG “reciclar para ayudar.
- Productos naturales (fruta o verdura).
- 2 mesas.
- Billetes de juguete.
- Calculadora.
- Lápices.
- Residuos sólidos limpios (botellas de plástico o PET, envases de vidrio, hojas de papel, madera, cartón, aluminio, etc.).
- Cinco estantes para acomodar los productos (guacales o cajas).
- 1 caja registradora (hecha de cartón).
- Bolsas.
- Hojas de papel.

Táctica 17: Taller sobre manejo de residuos: “Manejo integral de residuos sólidos: pautas para la autogestión”.

Tipo de actividad: formativa, educativa.

Objetivo: Mediante la incorporación de conceptos como: el reciclaje, reutilización, reducción, acopio, almacenamiento, recolección, transportación, transferencia, tratamiento, y disposición de los residuos. Se pretende aportar el conocimiento específico para para que los habitantes de la comunidad gestión sus propias formas de manejar cualquier tipo de residuo sólido que produzcan. Esta actividad también podría acompañar al plan de estudios de la materia de biología en las escuelas primarias,

Duración: se requiere de 4 meses para su realización

Espacio Físico: Centro comunitario, Escuelas primarias (salón de clases o sala de usos múltiples)

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 1 experto en manejo de residuos miembro de la ONG “reciclar para ayudar.
- Residuos sólidos limpios (botellas de plástico o PET, envases de vidrio, hojas de papel, madera, cartón, aluminio, etc.). recogidos de la calle, de la misma escuela o de sus hogares.
- Contenedores de tres colores (verde, gris, amarillo y azul).
- Tarjetas de colores (Amarilla, roja y negra).

Táctica 18: “Permacultura: una nueva forma de vida sustentable”.

Tipo de actividad: lúdica, recreativa, formativa y educativa.

Objetivo: A través de las técnicas ofrecidas por la Permacultura (reciclaje, producción de nutrientes o composta y aprovechamiento de la energía que tienen los residuos, etc.) se desarrollarán las habilidades de los participantes, impulsando su creatividad y talento.

Duración: se requiere de 4 meses para cada una de las alternativas que ofrece esta práctica, es decir, 4 meses para la construcción de huertos urbanos, 4 meses para composta humus, 4 meses para la construcción de artefactos para el aprovechamiento de energía, etc.

Espacio Físico: Centro comunitario.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 1 experto en manejo de residuos miembro de la ONG “reciclar para ayudar.
- 2 artistas especializados en crear obras a partir de residuos sólidos.
- Residuos sólidos orgánicos. (sobras de comida, fruta, pasto, hojas, etc.)
- 5 mesas de madera de 4x2m
- Silicón.
- 1 Martillo.
- 3 Tijeras para cortar aluminio.
- Tubos de PVC (1 tramo de 9metros).
- Plantas.
- 100 metros de alambre galvanizado
- Residuos sólidos limpios (botellas de plástico o PET, envases de vidrio, hojas de papel, madera, cartón, aluminio, llantas, etc.).
- Guacales o cajas).
- Tornillos.
- Bolsas.
- Pegamento.
- 100 metros de alambre recocado
- . Tierra negra.
- 10 Macetas.
- 2 rollos de papel cartoncillo.

Táctica 19: “Reciclarte”.

Tipo de actividad:

Objetivo: Esta actividad pretende llevar al límite la creatividad, pues su objetivo es que el participante cree artefactos con materiales reciclables y que además su obra aporte una visión más amplia de ver a la basura como un desecho inservible. Mediante la reutilización de residuos sólidos como el plástico, vidrio, metal, cartón, aluminio, etc., y el uso creativo de estos, se pretende producir obras artísticas que reflejen la importancia de reutilizar los residuos que comúnmente producimos y desechamos.

Duración: se requiere de un proceso de elaboración de 6 meses, sin embargo, el taller estará constantemente innovando nuevas formas de crear productos.

Espacio Físico: Centro comunitario

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes.
- 2 artistas especializados en crear obras a partir de residuos sólidos.
- 2 mesas.
- Silicón.
- 1 Martillo.
- Lápices.
- Tijeras para cortar aluminio.
- Alambre galvanizado.
- 100 metros de lija para madera.
- Residuos sólidos limpios (botellas de plástico o PET, envases de vidrio, hojas de papel, madera, cartón, aluminio, llantas, etc.).
- Tornillos.
- Bolsas.
- Hojas de papel.
- Pegamento.
- Alambre recocado.
- Papel cartoncillo.
- 100 metros de lija de agua.

Táctica 20: Mercado digital “promueve tus productos”.

Tipo de actividad: difusiva, formativa y económica.

Objetivo: La creación de artefactos, producidos a partir del reaprovechamiento de los residuos en el taller de “permacultura” y “reciclarte”, serán puestos a la venta en diversas medios sociales en línea. De esta manera se pretende resignificar el concepto que comúnmente tenemos acerca de la basura como un desecho inservible y sin valor.

Duración: Una vez creada la página grupal de *Facebook* “San Andrés Sustentable” e *Instagram*, se podrán crear vínculos con diversas páginas dedicadas a la venta o intercambio y de esta manera se podrán promocionar las obras.

Espacio Físico: Centro comunitario para resguardar las obras para posteriormente fotografiarlas y subirlas a los medios sociales en línea.

Recursos Técnicos y humanos:

- Participantes (artistas).
- 1 computadora.
- 1 cámara fotográfica (puede ser una digital o de cualquier celular).
- Internet.

4.1.3. ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO (RECURSOS ECONÓMICOS).

Táctica 1

Establecer las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo	Tiempo estimado	Total
Pasante de la Licenciatura en comunicación.	2	\$2000.00	2 meses	\$4000.00
Monto total= \$4000.00				

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Viáticos			
Hojas blancas ecológicas	1 caja con 5000 hojas	\$506.91	\$506.00
Computadora de escritorio (Dell, procesador Intel Core DUO a 2.93 Hz, 4gb en RAM, DD de 320, con monitor de 17" led).	3	\$3,500.00	\$10,500.00
Multifuncional Canon PIXMA MG7510	1	\$2,000.00	\$2,000.00
Monto Total= \$17,006.00			

Costo total: \$17,006.00

Táctica 2

Participar en la convocatoria “Otorgamiento de Subsidios para Proyectos de Educación Ambiental y Capacitación para el Desarrollo Sustentable: Ejercicio Fiscal 2016” ofrecida por la SEMARNAT.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo	Tiempo estimado	Monto total
Pasante de Lic. en comunicación	1	\$1000.00	1 mes	\$1000.00
Especialista en proyectos ambientales.	1	\$3000.00	1 mes	\$3000.00
				Monto total= \$4000.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio (Dell, procesador Intel Core DUO a 2.93 Hz, 4gb en RAM, DD de 320, con monitor de 17” led).	1	\$0.00	\$0.00
Multifuncional Canon PIXMA MG7510	1	\$0.00	\$0.00
Hojas blancas ecológicas	5000	\$0.00	\$0.00
Internet por 3 años	1	\$389.00	\$14,004.00
			Monto Total= \$14,004.00

Costo total: \$18,004.00

Táctica 3

Solicitar al Centro de Servicios y Atención Ciudadana (CESAC) de la delegación Iztapalapa, la instalación de infraestructura en materia de reciclaje (contenedores de basura de colores).

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo	Tiempo estimado	Monto total
Pasante de Lic. Comunicación	1	\$700.00	1 semana	\$700.00
Representante de la comunidad	1	\$0.00	1 semana	\$0.00
				Monto total= \$700.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio (Dell, procesador Intel Core DUO a 2.93 Hz, 4gb en RAM, DD de 320, con monitor de 17" led).	1	\$0.00	\$0.00
Multifuncional Canon PIXMA MG7510	1	\$0.00	\$0.00
Hojas blancas ecológicas	5000	\$0.00	\$0.00
Internet	1	\$0.00	\$0.00
			Monto Total= \$0.00

Costo total: \$700.00

Táctica 4

Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres educativos hacia el cuidado del medio ambiente, dentro del centro comunitario.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes				
Pasante de la licenciatura de artistas plásticas	1	\$1,200.00	5 meses	\$6,000.00
Pasante de la licenciatura en comunicación o afines.	1	\$1,000.00	2 meses	\$2,000.00
Experto en manejo y gestión de residuos.	1	\$0.00 (otorgado por la ONG “reciclar para ayudar”)	6 meses	\$0.00
Experto en educación ambiental.	1	\$0.00 (otorgado por el CECADESU)	6 meses	\$0.00
Monto total= 8,000.00				

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio	1	\$0.00	\$0.00
Lámparas LED	4	\$180.00	\$720.00
Hojas blancas ecológicas	5000	\$0.00	\$0.00
Internet	1	\$0.00	\$0.00
Mesas de trabajo de madera de 4x2m.	5	\$1,200.00	\$6,000.00
Proyector marca Epson	1	\$6,499.00	\$6,499.00
Pantalla SONY LED 32”	1	\$5,299.00	\$5,299.00
Monto Total= \$18,518.00			
Costo total: \$26,518.00			

Táctica 5

Creación de medios: carteles, trípticos, manuales e infografías didácticas.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Diseñador Gráfico (pasante)	1	\$1,400.00	2 meses	\$2,800.00
Ilustrador (pasante)	1	\$1,400.00	2 meses	\$2,800.00
Comunicólogo o <i>Comunity manager</i> (pasante)	1	\$1,000.00	36 meses	\$36,000.00
Monto total=				\$41,600.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio.	3	\$0.00	\$0.00
Hojas blancas ecológicas.	1000	\$0.00	\$0.00
Programas para diseñar e ilustrar (<i>Adobe Photoshop CC 2014, Adobe Indesing CC 2014, y Adobe Illustrator CC 2014</i>).	1	\$400.00/mes x 3	\$2,400.00/ 2 meses
Lápices.	30	\$49.80/ caja con 10	\$1,500.20
Plumas.	30	\$36.90/ caja con 10	\$1,110.10
Gomas.	20	\$70.00/ caja con 20	\$1,400.50
Sacapuntas.	30	\$15.90/ caja con 5	\$480.50
Paquete de Acetatos (100).	3	\$119.00	\$357.00
Impresiones de carteles.	354	\$30.00	\$10,620
Impresiones de manuales.	500	\$15.00	\$7,500.00
Guías			
Monto Total=			\$25,368.30
Costo total: \$66,968.30			

Táctica 6

Teatro ambulante de la UACM “primera y última llamada: si te veo te Acuso”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Teatro UACM	10	\$0.00	3 años	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Mesas	4	\$880.00	\$3,250.00
Sillas	25	\$80.00	\$2,000.00
Escenario	1	\$1,800.00	\$1,800.00
Micrófono	1	\$1,090.00	\$1,090.00
Altavoces	2	\$2,299.00	\$4,598.00
Altoparlante	1	\$1,233.70	\$1,233.70
			Monto Total= \$13,171.70

Táctica 7

Teatro ambulante de la UACM: show con marionetas para niños “¡Alto! Ni se te ocurra Mr. basura”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Teatro UACM		\$0.00	3 años	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Sillas	15	\$0.00	\$0.00
Escenario	1	\$0.00	\$0.00
Micrófono	1	\$0.00	\$0.00
Altavoces	2	\$0.00	\$0.00
Altoparlante	1	\$0.00	\$0.00
KIT marionetas mini (10)	1	\$110.00	\$110.00
			Monto Total= \$110.00
Costo total por ambas actividades: \$12,281.00			

Táctica 8

Galería fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	3 meses	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio.	2	\$0.00	\$0.00
Multifuncional Canon PIXMA MG7510	1	\$0.00	\$0.00
Hojas blancas ecológicas		\$0.00	\$0.00
Programas para diseñar (<i>Adobe Photoshop CC 2014</i>)	1	\$0.00	\$0.00
Impresiones en vinil	20	\$150	\$6,250.00
Pijas 1/4	1000	\$15.00/ciento	\$150.00
Taquetes de plástico 1/4	1000	\$30.19/ciento	\$300.19
Tornillos para madera	1000	\$69.90	\$690.90
Hoja de Triplay MDF 6mm	20	\$207.00	\$4,140.00
Rondanas	1000	\$52.36	\$520.36
Taladro B&D	1	\$1,089.00	\$1,089.00
			Monto Total= \$9,889.45

Costo total: \$13,139.45

Táctica 9: Creación de medios digitales

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
1 comunicólogo o <i>Community manager</i> (Pasante)	1	\$0.00	36 meses	\$0.00

Recursos técnicos

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio.	1	\$0.00	\$0.00
Creación de cuenta en <i>Pinterest</i>	1	\$0.00	\$0.00
Creación de cuenta en <i>Instagram</i>	1	\$0.00	\$0.00
Creación de cuenta en <i>Facebook</i>	1	\$200.00 Para que la misma página se promueva entre los habitantes de San Andrés.	200.00
Monto Total= \$0.00			
Costo total: \$200.00			

Táctica 10

Taller de animación por la técnica *stop motion* “comunidad en metamorfosis”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	6 meses	\$0.00
Comunicólogo (pasante)	1	\$1000.00	6 meses	\$6,000.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio (Dell, procesador Intel Core DUO a 2.93 Hz, 4gb en RAM, DD de 320, con monitor de 17” led).	1	\$0.00	\$0.00
Programas para diseñar (<i>Adobe Photoshop CC 2014</i>)	1	\$0.00	\$0.00
Cámara Digital Reflex Canon EOS Rebel T5	1	\$9,800.00	\$9,000.00
Proyector Epson	1	\$0.00	\$0.00
			Monto total= \$15,000.00

Costo total: \$21,000.00

Táctica 11

“Mega ofrenda ecológica de día de muertos”

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	3 años	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Papel picado	300	\$1.50	\$450.00
Ramo flor de cempasúchil	100	\$10.00	\$1,000.00
Costal de Aserrín	15	\$10.00	\$150.00
Calavera de dulce	30	\$12.00	\$360.00
Pan de muerto	40	\$12.00	\$480.00
Frutas	30kg	\$14.00	\$420.00
Veladoras	50	\$10.00	\$500.00
Pintura vegetal	100	\$4.00	\$400.00
Copal	10	\$8.00	\$80.00
Mesa		\$0.00	
Monto Total= \$2,490.00			

Costo total: \$2,490.00

Táctica 12

"Mercado de trueque".

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	3 años	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Sillas	25	\$0.00	\$0.00
Mesas	5	\$0.00	\$0.00
Cartulina	100	\$5.00	\$0.00
Báscula	2	\$134.00	\$268.00
Paquete de plumones Sharpie (8 pz)	10	\$75.00	\$750.00
			Monto Total= \$1018.00

Costo total: \$1,018.00

Táctica 13

"carros alegóricos decorados con residuos sólidos".

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00		\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Resistol blanco 850 4 kg	2	\$225.00	\$450.00
Caja de Globos (1000)	1	\$ 226.34	\$226.34
Dulces surtido (kg)	20	\$29.00	\$580.00
Serpentina	20	\$9.50	\$190.00
Tijeras	10	\$20.00	\$200.00
Papel crepé	100	\$12.00	\$1,200.00
Carro	0	\$0.00	\$0.00
Confeti	50	\$13.00	\$650.00
Pintura vegetal	15	\$0.00	\$0.00
Silicón	15	\$0.00	\$0.00
Alambre	100	\$0.00	\$0.00
			Monto Total=3,496.34

Costo total: \$3,496.34

Táctica 14

El qué, cómo, dónde y para qué el manejo de residuos.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	2 meses	\$0.00
Experto en manejo y gestión de residuos	1	\$0.00	2 meses	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Paquete Plumones Sharpie	10	\$0.00	\$0.00
Contenedores de basura	4	\$185.00	\$740.00
Hojas de papel ecológicas	1000	\$0.00	\$0.00
Cartulina	100	\$5.00	\$500.00
Juego de memorama	5	\$15.00	\$75.00
Papel crepé	100	\$0.00	
Juego de dados	10	\$12	\$120.00
			Monto Total= 1,435.00

Costo total: \$1,435.00

Táctica 15

Visión sistémica del medio ambiente”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	1 mes	\$0.00
Experto en manejo y gestión de residuos	1	\$0.00	1 mes	\$0.00
Comunicólogo (pasante)	1	\$0.00	1 mes	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Computadora de escritorio (Dell, procesador Intel Core DUO a 2.93 Hz, 4gb en RAM, DD de 320, con monitor de 17” led).	1	\$0.00	\$0.00
Hojas de papel ecológicas	1000	\$0.00	\$0.00
Plumas	100	\$0.00	\$0.00
Lápices	100	\$0.00	\$0.00
Proyector Epson	1	\$0.00	\$0.00
Pantalla SONY LED 32”	1	\$0.0000	\$0.00
			Monto total= \$0.00

Costo total: \$0.00

Táctica 16

“Tienda de compras inteligentes”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	1 mes	\$0.00
Experto en manejo y gestión de residuos	1	\$0.00 Propiciado por la ONG “reciclar para ayudar”	1 mes	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Frutas y verduras	15	\$0.00	\$0.00
Residuos sólidos	100	\$0.00	\$0.00
Mesas	2	\$0.00	\$0.00
Billetes de juguete	10	\$10.00	\$100.00
Calculadora	3	\$45.00	\$135.00
Lápices	100	\$0.00	\$0.00
Guacales	20	\$5.00	\$100.00
Hojas de papel ecológicas	1000	\$0.00	\$0.00
			Monto total= \$335.00

Costo total: \$335.00

Táctica 17

Taller sobre manejo de residuos: “Manejo integral de residuos sólidos: pautas para la autogestión”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	4 meses	\$0.00
Experto en manejo y gestión de residuos.	1	\$0.00	4 meses	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Residuos sólidos	100	\$0.00	\$0.00
Contenedores de basura	3	\$0.00	\$0.00
Cartulina	100	\$0.00	\$0.00
			Monto total= \$0.00

Costo total: \$0.00

Táctica 18

“Permacultura: una nueva forma de vida sustentable”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	16 meses	\$0.00
Experto en manejo de residuos	1	\$0.00	16 meses	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Residuos sólidos	100	\$0.00	\$0.00
Residuos orgánicos	100	\$0.00	\$0.00
Mesas	2	\$0.00	\$0.00
Martillo	1	\$0.00	\$0.00
Lápices		\$0.00	\$0.00
Tijeras multiusos	1	\$0.00	\$0.00
Alambre galvanizado (100m)	1	\$80.00	\$80.00
Alambre recocido (100m)	1	\$80.00	\$80.00
Guacales	20	\$0.00	\$0.00
Tornillos	1000	\$0.00	\$0.00
Bolsas	100	\$0.00	\$0.00
Hojas de papel ecológico	1000	\$0.00	\$0.00
Resistol 8500	5	\$0.00	\$0.00
Maceta	10	\$19.00	\$190.00
Plantas	20	\$15	\$300.00
Tierra negra	10	\$64.99/10kg	\$640.00
Tubo PVC(9m tramo)	5	\$92.00/6m	\$460.00
Rollo de papel cartoncillo (30m. rollo)	3	\$250.00	\$750.00
			Monto total= \$2,500.00
Costo total: \$2,500.00			

Táctica 19
“Reciclarte”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes		\$0.00	16 meses	\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Residuos sólidos	100	\$0.00	\$0.00
Mesas	2	\$0.00	\$0.00
Tornillos	1000	\$0.00	\$0.00
Hojas de papel ecológicas	1000	\$0.00	\$0.00
Lápices	100	\$0.00	\$0.00
Resistol 8500	5	\$0.00	\$0.00
Martillo	5	\$68.00	\$340.00
Tijeras multiusos	5	\$125.01	\$625.01
Alambre galvanizado	10	\$0.00	\$0.00
Alambre recocido	10	\$0.00	\$0.00
Serruchos Stanley	5	\$350.00	\$1750.00
Lija de agua	100m	\$6.90/1m	\$690.00
Lija para madera	100m	\$3.50/1m	\$350.00
Bolsas	100	\$0.00	\$0.00
			Monto total= \$2,005.01

Costo total: \$2,005.01

Táctica 20

Mercado digital “promueve tus productos”.

Recursos Humanos

Personal requerido	Número de personal	Costo por mes	Tiempo estimado	Total
Participantes (artistas)		\$0.00		\$0.00

Recursos Materiales

Material	Cantidad	Costo por unidad	Total
Cámara Digital Reflex Canon EOS Rebel T3i	1	\$0.00	\$0.00
Computadora de escritorio (Dell, procesador Intel Core DUO a 2.93 Hz, 4gb en RAM, DD de 320, con monitor de 17” led).	1	\$0.00	\$0.00
Internet		\$0.00	\$0.00
			Monto total= \$0.00

Costo total= \$ 0.00

Costo total de todas las actividades

\$189,006.10

4.1.4 EJECUCIÓN DE LAS TÁCTICAS.

IDENTIDAD DE LA CAMPAÑA

Algunas campañas mediáticas corren el riesgo de construir una identidad propia sin que esta corresponda al interés del público, por lo que corren el riesgo de competir sin trascendencia con sus objetivos, los cuales definirían la base para construir el cambio en las personas. Por lo tanto, nuestra campaña conforma un isologo¹⁵ que comunica efectivamente las connotaciones del proyecto y el contexto en el que se expondrá.



En el isologo se trabajó la figura de la iglesia de San Andrés Apóstol, la cual es el máximo símbolo que representa a la comunidad (de ahí el nombre del pueblo: “San Andrés Tomatlán”). Los detalles que se presentan, mantienen un patrón o dirección que tienden a agruparse juntos, como parte de un modelo (de un todo). Es decir, percibe elementos

¹⁵ En el Isotipo o isologotipo el texto y el icono se encuentran fundidos en un solo elemento. Son partes indivisibles de un todo y sólo funcionan juntos para transmitir la idea y dejar una marca.

continuos aunque estén interrumpidos entre sí por otras figuras, a este principio se le denomina continuidad ya que tiene elementos de cierre, porque sus partículas independientes tratan de formar figuras, partiendo de la ley de cerramiento, de manera que el centro sea la principal fuente de atención.

Asimismo, El símbolo central alude al “reciclaje”, el cual está envuelto por un conjunto de formas geométricas, que representan de manera fiel, la estructura de la iglesia del pueblo de San Andrés Tomatlán, creando de esta forma, un vínculo directo con la comunidad. Asimismo, esta figura se asienta en una hoja de laurel (un árbol muy abundante en la zona) que a su vez forma un círculo que envuelve a todos estos elementos y denota un ciclo constante. Por último decidimos colocar una muy pequeña cruz en la cima de la estructura de la iglesia, pero sólo para reforzar la idea de que es la iglesia de San Andrés la que se está simbolizando.

En el logotipo se utilizó como código tipográfico la fuente *Myriad Pro* en su versión *bold Italic*. Es una tipografía simple, que no intenta sobrecargar el isotipo sino acompañarlo, otorgándole formalidad, firmeza y pregnancia.

La paleta cromática elegida fue de colores verdes en distintas tonalidades del mismo color, los cuales hacen referencia a la naturaleza y al cuidado de esta, puesto que emite sensaciones como, frescura, estabilidad, armonía, fertilidad, vida y alude también a la buena salud. Es un color que no solo se refiere al ser humano, sino también a todo lo que crece y se desarrolla, es incluso un estilo de vida, una ideología basada en la conciencia medioambiental y el amor a la naturaleza. Algunos ecologistas se les llaman “verdes”. Por ejemplo; la

organización internacional “*Greenpeace*” quién ha elegido la palabra y el color verde para que les represente.

También, la paleta elegida fue de color amarillo, el cual expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, es un color que está muy relacionado con la naturaleza, la vida y la salud. Su tonalidad de color hace que al verlo lo asociemos con las plantas y el sol.

Cabe señalar, que el isologo estará marcado en todos los materiales impresos, de manera sutil, con el afán de dejar nuestra marca o identidad de la campaña y dar a conocer al público los objetivos, las novedades de la campaña, las actividades y atraer a nuevas audiencias interesadas en conocer más acerca del plan comunicativo. Asimismo, en cada taller estará presente el isologo, ya sea de manera impresa o proyectada de manera digital, que de igual forma servirá como ayuda en la promoción de nuestra marca “San Andrés Sustentable.

BOCETAJE.

Procedimiento para la realización de la táctica: “Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres”

Para la realización de esta táctica se requiere de la instalación y adecuación de espacios dentro del centro comunitario, para la realización de talleres educativos, exposiciones, conversatorios, proyecciones de videos, intercambio de ideas e información, etc.



Ilustración 1 “Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres”
Fuente: elaboración propia.

Además, el espacio propiciará un canal de apertura al diálogo, de cohesión social, de fomento a la participación comunitaria, de refuerzo al desarrollo en colectividad que ayude a eliminar los prejuicios, la indiferencia, la apatía, las diferencias y la desigualdad.

Asimismo el acoplamiento de este sitio, pretende otorgarles a los participantes, todas las herramientas para la realización de sus intereses, por ellos se instalarán mesas de trabajo,

iluminación adecuada, material necesario, atención y capacitación. Será el punto de encuentro para el desarrollo y la organización de la comunidad de San Andrés Tomatlán.



Ilustración 2 “Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres”
Fuente: elaboración propia.



Ilustración 3 “Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres”
Fuente: elaboración propia.

Procedimiento para la realización de la Táctica: “Creación de medios digitales”

Actualmente existe un elevado número de personas que acceden a los medios sociales por internet y unas de las causas a que ello suceda, se debe a que poseen cierta facilidad en su manejo, accesibilidad, a sus herramientas de edición y publicación de contenido, y por si fuera poco, se crean de manera gratuita.

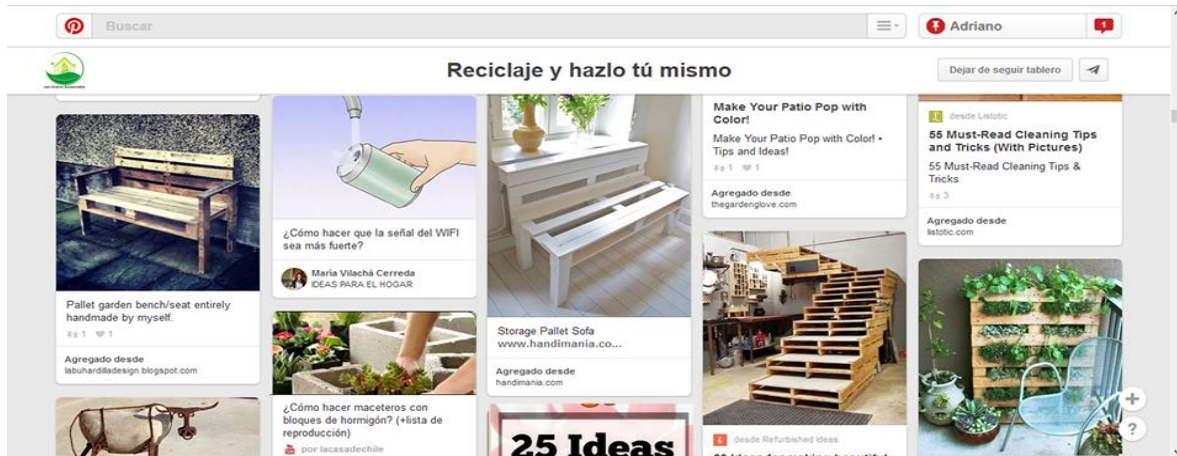


Ilustración 1 “Creación de medios digitales”
Fuente: elaboración propia.

Para ser usuario de “Pinterest” y hacer uso pleno de sus herramientas, lo único que se debe hacer es registrarse con una cuenta de correo electrónico o desde una cuenta de Facebook, esto con el fin de formar parte de la comunidad para poder crear y compartir contenidos. Sin embargo, no es sólo es la única manera de acceder, ya que la plataforma te permite ingresar al contenido desde una simple búsqueda en Google, ASK, Yahoo, Bing, etc., por lo que facilita la posibilidad de navegar entre sus contenidos sin necesidad de registrarse.

Para la realización de esta táctica se creara una cuenta en este medio (bajo el procedimiento antes mencionado). Posteriormente, se crearan contenidos propios que contengan fotos de los productos a realizar, con sus respectivas operaciones e instrucciones.

Esta aplicación funciona como una especie de tablero o *collage*, en donde vas colocando manualmente lo que te interesa o lo que has creado para después publicarlo y compartirlo con la comunidad de esa aplicación o con *Facebook* e *Instagram*, es tan simple como crear una diapositiva en *PowerPoint* de *Office*.



Ilustración 2: “Creación de medios digitales“
Fuente: elaboración propia.

Creación de medios digitales: Página de Instagram “San Andrés Sustentable”

Al igual que *Pinterest* es una aplicación móvil que posee la facultad de conectarse en línea con su público usuario, para compartir, fotos, videos, imágenes, *giffs*, animaciones, etc. los cuales ayudan a promover y demostrar las acciones, los logros y los alcances de un proyecto, una marca, una empresa, una campaña, un negocio, etc. y mantener contacto constante con la comunidad involucrada a través de sus publicaciones y comentarios.



Instagram



Creación de medios digitales: Página de Facebook “San Andrés Sustentable”

Al igual que los medios antes mencionados, Facebook es un medio social en línea que posibilita la comunicación entre sus usuarios. Sin embargo, este medio en especial, posee una serie de herramientas avanzadas que ayudan a promover cualquier tipo de página, sean tanto de negocios, empresas, marcas, personajes, artistas o productos de entretenimiento, como de asociaciones civiles (A.C.), organizaciones no gubernamentales (ONG) o campañas sociales sin fines de lucro.



Por medio de las herramientas avanzadas, Facebook te permite segmentar el público al que quieres que se dirija tu campaña, ya que puedes determinar un rango determinado de

edad, un lugar específico de ubicación para tú público (En este caso la colonia San Andrés Tomatlán o en su defecto personas de la delegación Iztapalapa), los intereses de este público, los gustos, las inclinaciones, las tendencias, etc. A cambio, Facebook te pedirá una pequeña retribución que van desde los \$93.00 hasta los \$1000.00, dependiendo de a cuanto público quieras llegar. Por último Facebook te garantiza que por cada \$100.00 que inviertas tu anuncio (en este caso la página “San Andrés Sustentable) llegara a 5000 personas. Por ello elegimos este medio como apoyo en la difusión y promoción del plan comunicativo.

Procedimiento para la realización de la táctica “taller de Permacultura: Procedimiento para crear composta humus”

1. Seleccione un área de 1x1 metros para construir el compostero
2. Debe ser un lugar seco y que reciba varias horas el sol y pocas de sombra
3. Separa en un depósito, bote, caja o guacal los residuos de jardín como pasto, hojas, restos de plantas, residuos de fruta, comida no cocida, vegetales, semillas, cáscaras de huevo, etc. (no incluyas huesos, carne ni alimentos grasos) evita excrementos de animales que pueden atraer moscas y ratas.
4. En el compostero coloca una capa de residuos 5cm, encima de ellas agrega una capa de aserrín de 5cm y repite estos procesos hasta llenar el compostero.
5. Coloca un tubo perforado en el centro del compostero para que sirva como respiradero.
6. Si la mezcla está muy seca agrega un poco de agua y revuélvela. si tiene mal olor agrega un poco de agua.
7. Repite los procedimientos anteriores hasta que la composta obtenga una consistencia similar a la de la tierra y no tenga mal olor.
8. Como producto final tenemos una sustancia café oscura llamada “humus” esta sustancia al mezclarla con el suelo enriquece la tierra y restaura el suelo.

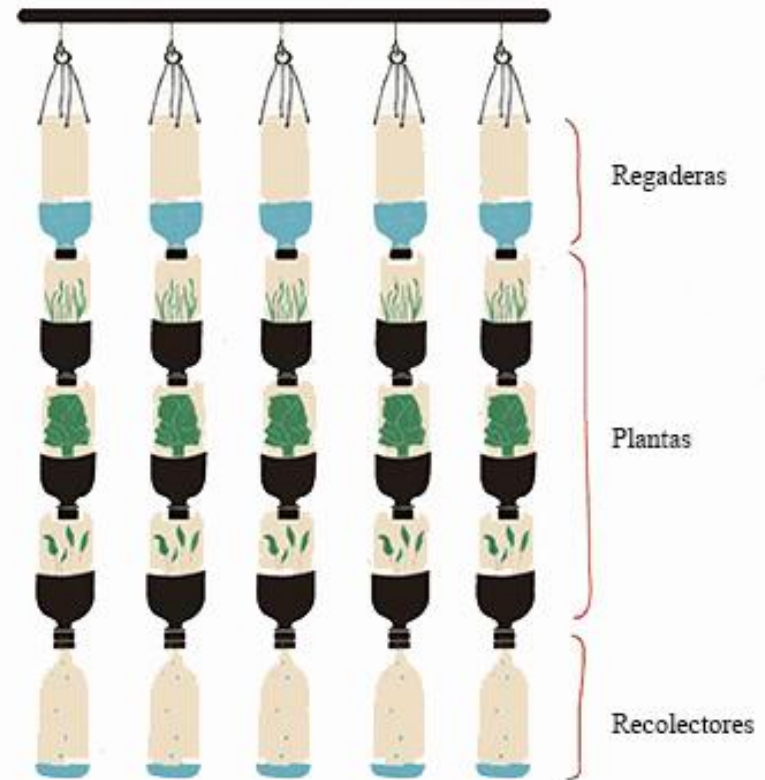


Procedimiento para la realización de la táctica “taller de Permacultura: huerto de ventana”

Materiales: 25 botellas de plástico de 1.5 litros (con tapa rosca), tijeras o navaja, cuerda resistente o alambre, taladro con broca plana para madera de 75mm y 25mm, broca para madera 10mm, y una de 5mm, esponja, tierra, 1 palo de escoba o un tubo resistente, agua y productos de huerto (albahaca, fresa, lechuga, col rizada, etc.).

1. Recolecte botellas de plástico y límpielas muy bien.
2. Tome una botella y en la parte inferior haga un orificio con la broca de pala de 25mm (ahí se introducirán los cuellos de las botellas)
3. Haga un orificio a un costado de la misma botella con la broca de 75mm. Repita el procedimiento con 15 botellas.
4. Con la broca de 5mm. haga cinco perforaciones en la parte inferior de la botella para que ahí coloque la cuerda o alambre y las pueda colgar.
5. Con la broca de 10mm perfore todas las fichas.
6. Con el silicón pegue 10 fichas a modo que te permitan unir dos botellas por la rosca (estas servirán como recolectores).
7. Coloque unos pedacitos de esponja en el cuello de la botella y enrosque la ficha para que no se caiga.
8. Una las botellas y cuélguelas con un alambre tal y como lo sugiere la imagen.

9. Coloque la tierra y siembre sus hortalizas.
10. Por último, rellene 5 botellas con agua (a las que no les hizo orificios a los costados) y la gravedad hará el resto.



Procedimiento para la realización de la táctica: Teatro ambulante de la UACM: “Si te veo te acuso”

(ESCALETA)

Acto I.

Escena 1 (de preparación)

Esta obra presenta la vida de un pueblo donde abunda la paranoia entre sus habitantes debido a la gran cantidad de basura que algunos sujetos tiran en sus calles.

Escena 2 (de conflicto)

Memo, al darse cuenta de que su colonia se estaba convirtiendo en un basurero, decide organizar con sus vecinos una cuadrilla de vigilancia con la que pretenden solucionar el problema. Sin embargo, continúan apareciendo bolsas de basura abandonadas en las calles.

Escena 3 (de conflicto)

Memo y su brigada comienzan a intensificar su vigilancia, a tal grado que pasan día y noche sin poder cerrar sus ojos, ni descansar, por lo que poco a poco la paranoia los invade y comienzan a sospechar de todos los vecinos, de ellos mismos, de los transeúntes eventuales y hasta de las mascotas.

Escena 4 (de conflicto)

Memo y su equipo comienzan a amenazar y a cuestionar a toda persona que ven caminando por las calles, incluso colocan letreros en cartulina señalando que aquel que sea sorprendido tirando basura será fuertemente castigado.

Escena 5 (de transición)

Memo se percata de que Lalo (un integrante de la cuadrilla), actúa muy sospechoso, por lo que comienza a espiarlo y de pronto le encuentra bolsas de basura en su posesión, por lo que se vuelve el principal sospechoso.

Escena 6 (de conflicto)

Memo y su cuadrilla deciden someter a Lalo a un arduo interrogatorio, el cual, lo obliga a confesar que efectivamente él ha estado trayendo todas esas bolsas de basura a hurtadillas a cambio de unas monedas. Por ello, deciden reunir a toda la comunidad para que lo juzguen.

Acto II

Escena 1 (de conflicto)

Una vez que todos están reunidos comienzan a gritarle “sucio” “cochino” “corrupto” “indecente” “inmoral” a lo que Lalo responde “por qué me insultan si ustedes mismos han sido quienes me han pagado por tirar su basura en la calle” por lo que todos callan por unos segundos y enseguida gritan “liberen a ese hombre, es inocente” “es buena persona” “es honesto”.

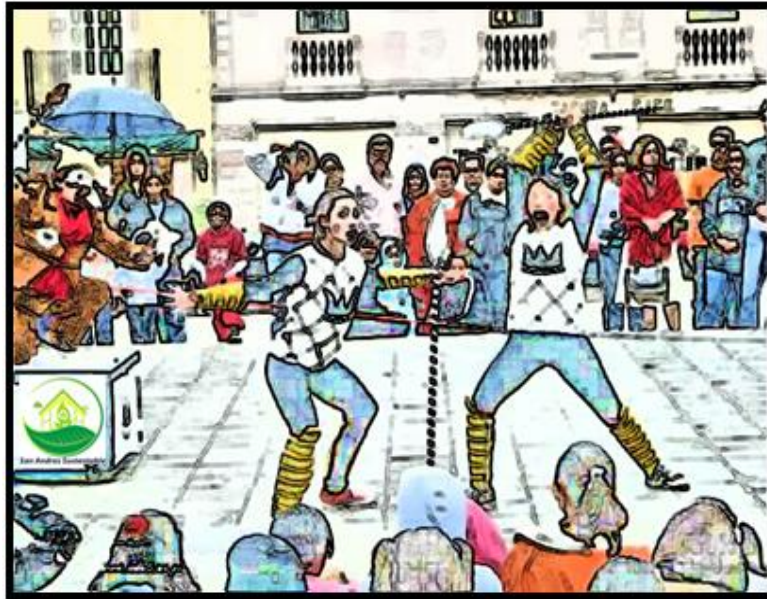


Ilustración 1: “taller de teatro de la UACM”
Fuente: elaboración propia.

Escena 2 (de conflicto)

Memo interrumpe los gritos y le pregunta a toda la comunidad si lo que dice Lalo es verdad. La comunidad, muy apenada, dice que eso que dice Lalo es cierto, pero que tienen tanta basura que ya no saben ni qué hacer con ella.

Escena 3 (de clímax y resolución)

Finalmente, Lalo, Memo y su equipo, deciden actuar al respecto y comienzan a enseñarle a las personas de qué manera pueden reducir su basura, a acopiarla, separarla, reciclarla y a reutilizarla, por lo que la comunidad comienza a practicar estas formas de tratar su basura y poco a poco van desapareciendo los problemas que tenían a causa de la mala costumbre de tirar la basura en la calle.

Procedimiento para la realización de la táctica: Exposición fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”

La exposición permanente de fotografías pretende generar conciencia y reflexión en la comunidad de San Andrés, a través de imágenes que denoten el contraste que ha sufrido su entorno a partir del descuido, la irresponsabilidad y la mala costumbre de arrojar basura sin medir las consecuencias de estos actos.



Fuente: elaboración propia.

Para ello, se lanzará una convocatoria por medios digitales y carteles impresos, en donde se invite a la comunidad a participar en la realización de una exposición que proyecte sus propias fotografías. El procedimiento consistirá, en que cada individuo tendrá que buscar una fotografía antigua (o no tan antigua) de un lugar específico de su colonia que ha sido

afectado por la basura. Posteriormente, tendrá que realizar la misma fotografía (del mismo lugar y lo más similar que se pueda a la antigua,) para que demuestre el contraste de los cambios que ha sufrido el espacio. Asimismo, las fotografías serán enviadas por medio del *Messenger de Facebook* como archivos adjuntos, para que el equipo del plan comunicativo determine cuáles serán las indicadas para la exposición.



Fotografía 2 “Qué fue de mi colonia”
Fuente: elaboración propia

Procedimiento para la realización de la táctica: “creación de medios impresos (taller de permacultura)”

Para la realización del cartel utilizamos un programa para computadora llamado *Adobe Indesign CC 2014*, el cual permite crear desde cero, cualquier tipo de maquetación profesional, por medio de la composición de figuras, formas, tipografías, colores, etc., se puede consolidar una imagen, logotipo, producción editorial o en este caso un cartel.

**ta
lle
res
de
per
ma
cul
tura**

Sistema de captación para agua pluvial con materiales reciclables.
12 de abril

Composta humus
18 de abril

Intalación y mantenimiento de celdas solares caseras.
25 de abril

El huerto de ventana con botellas recicladas PET.
9 de mayo

El huerto urbano.
23 de mayo

Bisutería creativa.
30 de mayo

Cursos y técnicas de envejecido de madera.
20 de junio

información + inscripciones:
Lugar: Centro comunitario de San andrés tomatlán.

También visita nuestras redes sociales sólo escanea el código QR.

San Andrés Sustentable

Asimismo, para la composición del cartel utilizamos una tipografía llamada “*Helvetica*” en estilo “*Bold*”. Se optó por colocar en la parte central izquierda, el título “Talleres de Permacultura” debido a que el cerebro realiza un ejercicio cotidiano de lectura de izquierda a derecha, por lo que, cuando percibe la ruptura de este sistema, el cerebro se detiene y presta más atención a lo que está observando. Por ello, nos pareció una manera de atrapar la atención del observador.

Por otro lado, colocamos en el centro del cartel una imagen de una planta naciendo de un tubo de pintura, a manera de hacer referencia a lo artístico y lo creativo, este último naciendo de manera natural en cada uno de nosotros.

Los colores utilizados son:

Verde, el cual evoca la frescura, vida, naturaleza, el medio ambiente y refiere la idea de una vida renovada.

Negro: el cual fue usado para las fechas (de los talleres) evocando a la formalidad

Blanco: por despertar la idea de pureza, muy significativa en el cuidado del medio ambiente.

Gama de colores secundarios: los cuales remiten a la combinación de varios elementos para la creación de cualquier obra de arte.

Por último, en la parte inferior del cartel, colocamos los medios sociales en línea que forman parte de la campaña, así como un código “QR” que facilitará el vínculo y la interacción para direccionar y propiciar información extra.

Infografía didáctica

EL RECICLAJE RESPONSABLE

San Andrés Sustentable

LO QUE DEBES DE SABER.

Cada mexicano genera 1 kilo de basura al día.



En el D.F. se generan 12,600 toneladas al día y 94,000 en todo el país. (Según datos de INEGI)

Sólo se recicla el 10%



El 80% tienen como destino algún tiradero a cielo abierto, el otro 10% es enterrado en rellenos sanitarios.

¿por qué reciclar?

Algunos residuos llegan al océano y acaban con LA VIDA SUBMARINA.



La CONABIO indica que cada año mueren cerca de 1,000,000 de criaturas.

¿Cómo reciclar?

Debes de saber identificar qué tipo de producto debe de ir en cada contenedor



Papel y cartón plásticos y latas Orgánico resto de residuos

¿y si quiero saber más?

Te invitamos a los talleres de reciclaje y reutilización en el Centro comunitario de San Andrés Tomatlán.

También visita nuestras redes sociales, sólo escanea el código QR.



Para la realización de la infografía didáctica se requirió el uso del programa *Adobe Indesign CC 2014* debido a las características que anteriormente mencionábamos.

En cuanto a contenido, nos apoyamos de una serie de datos que obtuvimos en la etapa de investigación, resaltamos la problemática de la gran generación de basura que cada individuo produce diariamente en su hogar y diariamente a nivel nacional. También colocamos un par de estadísticas apoyadas de ilustraciones para reforzar la idea, de la problemática que generan los residuos en nuestro entorno.

También, demostramos mediante cifras, una de tantas consecuencias que produce el mal manejo de residuos y posteriormente agregamos un par de recomendaciones para saber qué hacer y atender la problemática o por lo menos reducirla.

Por último colocamos la información de contacto y un código “QR” para que puedan escanearlo y así conocer un poco más de nuestra campaña.

En cuanto a los colores utilizamos un fondo gris, en la parte donde van los datos y cifras que remiten a las dimensiones de la problemática, este color remite a la ausencia de energía, a la duda, incertidumbre, tristeza, etc.

Utilizamos el verde en el título “El reciclaje responsable” con el afán reforzar la idea del cuidado medioambiental, renovación, vida, frescura ya que el título es el slogan que más se graba en la mente de la audiencia.

Por último, utilizamos una gama de colores cálidos en tonos muy chillones para captar la atención de la audiencia.

“Creación de medios impresos: Guía de manejo adecuado de residuos”

Para la creación de la guía se utilizó la inserción de una tabla en *Word* 2013. Tanto para la portada y contraportada, como para sus páginas. De esta manera, cada una de sus hojas mide 10cm de ancho por 12 de alto, todas estas están cuentan con sus respectivos bordes, ya que todas van cortadas y posteriormente empastadas.

La portada incluye el slogan “Sin basura es mejor” seguido por una serie de símbolos que hacen referencia a la reducción, reutilización y reciclaje de residuos sólidos. Asimismo, la contraportada contiene la información de contacto, es decir, las páginas de los medios sociales en línea, y un código QR, que al escanearlo, los dirigirá al perfil de *Facebook* de la campaña.

En su contenido se incluyen un índice con temas de información específica, tal como; qué son los residuos, cómo identificar a cada uno y su nivel de contaminación. Además, ofrece un par de recomendaciones que sirven de guía para aprender a reducir la generación de residuos, a reutilizar (aportando imágenes con ideas creativas de cómo poder llevar a cabo esta práctica) y a reciclar, este último, desprende otros dos subtemas complementarios tales como el la clasificación de residuos y el aprovechamiento de estos para beneficio económico, personal y medioambiental.

Los colores verde y blanco fueron utilizados para su portada y contraportada, debido a que ambos evocan la idea de pureza, naturaleza y evocan la idea de naturaleza o ecología. Para el fondo del contenido se utilizó el blanco en mayor proporción ya que facilita la lectura. Y por último se utilizaron diversos colores sólo para identificar los contenidos y temas.

“Creación de medios impresos: Guía de manejo adecuado de residuos”

(Portada y contraportada)

“Sin basura es mejor”



Reduce Reutiliza Recicla

San Andrés Limpio


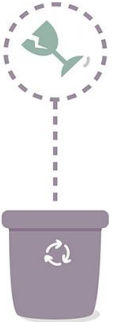



CONTACTO:

**Centro comunitario de San Andrés
Tomatlán
Juárez no. 26**

*Facebook/sanandressustentable
Instagram/Sanandresreciclado
Pinterest/SAhazlotumismo*



<p style="text-align: center;">BIENVENIDOS</p> <p>En la campaña “Sin basura es mejor” nos sentimos agradecidos de que formes parte de nuestro equipo para lograr un San Andrés Limpio.</p> <p>A partir de hoy conocerás todas las ventajas y beneficios de reducir, reutilizar y reciclar.</p>	<p style="text-align: center;">Contenido</p> <p>■ Conoce ¿Qué son los residuos?</p> <p>Identifica qué son los residuos sólidos.</p> <p>Descubre qué tipo de residuo contamina más al medio ambiente.</p> <p>■ Reduce:</p> <p>■ Reutiliza</p> <p>■ Recicla</p>	<p style="text-align: center;">3</p> <p style="text-align: center;">¿Qué son los residuos?</p> <p>Los residuos son todos los desechos que producimos en nuestras actividades diarias, tales como el comercio, la industria, el consumo, etc. los cuales debemos de reducir, reciclar y reutilizar, ya sea para sacar provecho o para mejorar nuestro medio ambiente.</p>	<p style="text-align: center;">4</p> <p style="text-align: center;">IDENTIFICA</p> <p>Los residuos se catalogan de la siguiente manera:</p> <p>Orgánicos:</p> <p>Se degradan Fácilmente. Ejemplos: los restos de comida frutas, verduras y cáscaras, carne, huevo, servilletas, etc.</p> 
<p style="text-align: center;">5</p> <p style="text-align: center;">Inorgánicos</p> <p>Su descomposición o degradación natural es muy lenta.</p> <p>Ejemplos: latas, vidrios, plásticos, gomas, unicel, envases de tetra pack, bolsas de plástico, celofán, ropa, etc.</p> 	<p style="text-align: center;">6</p> <p style="text-align: center;">¿Cuáles contaminan más?</p> <p>Depende del tiempo en que tardan en degradarse.</p> 	<p style="text-align: center;">OJO</p> <p style="text-align: center;">CUANDO MEZCLAMOS RESIDUOS INORGÁNICOS Y ORGÁNICOSY, ADEMÁS LAS ARROJAMOS EN CUALQUIER SITIO, SE GENERAN GASES CONTAMINANTES DE SUELO, AGUA, FLORA Y FAUNA, ADEMÁS GENERAN PLAGAS Y SON MALAS PARA LA SALUD.</p>	<p style="text-align: center;">8</p> <p style="text-align: center;">REDUCE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Planea tus compras para comprar sólo lo necesario. 2. Elige productos amables con el medio ambiente. 3. Rechaza las envolturas. 4. resultado: ahorras dinero y contribuyes a mejorar el medio ambiente.

REUTILIZA

9

Antes de tirar cualquier objeto, sería bueno que te preguntaras en qué puedes reutilizarlo; muchos tienen otros usos, sobre todo, las latas y los envases de plástico y vidrio.



REUTILIZA

10

Procura utilizar el papel por los dos lados. Recuerda: Cada tonelada de papel equivale a la tala de 17 árboles.



REUTILIZA

11

Los materiales como el caucho, tardan muchos años en descomponerse y son altamente contaminantes si estos se desechan al entorno.



RECICLA

12

Contribuye a mantener limpio tu entorno.

Mejora tu calidad de vida.

Ayuda a que los residuos no se mezclen y sea más fácil su recuperación.

Asume la responsabilidad como consumidor.

Clasifica

13

Coloca cada residuo en su contenedor correspondiente.



Benefíciate

14

Tú y tu familia pueden acopiar y clasificar los residuos que producen o recolectan para intercambiarlos por dinero en efectivo en depósitos receptores.

Puedes producir composta.

Podrás vender o intercambiar tus artefactos creados de la reutilización.

Diptico informativo de la campaña (Portada y contraportada)



Díptico informativo de la campaña (Interior)



San Andrés Sustentable
Introducción

El acelerado crecimiento de la población, el aumento de la productividad industrial a partir del uso desmedido de recursos naturales y el incremento en los patrones de consumo, han contribuido de manera significativa a la generación de residuos (basura), los cuales implican consecuencias como la profundización de la pobreza y destrucción de los ecosistemas.

¡Es momento de actuar al respecto!

Campañ a favor del medio ambiente.

1



San Andrés sustentable
¡Héchale una mano a la comunidad y de paso al planeta!

¿Quiénes somos?
Un grupo activo y organizado que busca fomentar nuevas prácticas ecológicas a favor del cuidado medioambiental.

¿Quiénes participan?
El centro comunitario de San Andrés, centro de salud, escuelas primarias, delegación Iztapalapa, SEMARNAT, CECADESU, CESAC y la UACM.

¿Qué queremos?
Promover el conocimiento, los valores, la conciencia y las actitudes de responsabilidad para lograr el mejoramiento medio ambiental.

¿Cómo contribuoy?
Participa en los talleres, pláticas, exposiciones, actividades, muestras de teatro, juegos, etc.

¿Cómo lo haremos?
Adoptando hábitos como son: El reciclaje, la reutilización, el consumo responsable, la gestión adecuada de residuos, la permacultura, etc.

¿Qué beneficios obtengo?
No sólo aprenderás a manejar tus residuos sino además, sacarás provecho de ellos y con ello mejorarás tu entorno y al mundo.

Campañ a favor del medio ambiente.

2

Para la realización del díptico nos apoyamos de un programa para computadora llamado *Adobe Illustrator CC 2014*, el cual ofrece la posibilidad de dibujar cualquier tipo de objeto por medio de vectores y una infinidad de herramientas para la edición y confección del producto.

En cuanto a la portada utilizamos un slogan simple pero contundente “San Andrés sustentable- campaña a favor del medio ambiente-” es un título que enseguida remite al lugar en donde se trabajará la campaña y qué es lo que busca.

En la contraportada utilizamos la información de contacto y la dirección de todos los medios sociales que forman parte de la campaña, así como un código “QR” para poder otorgar más información si el público lo requiere.

La idea del título se refuerza con las figuras de mariposas en distintos tonos de azul, amarillo y verde, colores que aluden a la paz, pureza, tranquilidad, vida y energía. También en el fondo se utilizaron los mismos colores pero invertidos para darle un gran atractivo visual.

El contenido da una pequeña introducción a la problemática para dirigir al lector hacia el tema en cuestión. Posteriormente, en la página siguiente se presenta a la campaña, los objetivos que busca, las personas que participan y de qué manera se puede contribuir con la campaña.

Ejecución de la táctica: “creación de medios impresos (cartel que promueve conciencia hacia el cuidado del medio ambiente)”.

Este cartel se realizó mediante el uso del programa para computadora llamado “*Photoshop CC 2014*”, el cual es un editor de gráficos y fotografía digital.

La imagen se basa en la película “el niño y el mundo” dirigida por Alé Abreu en el 2015, con la intención de denotar un mensaje simple y ameno.



En la imagen podemos observar se divide en dos partes, por un lado (izquierdo) se observa a un niño desconcertado por encontrarse en un entorno repleto de basura y otros residuos, que le impiden andar libremente en bicicleta (el elemento central es el niño, ya que está resaltado de una manera muy sutil para que éste robe la mayor atención y peso del cartel).

Arriba del niño se encuentra un título que cuestiona y hace alusión a un espacio poco propicio para divertirse.

Del lado derecho se encuentra el isologo, éste tiene la intención de que el público reconozca la marca de la campaña en cada uno de los productos impresos. Posteriormente, se encuentra las frases “Sin basura es mejor” y “cuidemos nuestro entorno” las cuales tiene la intención de invitar al público a prevenir el deterioro de sus espacios de esparcimiento, pues se debe hacer conciencia hacia los problemas que causa a los demás habitantes el desechar basura en cualquier sitio

Por último, el cartel tienen los datos de contacto y el código QR para obtener el link del perfil social de *Facebook* “San Andrés Sustentable”.

Los colores

Procedimiento para la realización de la táctica “Mercado de trueque”

A partir de una convocatoria lanzada por medios digitales e impresos se pretende hacer un llamado a la comunidad de San Andrés a que asista a un tianguis de intercambio, en donde podrán canjear residuos que comúnmente desecharían, tales como, botellas de plástico o PET, papel, aluminio, cartón, electrodomésticos inservibles, residuos orgánicos, botellas de vidrio etc., por artículos producidos en los talleres de “permacultura” o “reciclarte”.



Ilustración 1: “mercado de trueque”
Fuente: elaboración propia

Consiste en otorgarle a cada participante una cantidad de billetes de juguete por cada residuo que lleven, y de esta manera puedan comprar los artículos que se ofrecen en el tianguis. El objetivo de esta actividad es que los participantes adopten la idea de que los residuos que producen diariamente, no es un desecho, sino que estos siguen teniendo un

valor. Es una manera de crear conciencia ante los beneficios que puede conllevar un buen hábito como el acopio de residuos, reciclaje, reutilización y la gestión adecuada de estos para mejorar el entorno natural. Además, esta actividad propicia la convivencia entre la comunidad, fomenta el negociación de acuerdos, la organización, el intercambio y la retroalimentación.



Ilustración 1: “mercado de trueque”
Fuente: elaboración propia.

Procedimiento para la realización de la táctica: “El qué, cómo, dónde y para qué el manejo de residuos”.

Consiste en enseñar a los participantes a separar los residuos que producen a través de un juego simple y divertido. Cabe señalar, que esta actividad se realizará en las escuelas primarias con los niños de tercer año y durante la clase de ciencias naturales.



En primer lugar el instructor (en este caso el profesor) tiene que explicar con anterioridad el significado de cada una de las clasificaciones de residuos, entre orgánico, inorgánica, manejo especial y peligrosos, así como señalarles en que contenedores se coloca cada uno de ellos. Además debe señalar los problemas y las consecuencias que desprende el mal manejo de residuos. Se sugiere que esta explicación sea antes del recreo, ya que también se les sugerirá a los participantes que guarden los residuos sólidos que generen durante su recreo.

En segundo lugar el instructor organizará equipos de cinco personas y les pedirá que hagan un listado de los residuos sólidos generados durante sus actividades y especifique qué

tipo de material corresponde a la clasificación que anteriormente le han instruido, además de explicar las razones del por qué el considera que pertenece a esa clasificación.

En tercer lugar, una vez que los participantes hayan identificado correctamente sus residuos, se les invita a que los compriman para depositarlos en los contenedores correspondientes.

En cuarto lugar ya con la lista que elaboraron los participantes el instructor diseñará una gráfica para que identifique qué tipo de residuos sólidos se generan en mayor cantidad.

Para el quinto paso, ya con la gráfica elaborada, se les solicitará a los participantes que mencionen algunas propuestas para disminuir la generación de residuos sólidos y destaquen el poder que tienen como productores y consumidores para decidir qué productos adquirir, pero considerando sus responsabilidad en las consecuencias que implica el destino final de los residuos.

Por último, para el sexto paso se les sugiere a los participantes que participen diariamente en los programas de separación de residuos, que inviten a más personas a sumarse a las actividades y que indiquen la importancia de mantener un entorno limpio.



Procedimiento para la realización de la táctica: “carros Alegóricos con residuos sólidos”

Como parte de la fiesta patronal que realiza cada año la comunidad de San Andrés Tomatlán, y donde además, se organiza un carnaval, se pretende impulsar una iniciativa para la decoración de carros alegóricos con materiales reciclables.



Fuente: elaboración propia

Esta actividad consiste en acordar con los organizadores de las festividades patronales de San Andrés Tomatlán una propuesta para adoptar la temática del reciclaje y la reutilización en la decoración de sus carros alegóricos con el principal objetivo de invitar a la gente a que revalore los desechos que produce antes de desecharlos y que tome conciencia del valor que aún conservan los residuos para crear cosas innovadoras y nuevas. Asimismo, se le pedirá a los organizadores que promuevan el mensaje de reciclar, reducir y reutilizar, además de conservar su comunidad limpia y libre de basura.

Para esta actividad se requerirá de la capacitación de los instructores provenientes de la ONG “reciclar para ayudar” así como de los artistas plásticos que forman parte de los talleres dentro del centro comunitario de San Andrés Tomatlán.



Ilustración 2: “carros alegóricos elaborados con residuos sólidos”
Fuente: elaboración propia.

Procedimiento para la realización de la táctica: “Reciclarte”

Esta actividad propone, que a través del entretenimiento y la cultura se puede inducir a la reflexión ante los problemas ambientales que han provocado nuestros hábitos, para darnos cuenta que con un pequeño esfuerzo podemos hacer mucho.



Ilustración 1: “reciclarte”
Fuente: elaboración propia.

Esta actividad pretende llevar al límite la creatividad, pues su objetivo es que el participante cree artefactos con materiales reciclables y que además su obra aporte una visión más amplia de ver a la basura como un desecho inservible. Mediante la reutilización de residuos sólidos como el plástico, vidrio, metal, cartón, aluminio, etc., y el uso creativo de estos, se pretende producir obras artísticas que reflejen la importancia de reutilizar los residuos que comúnmente producimos y desechamos.

Para esta actividad de requerirá de un artista plástico que apoye en los talleres que se realizarán en el centro comunitario de San Andrés Tomatlán.

4.1.5 Cronograma de actividades

Actividad	Comienza	Concluye
Establecer las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional.	Enero 2016 se establecen las relaciones públicas	Febrero 2016
Participar en la convocatoria “Otorgamiento de Subsidios para Proyectos de Educación Ambiental y Capacitación para el Desarrollo Sustentable: Ejercicio Fiscal 2016” ofrecida por la SEMARNAT.	Enero 2016 se redacta los puntos estipulados en la convocatoria	Enero 2016 se concluye la redacción del documento y se manda el trabajo escrito
Solicitar al Centro de Servicios y Atención Ciudadana (CESAC) de la delegación Iztapalapa, la instalación de infraestructura en materia de reciclaje (contenedores de basura de colores).	Enero 2016 se redacta el escrito que haga petición al CESAC de otorgar la infraestructura adecuada.	Enero de 2016
Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres educativos hacia el cuidado del medio ambiente, dentro del centro comunitario.	Enero de 2016	Enero de 2016
Creación de medios digitales, carteles, trípticos, manuales e infografías didácticas.	Enero de 2016	Marzo de 2016
El qué, cómo, dónde y para qué el manejo de residuos.	Marzo de 2016	Mayo de 2016
Visión sistémica del medio ambiente.	Marzo de 2016	Mayo de 2016
Tienda de compras inteligentes.	Abril de 2016	Mayo 2016

Manejo integral de residuos sólidos: pautas para la autogestión.	Junio de 2016	Octubre de 2016
Permacultura.	Noviembre de 2016, 2017, 2018 (Taller permanente)	Enero 2019
Mega ofrendas ecológicas de día de muertos (una vez por año)	Noviembre de 2016	Noviembre 2019
Galería fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”	Noviembre 2016 (Exposición permanente)	Enero de 2019
Teatro ambulante de la UACM: Show con marionetas para niños “¡Alto! Ni se te ocurra Mr. Basura	febrero de 2017 (1 vez cada 2 meses durante los 3 años)	Enero de 2019
Teatro ambulante de la UACM “primera y última llamada: si te veo te acuso”.	Febrero de 2017 (1 vez cada 2 meses durante los 3 años)	Enero 2019
“Reciclarte”	Marzo de 2017, 2018 (taller permanente)	Enero 2019
Mercado digital	Marzo 2017, 2018 (actividad permanente)	Enero 2019

Taller de animación por la técnica stop motion “comunidad en metamorfosis”	Abril 2017, 2018	Enero 2019
Carros alegóricos decorados con materiales reciclables.	Actividad anual octubre 2016, 2017, 2018.	Octubre 2019
Mercado de trueque	Abril 2016, 2017,2018	Enero 2019
	Actividad anual.	

CAPÍTULO V

*Plan de prueba,
monitoreo y
evaluación.*

DISEÑO DEL PLAN DE PRUEBA, MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN COMUNICATIVO

Las actividades de monitoreo se realizan durante el periodo de ejecución de un proyecto y están a cargo fundamentalmente del equipo que lo está ejecutando, sirven sobre todo, para averiguar si se están logrando los objetivos y los resultados esperados, y si es necesario modificar o reorientar algún aspecto de la ejecución. Al respecto, señala Nino-Martínez (2013) que en nuestra sociedad “no existe una cultura de evaluación que nos permita aprender de las experiencias para promover un proceso de rendición de cuentas y tomar decisiones fundamentales” por ello, esta etapa del proyecto es también una oportunidad para aprender de los procesos, adaptarse al cambio, desarrollar soluciones creativas y propiciar que el mismo aprendizaje sea un resultado positivo de la intervención, que sirva a la organización, a la teoría y a la experiencia, y de forma más importante a los beneficiarios.

De esta manera, el siguiente cuadro representa la matriz del marco lógico, originalmente desarrollado por Rachel Blackman (2006) para Tearfun U.K. y adaptada a este proyecto con el fin de identificar debilidades en el diseño del proyecto. El cuadro está conformado por cuatro filas y cuatro columnas en la que se vacían todos los elementos clave del plan comunicativo, es decir; La meta (¿Dónde queremos estar?) el propósito (¿Dónde queremos estar?), los resultados (¿qué queremos lograr?) y las actividades (¿cómo llegamos allí?). Además, por cada uno de estos elementos se establecen los indicadores (¿cómo sabemos cuándo llegamos allí?), las evidencias de los logros (¿qué nos demuestra que llegamos allí?) y los supuestos (¿cuáles son los problemas potenciales a lo largo del camino?).

Resumen	Indicadores	Evidencia	Supuestos
<p>a) Meta: Aumenta la organización por parte de los habitantes para gestionar de forma integral los residuos que producen y en efecto se mejoran las relaciones interpersonales.</p>	<p>Se concretan acuerdos de participación adhiriéndose un 65% de la comunidad.</p> <p>Se reduce en un 60% la presencia de basura en los espacios afectados.</p>	<p>Informes del equipo de trabajo del plan comunicativo.</p> <p>Informes del equipo de trabajo. (Guía de observación del entorno).</p>	
<p>b) Propósito: Promover una comunicación íntegra que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculos, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán logre gestionar su derecho a gozar de un ambiente sano.</p>	<p>El 65% de la comunidad construye acuerdos positivos hacia la mejora de su convivencia y bienestar.</p>	<p>Sondeo. Informe del equipo de trabajo.</p>	<p>La comunidad participa y asume su responsabilidad de organizarse y crear acuerdos.</p>
<p>b) Resultados: 1. Contar con el apoyo en la capacitación, así como con espacios y escenarios que propicien la Animación Sociocultural dentro de la comunidad de San Andrés Tomatlán.</p>	<p>El 100% de los profesionales involucrados están dispuestos a dotar de espacios que motivan la apertura al diálogo entre las personas para lograr acuerdos y se alcance la cooperación.</p>	<p>Informes del equipo de trabajo del proyecto, del centro comunitario y de la ONG “reciclar para ayudar”.</p>	<p>El Centro Comunitario y la asociación “reciclar para ayudar” permiten que sus profesionales dispongan de tiempo para participar en la capacitación.</p>
<p>2. Comunidad consiente y motivada ampliamente sobre la importancia y beneficio de conllevar prácticas ecológicas y de conservar un entorno sano.</p>	<p>El 60% de la comunidad accede a la información y actúa en concordancia con lo sugerido en los medios de difusión.</p>	<p>Monitoreo en los medios sociales en línea. Número de participantes en los talleres.</p>	<p>Los mensajes son adecuados por lo que la comunidad se agregan a los talleres y a los medios sociales en línea.</p>
<p>3. Comunidad abierta al diálogo, a la convivencia, al intercambio, a la participación activa, capaz de reconocer la importancia del desarrollo en sociedad.</p>	<p>El 40% de la comunidad participa en actividades de puesta en común y mejora la convivencia.</p>	<p>Número de participantes. Fotografías.</p>	<p>Las actividades mejoran las relaciones entre los participantes.</p>
<p>4. Comunidad organizada, con habilidades, actitudes y oportunidades incrementadas para reclamar un entorno propicio para su desarrollo con miras a impedir que en próximos años se encuentren inmersos en una crisis que afecta sus vidas.</p>	<p>El 80% de los participantes en los talleres han aumentado sus capacidades para gestionar adecuadamente cualquier residuo que produce.</p>	<p>Informe del equipo de trabajo.</p>	<p>Los participantes logran promover entre la comunidad la importancia de sumarse en los talleres.</p>

Resumen	Indicadores	Evidencias	Supuestos
d) Actividades: 1.1 Establecer las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional.	Se cuenta con la articulación de las instituciones y se crean los vínculos correspondientes a fin de generar acciones provechosas que sirvan a los intereses de las mismas organizaciones, al plan comunicativo, y por ende, al público beneficiado.	Informes de los acuerdos, redactados por el equipo de trabajo - comunicólogo, coordinador del centro comunitario y de las instituciones involucradas-.	Las instituciones permiten que el personal de capacitación disponga de horarios flexibles o tiempos para participar en todo el plan comunicativo.
1.2 Participar en la convocatoria "Otorgamiento de Subsidios para Proyectos de Educación Ambiental y Capacitación para el Desarrollo Sustentable: Ejercicio Fiscal 2016" ofrecida por la SEMARNAT.	Se redactan los lineamientos que exige la convocatoria para el otorgamiento de los recursos económicos.	Informe de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.	La respuesta de la SEMARNAT es satisfactoria y aprueban otorgar los recursos para la realización del plan comunicativo.
1.3 Solicitar al Centro de Servicios y Atención Ciudadana (CESAC) de la delegación Iztapalapa, la instalación de infraestructura en materia de reciclaje (contenedores de basura de colores).	Se instala en un 80% los contenedores en las calles principales de la colonia San Andrés Tomatlán.	Observación Informe por parte del (CESAC).	El CESAC implementa la instalación de contenedores en puntos estratégicos de la colonia San Andrés Tomatlán.
1.4 Instalación y adecuación de los espacios para realizar talleres educativos hacia el cuidado del medio ambiente, dentro del centro comunitario.	Se obtienen los espacios, recursos técnicos, económicos y humanos para la realización de los talleres.	Informe del coordinador del centro comunitario.	Los talleres se realizan en espacios adecuados que garantizan la animación sociocultural.
2.1 Creación de carteles, dípticos, manuales e infografías didácticas.	Se desarrolla el %100 del material impreso	Piezas de campaña, carteles, infografías, dípticos y manuales.	Las profesionales de la comunicación cuentan con capacidades necesarias en la elaboración y diseño de productos comunicativos.

2.2 Teatro ambulante de la UACM “primera y última llamada: si te veo te acuso”	Se presentan las obras de teatro con una asistencia del 40% del total de la comunidad.	Fotografías. Observación. Encuesta.	El taller de teatro de la UACM cuenta con las capacidades para mantener la atención del público mediante un mensaje simple y adecuado.
2.3 Teatro ambulante de la UACM: show con marionetas para niños “¡Alto! Ni se te ocurra Mr. basura”.	Se presentan las obras de teatro con una asistencia del 70% del total de la comunidad estudiantil de las primarias.	Fotografías. Observación. Encuesta.	El taller de teatro de la UACM es capaz de generar los mensajes adecuados a las necesidades de aprendizaje de los niños de primaria.
2.4 Galería fotográfica “El ayer y el ahora: ¿Qué fue de mi colonia?”	Se monta la exposición de dípticos impresos en vinil en los puntos de afluencia de la colonia San Andrés Tomatlán.	Piezas de campaña, exposición, fotografías.	
2.5 Creación y desarrollo de la página grupal <i>Facebook</i> “San Andrés sustentable” <i>Instagram</i> “San Andrés reciclado” y <i>Pinterest</i> “hazlo tú mismo”.	El %100 de los participantes se agregan a las páginas de <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> y <i>Pinterest</i> .	Monitoreo de la página de <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> y <i>Pinterest</i> . (Número de visitas, publicaciones, comentarios, números de “me gusta”, publicaciones compartidas y número de “visto”).	La comunidad agregada a la página de <i>Facebook</i> , comenta las publicaciones, aportando sus opiniones y sentimientos. La comunidad de <i>Instagram</i> opina en las publicaciones. La comunidad de <i>Pinterest</i> comparte el contenido y agregan a favoritos las publicaciones.
2.6 Taller de animación por la técnica <i>stop motion</i> “comunidad en metamorfosis”.	Se desarrolla el 100% de los cortometrajes de animación por <i>stop-motion</i> .	Cortometrajes de animación (video)	Los participantes adquieren una herramienta que estimula su creatividad.
3.1 “Mega ofrenda ecológica de día de muertos” y “Navidad con reciclaje”.	Al menos un 40% de la comunidad participa e interactúa en la elaboración de la mega ofrenda.	Ofrendas montadas. Numero de asistencia.	La comunidad logra los consensos adecuados para trabajar en equipo.

3.2 “Mercado de trueque”	Al menos un 40% de la población participa en el intercambio o trueque de productos.	Número de asistencia. Fotografías. Encuesta.	La comunidad logra organizarse para acordar negociaciones en el intercambio de sus productos.
3.3 Carros alegóricos con residuos sólidos.	Al menos el 70% de los organizadores adopta la iniciativa para construir carros alegóricos con residuos sólidos.	Carros alegóricos. Fotografías. Numero de asistencia.	Los organizadores incrementan su creatividad a la vez que aportan un mensaje que fomenta el reciclaje y la reutilización de residuos.
4.1 “El ¿qué?, ¿cómo?, ¿dónde? y ¿para qué? el manejo de residuos”.	Al menos un 70% de los participantes accede a la información y se forma nuevos saberes.	Encuesta.	La ONG “reciclar para ayudar” cuenta con el personal adecuado para la capacitación de los participantes en el tema del manejo de residuos.
4.2 Taller de Sensibilización y promoción del medio ambiente “Visión sistémica del medio ambiente”.	Se implementan al menos 2 talleres de sensibilización a modo de conversatorios, pláticas educativas e informativas y proyecciones de video.	Listas de asistencia. Observación del debate. Fotografías.	A manera reflexión los participantes dialogan ante la proyección.
4.3 “Tienda de compras inteligentes”.	Al menos el 70% de los participantes reconocen el impacto medioambiental que provocan los productos que consumen.	Lista de asistencia. Encuesta.	Los participantes reflexionan ante los impactos del costo ambiental que implica adquirir un producto que comúnmente consume.
4.4 Taller sobre manejo de residuos: “Manejo integral de residuos sólidos: pautas para la autogestión”	El 80% de los participantes adquieren el conocimiento adecuado y las pautas necesarias para la autogestión de los residuos que producen.	Encuesta. Observación del equipo de trabajo.	Los participantes aportan ideas propias y que se adecuan a sus necesidades para poder gestionar sus propios residuos.
4.5 Taller sobre aprovechamiento de residuos mediante la “Permacultura”	Al menos el %70 de los participantes del proyecto desarrolla sus habilidades y destrezas al crear nuevos artefactos y productos orgánicos a partir de sus residuos.	Piezas elaboradas a partir de la reutilización: nuevos productos diseñados, composta, huertos urbanos.	La comunidad desarrolla sus capacidades y está satisfecha con los resultados esperados.
4.5 Reciclarte	Un 50% de los participantes desarrollan sus habilidades y sus capacidades creativas.	Productos. Artesanías.	Los participantes han aportado una visión más amplia de ver a la basura más allá de un simple desecho inservible.

1.11 Taller de Mercado digital “promueve tu basura”	Se sube a la plataforma digital <i>Facebook</i> el 100% de las fotografías de los productos realizados	Monitoreo de la página <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> Comentarios, número de visitas, numero de reproducciones y numero de “me gusta” y número de “visto”	Los participantes obtienen beneficios al observar que sus productos adquieren demanda en el mercado digital.
--	--	---	--

EVALUACIÓN DEL MARCO LÓGICO

Una vez completada la Matriz del marco lógico se realizarán tres pasos adicionales para evaluarla.

Primer paso: Comenzamos revisando la columna número **1 Resumen** desde abajo hacia arriba, para asegurarnos que las afirmaciones estén lógicamente vinculadas, para eso utilizamos la prueba de **Sí...entonces**.

1.Resumen	2. indicadores	3. Evidencias	4 Supuestos
<p>a) Meta: Aumenta la organización por parte de los habitantes para gestionar de forma integral los residuos que producen y en efecto se mejoran las relaciones interpersonales.</p>			
<p>b) Propósito: Promover una comunicación íntegra que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculos, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán logre gestionar su derecho a gozar de un ambiente sano.</p>			
<p>c) Resultados: Contar con el apoyo en la capacitación, así como con espacios y escenarios que propicien la Animación Sociocultural dentro de la comunidad de San Andrés Tomatlán.</p>			
<p>d) Actividades: 1.1 Establecer las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional.</p>			

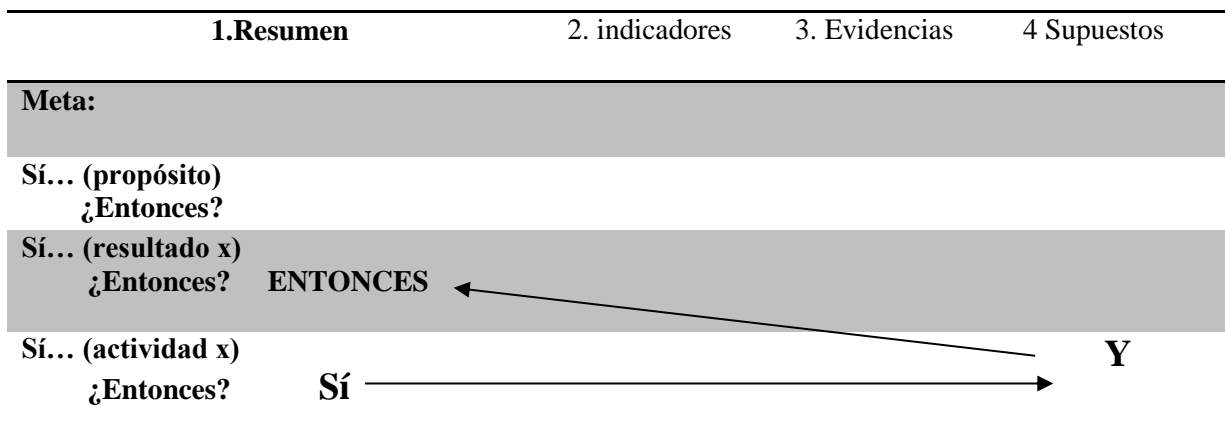
A continuación demostraremos, a partir de una actividad, un ejemplo del proceso de evaluación antes mencionado en tres oraciones.

Sí (**actividad**) establecemos las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional, entonces (**resultado**) Contaremos con el apoyo en la capacitación, así como con espacios y escenarios que propicien la Animación Sociocultural dentro de la comunidad de San Andrés Tomatlán.

Si (**resultado**) contamos con el apoyo en la capacitación, así como con espacios y escenarios que propicien la Animación Sociocultural dentro de la comunidad de San Andrés Tomatlán, entonces (**propósito**) Promoveremos una comunicación íntegra que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculos, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán logre gestionar su derecho a gozar de un ambiente sano.

Sí (**propósito**) Promover una comunicación íntegra que involucre diálogo, interacción, formación, información, organización, retroalimentación y vínculos, con el fin de que la comunidad de San Andrés Tomatlán logre gestionar su derecho a gozar de un ambiente sano, entonces (**meta**) Aumenta la organización por parte de los habitantes para gestionar de forma integral los residuos que producen y en efecto se mejoran las relaciones interpersonales.

Segundo paso: Posteriormente trabajamos la **actividad** relacionando la columna número 4 **Supuestos**, con la columna número 1 **Resumen (resultado)**, comenzando también, de abajo hacia arriba.



Sí (**actividad**) establecemos las relaciones públicas con las diversas instituciones que forman parte de la estrategia Interinstitucional, y (**supuesto**) las instituciones permiten que el personal de capacitación disponga de horarios flexibles o tiempos para participar en todo el plan comunicativo, entonces (**resultado**) contaremos con el apoyo en la capacitación, así como con espacios y escenarios que propicien la Animación Sociocultural dentro de la comunidad de San Andrés Tomatlán.

**Sí se requiere, este proceso se podrá repetir con las 11 actividades propuestas en la matriz del marco lógico para su verificación.*

5.2 DESARROLLO DE INSTRUMENTOS.

Encuesta para la obra teatro “si te veo te acuso”

1. Género: a) Femenino b) Masculino
2. ¿Edad? _____
3. ¿Qué le pareció la obra?
 - a) Muy buena b) Buena c) Regular d) Mala e) Muy mala.
4. ¿Cuál fue tú experiencia?
 - a) Muy buena b) Buena c) Regular d) Mala e) Muy mala.
5. ¿Qué nuevos conocimientos adquiriste? **Marca con una X los que consideres pertinentes**
 - a) Separar los residuos.
 - b) La importancia de la sana convivencia.
 - c) La importancia de mantener un entorno limpio.
 - d) La importancia de mantenerse en comunicación.
 - e) Ninguno.
6. ¿Qué tan oportuno consideras el tema?
 - a) Muy oportuno b) Oportuno c) Regular d) Poco oportuno e) Irrelevante
7. ¿Crees que esta actividad es clave para fomentar la participación?
 - a) Muy importante b) Importante c) Regular d) poco importante e) No importa.
8. ¿Qué te llamó la atención? **Marca con una X los que consideres pertinentes.**
 - a) Las actuaciones
 - b) El escenario
 - c) El vestuario
 - d) El tema o argumento
 - e) Ninguno de los anteriores
9. ¿Te pareció adecuada la puesta en escena?
 - a) Sí b) No
10. ¿Estuviste cómodo durante el show?
 - a) Muy cómodo b) Cómodo c) Regular d) incómodo
12. ¿Cómo calificas el desempeño de los actores?
 - a) Muy buena b) Buena c) Regular d) Mala e) Muy mala.
13. ¿Cómo te enteraste del evento?

a) Carteles b) redes sociales c) volantes d) por otra persona e) iba pasando

14. ¿Volverías a asistir?

a) Sí b) No

Encuesta Mercado de trueque

1. Género: a) Femenino b) Masculino

2. ¿Edad? _____

3. ¿Qué productos trajo para intercambiar? **Marca con una X los que consideres pertinentes.**

a) Botellas de plástico b) botellas de vidrio c) Aluminio d) cartón e) papel f) otros

4. ¿Encontró lo que buscaba?

a) Sí b) No

5. ¿Qué logró intercambiar? R=_____

6. ¿Le pareció un intercambio justo?

a) Sí b) No

7. ¿Qué aprendió de esta actividad? **Marca con una X los que consideres pertinentes.**

a) Que la basura no es un simple desecho inservible.

b) La importancia de separar los residuos.

c) El ahorro económico.

d) El valor de reciclar, reutilizar y acopiar.

e) La importancia de mantener un entorno sano.

f) La importancia de la convivencia.

8. ¿Qué recomendación no haría para mejorar?

a) Introducir más productos para intercambiar b) que se remuneren mejor los productos

c) Mejorar la organización d) Mayor difusión

9. ¿Se lo recomendaría a alguien más para que asista?

a) Sí b) No

10. ¿Cómo se enteró de este evento?

a) Carteles b) redes sociales c) volantes d) por otra persona e) Casualidad

11. ¿Volvería a asistir? a) Sí b) No

Encuesta al taller: “El ¿qué?, ¿cómo?, ¿dónde? y ¿para qué? el manejo de residuos”

1. Género: a) Femenino b) Masculino
2. ¿Edad? _____
3. ¿Qué le pareció el taller?
 - a) Muy bueno b) Bueno c) Regular d) Malo e) Muy malo
4. ¿Cuál fue tú experiencia?
 - a) Muy divertido b) Divertido c) ni divertida ni aburrida d) Aburrida e) Muy aburrida
5. ¿Qué nuevos conocimientos adquiriste?
 - a) Separar los residuos.
 - b) La importancia de la sana convivencia.
 - c) La importancia de mantener un entorno limpio.
 - d) La importancia de mantenerse en comunicación.
 - e) Ninguno.
6. ¿Crees que el tema es oportuno?
 - a) Muy oportuno b) Oportuno c) Regular d) Poco oportuno e) Irrelevante
7. ¿Crees que esta actividad es clave para fomentar la participación?
8. ¿Qué te llamó la atención?
 - a) Los juegos b) los materiales c) el tema del reciclaje d) los talleristas
9. ¿Estuviste cómodo trabajando en equipo?
 - a) Muy cómodo b) Cómodo c) Regular d) incómodo e) Muy incomodo
- a) ¿Se lo recomendaría a alguien más para que asista?
- b) Sí b) No

Encuesta al taller “tienda de compras inteligentes”

1. Género: A) Femenino b) Masculino
2. ¿Edad? _____
3. ¿Qué le pareció el taller?
 - a) Muy bueno b) Bueno c) Regular d) Malo e) Muy malo
4. ¿Cuál fue tú experiencia?
 - a) Muy divertido b) Divertido c) ni divertida ni aburrida d) Aburrida e) Muy aburrida
5. ¿Qué nuevos conocimientos adquiriste?
 - a) La importancia del consumo responsable b) a ahorrar dinero c) a reutilizar los productos antes de desecharlos c) La importancia de reciclar d) ninguno.
6. ¿Crees que el tema es oportuno?
 - a) Muy oportuno b) Oportuno c) Regular d) Poco oportuno e) Irrelevante
7. ¿Crees que esta actividad es clave para fomentar la participación?
8. ¿Qué te llamó la atención?
 - a) Los juegos b) El tema del cuidado medioambiental c) La organización d) Los organizadores
9. ¿Estuviste cómodo trabajando en equipo?
 - b) Muy cómodo b) Cómodo c) Regular d) incómodo e) Muy incomodo
10. ¿Se lo recomendaría a alguien más para que asista?
 - a) Sí b) No
12. ¿Cómo se enteró de este evento?
 - a) Carteles b) redes sociales c) volantes d) por otra persona e) Casualidad.

5.3 APRECIACIONES ÉTICAS DEL PLAN COMUNICATIVO.

Jürgen Habermas (2000) nos habla, de que “toda comunicación aspira al acuerdo”, es decir, al entendimiento y al convenio. Por ello, cuando hablamos con otras personas, presuponemos que nos están diciendo la verdad y en ello radica la ética.

Asimismo, apunta el mismo autor, “cuando exista un conflicto insuperable, los individuos pueden comprometerse a participar en el discurso”, que sería aquella situación en la que el conflicto se solucionaría buscando caminos de respuesta que resulten provechosos para el mejoramiento y la superación de sus conflictos, excluyendo la coacción (amenazas) y el engaño.

Un plan de comunicación es eso, pues construye una trama que involucra a distintos actores sociales para crear procesos que configuran formas de entender y de entenderse, que hacen posible acciones concretas en la práctica y que dinamizan los procesos interactivos para solucionar sus problemáticas, apelando a la verdad.

Asimismo, un plan comunicativo implica diversos escenarios, los cuales orientan los cambios de actitudes, que promueve hábitos, que construyen y configuran al mundo, que otorgan o refuerzan los buenos valores encaminados hacia una cultura de paz y entendimiento con los otros. Por ello, es necesario denotar, desde una postura ética, los valores que enmarcan nuestro plan comunicativo:

Atento al contexto sociocultural y lo situacional (una mirada respetuosa a las alteridades socioculturales)

A diferencia de algunos proyectos, campañas de desarrollo o planes comunicativos que buscan promover cambios en la conducta de los individuos a los que se les dirige y que en muchas ocasiones, pretenden instaurar la verdad al definir conductas que suelen ser impositivas o fuera de contexto (tal vez por manejar estructura rígida en su metodología), el presente plan de comunicación estuvo atento al contexto sociocultural del lugar en el que se trabajó y consideró esta complejidad a la hora de diseñar estrategias comunicativas que se adaptaran a las condiciones y necesidades de los sujetos, estrategias que “no se desentienden de los acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad de los sujetos” (Massoni, 2012). Por lo tanto, abordamos distintas dimensiones de la comunicación, las cuales, nos permitieron aportar soluciones novedosas para la resolución de los problemas. Por ello, se propusieron estrategias que fomentarán la sana convivencia, el trabajo en equipo y las mejoras en las relaciones interpersonales, puesto que la comunidad carece de estos aspectos.

Veracidad en la información:

Para la elaboración del plan comunicativo, se utilizó información fidedigna tanto de fuentes académicas e institucionales certificadas, como de diversas opiniones, puntos de vista y testimonios.

Sujetos de derecho:

Por un lado se reconoce al individuo como sujeto de derecho al estar inserto en una comunidad que le demanda responsabilidad de sus actos y con los demás sujetos, en pos de

una convivencia social óptima y armoniosa. Y por el otro se le reconoce como sujeto que tiene derecho a necesidades básicas como:

Derecho a la educación:

Que sean sujetos activos en la construcción de conocimientos y en la necesidad de promover el aprendizaje. Paulo Freire (1979) menciona que la actitud correcta se puede alcanzar por medio de la enseñanza y el aprendizaje, y por medio de ésta “se desarrollarían elementos para alcanzar la dignidad del hombre”

Derecho a la integración:

Que potencie al máximo su desarrollo como personas, y les permita insertarse e influir en la sociedad en la que están inmersos.

Derecho a la salud:

Que promuevan su derecho a gozar de un ambiente sano y armonioso, a la vez que generan alternativas viables que les ayuden a solucionar sus problemas.

Promueve la conciencia hacia el cuidado medioambiental:

Pues pretende provocar en las persona la necesidad de respeto hacia la vida humana y no humana (y a cuidar de ambas).

Promueve la comunicación:

Ya que aporta los procesos que ordenan u organizan las relaciones entre los sujetos de una comunidad (o exteriores a esta), permitiendo de esta manera, la producción en común de sentido para el entendimiento, para el consenso y la toma de decisiones en conjunto.

Transforma la cultura.

Aporta nuevos escenarios y procesos que permiten integrarse como una expresión cultural específica y distinta frente a otras, no como una superior, ni mucho menos, sino como una cultura que reconoce la pluralidad, el respeto, la tolerancia y los valores locales encaminados hacia la mejora de su comunidad.

REFLEXIONES GENERALES

Es interesante ver lo complejo que se puede volver una problemática, que a simple vista puede parecer tan sencilla de resolver, y que al tratar de comprenderla o abordarla se desprenda un mosaico de adversidades que obstaculizan su transformación. Es el caso de este plan comunicativo.

A partir de la realización del plan, pude darme cuenta de la gran responsabilidad que existe al querer reflexionar sobre una problemática y tratar de intervenir en su solución, puesto que en las maneras de abordarlas, se puede cometer el error de dejar de lado factores tan esenciales, como lo es, entender al otro en su complejidad. Es decir; el problema de la basura y su manejo adecuado, es uno de los grandes retos que tiene el país, ya que se trata de un problema ambiental, social y de salud pública cada vez más complicado, debido al incremento en la generación y en el escaso tratamiento esta, y a pesar de que se han desarrollado diversas maneras para resolverlo, no se ha llegado a concretar su solución.

Muchos de los proyectos que se han dedicado a resolver este tipo de fenómenos, no se han dado a la tarea de concebir al espacio de encuentro social como un mosaico de alteridades socioculturales y han dejado de lado los modos de construir lo social sobre las diferencias, pues las han negado al querer imponer un plan realizado desde la matriz de una oficina sin conocer las necesidades de las personas y la complejidad estas.

En efecto, llego a sostener este argumento a partir del diagnóstico que realicé de algunas instituciones del sector medioambiental y en mi experiencia laboral dentro de ellas,

pues estas operan en la medida que gestionan proyectos cuyos beneficiarios directos son ellos mismos. Proyectos dirigidos a funcionarios públicos pertenecientes al mismo sector, que siquiera tienen tiempo de conocer y compartir las experiencias con las personas, que sólo se encargan de crear proyectos a nivel nacional o distrito a manera de imposición, cuyas normas y pautas no se acoplan a la realidad de los individuos.

Considero que el aporte, del que me ha dotado la comunicación y la cultura, y que se diferencia de otras ciencias sociales, es la posibilidad de poder lograr el cambio social a través de lo conversacional, de la puesta en común, del espacio compartido, de la intersubjetividad, etc. Prácticas comunicativas que ponen en énfasis la interacción, la cual, es capaz de crear acuerdos y convenciones entre las personas, que sirven como estructura para lograr fomentar una cultura que se transmita a manera de un sistema de valores.

Este trabajo me pareció una oportunidad para aplicar el conocimiento adquirido a lo largo de la carrera ya que, en mi corta trayectoria como militante de la vida, he podido darme cuenta de los grandes problemas que aquejan a nuestra sociedad y que requiere urgentemente, el apoyo de personas que ayuden a solucionarlos, de gente solidaria y comprometida capaz de involucrar a la demás gente y que ponga sus esperanzas en hacer un mundo mejor.

BLOGRAFÍA CONSULTADA

1. Altamirano, Carlos (2002), *Términos críticos de Sociología de la Cultura*, Paidós, Buenos Aires, P. 288.
2. Álvarez, José Rogelio (2008), *Ciudad de México inolvidable*, Everest, México.
3. Ander-Egg, Ezequiel (1981), *Metodología y práctica de la animación sociocultural*. Marsiega, Madrid.
4. ANDER-Egg, Ezequiel. (1989), *La animación y los animadores*. Narcea, Madrid. P.22
5. Astilla del Pino, C. (2001). *La Incomunicación*, Península S.A., Barcelona.
6. Bonet, LL., Castañer, X., Font, J. (eds.) (2001), *Gestión de proyectos culturales: análisis de casos*. Ariel, Barcelona. P.12
7. Blackman, Rachel (2003), *Gestión del ciclo de proyectos. Recursos Roots*, Tearfund, Inglaterra.
8. Camus, Albert (1951) *El hombre rebelde*, Baretto, Francia, p. 12
9. Capra, Fritjof (1995), *La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas vivos*. Anagrama, Barcelona, p.26
10. Lauces, Pilar (2005). Educación Medioambiental: Modelos, Estrategia y Sistemas para Preservar el Medioambiente, Ideas Propias, España, p.18
11. De Cambra, Jordi (1999), *Desarrollo y subdesarrollo de concepto de desarrollo: Elementos para una conceptualización*, Instituto de Estudios sobre el Desarrollo Humano y la Economía Internacional de la Universidad de España, España. p.2

12. Deleuze, Guilles. (1990), *¿Qué es un dispositivo?*, en: Michel Foucault, filósofo, Gedisa, Barcelona.
13. Escarbajal, A. (1992), *La animación sociocultural como instrumento para el desarrollo comunitario*, en *Anales de Pedagogía*, 10, pp. 87-106. Barcelona.
14. Ferry, Luc. (1992), *La ecología profunda*, *Revista Letras Libres*, n° 192, noviembre, p.43
15. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), (2006) *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*, Edupas, Argentina.
16. Freire, Paulo (1970), *La pedagogía del oprimido*, Siglo XXI Argentina Editores, Argentina.
17. Galindo, Jesús; Karam, Tanius y Rizo, Marta (2005), *Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
18. Galindo, Jesús (2005), *Hacia una comunicología posible*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí,
19. Galindo Cáceres, Jesús (2005), *Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible*, Culturales, México, [en línea]: [Fecha de consulta: 7 de septiembre de 2015 Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69410102>>
20. Garza Guzmán, María Rosalía (2009) *la comunicación interpersonal dentro del campo académico de la comunicación: pautas para una sistematización*, *Global Media Journal*, vol. 6, núm. 12, México, pp. 49-70

21. Gayou Álvarez, Juan Luis. (2003). *Orígenes y planteamientos básicos de la investigación cualitativa* en *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y Metodología*, México, Paidós, pp. 13-38, en: Marta Rizo (Comp.), (2007), *Metodología Cualitativa. Antología*, Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, p.30
22. Gutiérrez Pérez, F. y Prieto Castillo, D. (1999). *La mediación Pedagógica, apuntes para una Educación a Distancia Alternativa*, Ciccus-la Crujía, Buenos Aires, Argentina.
23. Hernández Sampieri, Roberto, Carlos; Fernández Collado, Pilar; Baptista Lucio, (2010), *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill Interamericana, México, p.60
24. Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, (2010). [En línea], disponible en:

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/DF/Poblacion/default.aspx?tema=ME&e=09>, consultado el 20 de febrero de 2015.
25. Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, (2013), Consultado el 20 de febrero de 2015. En *Sistema de cuentas nacionales 2013*, [en línea], disponible en:

<http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar>
26. Landowski, E. (2003) “Con”. En: SyC Revista de análisis de discurso y semiótica, N° 4. Instituto de Literatura Latinoamericana. Buenos Aires, Argentina.
27. Macías Norma y Diana Cardona (2007), *Comunicometodología: Intervención social estratégica*, Universidad Intercontinental, México, p.168.
28. Martínez, Fabián (1990). *Planeación estratégica creativa*. PAC, México, p.98

29. Massoni, Sandra (2002), *Estrategias de comunicación: una mirada comunicacional para la investigación sociocultural*, en: Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América latina. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultural y comunicación, Orozco Gómez Guillermo (coord.). Grupo Editorial Norma, Buenos Aires/ Venezuela,
30. Massoni, Sandra (2003), Tesis doctoral: *Estrategias de comunicación rural: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional*, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
31. Montaña, Rolando (2002), *dispositivos para la intervención comunitaria y prácticas institucionales*”, en Tramas. Subjetividad y procesos sociales, números 18/19, Junio, p.214
32. Morin, Edgar (1994), *introducción al pensamiento complejo* , Gedisa, Barcelona, p.90
33. Morin, Edgar (2000), *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, Organización para las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Francia.
34. Ochoa, M. (2014). *Educación Alternativa: un desafío permanente y necesario*, [En línea], disponible en: <http://reevo.org/articulos/educacion-alternativa-un-desafio-permanente-y-necesario/>, consultado el 16 de Junio de 2015
35. Prieto Castillo, D. (2005). *La enseñanza en la Universidad*, Centro universitario, Argentina.

36. Romeu, V. (2013), Epistemología para la planeación de la comunicación y definición de los siete problemas comunicativos, en Aguilar, A., V. Castellanos, y G. Pérez Salazar (eds.) *La producción del conocimiento en las ciencias de la comunicación y su incidencia social*, México, AMIC / Universidad Autónoma de Coahuila.
37. Tamayo y Tamayo, Mario (2007) *El Proceso de la Investigación Científica*, LIMUSA, México. p.231

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

Cibergrafía consultada

- 1.- <http://cecaedesu.semarnat.gob.mx/cecaedesu/index.shtml> Consultado el 20 de octubre del 2014.
- 2.- <http://www.permacultura.org.mx/es/home/> Consultado el 18 de febrero del 2015.
- 3.- <http://www.redpermacultura.org/> Consultado el 18 de febrero del 2015.
- 4.- <http://www.sedema.df.gob.mx/sedema/> Consultado el 22 de febrero de 2015.
- 5.- <http://www.semarnat.gob.mx/educacion-ambiental> Consultado el 30 de enero del 2015.
- 6.- <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar> Consultado el 20 de noviembre de 2014.

7. <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/DF/Poblacion/default.aspx?tema=ME&e=09> Consultada el 12 Marzo de 2015.

8.- <http://www.semarnat.gob.mx/bibliotecadigital> Consultado el 14 de octubre del 2015.

9.- <http://www.planverde.df.gob.mx/inicio.html> Consultada el 2 de septiembre del 2015.

10.- http://www.iztapalapa.df.gob.mx/htm/sibdsi/SIBDSI_marginacion.html Consultado el 22 de febrero de 2015.

Artículos en internet

Restrepo, Iván Otro fracaso: la Cruzada por un México limpio, *La Jornada*, México, 14 de diciembre de 2005, (Opinión), [en línea], disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2005/03/14/index.php?section=opinion&article=016a2pol>, consultado el 10 de septiembre de 2015.

La Cruzada Nacional por un México Limpio, un hecho sin precedentes, *Teorema Ambiental*, México, 1 de septiembre de 2001, [en línea], disponible en: <http://www.teorema.com.mx/contaminacion /la-cruzada-nacional-por-un-mexico-limpio-un-hecho-sin-precedentes/>, consultado el 10 de septiembre de 2015.

Páginas oficiales en línea

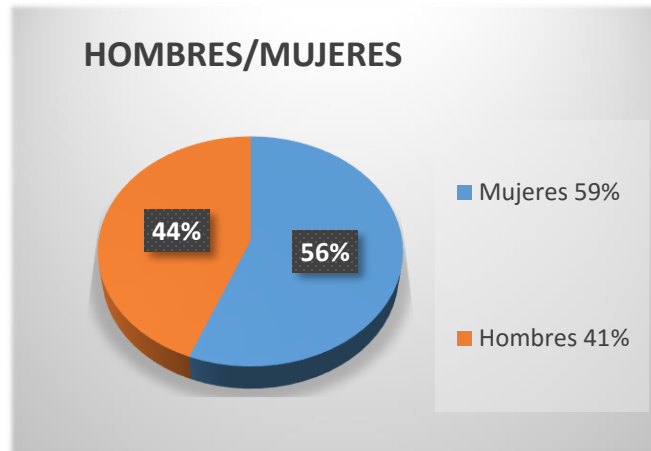
1. Gaceta Oficial del distrito Federal, programa de Gestión Integral de Residuos Sólidos del Distrito Federal, Consultado en: <http://www.consejeria.df.gob.mx/index.php/gaceta> el 2 de junio de 2015.
2. Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, SEDUVI. (2008) *Programa Delegacional de Desarrollo Urbano en Iztapalapa*, México. <http://www.seduvi.df.gob.mx/portal/index.php/programas-de-desarrollo> el 19 de junio de 2015.
3. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales SEMARNAT (2008), *Programa Nacional de Gestión Integral de Residuos 2009-2012*, Grande S.A. de C.V., México <http://www.gob.mx/semarnat> el 6 de junio de 2015.
4. Portal del medio ambiente del Distrito Federal, consultado en: *Cómo se manejan los residuos en la ciudad, México.* http://www.transparenciamedioambiente.df.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=171%3Acomo-se-manejan-los-residuos-en-la-ciudad&catid=55%3Aresiduos-solidos&Itemid=444 el 2 de junio de 2016

ANEXOS

ANEXO 1 GRAFICAS

1.-Género

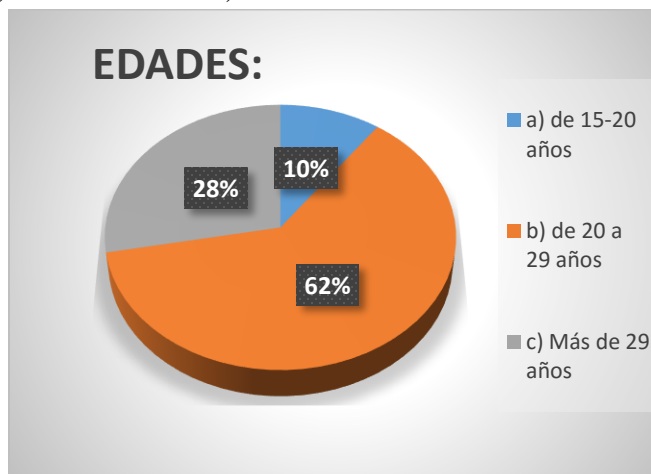
a) Femenino () b) Masculino ()



Esta gráfica representa la cantidad de personas encuestadas pero dividiéndolas en género femenino, el cual consta de 56, y el género masculino que se conforma por 44. Según la Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial 2001-2003 (Véase anexos) en el pueblo de San Andrés Tomatlán existe una cantidad de mujeres directamente proporcional a la cantidad de hombres que habitan en esa comunidad. Asimismo, la mayoría de habitantes eran de edades entre los 12 y los 15 años (en ese entonces). Por lo tanto, se podría deducir, que en el 2015 la mayoría de la población es joven y adulta (entre 20 a 29 años de edad)

2.-Edad:

a) De 15 a 20 años b) de 20 a 29 años c) más de 29 años



Pierre Bourdieu (1981) menciona que “el deseo de una transformación social como naturalmente ligado a una edad juvenil determinada, conducen a la legitimación del orden social y político existente” ya que a cualquier edad se logran grandes proezas.

3.- ¿Cuál es su ocupación?

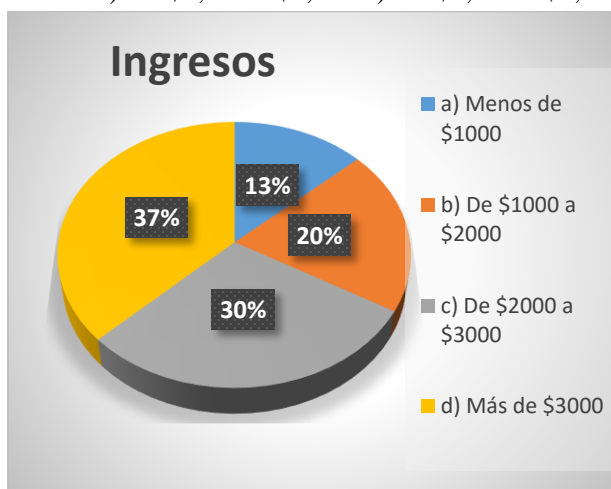
a) Estudiante b) Trabajador c) Estudiante y trabajador d) Al hogar e) Desempleado



Otro dato relevante y que concuerda con la información proporcionada por la Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial 2001-2003, es que, la mayoría de la población de San Andrés es estudiante y trabajadora.

4.- ¿En promedio ¿Cuál es el ingreso mensual total de su hogar?, incluyendo lo que tú percibes.

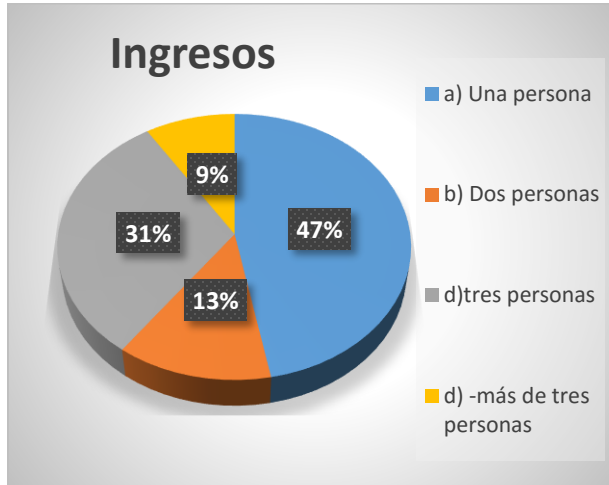
a) Menos de \$1,000 mensuales b) De \$1,000 a \$2,000 c) De \$2,000 a \$3,000 d) Más de \$3,000



La mayoría de los encuestados afirma que su familia percibe un ingreso superior a los \$3000.00 mensuales, por lo que muchos de ellos alcanzan a cubrir sus necesidades básicas.

5.- ¿Cuántas personas contribuyen a generar este ingreso?

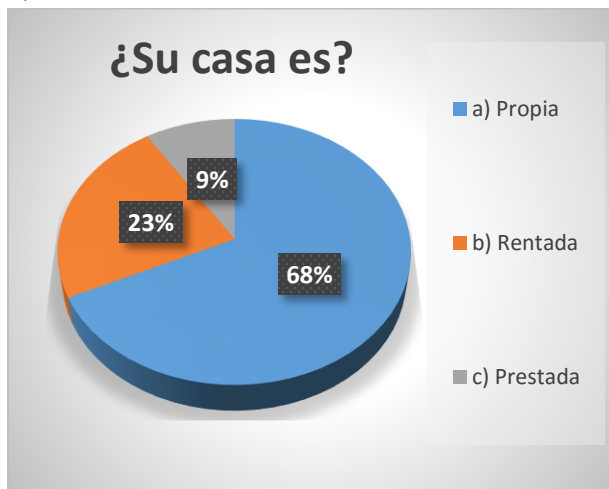
a) Una persona b) dos personas c) tres personas d) más de tres personas.



En este gráfico se puede interpretar que existe una gran dependencia hacia la persona que genera los ingresos mensualmente.

6.- ¿Su casa es?

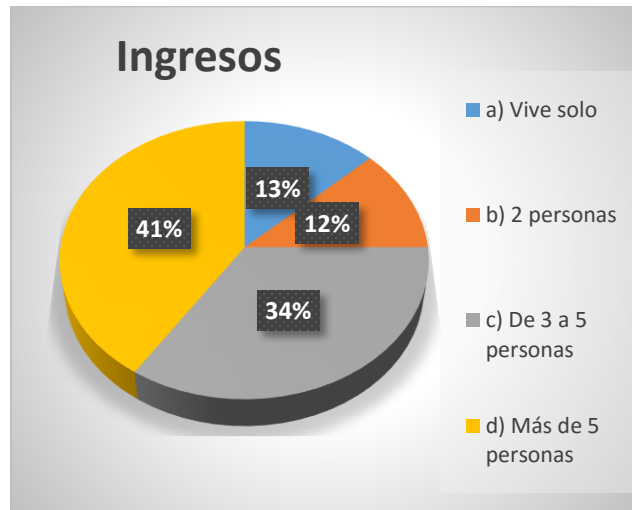
a) Propia b) Rentada c) Prestada



En este gráfico se puede observar que la mayoría de los encuestados cuenta con casa propia, eso significa una disminución considerable en sus egresos al no estar pagando una renta fija mensualmente. Por otro lado, las personas que rentan podrían tener dificultades económicas a futuro.

7.- ¿Cuántas personas conforman su hogar?

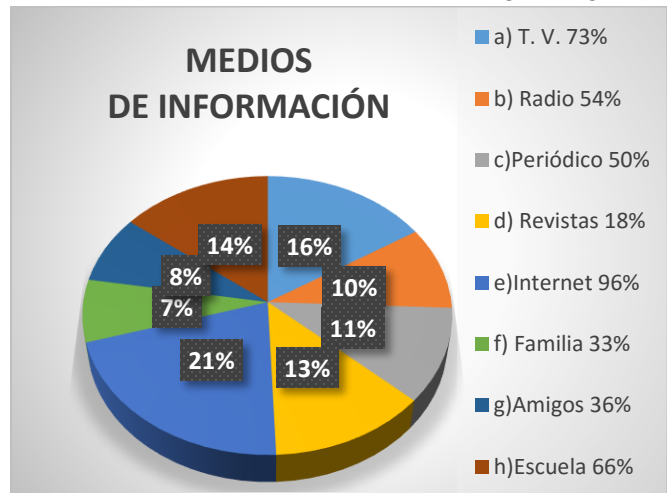
- a) Vive solo b) 2 c) 3 a 5 d) Más de 5



Por un lado esta gráfica nos indica que, sí el número de integrantes en la familia es cuantioso, entonces los gastos y necesidades básicas ascienden considerablemente. Por otro lado, nos indica que posiblemente la familia genere bastantes residuos ya que según estadísticas del INEGI cada ciudadano genera alrededor de 1 kilogramo de basura al día por lo que es importante enseñar a gestionarla y de esta manera puedan sacar provecho de lo que generan.

8.- ¿Por qué medio de comunicación se informa? **Puede marcar más de una opción**

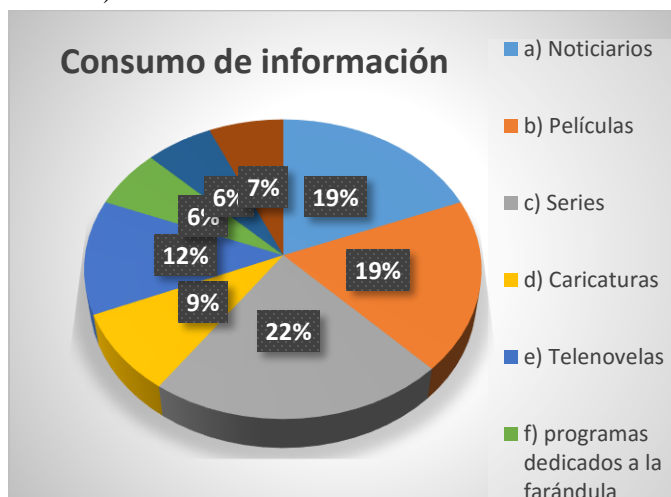
- a) TV b) Radio c) Periódicos d) Revistas e) Internet f) Familia g) Amigos h) Escuela



La mayoría de estas personas se informan; en primera instancia, por Internet, seguidas por Tv, escuela, amigos y radio. Son medios que comúnmente utilizan los jóvenes y adultos.

9.- ¿Qué tipo de programas prefiere ver en TV? **Puede marcar más de una opción**

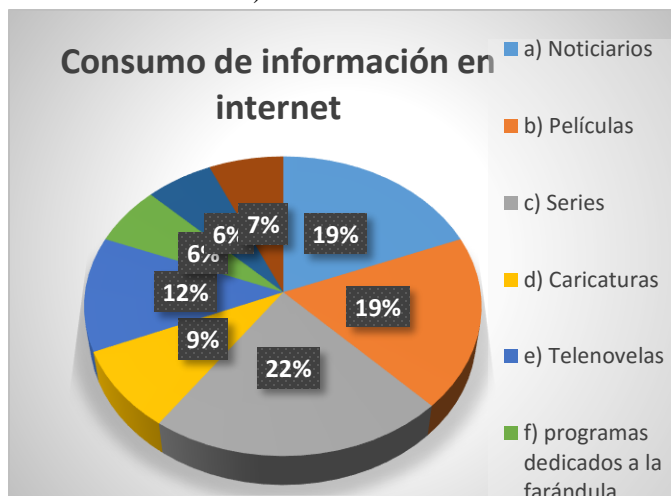
- a) Noticiarios b) Películas c) Series d) Caricaturas e) Telenovelas f) Programas dedicados a la farándula g) Documentales h) Otros



Al parecer la Tv ha dejado de ser la principal fuente noticiosa primordial para los jóvenes y adultos, por lo que pasa directamente a ser un medio dedicado al ocio y al entretenimiento, ya que éstos prefieren ver series y películas.

10.- ¿Qué tipo de información consulta en Internet? **Puede marcar más de una opción**

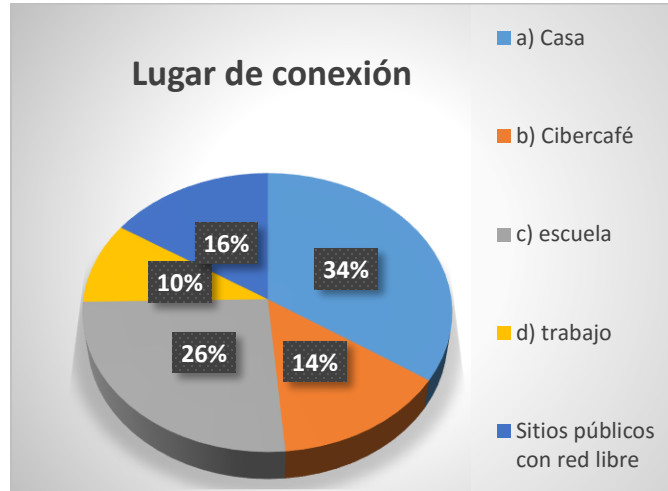
- a) Noticias c) Entretenimiento b) Servicios de *streaming* (series, películas, etc.) e) Redes sociales d) Eventos culturales g) Tareas académicas h) otras.



Internet, por supremacía, es la fuente primordial para la búsqueda de información referente a noticias ya que este medio otorga una infinidad de opciones informativas (periódicos en línea, enciclopedias, páginas de interés común, recursos educativos, portales institucionales, etc.) También Internet, se ha vuelto un espacio dedicado al ocio debido a que otorga servicios de *streaming* (series, películas, música, etc.) y propicia la entrada a las redes sociales en línea o social media, como son: Facebook, Instagram, twitter, etc.

11.- ¿Dónde consulta el servicio de Internet? **Puede marcar más de una opción**

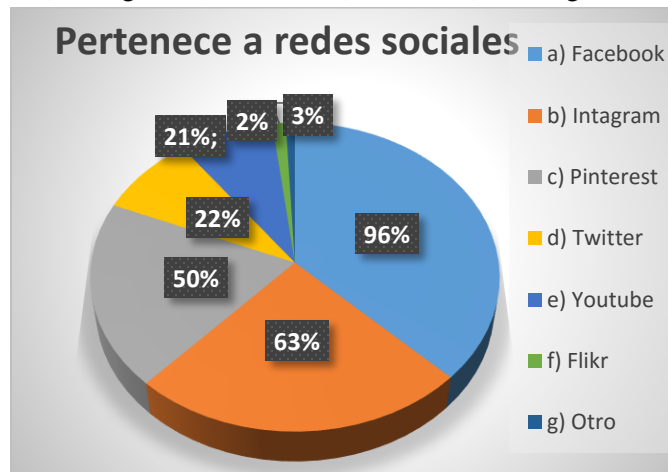
a) Casa b) Cybercafé c) Escuela d) Trabajo e) Sitios públicos con red libre



La mayoría de las y los encuestados señalan que cuentan con el servicio de Internet en casa, por lo que el acceso a la red puede ser constante y viable.

12.- ¿Pertenece a alguna una red social en Internet? **puede marcar más de una opción**

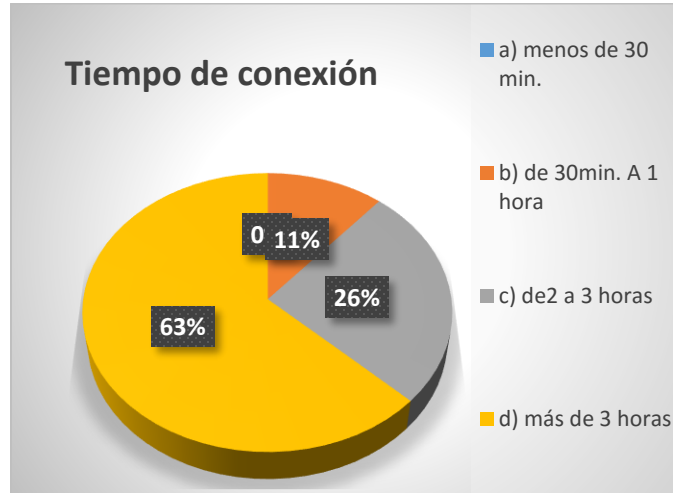
a) Facebook b) Twitter c) Instagram d) Pinterest e) Youtube f) Flickr g) Otras



Los medios sociales como *Facebook*, *twitter*, *Instagram*, etc. cada vez adquieren más usuarios, tan sólo en el 2015 *Facebook* alcanzo más de 1,000,000,000 (un billón) de usuarios que forman parte de su comunidad. Por lo que se ha vuelto el principal medio social para comunicarse en línea. De ahí la importancia de lo anterior, se podría utilizar este medio como estrategia para la vinculación, puesto que se requiere unir a individuos que trabajen hacia un interés común.

13.- ¿Cuánto tiempo al día se conecta a Internet?

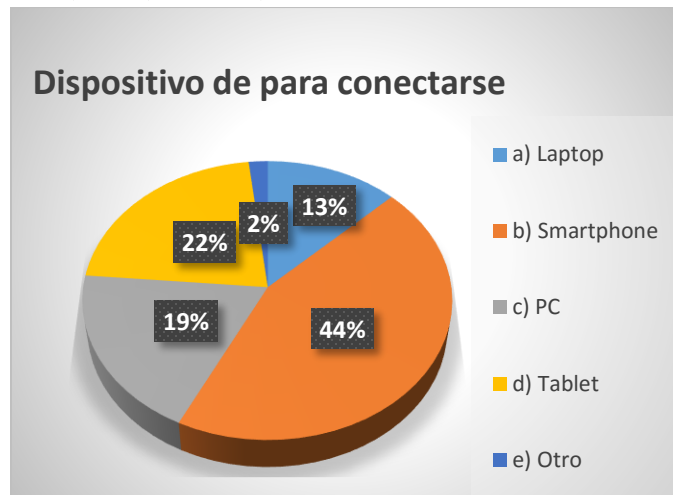
a) Menos de 30 min. b) de 30min. a 1 hora c) de 2 a 3 horas d) más de 3 horas



Es muy común ver a personas conectadas todo el tiempo a Internet. Existen diversas causas, por las cuales una persona se mantiene conectada a Internet todo el tiempo, una de ellas, se debe a la ventaja de mantenerse informado ante los sucesos de interés específico y la otra es para mantenerse en constante contacto con amigos, familiares, conocidos, etc.

14.- ¿Mediante qué dispositivos accede a Internet?

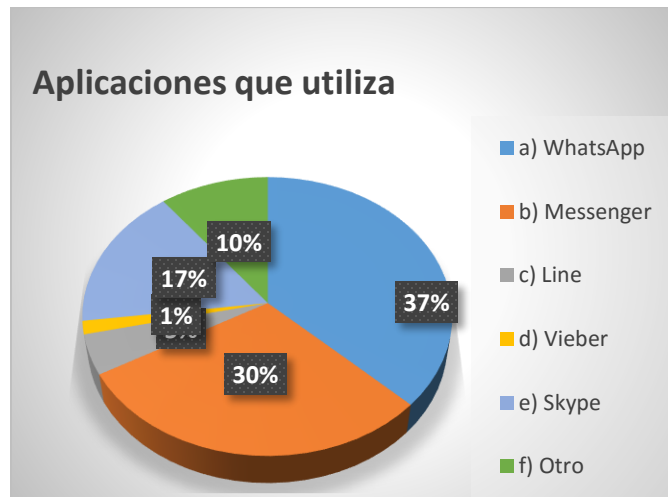
a) Laptop b) Smartphone c) PC d) Tablet e) Otros



El *Smartphone* o teléfono inteligente, se ha vuelto un aparato de primera necesidad, incluso por encima de una computadora, debido a que facilita tareas como: navegar en la red, recibir y enviar correos electrónicos, realizar búsqueda de información, intercambiar documentos, fotos, videos, te permite interactuar en los medios sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, etc. y aplicaciones como WhatsApp y Messenger, por mencionar algunas.

15.- ¿Qué aplicaciones utiliza en sus dispositivos para comunicarse con otras personas? **puede marcar más de una opción**

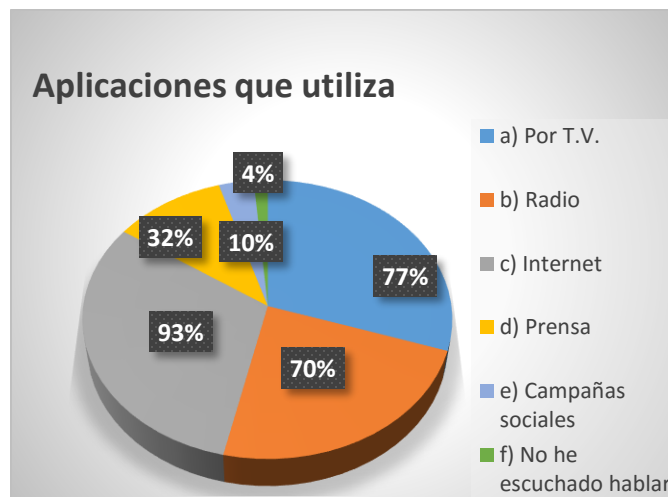
a) WhatsApp b) Messenger c) Line d) Viber e) Skype f) Otras



Al igual que *Facebook*, *WhatsApp* ha sido uno de los medios más populares para poder comunicarse y mantener conversaciones entre individuos, ya que facilita el intercambio de información a través de documentos, fotografías, videos, mapas, audio, etc. de manera instantánea. De igual manera, *Messenger*, el cual es un chat complementario de *Facebook*, tiene una popularidad similar a la aplicación antes mencionada, ya que posee herramientas muy similares y fáciles de usar.

16.- ¿por cuales medios de comunicación ha escuchado hablar del medio ambiente? **Puede marcar más de una opción**

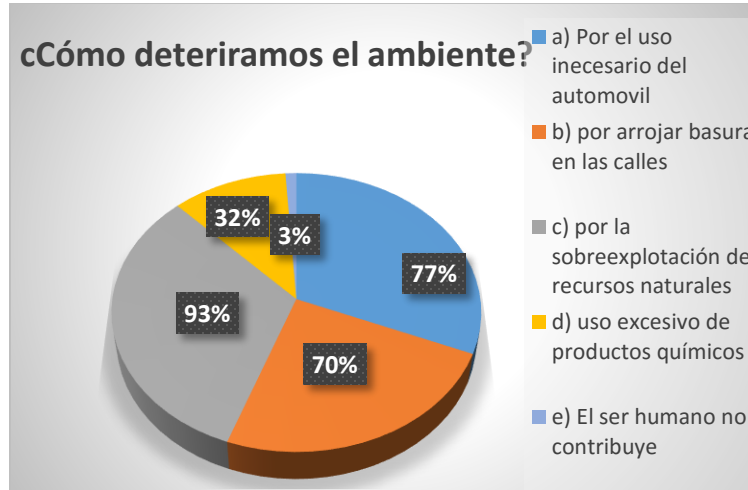
a) Por Tv b) Radio c) Internet d) prensa e) campañas sociales f) No he escuchado hablar sobre el medio ambiente.



En este gráfico se demuestra nuevamente que el Internet es y seguirá siendo un medio fidedigno para la búsqueda y difusión de información. Por lo tanto, nuestra campaña desarrollará una estrategia mediática que ocupe los medios sociales en línea.

17.- ¿De qué manera considera que el ser humano ha contribuido a que el medio ambiente se deteriore?

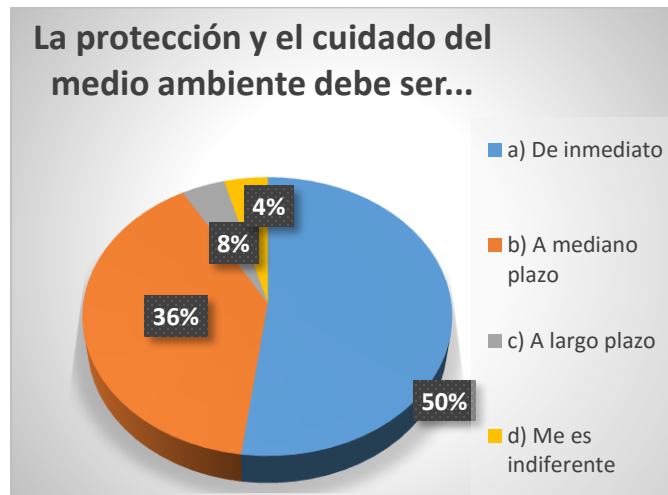
a) Por el uso innecesario del automóvil, b) por arrojar basura en las calles c) por la sobreexplotación de recursos naturales d) Uso excesivo de productos químicos contaminantes e) el ser humano no ha contribuido.



Una cantidad considerable de habitantes considera que el arrojar la basura es un de las principales causas por las cuales se deteriora el medio ambiente. Lo cual es cierto, ya que en México el problema del mal manejo de residuos es el segundo agravante hacia la problemática.

18. - Considera que la adopción de medidas para la protección del medio ambiente, tiene que ser...

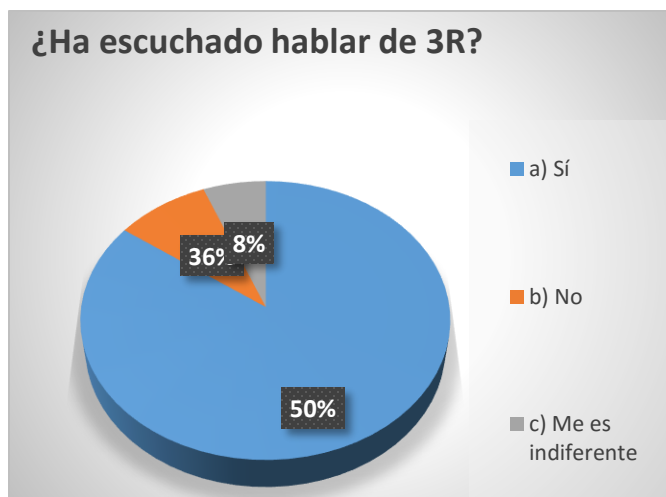
a) Inmediata b) A medio plazo c) A largo plazo d) Me es indiferente



Las personas encuestadas reconocen que el problema del deterioro del medioambiente debe ser atendido de manera inmediata, por lo que consideran que las acciones para revertir el problema debe ser a corto plazo.

19. ¿Ha escuchado hablar de reciclaje, reutilización y reducción de residuos (basura)? **Si su respuesta es NO pase a la pregunta 22**

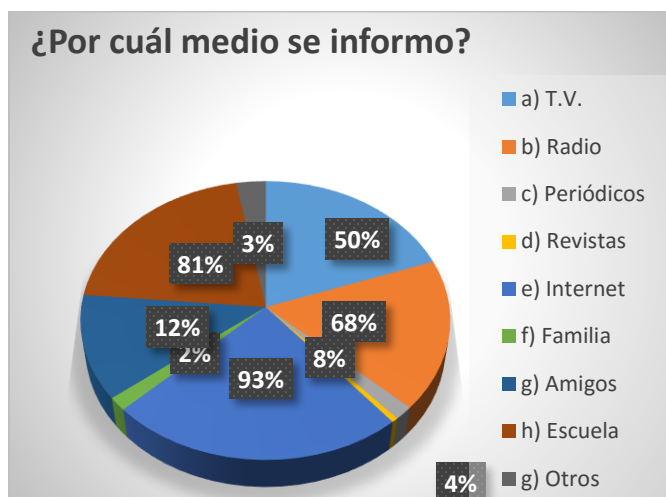
a) Sí b) No c) Me es indiferente



Al parecer el mensaje ha llegado a percibirse en la audiencia de manera positiva. Sin embargo habrá que analizar; ¿qué se logró con el mensaje?

20. ¿Por cuál medio se informó acerca del reciclaje, la reutilización y la reducción de residuos (basura)? **Puede marcar más de una opción**

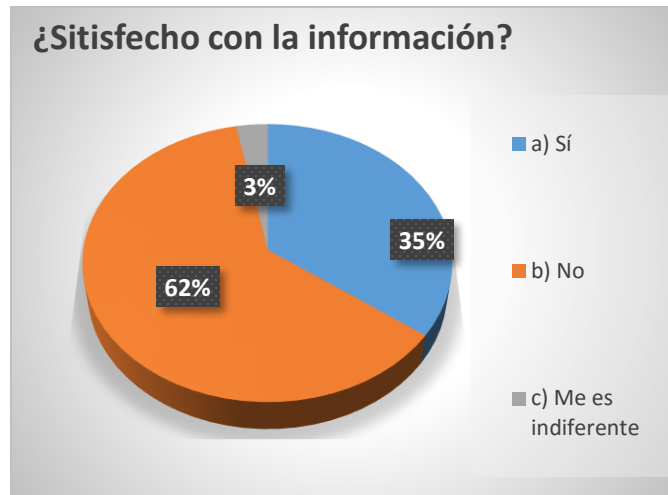
a) TV b) Radio c) Periódicos d) Revistas e) Internet f) Familia g) Amigos h) Escuela g) otros



Internet sigue siendo el medio predilecto para hacer llegar información de esta índole. Al parecer funcionaría muy bien promover nuestra campaña por esta vía mediática.

21. ¿Está usted satisfecho con la información recibida por los medios de comunicación acerca del reciclaje?

a) Sí b) No c) Me es indiferente



Se pueden deducir varias hipótesis del por qué no les es suficiente la información recibida, una de ellas puede que a información no sea clara o concisa, que el mensaje no incite a la participación o al cambio de actitud, que sólo haya sido unidireccional, es decir, que solo se haya emitido el mensaje y que no se dieran datos de contacto o recomendaciones de páginas o perfiles sociales para saber más del tema, etc.

22. ¿Clasifica usted los residuos (basura) que genera en su casa?

a) Sí b) No c) sólo los separo (orgánico e inorgánico) d) Me es indiferente



La mayoría de las personas no tienen el hábito de clasificar sus residuos, por lo que suponemos que no saben hacerlo o no conocen las ventajas de poder llevar a cabo una práctica ecológica de este tipo.

23.- ¿Por qué?

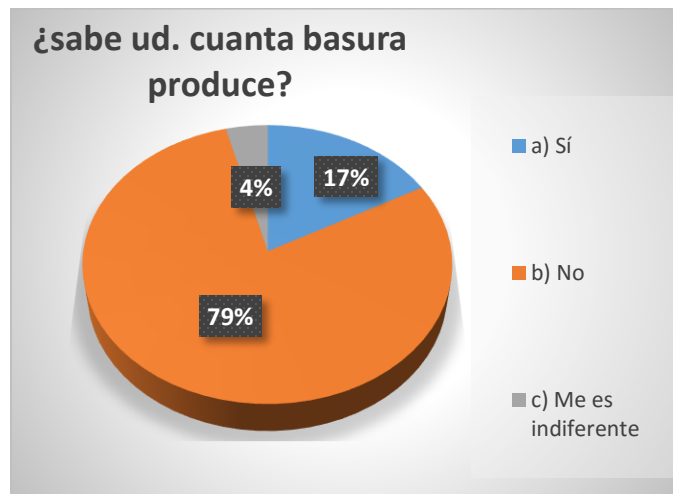
a) Es necesario b) Así lo exige el camión recolector c) No sé cómo hacerlo d) No tengo tiempo e) Las personas que la recogen hacen eso e) Me es indiferente



A pesar de que las personas encuestadas consideran que separar los residuos es una necesidad, muchos de ellos no saben cómo separarlos o clasificarlos.

24.- ¿Sabía usted que cada individuo produce alrededor de 1 kilo de residuos (basura) al día?

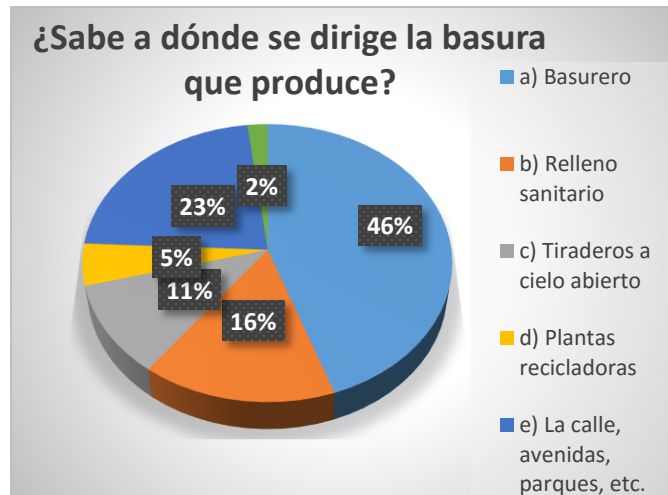
a) Sí b) No c) Me es indiferente



La mayoría de los encuestados no tiene idea de cuánta basura o residuos pueden llegar a producir una sola persona. Cabe señalar, que para una familia con muchos integrantes, la basura puede llegar a ser un problema relevante.

25.- ¿Tiene idea de a dónde se dirigen los residuos que generamos día a día?

a) Basurero b) Relleno sanitario c) Tiraderos a cielo abierto d) plantas recicladoras e) la calle f) Me es indiferente.

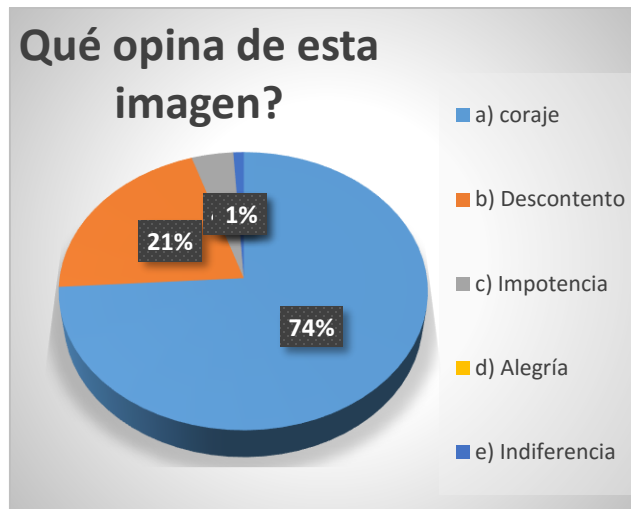


La mayoría de las personas creen saber a dónde se dirige toda la basura que producen. Sin embargo, no toda la basura tiene como destino un relleno sanitario o a plantas recicladoras, puesto que muchos de los residuos son tirados a cielo abierto, en ríos, lagos, mares, etc.

26.- ¿Qué siente al observar esta imagen?

a) Coraje b) Descontento c) impotencia d) Alegría e) Inferencia

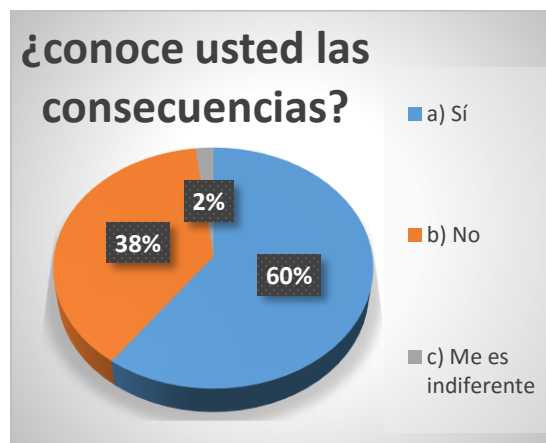




Esta fotografía fue tomada en la colonia de San Andrés Tomatlán, por lo que la mayoría de los encuestados reconocen el lugar y perciben un gran descontento al ver cómo se ha alterado su entorno a consecuencia de la basura que muchos individuos de la misma colonia arrojan a cualquier sitio sin preocuparse por las consecuencias.

27.- ¿Sabía usted que los residuos (basura) que tiramos día a día produce focos de infección, plagas, contaminación del suelo, agua, flora y fauna, además de afectar su entorno?

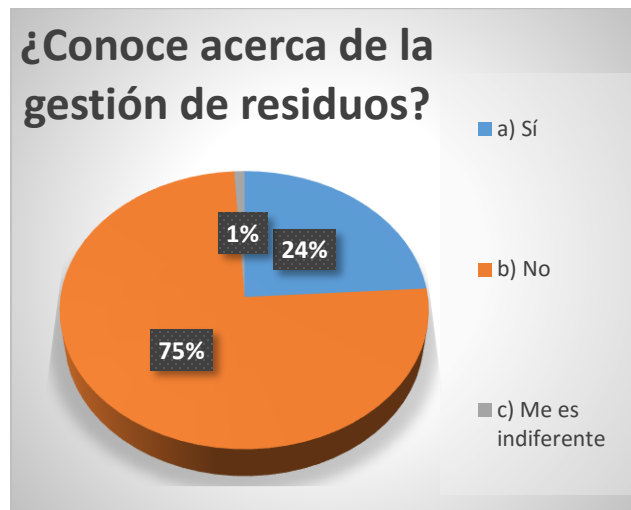
a) Sí b) No c) Me es indiferente



La mayoría de las personas conoce las consecuencias de tirar basura en la calle o en cualquier otro sitio. Sin embargo, no todos poseen ese grado de conciencia, por lo que tenemos que lograr ese cambio de actitud y de visión que propicie conciencia en la mayoría de habitantes de esa demarcación.

28. Conoce usted ¿qué es la gestión integral de residuos?

a) Sí b) No c) Me es indiferente



Este gráfico demuestra la poca contundencia que han tenido algunos planes o programas sociales de educación ambiental en materia de manejo de residuos y reciclaje, ya que, el desconocimiento hacia esta práctica ha llevado a que muchos individuos no sepan qué hacer con la basura que producen, ni mucho menos sacar ventaja de ello.

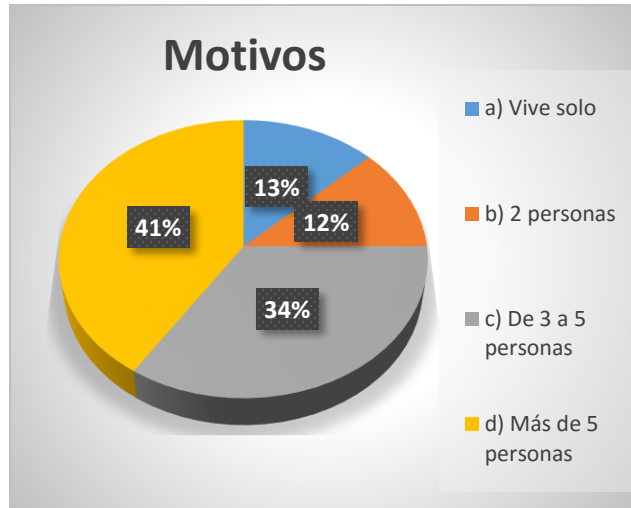
29. ¿Considera usted que el reciclaje, la reutilización, la segregación de residuos, o la gestión integral de estos, deberían ser necesarios en su rutina diaria?

a) Sí b) No c) Me es indiferente



30.- ¿Por qué?

- a) Podría obtener un beneficio de ello
- b) Ayudaría a mejorar el medio ambiente
- c) Es un buen hábito
- d) No es necesario
- e) Me es indiferente



El resultado de los gráficos 29 y 30 señalan que si es necesario llevar a cabo una gestión íntegra de los residuos que generan día a día, puesto que estas acciones tendrán consecuencias positivas, tanto para ellos mismos como para el medio ambiente. En síntesis se denota una actitud positiva.

31.- ¿Qué factor cree que impida recurrir a estas prácticas ecológicas como lo son el reciclado y la reutilización?

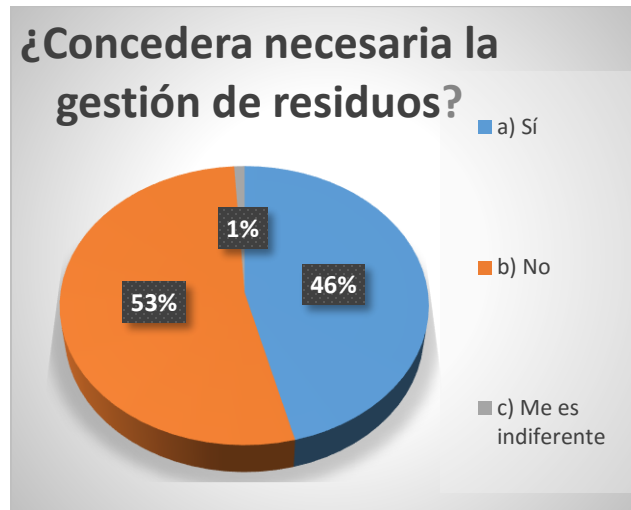
- a) Falta de conciencia ambiental
- b) Falta de interés
- c) Falta de tiempo
- d) falta de información
- e) Porque no dependo de ello
- f) Me es indiferente



El plan comunicativo tendrá que generar una cultura ecológica o medioambiental que ayude a fomentar nuevos hábitos en los habitantes de la colonia.

32. ¿conoce que tipo de residuos se puede reciclar y reutilizar?

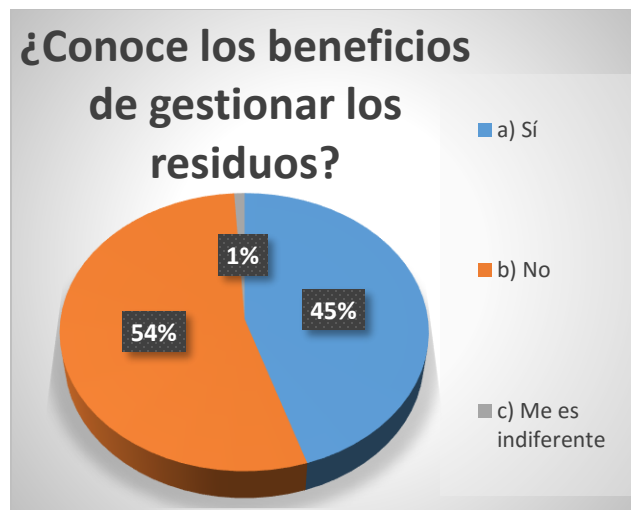
a) Sí b) No c) Me es indiferente



Existe un gran número de personas que desconocen qué tipo de residuos pueden reciclar o reutilizar, por lo que el plan buscará estrategias que proporcionen la información que requieran para lograr una transformación positiva.

33. ¿Conoce los beneficios que traen consigo el reciclaje y la reutilización a su medio ambiente, entorno, o a su propio estilo de vida?

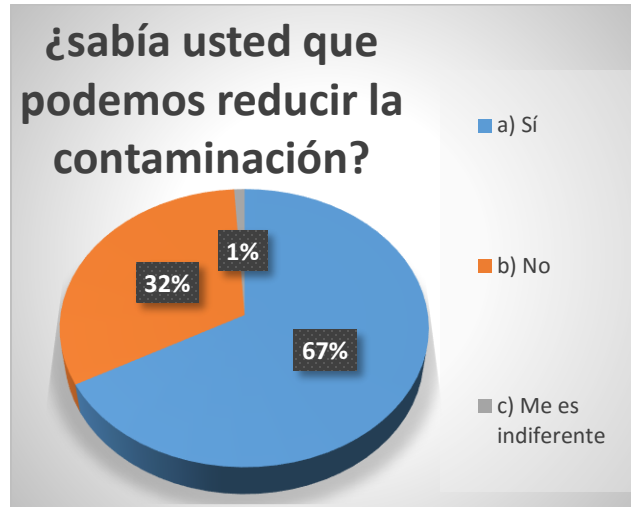
a) Sí b) No c) Me es indiferente



Será necesario dar a conocer los beneficios que trae consigo la gestión integral de residuos, ya que aportar la información necesaria podría hacer cambiarla idea de que todo residuos es inservible y desechable.

34. ¿Sabía que reutilizar materiales potencialmente útiles, reduce el consumo de nueva materia prima, reduce el uso de energía y reduce la contaminación?

a) Sí b) No c) Me es indiferente



Al parecer las personas encuestadas tienen la noción de responsabilidad de que el consumir productos.

35.- ¿Sabía usted que un buen manejo de los residuos (basura) puede llegar a la economía de las personas?

a) Sí b) No c) Me es indiferente



Algunas personas consideran que sólo las grandes empresas pueden sacar ventaja de los residuos que desechamos diariamente, sin embargo, existen muchas formas de sacar provecho de todo esto. El plan comunicativo tendrá como uno de sus objetivos, la creación de taller que enseñen nuevas formas de aprovechar toda la basura que se produce en el hogar.

36.- ¿Alguna vez se vio afectado por la presencia de basura en su entorno? **si su respuesta es No pase a la pregunta 38**

a) Sí b) No c) Me es indiferente



Las personas reconocen que han tenido problemas por la presencia de basura, por lo cual deducimos que si es un problema de alta prioridad para los habitantes de San Andrés Tomatlán

37.- ¿En dónde? **Puede marcar más de una opción**

a) En mi hogar b) En mi colonia c) En mi escuela d) En mi trabajo e) otros



Este gráfico comprueba que los habitantes han tenido muchos problemas a partir de la presencia de basura en sus calles, incluso justifica las acciones que han llevado a cabo para intentar solucionar el problema (redacción de letreros con lenguaje violento y violencia explícita)

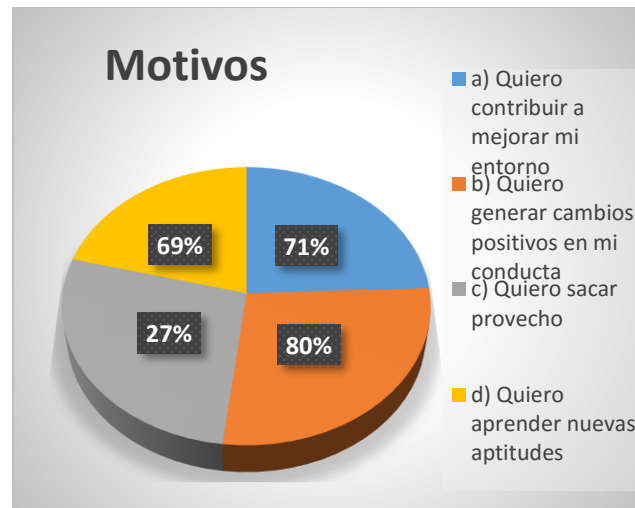
38. ¿De no practicar el reciclaje, la reutilización, la reducción y la gestión integral de residuos, estaría usted interesado en llevarlo a cabo?

a) Sí b) No c) Me es indiferente



39.- ¿Por qué? **Puede marcar más de una opción**

a) Quiero contribuir a mejorar mi entorno b) Quiero generar cambios positivos en mi conducta c) Quiero sacar provecho de los residuos que produzco d) Quiero aprender nuevas aptitudes y actitudes para conmigo.



Este gráfico señala, que existe una actitud positiva hacia la adopción de nuevos comportamientos positivos hacia el tema del cuidado del medio ambiente. Lo cual es una oportunidad para poder lograr la participación y cumplir nuestros objetivos.

ANEXO 2

GUÍA DE OBERVACIÓN

LUGAR	DATOS ESPECÍFICOS
	<p style="text-align: center;">Lugar: San Andrés Tomatlán Hora: 14:00 Fecha: Martes 24 de Marzo de 2015 Sujetos: Habitantes de la colonia y comerciantes foráneos Ubicación: Calle principal “Luis Francisco Berguet” Colonia: San Andrés Tomatlán</p>
<p>Colonia de San Andrés</p> <p>Características de la colonia</p>	<p>San Andrés Tomatlán es considerado como una de los pueblos originarios de la del. Iztapalapa. Su ubicación se encuentra al poniente de esta delegación y está casi pegado a la delegación Coyoacán. Sus colonias aledañas son: San Miguel Tomatlán, San Francisco Culhuacán y sus principales vías de comunicación son; la Av. Tláhuac, en donde también se encuentra la estación del STC metro “San Andrés Tomatlán” de la línea doce y la av. 12 de diciembre. San Andrés es un pueblo que conserva tradiciones y festividades que celebran cada año, en el mes de noviembre organiza carnavales, misas, ferias, bailes, etc.</p> <p>En cuanto a la infraestructura cuentan con servicios como: drenaje, luz, agua potable, pavimentación, banquetas, la mayoría de las casas cuenta con suelo firme, tienen loza y tiene muy pocas áreas verdes. Asimismo la apariencia de la colonia luce muy sucia por la cantidad de basura que se observa tirada en la calle, por las obras publicas de drenaje y por el resane de algunos baches. Entrevistando a algunas personas nos percatamos que su sistema de limpia no es muy eficiente, pues según los vecinos, sólo barren algunas zonas y lo hacen muy mal, tampoco cuentan con contenedores de basura, mucho menos con un sistema de limpia eficiente.</p>
<p>Actividades de los habitantes</p>	<p>La actividad principal de los habitantes de esta colonia es el comercio por la gran cantidad de puestos ambulantes y locales, las reuniones de domingo en su iglesia (San Andrés Apostol), las actividades deportivas en su centro deportivo. Sobre la calle principal se encuentran diversos negocios como son: papelerías, tiendas de abarrotes, un mercado, escuelas de nivel primaria y secundaria, una iglesia, talleres de reparación de electrodomésticos, funerarias, un auto lavado, un centro comunitario, un mercado ambulante, tlapalerías, varios puestos ambulantes de comida rápida y chatarra, peluquerías, cibercafés, un centro de salud, cuenta con una estación del metro con su nombre en donde se reúne mucha gente.</p>

Comportamientos	<p>Hemos comenzado a notar que las personas manifiestan su rechazo ante la presencia de basura en la medida que redactan letreros de tono agresivo que amenazan a toda persona que llegue a tirar basura en sus calles. También, notamos que muchas de las personas que transitan por esas calles ven un lugar sucio y arrojan ahí su basura.</p> <p>Al parecer, algunos habitantes de la colonia sienten desconfianza por la presencia de personas que no son pertenecientes a esa colonia (pues al ser una colonia no tan grande, muchos se conocen) y comienzan a culpar a los visitantes de ser los que solo vienen a tirar su basura.</p> <p>También hemos percibido que los espacios que ha ocupado la basura, ha hecho que las personas no hagan uso pleno de su entorno, pues las plagas y los malos olores que produce, hacen imposible la convivencia cerca de ella. Áreas como jardineras, banquetas, plazas, parques, etc. se encuentran contaminadas por la presencia de basura.</p>
Comunicación	<p>Nos mencionan los colonos “Abram” y “Fernando” (estudiantes de preparatoria) que en los últimos meses los vecinos han tenido muchos problemas a partir de la presencia de basura en sus calles incluso nos mencionan que: “los vecinos se la pasan echándose la culpa unos a otros”. Sin embargo, ellos afirman que los vecinos de las otras colonias son los que tiran ahí su basura, incluso señalan a personas que nunca tiran su basura en el camión y espera a que caiga la noche para tirarla a la calle sin que nadie los vea. También nos comentan que: “no hay día que no amanezca las calles todas sucias y en las esquinas amanezcan bolsas con basura tiradas”</p> <p>Por otro lado, “Sergio” (comerciante) menciona que en años anteriores esto no sucedía, pues la gente conservaba valores como el respeto por los demás y eran más comunicativos “si la colonia tenía un problema, hacían juntas vecinales y todo se solucionaba. Ahora nadie se junta porque todos están peleados con todos”</p>
Eventos comprendidos por los habitantes de la colonia	<p>Algunas personas que trabajan en los comercios afirman que todo se debe a que no existen contenedores en donde ellos puedan depositar su basura.</p> <p>Otro habitante de la colonia nos mencionó que la gente que vive en esa colonia los habitantes no tiene cultura, ni valores, ni educación y que son los jóvenes quienes contribuyen a que la colonia esté así de sucia.</p> <p>Otro habitante menciona que son los niños de las primarias y secundarias quienes generan estos problemas</p> <p>Otro habitante menciona que el mercado ambulante siempre deja su basura amontonada y que el camión de basura tarda</p>

	<p>días para llevársela, por lo que a otras personas se les hace fácil aventar ahí su basura.</p> <p>Otro habitante señala que las personas dueñas de los comercios son quienes producen más basura y al no quererla almacenar en sus casas, la tiran a la calle.</p>
Situaciones	<p>El déficit de comunicación, la falta de infraestructura, de educación en materia ambiental, la falta de hábitos, ha hecho que la colonia sufra problemas</p>

ANEXO 3

Entrevista 1 y 2. Realizadas a habitantes de la colonia San Andrés Tomatlán.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer qué perspectiva tienen hacia el tema del medio ambiente, algunos de sus hábitos y la forma de convivencia a partir de la problemática. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2
	<p>Datos demográficos: Nombre: Sergio Martínez Edad 23 años Estado civil soltero Escolaridad: Estudiante de Ingeniería en computación en la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) Culhuacán Lugar de residencia: San Andrés Tomatlán. Contexto: San Andrés marzo de 2015.</p>	<p>Datos demográficos: Nombre: Gustavo Salazar Edad 44 años Estado civil casado Escolaridad: secundaria Lugar de residencia: San Andrés Tomatlán. Contexto: San Andrés marzo de 2015</p>
¿Qué entiendes por medio ambiente?	Lo primero que me viene a la mente son las palabras naturaleza y biología.. Quiero decir, que es toda la materia viva que nos rodea, como árboles, plantas, animales, aire, agua, energía, tierra etc. El medio ambiente, es nuestro espacio natural en el que puede existir un ambiente sano y sin contaminación, el cual debemos conservar, porque de él dependemos.	Es la naturaleza y la contaminación
¿Crees que es necesario ayudar a conservar el medio ambiente?	Claro, como te decía, dependemos mucho de él. Por ejemplo, los árboles ayudan a limpiar el aire contaminado y producen mucho oxígeno del que nosotros respiramos. Por eso hay que cuidarlos.	Si, para que haya menos contaminación
¿Conoces algunas medidas para cuidar el medio ambiente?	También, debemos de ayudar a conservarlo con acciones positivas, como no tirar basura en la calle, no talar árboles, no tirar agua y no contaminar el aire con nuestros automóviles y transportarse en bicicleta, mantener las aéreas verdes limpias, etc.	No tirar el agua, no contaminar con el automóvil verificándolo, cuidar las plantas y los animales.
Nos mencionabas: no tirar basura ¿tú qué haces con tu basura?	Generalmente la deposito en sus contenedores, aunque sólo separo la orgánica de la inorgánica, porque no recuerdo muy bien qué se deposita en los demás contenedores	

En tú casa ¿qué haces con la basura que produces?	La orgánica la ponemos en un bote sellado y la inorgánica la colocamos en bolsas	La juntamos en un sitio hasta que pase el camión de la basura. También separamos la orgánica de la inorgánica
¿Conoces de algunos residuos que se puedan reciclar o reutilizar?	Sé que se reciclan las botellas de refresco, lo llaman PET, pero no sé muy bien por qué le llaman así, el papel también lo reciclan, el vidrio y el cartón. La basura que se reutiliza son las bolsas de plástico y el vidrio también.	Las botellas de plástico, las cajas de cartón, los envases de vidrio, las bolsas y el papel.
¿Qué entiendes por reutilizar y reciclar residuos?	Por reciclar entiendo, como su nombre lo dice, en volver a colocar a un material en su ciclo. Por reutilización entiendo... utilizar al máximo un material antes de desecharlo	Por reutilizar es volver a usar las botellas de plástico, las de vidrios, no tirar las cajas porque sirven para guardar cosas y por reciclar entiendo que se pueden fabricar otra vez, por ejemplo, las botellas.
¿Qué harías para saber más acerca de esto?	Investigar al respecto	Investigar
¿Por qué?	Son temas que no deben dejar pasar por alto, son necesarios si es que queremos contribuir al cambio y más aún cuando nos afectan directamente	Para saber cómo puedo reciclar.
¿Recuerdas alguna campaña referente al cuidado del medio ambiente, en específico, al reciclaje y la reutilización?	No. Sólo recuerdo que en la preparatoria nos dieron una plática al respecto, pero nadie puso atención.	Sí. Vi un reportaje en la televisión. Trataba de separar la basura. También he visto algunos comerciales en la televisión, y eso es cuando veo las caricaturas con mis hijos.
¿Consideras que la basura propicia un entorno sucio y así dificulta la convivencia entre sus vecinos?	Totalmente de acuerdo y te lo digo por experiencia propia. He visto en muchos sitios que la gente tira basura en las banquetas, en los jardines, en fin, en la vía pública y nadie les dice nada. Incluso en mi colonia se ven bolsas abandonadas con basura adentro, no se sabe ni quien lo hace, ni por qué, pero considero que son personas que no les interesan a quien están afectando, que no tienen educación y que solo lo hacen para molestar a la demás personas y además no tienen respeto. En realidad no me explico por qué lo hacen, si existen camiones que recolectan la basura o contenedores en las calles etc.	Sí. Por ejemplo en el parque hay mucha basura por eso no dejo que mis hijos jueguen ahí. Prefiero llevarlos a cherokees de lomas estrella.
Mencionas que en tú colonia se ha llegado a	Hace un tiempo, aproximadamente un año, se desató un problema muy cañón, a tal grado que todo mundo estaba paranoico,	

<p>observar la presencia de basura, entonces, ¿Has tenido algún problema con tus vecinos a partir de la presencia de basura en su colonia?</p>	<p>pensaban que cualquier persona que pasaba por la colonia o por las calles de alrededor, solo iba a tirar basura, incluso comenzaron a colocar algunas cartulinas que decían “si tiras basura te vamos a linchar” (risas). (Hace una pregunta) ¿Recuerdas que en Tláhuac alguna vez hicieron los mismo, pero las cartulinas estaban dirigidas hacia los rateros (que por cierto resultaron ser unos policías)? pues haz de cuenta que aquí pasó lo mismo pero con las personas que tiraban la basura.</p>	
<p>¿Qué se hizo al respecto?</p>	<p>Según me cuentan, que le exigieron a la delegación que les ayudara a resolver el problema, me parece que les llevó mucho tiempo para que les hicieran caso, pero cuando al fin les hicieron caso, nos mandaron a más barrenderos y al principio estuvieron limpias las calles –como unos 2 meses más o menos- y después no se les volvió a ver a los barrenderos por ninguna parte. Algunos dicen que porque la delegación ya no les quería pagar por sus servicios, otros dicen que se fueron porque les exigían dinero a las personas por recoger su basura y estas no les daban. Recuerdo que también vinieron a poner unos contenedores de basura, de esos que son de color verde, azul y gris, pero la mayoría de la gente no supo cómo separarla o dividirla (no sé cómo se diga). Aparte, los botes estaban repletos de basura a tal grado que se desparramaba todo, se juntaba bastante a un lado de los botes y tenían que pasar días para que el camión se la llevara. A fin de cuentas, los botes de basura ya ni están, creo que se los robaron, o no sé qué pasó y nos quedamos igual, (risas) incluso un día llegamos a ver como el propio camión de la basura se echó de reversa, le pegó a los botes y los despegó de su base, (risas).</p>	
<p>¿Cómo contribuirías a solucionar el problema?</p>	<p>Siempre he sido de la idea, de que si todos los vecinos nos ponemos de acuerdo en resolver algo, se puede lograr la solución. Yo ayudaría, a convocar a la gente a una pequeña asamblea, en donde todos propusiéramos que se debería de hacer al respecto.</p>	<p>Poniendo el ejemplo, siempre les he enseñado a mis hijos a respetar a los demás, a no perjudicar a nadie con las acciones que uno mismo hace, el fin no justifica los medios. Aunque no lo crean muchos, considero que si una persona actúa de forma correcta,</p>

		motiva a los demás para hacer el bien.
¿Cuentan con un espacio, o un centro de apoyo que les ayude a solucionar sus problemas?	No tenemos ningún tipo de apoyo, a menos que sea el de la delegación, pero a mi parecer es inútil. Existe un centro comunitario, pero ahí se hacen actividades de otro tipo.	Ninguno. Cuando realizamos las juntas vecinales las hacemos en la explanadita de la iglesia o en alguna cancha deportiva. La coordinación, tengo entendido, sirve para dar clases de yoga, guitarra y esas cosas.

Entrevista 3. Realizada a especialista en el tema del cuidado del medio ambiente.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer cuestiones acerca del cuidado del medio ambiente, en específico a cuestiones del reciclado y la reutilización, qué se hace en materia de lo mencionado, y las posibles tendencias a solucionar el problema. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Preguntas	Entrevistado
¿Nos podría hablar un poco de lo que es el CECaDeSu y qué se hace ahí?	<p>Datos demográficos: Juan Mort Martín del Campo Edad 43 años Estado civil Casada Escolaridad: Maestría en ciencias sociales Lugar de residencia: Tlalpan Contexto: Centro de Educación y Capacitación para el desarrollo Sustentable (CECADESU), Coyoacán.(Marzo 2015)</p>
¿Qué se hace para conservar el medio ambiente o para evitar deteriorarlo?	<p>Empezaré por mencionarte qué se hace en el CECADESU. Tenemos una gran cantidad de programas que se encargan de atender los problemas medioambientales, por ejemplo tenemos la “Cruzada Nacional de Bosques y Aguas” que aporta soluciones para conservar y recuperar los bosques, el agua y los suelos de México, la “Cruzada Nacional por un México Limpio” la cual ofrece a las personas, mediante la educación, a manejar íntegramente sus residuos. Otro programa sería “Rompe con el Cambio Climático” del que soy partícipe. En este programa nos encargamos de fomentar la cultura de la conservación de recursos naturales. Nuestras actividades son talleres de educación, visitas guiadas a nuestro vivero, cursos de video experimental con temáticas medioambientales para jóvenes, brigadas de plantío de árboles en los bosques de pinos, entre muchas otras cosas más. También tenemos otro programa, cuyo nombre está muy largo y no lo recuerdo muy bien, pero seguro tú lo conoces porque ahí hiciste tú servicio...</p>
“Conservación y aprovechamiento de sustentable de los humedales en México”	<p>Ese mero. Qué te puedo decir... como verás se hace mucho en cuestión de la conservación y el cuidado del medio ambiente.</p>
¿Qué alcances ha tenido esto?	<p>Te voy a contar una pequeña anécdota... En mis primeros días de que llegué aquí, hace diez años, pensaba que el CECADESU no tenía los suficientes argumentos como para que se pudiera sostener por sí sólo, y lo digo porque estábamos (y estamos) trabajando en oficinas y no nos acercábamos al campo de acción. Nos la pasábamos creando cursos en línea en los que participaba muy poca gente, todos ellos servidores públicos de la SEMARNAT. Pero poco tiempo después, cuando nos tocaba viajar a otros estados para encontrarnos con centros de investigación, universidades etc., nos empezábamos a dar</p>

	<p>cuenta que nuestro trabajo rendía frutos. Las personas nos decía “¿usted es Juan Mort de CECADESU?, queremos decirle que lo que se hace ahí está muy padre, hemos aprovechado sus cursos, nos han servido de manera positiva, incluso, hasta la fecha seguimos trabajando en esas cuestiones”. Fue ahí en donde nos dimos cuenta que nuestro trabajo tenía alcances muy efectivos.</p>
<p>Entrevistador: Existen muchos elementos que atribuyen a qué el medio ambiente se perjudique y que se sufran consecuencias negativas para las personas. Mi pregunta es la siguiente.</p> <p>¿Considera que la basura es un factor importante que contribuye al deterioro del medio ambiente?</p>	<p>Sin duda alguna mi estimado Adrián, desde hace poco más de 20 años, el problema de la basura ha sido uno de los grandes asuntos que nos toca atender. Es una de las principales causas de contaminación, debido a los gases que produce la basura, las plagas, la contaminación del suelo, de los mantos acuíferos, de la flora y fauna etc., Lo peor es que no sólo es un problema en el área metropolitana, sino que ha afectado en distintos estados y hasta estos días no han tenido las herramientas necesarias para atender el fenómeno.</p> <p>Seré sincero contigo, aquí en CECADESU está el departamento de “Gestión integral de Residuos”, yo trabajé ahí por un año, ayudé con la investigación y todas esas cosas, y llegué a la conclusión de que se hace muy poco, casi nada, pero no porque no se quiera hacer algo al respecto para atender este fenómeno, sino porque el problema lo han minimizado, lo han dejado de lado, incluso el departamento está a punto de colapsar debido a que no ha alcanzado a argumentar el por qué debería de estar dentro de la nómina. Unas de mis posibles hipótesis es, que la gente considera a la basura como un desecho inservible, en primer lugar. En segundo existe mucha, mucha corrupción en esa materia, lo digo porque los tiraderos a cielo abierto, clandestinos o no, violan completamente con las leyes de conservación de un ambiente sano. Se considera que la basura que se genera en la casa, por el simple hecho de desaparecer de nuestra vista, se ha solucionado el problema. Sin embargo, la disposición final es, a mi parecer, un problema que se debe atender.</p>
<p>¿Qué es la basura?</p>	<p>El mito de la basura... La basura es generada está formada por los productos que consumimos diariamente. Son, envases, embalajes, restos de alimento, de jardinería, materiales de construcción, etc. A la basura se le considera como un desecho, pero jamás se le considera como materiales que pudieran convertirse en energía eléctrica o calor, que pueden ser mejoradores de suelos, nutrientes o alimento animal, por mencionar algunos.</p>
<p>¿A dónde va la basura que desechamos día con día?</p>	<p>A nadie le gusta convivir con la basura. En el Distrito federal existe un sistema de limpieza, en el cual un camión recolector se encarga de llevarlo a una planta de selección y clasificación para saber cuáles residuos sólidos se pueden aprovechar y el resto se envía al relleno sanitario. Se estima que un %75 de estos residuos se aprovechan mientras que el otro %30 queda disperso, lo encuentras en las calles tapando las coladeras, en una esquina generando plagas, malos olores y mala apariencia y contaminando el suelo, el aire, el agua y los alimentos que comemos.</p>
<p>¿Qué reglas se han establecido para orientar el manejo de residuos y de la basura?</p>	<p>En enero del 2004 entró en vigor la “Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos. ¿Has escuchado hablar de ella?</p>
<p>No</p>	<p>¡Exacto! No es una ley valorada.</p>

<p>¿Consideras que el reciclaje y la reutilización de residuos es un recurso ecológico para mejorar el medio ambiente?</p>	<p>Así es, este... Adrián. Uno de tantos, pero sin duda, efectivo y necesario. Aunque la gente, a estas alturas del partido, no lo practica y ni siquiera conoce la manera en cómo llevar a cabo estas prácticas.</p>
<p>¿Qué se entiende por gestión integral de residuos y en qué consiste?</p>	<p>Es un concepto muy sencillo de entender. Se trata de un conjunto de acciones, normas y pautas para un manejo seguro y adecuado de los residuos producidos, esto conlleva un conjunto de recursos humanos, materiales, técnicos y financieros, también conlleva cierta capacitación, educación para saber cómo manejar todo lo antes mencionado. Te voy a ofrecer un par de materiales que te especifican un buen manejo de residuos.</p>
<p>¿Cuáles son los beneficios de esto?</p>	<p>Son muchísimos, de diverso índole, todos con miras al mejoramiento del medio ambiente. Por ejemplo, ahorrar energía, agua, combustibles fósiles, ahorro de materias primas o recursos naturales etc.</p>
<p>¿Cree que la gente está realmente concientizada en cuanto al tema del cuidado medioambiental?</p>	<p>A mis años de experiencia creo que no. Creo que falta mucho trabajo para que se alcance a obtener un grado de conciencia en nuestro país con respecto al medio ambiente. Debo aclarar que no lo considero imposible, sino ya hubiéramos tirado la toalla todos los que estamos aquí, pero si lo considero un trabajo arduo.</p>
<p>¿Por qué cree que suceda esto?</p>	<p>Recuerdas una plática que habíamos tenido anteriormente. Tú mismo conoces la respuesta. Se debe a la forma en cómo se minimiza y se deja de lado al medio ambiente. Estas cuestiones tienen que ver con cuestiones de consumo, no sólo de artículos, sino de estilos y ritmos de vida muy a la idea capitalista. No entraremos más en esa conversación, creo que tú y yo ya habíamos sacado nuestras propias conclusiones.</p>
<p>¿Qué le corresponde hacer al sector educativo?</p>	<p>Todo, (risas). El sistema educativo aún sufre de grandes rezagos, sobre todo a la demanda de infraestructura y calidad. No enfrentamos a un sistema ineficiente con reformas nefastas, con educadores poco preparados, corrupción, etc. El sistema está preocupado por sus propias deficiencias, no le interesan los nuevos métodos de enseñanza ni mucho menos le va a interesar introducir el tema de la ecología y el medio ambiente como ejes elementales. Por ello las personas no logran arraigar temas tan básicos como lo es la conservación de los recursos y el cuidado de su propio entorno, no aprenden valores. Sin embargo, la escuela no es la única que educa.</p> <p>Existe educación no formal, la no académica, la que se da en el hogar, en el vecindario, en el trabajo, en los espacios culturales, en los talleres, en los centros de desarrollo social, aquí en CECADESU. Incluso se puede encontrar en el radio, la televisión, las revistas científicas, etc. Todas estas transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no formal es un elemento fuertísimo para contrarrestar los problemas por los que atraviesa nuestro sistema educativo y el medio ambiente. Si se educara en esta</p>

	cuestión y los alumnos arraigaran estas ideas, los resultados serían muy fructuosos.
¿Qué le correspondería hacer al gobierno?	<p>Qué te puedo decir... soy un servidor público...</p> <p>Entrevistado: (Hace una pregunta al entrevistador) (¿esto no saldrá a la luz pública o sí? ¿No me compromete en nada o sí)</p>
¿Por supuesto que no! Como lo mencionaba antes, esta entrevista será de carácter privado y tiene fines académicos.	Ok. Mira mi estimado Adrián, al gobierno no le interesa mantener centros que capaciten a las personas, las prefieren inactivas, indoctos. No les conviene tener a personas críticas, interesadas, educadas, etc. Estos centros son, como vulgar mente se diría, para teparle el ojo al macho. Son necesariamente forzosas, pero no elementalmente imprescindibles.
¿Cómo podemos contribuir a mejorar el medio ambiente?	Participando, no hay de otra. Se debe de buscar la participación activa de las personas, sólo así se logrará un cambio de actitudes.
¿De qué manera se puede lograr que la gente participe en el manejo adecuado de los residuos?	Se debe de crear conciencia, se debe informar, participar, fomentar una cultura medioambiental en la casa, en las escuelas, en los vecindarios, etc.
¿Qué cree que se deba de hacer para atender este fenómeno?	Deben de existir planes que involucren a gobierno, escuela, actores sociales, delegaciones, alcaldes etc. La forma en cómo se vayan sumando los distintos sectores, arrojarán las respuestas. Por lo anterior, te extiendo una cordial invitación a que participes en nuestros proyectos, a que motives a otros a participar, a que le hagas promoción al CECADESU y que acudas a nosotros para poder contribuir con tu investigación, brindarte los materiales que requieras y ofrecerte algunas asesorías. Espero que tú proyecto rinda frutos.

Entrevista 4. Realizada al coordinador del centro comunitario.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer cuál es la lógica del funcionamiento del Centro comunitario, que beneficios trae a la colonia y de qué forma colabora con sus habitantes para resolver algunas de sus problemáticas. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Preguntas	Entrevistado Datos demográficos: Marco Antonio Sierra Edad 41 años Estado civil Casado. Escolaridad Licenciatura en Trabajo Social en la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS-UNAM) Lugar de residencia: Col. Lomas estrella, Iztapalapa. Contexto: Coordinación de la colonia San Andrés Tomatlán, Iztapalapa - Octubre 2014-
¿Nos podría hablar un poco de lo que es el centro comunitario de la colonia S. A. T. y qué es lo que se hace ahí?	El centro comunitario es básicamente un espacio abierto a la comunidad en general que promueve el desarrollo de las personas. También, es un espacio que ofrece cursos y talleres dirigidos a niños, jóvenes y adultos para el desarrollo de habilidades, capacidades etc. El centro ofrece espacios educativos y recreativos como: talleres de artes plásticas, danza contemporánea, yoga, baile regional, zumba, guitarra acústica, teclado eléctrico y computación. También cuenta con servicios de salud dental y psicología.
¿Quiénes acuden a este espacio comunitario?	Está abierto a todo público, de todas las edades, estrato social, condición física, etc., Por lo general asisten habitantes de la colonia, como un requisito fundamental, sin embargo, se han dado excepciones en el que aceptemos a gente de otras localidades. Esto lo hacemos con el fin de que el centro se mantenga dinámico y concurrido.
¿Qué beneficios trae el centro comunitario para los habitantes de la colonia?	El objetivo principal de este centro está destinado a promover el desarrollo de la comunidad en general, brindando oportunidades de acercamiento al conocimiento, a la cultura, a la convivencia y al trabajo en equipo.
¿De quién depende el centro comunitario, o sea, como se sostiene?	Dependemos directamente de la delegación y aún más específicos, del Gobierno del Distrito Federal y su dependencia la SEDESOL. Ellos se encargan de crear centros como este en distintas colonias de todas las delegaciones.
¿Quién decide qué talleres se	Pues mira, la persona que coordina, o sea Yo, es la encargada de decidir que taller, curso, clase o práctica es pertinente para que se lleve a cabo dentro de este espacio. Aunque por lo general, nos imponen una lista de talleres que debemos cubrir, y tú servidor en persona, se encarga de conseguir a los

<p>implementan y por qué?</p>	<p>talleristas, maestros o educadores para realizar las actividades. Se supondría que los cursos se van generando dependiendo de la exigencia de la comunidad. Cuando yo llegué aquí, uno de mis principales expectativas era crear un taller de oficios y ofrecerles el conocimiento básico y las herramientas a las personas para, de alguna forma ayudarlas, pero a fin de cuentas me ocupé más de la organización y la difusión, aparte de que los tramites tardan mucho tiempo para que autoricen la creación de un nuevo espacio, por lo mismo que te decía, necesito conseguir a la persona indicada y posteriormente hacer un presupuesto. Sí, son muchos trámites.</p>
<p>Si se requiriera el uso de su espacio para llevar a cabo un proyecto, del cual se pueda beneficiar la colonia, ¿Se podría contar con el apoyo del centro comunitario?</p>	<p>Por supuesto que sí, siempre y cuando se cumpla con todos los requisitos que ya te había mencionado y con los requisitos burocráticos que nos exige la delegación. Este siempre va ser un espacio abierto a todo público que busque el bien para la sociedad.</p>

Entrevista 5. Realizada al jefe de manzana.

Presentación: Buen día, mi nombre es Saúl Adrián Castillo S. soy estudiante de la Carrera de Comunicación y Cultura en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la presente entrevista tiene como fin conocer cuál es la lógica del funcionamiento de la coordinación, que beneficios trae a la colonia y de qué forma colabora con sus habitantes para resolver algunas de sus problemáticas. Cabe destacar que esta información tiene fines académicos y cuenta con un alto grado de confidencialidad.

Preguntas	Entrevistado
	Datos demográficos: Luis Baeza Edad 46 años Estado civil Casado Escolaridad: Secundaria Técnica Lugar de residencia: San Andrés T. Contexto: Fuera de la residencia de Luis Baeza, marzo 2015.
¿Qué papel juega el jefe de manzana?	Encargarse de atender las necesidades de... este... la colonia
¿Cómo es elegido el jefe de manzana?	Se hace una junta y ahí se vota por la persona.
¿Cuáles son las principales exigencias de los habitantes de su colonia, o lo que es lo mismo, cuales son los problemas principales de su colonia?	Alumbrado, pavimento... Fachadas... Áreas verdes... Contenedores de basura... Seguridad... Canchas de futbol, básquet...
¿Cuál cree que sea el principal problema a atender?	Alumbrado... porque ha habido varios robos a transeúntes.
¿Qué ha hecho usted para atender las necesidades de los habitantes de la colonia S. A. T.?	Pues hacemos una lista de pendientes, la llevamos al coordinador de la delegación y el decide que se atiende primero.
¿Qué se ha logrado?	Hace como 4 meses se pintaron las fachadas de las casas, no todas, pero si la mayoría. Es que... tardan mucho los trámites y luego cambian a cada rato a las personas encargadas y se hacen bolas.
¿Qué cree necesario para que se puedan arreglar estos problemas?	Dinero.
¿Considera que los mismos habitantes deben de resolver sus propios problemas?	¡Sí!