



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

Modalidad:

Proyecto de investigación

**Previo a la obtención del título de: Licenciada en Ciencias de la
Comunicación mención en Publicidad y Mercadotecnia.**

TEMA:

**“DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ECOLÓGICA
PARA LA COMUNIDAD DE LA ULEAM”**

Autora:

Kelly Pierina Zambrano Moreira

Tutor:

Lcdo. Patricio Carrión, Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

2019

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD

Por medio de la presente certifico que el proyecto de investigación con el tema: “Diseño de una campaña de comunicación ecológica para la comunidad de la ULEAM”, previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, mención Publicidad y Mercadotecnia, soy autora originaria, ya que sus contenidos son producto de mi directa contribución intelectual.

Todos los datos y referencias a textos, investigaciones, libros, revistas, tesis, entre otros, ya publicados, están debidamente referenciados y citados, identificados con su respectivo crédito e incluido en las notas bibliográficas. Por lo anterior, declaro que el proyecto de investigación presentado está totalmente libre de derecho de autor y, por lo tanto, me hago responsable de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de responsabilidad a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Atentamente:

Kelly Zambrano Moreira

CERTIFICADO DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total 160 horas, bajo la modalidad de **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, cuyo tema del proyecto es “**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ECOLÓGICA PARA LA COMUNIDAD DE LA ULEAM**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo **CERTIFICO**, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita Kelly Pierina Zambrano Moreira estudiante de la carrera de Publicidad y Mercadotecnia, período académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lo certifico,

Mg. Patricio Carrión

Docente Tutor(a)

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis padres, por ser mi pilar en todo este camino de formación profesional.

Mi madre se merece un párrafo para ella sola, gracias a ella por dedicarme su tiempo, por la paciencia que tenía al irme a dejar e irme a recoger a la universidad sin importar que saliera de clases a las 9pm. Gracias madre por ser una madre ejemplar, por enseñarme a no rendirme ante nada, a perseguir mis sueños y por tus sabios consejos.

A mí enamorado Jefferson y a sus padres, por estar siempre para mí y preocuparse siempre. Gracias por ser parte de la culminación de mi etapa universitaria.

Al Mg. Patricio Carrión, director de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento.

Gracias a todas y cada una de las personas que me ayudaron en la realización de este proyecto de investigación.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño.

A Dios por haberme dado la oportunidad de vivir y poder cumplir esta meta en mi formación profesional.

A mis padres, Marcos Zambrano y Elva Moreira por siempre estar ahí para mí, dándome cariño y apoyo incondicional siempre; especialmente a mi madre, por toda la paciencia que tuvo en todos estos años de estudios. Por todo esto les agradezco de todo corazón que estén a mi lado.

A mi hermano, David, gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, te quiero mucho.

A mi enamorado, Jefferson, por darme consejos, apoyarme en cada momento y estar para mí en estos últimos 3 años de mi carrera universitaria.

A mis profesores, gracias por su tiempo y sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

RESUMEN

Para el diseño de una estrategia de comunicación ecológica para la comunidad de la ULEAM todos y todas pueden contribuir al desarrollo de una calidad ambiental positiva y mediante la implementación de programas medioambientales.

Por ello mediante este trabajo investigativo se estudia la cultura que tienen los estudiantes de distintas facultades de la ULEAM, y a la vez presentar estrategias de aplicación donde se aprovechen oportunidades y disminuyan amenazas encontradas en las distintas carreras para así tomar las medidas preventivas medioambientales, que promueva una activa y permanente participación de los estudiantes.

Este estudio se enfoca en un estudio analítico, tipo aplicativo, la técnica que se utilizará para obtener la recolección de datos es la encuesta y la guía de observación,

La aplicación de la intervención educativa a través de esta perspectiva tendrá un efecto significativo en el incremento de conocimiento y prácticas ecológicas.

Palabras Claves:

- Estrategias, comunicación, ecología, calidad ambiental.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD.....	I
CERTIFICADO DEL TUTOR.....	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN	V
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
2.1. Situación.....	5
2.2. Formulación del problema.....	5
2.3. Delimitación espacial	5
2.4. Objetivos.....	6
2.4.1. Objetivo General.....	6
2.4.2. Objetivos específicos.....	6
2.5. Justificación.....	6
2.6. Viabilidad legal	8
2.7. Bases Teóricas	10
2.7.1. Estado del Arte	10
3. MARCO TEÓRICO	16
3.1. Comunicación.....	16
3.2. Estrategias de comunicación	17
3.3. Medio ambiente	18

3.4. Contaminación ambiental	20
3.5. Educación ambiental.....	21
3.6. Ecología.....	22
3.7. Campaña Ecológica	24
3.8. Campañas Ecológicas realizadas en el Ecuador	25
3.9. Comunicación ecológica	28
3.10. Campaña de comunicación ecológica.....	29
3.11. Estrategias de comunicación ecológica en la comunidad de la ULEAM.....	30
4. MARCO METODOLÓGICO	33
4.1. Enfoque de la investigación.....	33
4.2. Tipo de investigación o alcance	33
4.3. Métodos	33
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
4.5. Determinación de la población (universo-muestra)	34
4.6. Análisis y Discusión de los Resultados	35
4.7. Análisis e interpretación	48
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
5.1. Conclusiones.....	49
5.2. Recomendaciones	51
6. PROPUESTA	52
6.1. Tema de la propuesta.....	52
6.2. Introducción a la propuesta.....	52

6.3. Fundamentación	52
6.4. Objetivos.....	53
6.4.1. Objetivo general	53
6.4.2. Objetivos específicos	54
6.5. Posibles actividades	55
6.6. Plan de actividades	56
6.7. Presupuesto	57
6.8. Tiempo en meses	58
6.9. Plan de acción.....	59
7. BIBLIOGRAFÍA	60
8. ANEXOS	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Encuesta pregunta 1. Elaboración propia.....	36
Figura 2. Encuesta pregunta 2. Elaboración propia.....	38
Figura 3. Encuesta pregunta 3. Elaboración propia.....	40
Figura 4. Encuesta pregunta 4. Elaboración propia.....	41
Figura 5. Encuesta pregunta 5. Elaboración propia.....	42
Figura 6. Encuesta pregunta 6. Elaboración propia.....	43
Figura 7. Encuesta pregunta 7. Elaboración propia.....	45
Figura 8. Encuesta pregunta 8. Elaboración propia.....	47
Figura 9. Propuesta de campaña. Elaboración propia.....	66
Figura 10. Diseño de Camisetas. Elaboración propia.....	67
Figura 11. Diseño en letreros. Elaboración propia.....	68
Figura 12. Diseño en vallas publicitarias. Elaboración propia.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 1). ..	35
Tabla 2. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 2). ..	37
Tabla 3. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 3). ..	39
Tabla 4. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 4). ..	41
Tabla 5. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 5). ..	42
Tabla 6. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 6). ..	43
Tabla 7. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 7). ..	44
Tabla 8. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 8). ..	46

1. INTRODUCCIÓN

Los diseños de las estrategias de comunicación pueden definirse como el conjunto de decisiones y prioridades establecidas tras el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo en que se va a proceder a su realización en función de las herramientas de comunicación disponibles.

Es a la vez el análisis, la decisión, la intención y una estratagema, donde se valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los potenciales sujetos receptores de dicha información, priorizando objetivos, estableciendo decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. (Salvador, 2014, pág. 22)

De igual manera, una estrategia o plan de comunicación debe establecer un marco muy claro de lo que deberían de ser las actividades de comunicación y los roles asignados dentro de una empresa o institución, así como tareas y objetivos individuales para cada componente del equipo que la conforme, incluyendo información acerca de los objetivos, las audiencias, los mensajes, las herramientas y el presupuesto disponible.

Al respecto, antes de elaborar una estrategia de comunicación, se necesita comenzar con un breve análisis de qué se espera conseguir. Empezando con un resumen o visión general de la estrategia, sus objetivos y metas. Esta fase también incluye un pequeño análisis de situación, en el que se encuentren plasmadas las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas de la estrategia.

Es por esto que a través de esta investigación se pretende establecer estrategias para crear una campaña ecológica comunicativa donde se desarrolle la responsabilidad social de toda la comunidad de la ULEAM con el fin de comunicar una sociedad comprometida con el medio ambiente en el ámbito del reciclaje y la reutilización.

Por medio de la aplicación de esta campaña ecológica, se intenta llegar a la comunidad estudiantil y profesorado no como una imposición sino en términos de equidad, participación, protagonismo, desarrollo y crecimiento humano, con el fin de crear y mantener vínculos con el público interno de la ULEAM.

Ahora bien, esta campaña que se propone está orientada hacia un público medioambientalmente sensibilizado con repercusiones significativas positivas en la actitud de la ULEAM al medio ambiente, y a la vez, se convierte en un instrumento sensibilizador sobre el consumo responsable, por lo que la entidad, sociedad y medioambiente salen beneficiados.

En efecto, para la consolidación de las diferentes estrategias de comunicación y la creación de la campaña ecológica en la ULEAM se establece implementar con las nuevas invenciones, redes sociales, internet, canales alternativos y comunicaciones diferentes, en sí esta propuesta refleja la importancia de la tecnología al servicio del conocimiento por medio de una comunicación acertada para el cambio.

A partir del manejo adecuado de la basura y sobre todo el conocimiento de la importancia del cuidado del medio ambiente influyen de forma positiva en la calidad de vida de los estudiantes y docentes de la ULEAM. La recolección adecuada de la basura en dicho sector permite que los habitantes tengan un estilo de vida saludable, ya que dejarían a un lado la quema de los desechos, la misma que ocasiona graves efectos no sólo al medio ambiente, sino también en la salud de los habitantes.

En efecto, (Salvador, 2014) afirma que, el bienestar de las personas es uno de los aspectos que debe ser velado por parte de las autoridades locales, a través de distintas actividades que brinden mejores condiciones de vida a las instituciones. Las campañas de educación ambiental son una herramienta importante y de gran ayuda para que la sociedad colabore en las distintas áreas en la que se ve involucrada la vida de estos, y a

su vez, permite llevar un mejor cuidado del medio ambiente a través de instrucciones en relación a la recolección de basura.

En relación son las implicaciones como eje final se plantea la comunicación como el desarrollo en las organizaciones al servicio de la ecología, ya que está demostrado que el impacto ambiental y la suma de todas las huellas ecológicas se torna en una gran mancha negra sobre la sociedad.

Con esta campaña ecológica que se implementará en la ULEAM es responsabilidad de todos dar un paso hacia adelante, ya que estamos en deuda con la naturaleza por todo lo que nos ha brindado y por todo ese camino futuro de tantas generaciones venideras que se merecen un ambiente sano, límpido y diverso como el actual.

Nuestra Universidad no debe permanecer al margen de esta realidad para lo cual se diseña un proyecto ambiental que se desarrolle con cobertura hacia toda la comunidad Universitaria cuyo propósito es el de conservar, proteger y mejorar el medio ambiente y la conservación de los recursos, adaptándolo a los principios y fundamentos que rigen nuestra alma mater y apuntalando el cumplimiento de la misión y de la responsabilidad social que nos atañe.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Existe un gran problema generado, donde cada día es más evidente el deterioro del entorno que nos rodea, el medio ambiente ha sido blanco del egoísmo, la codicia y la mala utilización de los recursos que este nos brinda.

Por ello se establece que entre las posibles causas generadoras de los problemas ambientales está la ausencia de conciencia y cultura ambiental, la falta de comprensión generacional de los límites del uso racional de recursos. Asimismo, el modelo de desarrollo y las prácticas, sistemas y estructuras que utilizan el entorno para satisfacer necesidades no son las adecuadas. Otro factor es la pobreza por una agenda de supervivencia y desesperación que genera ineficiencia de los sectores productivos o extractivos al desperdiciarse insumos valiosos.

Por su parte, los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí son un público objetivo heterogéneo, con diferentes visiones y metas, que forman parte de este centro de estudios en busca de optar un grado académico superior. El comportamiento y conducta de cada estudiante, en cuanto a su educación ambiental, es pobre, ya que, si poseen conocimiento del deterioro ambiental y a pesar de ello continúan siendo parte contribuyente de la contaminación ambiental, ya sea de forma directa o indirecta. Las formas actuales de conducta humana han creado la crisis en la que el medio ambiente se encuentra, por ende, la vida misma.

Por tal razón, se considera necesario promover la educación ambiental para reducir la contaminación y así mejorar las condiciones de vida de la comunidad universitaria, con el propósito de encontrar soluciones sostenibles a cada uno de los grandes problemas ambientales que se presentan. De esta manera, lo que nos compete como sujetos investigadores es crear o diseñar estrategias que nos permitan controlar adecuadamente nuestro entorno.

Labor que debe ser complementada con el buen uso que le de la comunidad universitaria; en ocasiones, acciones tan sencillas como ubicar las basuras en los sitios designados, el apagar las luces, los ventiladores y aires acondicionados cuando no se estén utilizando, cerrar los grifos de agua y reutilizar papel como mecanismo de reciclaje, son cuidados que contribuirían a la conservación del medio ambiente generando una mejora en la calidad de vida de las personas, factores que afectan grandemente al medio ambiente y por ende, a la población de dicho sector.

2.1.Situación

La situación de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí es el desconocimiento que existe con respecto a la contaminación ambiental, además del impacto que producen al ecosistema que rodea este sector. A esto se le suma la falta de conocimiento, debido a la exclusión en materia de educación ambiental, la cual debe ser impartida por parte del departamento de medio ambiente de la ULEAM.

2.2.Formulación del problema

Existe diversidad de campañas publicitarias, informativas, de concienciación, comunicacionales, que pueden conseguir impactar o provocar algún aspecto positivo para la comunidad estudiantil y lograr alcanzar propósitos y objetivos. Es por ello que surge la siguiente interrogante:

¿Qué estrategias de comunicación resultaría ideal y efectiva para generar un cambio de conducta ambiental e incentivar a formar parte del cambio a los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí?

2.3.Delimitación espacial

Manta, Ecuador. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM)

2.4.Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Diseñar una estrategia de comunicación ecológica para la comunidad de la ULEAM

2.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar los sectores ecológicos vulnerables de la comunidad de la ULEAM.
- Concientizar en los miembros de la comunidad universitaria elementos de aprendizaje relacionados con el cuidado del medio ambiente.
- Promover estrategias de comunicación entre todos los sectores de la ULEAM que inciden en la vida de la comunidad universitaria, que permite alcanzar sinergias de participación en el cuidado de su entorno inmediato.

2.5.Justificación

La presente investigación tiene como fin diagnosticar y a la vez desarrollar estrategias comunicacionales para implementar una campaña ecológica en la ULEAM, la misma que busca transformar la cultura de la comunidad universitaria frente a las situaciones que generan impactos negativos al medio ambiente.

A la vez, fortalecer una conciencia que propicie y estimule el respeto, la convivencia de la comunidad de la ULEAM hacia el medio ambiente, en el ámbito de un conocimiento apropiado de los recursos y la capacidad de uso sostenible.

Por ello se propone, ubicar recolectores de basuras grandes en las facultades de la ULEAM, para clasificar así los desechos y principales contaminantes, esta labor debe ser complementada con el buen uso que le de la comunidad universitaria; en ocasiones, acciones tan sencillas como ubicar las basuras en los sitios designados, el apagar las

lucos, aires acondicionados cuando no se estén utilizando, cerrar los grifos de agua y reutilizar papel como mecanismo de reciclaje, son cuidados que contribuirían a la conservación del medio ambiente generando una mejora en la calidad de vida de las personas.

Ahora bien, no se puede continuar si no hay un compromiso en común para ser partícipes de generar cambios desde la conciencia iniciando con el entorno universitario, para lo cual se pretende que haya una concientización en los miembros de la comunidad universitaria elementos de aprendizaje relacionados con el cuidado del medio ambiente, cuyo propósito sea el de conservar, proteger y mejorar el medio ambiente, adaptándolo a los principios y fundamentos que rigen en la ULEAM

2.6. Viabilidad legal

Para validar la presente investigación se presentan leyes y normas que amparan el medio ambiente según la constitución del Ecuador, estos principios y directrices señalan en el Art. 1.- Las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones si no se cumple con la responsabilidad de cuidar el medio ambiente.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales. (Ley de Gestión ambiental, 2004)

Artículo 21.- Los objetivos de conservación del Sistema Nacional de Áreas Naturales

Protegidas son:

- Conservar y utilizar sustentablemente la biodiversidad y los recursos genéticos;
- Conservar en estado natural muestras representativas de ecosistemas, comunidades bióticas, unidades biogeográficas y regiones fisiográficas del país;
- Mantener las funciones ambientales y los procesos ecológicos;
- Conservar y utilizar sustentablemente poblaciones viables de especies silvestres;
- Proteger especies silvestres endémicas y amenazadas de extinción;
- Proteger recursos paisajísticos y formaciones geológicas o paleontológicas sobresalientes;

- Proteger las cuencas hidrográficas y los recursos hídricos, tanto superficiales como subterráneos;
- Facilitar la investigación científica y el monitoreo ambiental;
- Promover el mantenimiento de atributos culturales específicos y de los conocimientos tradicionales de las poblaciones locales;
- Contribuir a la educación ambiental de la población;
- Brindar oportunidades sustentables para la recreación y el turismo orientado a la naturaleza y la interpretación ambiental; y,
- Proveer bienes y servicios ambientales, económicos, sociales y culturales que puedan ser utilizados de manera sustentable, especialmente por pueblos indígenas, afro ecuatorianos y comunidades locales, asentadas al interior y en las zonas aledañas a las áreas protegidas. (Ministerio de Ambiente, 2013).

Art. 396.- El Estado amparará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas.

La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas.

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también

recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental.
(Constitución de la República del Ecuador, 2015)

Cabe recalcar que en la constitución de la República en el Art. 350 establece en el ámbito de la educación que el sistema de formación superior tiene como finalidad la alineación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo, asimismo se hace alusión en la sección primera, artículos 396-397 sobre la naturaleza y el ambiente:

En efecto, lo que se pretende con esta investigación es despertar el interés por la preservación de los recursos naturales, generar una conciencia de desarrollo sostenible, crear espacios que permitan el surgimiento de líderes e iniciativas que contribuyan a la generación de conciencia por el cuidado del medio ambiente y multiplicar estas acciones en su entorno personal, familiar y laboral y es un gran paso porque la constitución del Ecuador así lo respalda.

2.7.Bases Teóricas

2.7.1. Estado del Arte

El X Congreso nacional de investigación educativa proporcionó una ponencia sobre la urgente necesidad de implementar prácticas de educación ambiental en comunidades y centros educativos con el objeto de preservar el medio biofísico y su interacción con los grupos sociales, a fin de que estos reciban las contribuciones ambientales de calidad que también llegan a beneficiar a las grandes ciudades circundantes y hayan un mejor ambiente estudiantil, y su objetivo principal es lograr la participación social en los procesos de mejoras ambientales en comunidades.

En la revista virtual Seguridad y Medio Ambiente de la Universidad de Carabobo un estudiante escribió un artículo llamado Educación ambiental y aprendizaje significativo: donde se mostró detalles sobre la educación ambiental y los valores en torno al conocimiento y respeto del medio ambiente. La teoría del aprendizaje significativo está muy reconocida como base para fomentar el aprendizaje en el proceso educativo. Este artículo sintetiza el resultado de un proyecto de investigación en el que se han aplicado conjuntamente los conocimientos en educación ambiental, aprendizaje significativo y museología en el marco del Museo de Ciencias Naturales de la Universidad de Navarra. Como resultado, se ha propuesto una unidad didáctica dirigida a jóvenes para fomentar el aprendizaje del valor «respeto» y del significado del término «biodiversidad» mediante una visita al museo, y empleando herramientas de aprendizaje vinculadas a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.” Igualmente, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura insistió sobre la necesidad de fortalecer y coordinar programas de acción para la conservación y desarrollo de los recursos naturales. Para las escuelas de agricultura de nivel medio, presentando los proyectos a consideración del Programa de las Naciones Unidas para el medio Ambiente y contando con la colaboración, en la ejecución, de la Unesco.

En la Organización Mundial de la Salud, los proyectos de educación ambiental tratan fundamentalmente de la salud del medio ambiente: formación de personal de sanidad, higiene familiar, información del público, etc. Conferencia de las naciones Unidas sobre el medio Ambiente. Reconoció la función de la Unesco y los organismos especializados de las Naciones Unidas, con mandato más amplio en materia de educación, quienes desempeñan un papel clave en la educación ambiental en general (en todos sus aspectos, tanto extraescolares como en los diversos niveles de la educación formal) y en algunos

renglones especiales (por ejemplo, en la formación de diversos tipos de especialistas).

(Parra Y. , 2015)

Ahora bien, desde la complejidad ambiental se plantea que para verificar nuevas representaciones de habitar el mundo y de concebir los procesos ambientales como algo que no es ajeno a nosotros, surge la necesidad de una nueva racionalidad ambiental, donde se replanteen en profundidad los supuestos éticos, sociales (potencializando la participación real de las comunidades en las decisiones que afectan al medio ambiente y al desarrollo), culturales (cambiando los estilos de vida basados en el consumo creciente de bienes y servicios por una “cultura de la escasez” en la cual se modifique la noción de necesidad) y políticos (situar las cuestiones del medio ambiente y del desarrollo por delante de del mercado exigente y reforzar la toma de decisiones democráticas a nivel mundial).

Al respecto el Ministerio de Educación Nacional instauró el Programa Nacional para la educación ambiental, cuyo trabajo de exploración e investigación sobre la educación ambiental en el país. En esta política se evidenció la necesidad de recoger, fortalecer y organizar los múltiples esfuerzos que numerosas entidades y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, habían venido desarrollando en educación en el país en los últimos años. La educación ambiental se planteó como el proceso que accede al individuo comprender las relaciones de interdependencia con su entorno, a partir del conocimiento reflexivo y crítico de su realidad biofísica, social, política, económica y cultural, para que a partir de la apropiación de la realidad concreta pueda generar en él y en su comunidad actitudes de valoración y respeto por el ambiente” (Ministerio de Educación Nacional y Ministerio de Medio Ambiente, 2002).

Con miras a este propósito, la práctica de la educación ambiental ha sido un desafío en el que se trazan cambios de modelo en las instituciones, hay miradas renovadoras

respecto al conjunto del sistema educativo, convirtiéndose en un reto para todos los actores involucrados lograr sus objetivos. Adoptar los planteamientos, principios y propuestas metodológicas de la educación ambiental ha sido un largo y difícil proceso, ya que las escuelas y los colegios no están actualmente configurados para hacer viables proyectos transversales como los de la educación ambiental, al igual que para incorporar sus dinámicas, posibilitar y asumir las nuevas interacciones que provocan.

Sin embargo, cuando la educación ambiental entra a la escuela, no siendo únicamente una formalidad, sino que se convierte en un proceso fundamental para la vida escolar, los proyectos de educación ambiental “logran movilizar a los diferentes estamentos, estimular el trabajo en equipo, hacer aparecer en la escuela nuevos saberes y nuevas formas de circulación de éstos, encontrarles un sentido o una aplicación, abrir algunas ventanas y puertas y conectar la escuela con su entorno o, al menos, pensar a la escuela como un lugar habitable y vivible. La Institución Educativa Técnica Francisco de Paula Santander de Galapa ha emprendido procesos de educación ambiental, bajo ejes temáticos como son los residuos sólidos, el agua y la discusión alrededor de la construcción de espacios eco-pedagógicos.

A partir de estos proyectos se han fomentado espacios pedagógicos en el aula y fuera de ella a partir de hechos vivenciales que han permitido construir nuevas formas de asumir el ambiente a través del respeto, el sentido de pertenencia y la participación activa. A su vez, la configuración de una nueva cultura ambiental en la escuela ha permitido que sus acciones trasciendan sus fronteras y se proyecte como agente ambiental en ambos municipios. Cada institución desde su particularidad ha asumido el tema ambiental de formas diversas, los procesos de la educación ambiental han sido complejos y de largo aliento, los cuales han necesitado de personas perseverantes, dedicadas y comprometidas con el quehacer pedagógico ambiental.

Todos estos procesos han transformado y movilizadado la escuela, permitiendo que los saberes y las problemáticas locales en torno al medio ambiente cobren sentido y significado en la escuela y en las colectividades donde se encuentran estas instituciones escolares, haciendo posible la construcción de la escuela como escenario público donde el ambiente, desde una perspectiva local y global, devenga en “un asunto de todos”. (Groot, 2009).

Desde esta perspectiva cobra especial relevancia el ambiente físico, educativo y relacional que ofrece la escuela, la clarificación de los valores que implícita o explícitamente transmitimos, las oportunidades que se brindan al alumnado para convertirse en sujeto activo de la comunidad, y el poder analizar, interpretar y valorar los acontecimientos que en ella se producen. Aspectos como la organización espacio-temporal, el consumo de recursos o las oportunidades que se ofrecen al alumnado para la toma de decisiones tienen mucho que decir en el modelo de educación ambiental en el que creemos, un modelo en consonancia con los fines de una educación integral, al servicio de la construcción de una ciudadanía activa y responsable. Con el objetivo de reflexionar y experimentar en torno a las posibilidades reales de avanzar en este camino, pusimos en marcha la propuesta de Escuela ecológica. Se trataba de integrar la gestión y la educación ambiental para hacer del medio escolar un ejemplo de lo que podría ser un medio ambiente más general, experimentando la manera en que sería conveniente protegerlo y mejorarlo.

El programa Escuela ecológica, en conexión con la red internacional Eco-School, ha conseguido generar una red en la que participan alrededor de 50 centros educativos de la Comunidad Autónoma del País Vasco, muchos de ellos desarrollando proyectos reconocidos y subvencionados tanto por el Departamento de Medio Ambiente y

Ordenación del Territorio como por el Departamento de Educación, Universidades e Investigación.

A lo largo de este proceso se ha ido constatando las dificultades que encuentran los centros para abordar propuestas que no se limiten a incidir en aspectos curriculares, o de gestión, de forma aislada. Resulta difícil establecer programas globales y profundos, que incorporen, entre otras cosas, la organización escolar, la gestión racional de los recursos y la participación de las familias y el alumnado; factores que influyen y determinan la cultura y el estilo del centro. Teniendo en cuenta la experiencia acumulada y el interés por descubrir nuevos caminos para introducir la perspectiva ambiental en los centros, y con el fin de desarrollar una cultura ambiental en la comunidad educativa, vimos la necesidad de profundizar en la propuesta de escuela ecológica, tanto para reflexionar sobre los modelos pedagógicos que se transmiten como para poner en práctica estilos educativos basados en la investigación educativa y la participación. De aquí surge el Proyecto para una escuela de calidad ambiental.

La finalidad de este proyecto es poner en marcha experiencias innovadoras que sirvieran de ejemplo a otros centros educativos. Por otra parte, realizar una evaluación educativa que permitiera encontrar elementos clave para generalizar estos procesos.

(Vitoria-Gasteiz, 2006)

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Comunicación

“La comunicación es la forma de interacción social, que tiene como propósito crear relaciones sociales, y persuadir a través de un lenguaje auténtico, si se realiza con éxito y no con base en resultados concretos”. (Ribeiro, 2007)

Tal es el caso que, el ser humano necesita de un sistema de signos para poder comunicarse: auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos, por ello la comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana.

En efecto, (Escobar, 2015, pág. 42) señala que la comunicación es una actividad de naturaleza humana que conlleva la creación y publicación de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para generar cambios de conducta de alguna u otra manera en el comportamiento de los individuos y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales.

Es decir que la comunicación es la base fundamental en todos los ámbitos de las sociedades que buscan su adelanto, es imprescindible tanto para el ser humano como para las organizaciones que buscan un espacio en la comunidad y su conglomerado, a lo largo de la historia la comunicación ha tomado un giro radical en la cual la tecnología ha sido su aporte principal, toda sociedad que desea comunicar algo debe entender que esta se basa en tener principios fundamentales de los cuales todos seamos partícipes.

En este sentido, la comunicación es el fundamento de toda relación humana y produce bienes materiales y sociales que une a los individuos entre si y permite la vida colectiva; gracias a todo esto el individuo tiene posibilidad de adquirir y ejercer control sobre los diferentes medios de vida. Gracias a la comunicación el individuo tiene

posibilidad de adquirir y ejercer control sobre los diferentes medios de vida. (Camacho, 2013, pág. 19).

3.2.Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación, parten de una serie de situaciones, donde se busca saber hacia dónde se va a construir el escenario futuro, preparar una ruta y prever la capacidad de corregirla, para así conseguir un determinado fin que asegura una decisión óptima en cada momento, cuyo objetivo prioritario es incrementar los niveles de impacto y la efectividad tanto del comportamiento individual, como el cambio social y organizacional. Se trata pues, de una perspectiva integral, cuyos objetivos verificables guían la visión a largo plazo de la compañía.

Por ello se señala que una buena estrategia plantea hacia dónde se quiere llegar, qué se desea lograr, cuáles son sus metas comunicativas, con el fin de difundir los hechos o sucesos, partiendo de una selección de procedimientos en donde se encuentran involucrados los principales agentes para el cambio, que no son otros que los medios de comunicación y los mensajes.

Igualmente, una estrategia de comunicación al centrarse en un principio de interacción, de entendimiento participativo y de diálogo, tener como principio una visión comunitaria, de compartir y construir, pues estos tiempos exigen estrategias con una visión integral, humanista y holística.

A nivel operativo, la estrategia ha de partir de la realización de unos objetivos determinados, de unos principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones cuya realización permita llegar a las metas deseadas. Ahora bien, referimos específicamente a un tipo de estrategia, determina la programación y la “intención” con la cual se va a llevar a cabo.

Al respecto, un componente importante en cualquier estrategia de comunicación es, sin duda, la elaboración de un sistema propio de monitoreo y evaluación, que permita la revisión de los datos necesarios para, en caso necesario, realizar los ajustes pertinentes y oportunos a la estrategia debido a pequeños desvíos que se pudieran producir en el seguimiento de la misma, a fin de optimizar su adecuada implementación. (Lorenzo, 2014)

La labor de las estrategias de comunicación en las instituciones consiste en llegar al público al que se quiere dirigir por medio de un plan, y así lograr la vinculación de todos hacia la misma dirección, lo que solucionará muchos problemas que existan dentro de ella, y se verá reflejado a nivel externo.

Esto también logrará indagar acerca de las necesidades que tienen los diferentes públicos y suplirlas, lo que hará que se relacionen aún más; es decir, haciendo de la comunicación un ejercicio relacional de alto impacto transaccional, así lo establece. (Cárdenas, 2008)

3.3. Medio ambiente

Para definir que es el medio ambiente, se analiza primeramente sus términos; La palabra medio es el elemento donde existe o se mueve una persona, animal o cosa, y ambiente es el conjunto de circunstancias que acompañan o rodean la situación o estado, de personas o cosas. De estos dos conceptos se puede inferir que el Medio Ambiente no lo constituye sólo los elementos de la naturaleza, sino también las personas, y que estos, se encuentran en determinadas condiciones, que determinan como interaccionan los diferentes elementos del medio, tanto entre los diferentes componentes naturales entre sí, como entre las personas y la naturaleza.

Tal es el caso que el medio ambiente es una manera integrada por factores naturales y artificiales que se encuentran relacionados entre sí, en donde la intervención de la acción humana es un factor de gran peso, y condiciona la forma de vida natural, social y cultural que se da en determinado lugar y tiempo.

Para tal efecto “el medio ambiente depende de la interacción de los seres humanos con la naturaleza. Es el conjunto de todas las condiciones e influencias externas que afectan a los organismos. Se integra por componentes bióticos y abióticos”, así lo establece (Escobar, 2015, pág. 34).

Por todo, el medio ambiente no es algo que atañe solamente a la vida de los hombres, sino que estamos ante un ambiente del que participa todo el planeta. Y de ahí también el hecho de que las acciones para la resolución de los problemas ambientales no pueden ser exclusivas de políticas económicas por parte de los gobiernos, sino que haya que pasar por la participación y movimientos asociativos de la gente. (Hernández, 1996)

Ahora bien, en este contexto han surgido ramas de la ciencia dedicadas a estudiar en forma integral al medio ambiente: Ecología, Eco toxicología, Fisicoquímica Ambiental, Biología.

Aplicada, que, en conjunto con la Química Ambiental y las Ciencias Sociales, evalúan permanentemente el estado poblacional, el nivel de contaminación y las metodologías de diagnóstico y remediación ambiental.

Desde el punto de vista ambiental, las más relevantes son aquellas que permiten inferir el comportamiento en cada esfera ambiental de las distintas sustancias ayudando a estimar el grado de interacción que puede tener esa sustancia con el tejido vegetal y/o animal a la hora de atravesar membranas biológicas (Damián, 2009, pág. 1)

3.4. Contaminación ambiental

El concepto de contaminantes a los agentes físicos y biológicos, son un ejemplo de lo puede provocar una contaminación excesiva y son la radiación, las ondas electromagnéticas; para el caso de los biológicos pueden citarse a los desechos cloacales, los virus, las bacterias. (Damián, 2009)

En términos generales entonces, puede considerarse a un contaminante como todo agente, físico, químico o biológico que produce alteraciones en los equilibrios establecidos en y entre los compartimentos ambientales o bien de una combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población, o bien, que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal, o impidan el uso normal de las propiedades y lugares de recreación y goce de los mismos.

Un caso especial de agentes químicos, de estrecha relación con la contaminación, son aquellos que pueden encuadrarse en la definición de Tóxicos haciendo referencia a toda sustancia que puede producir algún efecto nocivo sobre un ser vivo, alterando sus equilibrios vitales. (Francisco, 2005)

En efecto, el crecimiento económico y la globalización han originado evidentes beneficios, pero al mismo tiempo han provocado la aparición de nuevos riesgos, tales como alérgenos, radiaciones ionizantes, contaminantes del aire, preparados químicos carcinógenos, pueden suponer un riesgo a niveles más bajos de los observados. A pesar de ello existen algunos trabajos que han identificado la relación entre determinados agentes ambientales y la salud humana.

3.5.Educación ambiental

La educación ambiental debe funcionar como un eje formativo que le asigne un lugar permanente en los currículos y en la vida académica de cada alumno, y a la vez no debe limitarse sólo a la incorporación de asignaturas en los planes de estudio, obteniendo así un modelo de enseñanza-aprendizaje que forme capacidades para el reconocimiento y aprecio del lugar donde cada persona vive. Por ello, la principal estrategia para lograr un desarrollo sostenible tiene que ver con la educación.

La educación ambiental, ayuda a las personas o grupos sociales, a tomar consciencia del medio ambiente, cooperando con conocimientos que los animan a tener una comprensión básica del medio ambiente en su totalidad, de sus problemas; adquiriendo valores sociales que los hagan cambiar de actitud y a la vez promoviendo las aptitudes necesarias para resolver problemas ambientales, para lo cual deberán utilizar su capacidad de evaluar las medidas y los programas de educación ambiental en función de los factores ecológicos, políticos, económicos sociales, estéticos e institucionales, fomentando para esto la participación con un sentido de responsabilidad, así lo señala (Escobar, 2015, pág. 16).

En este sentido se percibirá un aprendizaje sobre cómo continuar el desarrollo en el medio ambiente para proteger, preservar y conservar los sistemas de soporte vital del planeta, un proceso para aprender a aprender, para aprender a pensar, a cuestionar, para aprender a interpretar lo real desde una óptica alejada de la competencia, el egoísmo, el crecimiento ilimitados, por lo cual es sabido que los estudiantes y la escuela no están en la obligación de dar soluciones, pero sí de impactar con acciones y comportamientos, y dar enfoques relacionados con conocimientos, los procesos y las actitudes, los cuales se desarrollan los procesos de Educación Ambiental. (Triviño, 2014, pág. 54).

La Educación Ambiental tal y como es concebida hoy en día, con sus principios y sus objetivos, es favorecer una toma de conciencia desde las instituciones se propicien una serie de encuentros, conferencias y programas que han permitan delinear la trayectoria que debe seguir las instituciones para un cambio en la atmósfera. (Montoya, 2010)

3.6.Ecología

La ecología es una ciencia cuyo objeto de estudio son los ecosistemas; es decir, las entidades desarrolladas por muchas plantas y muchos animales, de las mismas o de diferentes especies, que actúan y reaccionan unas con otras, en el seno de un ambiente físico, que proporciona un escenario de particularidades definibles, por ejemplo, en términos de temperatura, salinidad, etc. Estos agentes suelen denominarse factores ambientales o ecológicos. (Hernández, 1996)

De igual manera, la ecología estudia aspectos del mundo material y tangible, que el ser humano detecta a través de su capacidad de percepción, creando relaciones y justificaciones razonables que después pueden o no tener una aplicación en el desarrollo de sus actividades vitales, siendo de gran ayuda al análisis de temas que por su naturaleza son esencialmente complejos, como es el caso de los relacionados con el medio ambiente

Los estudios ecológicos según (Domínguez, 2015), se realizan a diferentes niveles de escala, los cuales incluyen: individuo, población, comunidad y ecosistema.

Un individuo es un organismo que fisiológicamente es independiente de otro individuo. Ejemplo: un caracol, una colonia de corales. A nivel individual se trata de entender como un organismo sobrevive bajo condiciones físico, químicas cambiantes y

cómo se comporta el individuo para reproducirse, evitar a los predadores y localizar alimento

Una población es un grupo de organismos de la misma especie, que responden a los mismos factores ambientales y se mezclan libremente unos con otros.

A nivel de población se desea conocer como debe ser el tamaño de la población para garantizar que se produzcan suficientes descendientes para permitir que la población persista.

Una especie es una población o un grupo de poblaciones que están aisladas genéticamente de otras especies. Aunque en ecología no se incluye el nivel de jerarquía de especie per se, es necesario estudiar las especies, para entender la evolución de los ecosistemas a largo plazo.

La biogeografía, examinan primero los patrones de distribución de las poblaciones y luego tratan de explicar los mecanismos de los cambios geográficos y climáticos que han afectado la distribución de la especie.

El hábitat, es el lugar donde un organismo vive y se reproduce. Los organismos propios de un biotopo constituyen una comunidad o biocenosis. Una comunidad de páramo incluye todas las plantas, animales y microbios que viven en el páramo.

La comunidad, a nivel de la comunidad se trata de buscar las interacciones intraespecíficas que podrían causar cambios en el tamaño de las poblaciones de las especies que conviven en un biotopo. Por ejemplo: una población de predadores podría sobreexplotar una especie presa y luego declinar abruptamente.

Se denomina Ecosistema a la unidad básica de interacción organismo-ambiente que resulta de las complejas relaciones existentes entre los elementos vivos e inanimados de un área dada.

Al pasar de un ecosistema a otro, se observa una gradual disminución de las de la comunidad del primer biotopo y un aumento de las poblaciones del siguiente biotopo. Los ecosistemas se superponen gradualmente en una región de transición conocida como ecotono (Parra F. , 1984)

3.7.Campaña Ecológica

Las campañas de publicidad ecológicas interactúan con la originalidad para vender ideas o productos golpeando conciencias, moviendo a la acción o simplemente sensibilizando sobre cuestiones que se consideran de gran importancia medioambiental y el desarrollo de las campañas de Educación ambiental, logra que el planeta sea más sostenible.

Estas campañas ambientales presentan las consecuencias de lo que se está haciendo actualmente con la naturaleza y el mundo, para concientizar a las personas en estímulos impactantes, en ocasiones mostrando el lado negativo de la realidad, para llamar la atención de las personas, y al realizar campañas informativas para que las personas se involucren a través de acciones cotidianas también trae resultados. (William Turner M, 2012).

Para generar una campaña ecológica, el marketing se puede vestir de verde, utilizando estrategias como folletos de papel reciclado que contengan una semilla para hacer crecer una planta, las vallas publicitarias y en general en todo tipo de soportes, deben de resaltar sus características ecológicas. En Ecología Verde, se aborda la cuestión de las campañas de publicidad ecológica.

Por su parte la comunidad de la ULEAM se pretende dar inicio a una campaña ambiental donde se procura salvaguardar y proteger el ecosistema de los estudiantes, razón por la cual debe estar respaldada por los docentes y directivos de la ULEAM para

que tomen la iniciativa de educación en protección ambiental que requiere la comunidad.

Es así como se hizo el lanzamiento de esta campaña que busca concientizar a los habitantes de toda la comunidad universitaria sobre la importancia del cuidado al medio ambiente.

Esta campaña se efectuará por los diversos problemas ecológicos que pueden hacer variar esas condiciones y en ocasiones la existencia de estos valores y espacios naturales, la presión sobre los Espacios Naturales, la contaminación, el consumo no responsable e innecesario, efectos contaminantes y destructivos, la gestión del agua y consecuencias de las recientes, la repercusión de las decenas de campos de golf construidos y previstos, el aumento incesante del tráfico y planes de movilidad y transporte sostenible, el consumo de productos transgénicos y la demanda de agricultura ecológica, campañas de concienciación para la selección de basuras y una gestión eficaz y global de residuos, los impactos en áreas protegidas con valores ecológicos que las distinguen mundialmente. etc.

Por todo ello, ante las actuales amenazas ecológicas de nuestro planeta, y sabiendo que una de las mejores soluciones para su defensa es la educación e información, la forma más eficaz de poder repercutir en sus soluciones a corto y largo plazo es contar con la educación ambiental sensibilizando y concienciando a los ciudadanos almerienses, tanto pequeños como mayores.

3.8.Campañas Ecológicas realizadas en el Ecuador

El (Centro Universitario de Gestión Ambiental del Carchi, 2013) implementó una campaña ecológica donde los estudiantes universitarios se hicieron presente para trabajar de forma conjunta con la ciudadanía y así beneficiar un cambio positivo por una

localidad más limpia para la toma de un conocimiento socialmente ecológica y buscar soluciones para reducir la cantidad de residuos sólidos para reciclarlos y reutilizarlos en beneficio del medio ambiente.

La campaña ecológica implementada por los alumnos de la Universidad de Carchi, TU ERES PARTE consiste en:

1.- Crear un cambio ecológico en hábitos para el cuidado y la preservación del medio ambiente por medio de charlas informativas dirigidas por la Dirección de Ecología del estado de Colima.

2.- Recolección de plástico, pilas, y cartón en jornadas sabatinas en el municipio de Colima donde los alumnos explicaban en su recorrido por las casas la importancia de separar la basura.

3.- Dentro del aula los alumnos tienen el compromiso de mantener su espacio libre de basura, así como el de acomodar el mobiliario antes de salir de clases lo anterior con la finalidad de promover el orden y la limpieza.

4.- Recolectar el plástico generado por el consumo de refresco, así como la separación de residuos: aluminio, plástico y orgánico.

La campaña ecológica TU ERES PARTE promueve interés en el alumnado por cuidar el medio ambiente los obstáculos a los que se expone esta campaña son: falta de compromiso de los alumnos por recolectar plástico, poca motivación por tener un mejor ambiente ecológico, flojera por separar los residuos sólidos se trabajando para que esta campaña tome fuerza y se convierta en un estilo de vida el cuidado de nuestro medio ambiente. Porque cambiar el mundo empieza por ti campaña ecológica TU ERES PARTE.

Por otra parte, la Organización Panamericana de la Salud, (OPS) junto con la Fundación Nacional de Ecoclubes, el Gobierno Provincial de Loja, las Municipalidades

locales y los Ministerios de Educación y Ambiente, han proporcionado la creación de un gran número de Ecoclubes en varias ciudades del sur de Ecuador. Estos Clubes ayudan a los jóvenes a cultivar una cultura de conservación y un espíritu proactivo hacia el medio ambiente, organizan una serie de eventos y celebraciones para alentar la participación del público y promover los temas ambientales clave, que afectan a la sociedad local y global.

Las campañas se dan a través de la elaboración de murales, campañas de limpieza de caminos y senderos, películas, foros de discusión, documentales, conferencias sobre temas específicos, folletos, visitas de campo, y muchas otras actividades, todas dirigidas a diferentes segmentos de la sociedad.

A la vez estas campañas se lanzan para alertar a la gente acerca del problema, y establecer una serie de sitios de recolección de pilas y baterías en la ciudad. Los estudiantes posteriormente recogen las baterías usadas procedentes de estos depósitos y las entregan al Departamento de Higiene del Municipio de Loja, para su adecuado confinamiento. (Naturaleza y Cultura Internacional, 2006).

En efecto otra campaña ecológica que es impulsada por el Ministerio del Ambiente (MAE), para concienciar a la ciudadanía sobre el adecuado manejo de los desechos, durante el feriado de Semana Santa, se la denominó, “Ecuador Limpio”,

Donde, en la provincia Santa Elena, se acopiaron 14 mil kg de basura, mientras que durante fechas similares de 2012, se recogieron 144 mil kg. Es decir, se ha registrado una baja drástica de los desperdicios en las playas turísticas de esta zona.

En la provincia del Guayas se recolectaron 2 500 kg de desechos en los balnearios de General Villamil, Reserva de Producción de Faunística Manglares El Salado y Puerto Engabao. En Manabí, la limpieza en playas de Puerto Cayo, San Lorenzo, Murciélagos y Salango, entre otros, dio como resultado un total de 2 200 kg de basura.

Las actividades de recolección en el perfil costanero, fueron realizadas por técnicos de las Direcciones Provinciales Ambientales y del Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos (PNGIDS-MAE). A ellos, se unieron miembros de las asociaciones de pescadores, parasoleros, vendedores ambulantes, militares y voluntarios de las zonas, entre otros.

El MAE aprovechó las mingas de limpieza para difundir, a la población y a los turistas, mensajes de concienciación en cuanto a la separación de desechos antes de su disposición final. Esto, con la finalidad de disminuir los niveles de desechos que se convierten en contaminación. Asimismo, durante la campaña, se entregaron bolsos reutilizables para eliminar paulatinamente la utilización excesiva de fundas plásticas que son nocivas para el ambiente.

De esta manera, se pueden evidenciar los resultados positivos de la implementación de “Ecuador Limpio”. Esta cartera, como principal autoridad ambiental del país, continuará con esta campaña, estructurada de acuerdo con los lineamientos del Buen Vivir. (Ministerio del Ambiente, 2018)

3.9. Comunicación ecológica

La comunicación ecológica es aquella que informa sobre los beneficios para el medio ambiente y donde se transmite una imagen de la institución bien informada y activa en temas ambientales como los mensajes a los posibles clientes sobre el eco-producto. Asimismo, también puede estar orientada a persuadir a los consumidores potenciales para que alcancen los productos ecológicos con preferencia, preparando una adecuada información sobre sus beneficios, y también encaminada a recordar el target, que estén familiarizados con los productos y con sus ventajas, con el objetivo de que no se pierda

la información entre el resto de datos que les llega y que no pueden mantener indefinidamente en su mente.

Mediante la comunicación se proporciona un valor agregado al cliente: la información.

Los destinatarios de este tipo de comunicación son todos los grupos de interés, tanto internos como externos, y no sólo el consumidor. Además, los reclamos racionales desarrollan un papel muy importante en el proceso de decisión de compra y puesto que lo que se pretende es que el estímulo que provocan en el consumidor sea duradero en el tiempo y que penetre profundamente en la mente, es imprescindible una comunicación intensiva respecto de los productos equivalentes no ecológicos. Ahora bien, esos demostraciones racionales son complejos por varios motivos: es un conocimiento en desarrollo constante, con dificultad en la evaluación de las causas-efectos, con unos beneficios diferidos en el tiempo en la mayoría de los casos, por lo que las sensaciones post-compra no refuerzan la sensación de acierto o de error en la compra de forma inmediata: el efecto es diferido en el tiempo. (Díaz, 2002)

3.10. Campaña de comunicación ecológica

Una campaña de comunicación ecológica es un proceso sistemático de actividades que comprende una información sobre los beneficios para el medio ambiente y transmitir tanto una imagen de empresa bien informada y activa en temas ambientales como los mensajes a los posibles clientes sobre los eco productos. Debe ser transmitida utilizando distintos medios, sobre todo de comunicación como, por ejemplo: radio, periódicos, entre otros. Las campañas de comunicación ecológica deben convencer a los consumidores potenciales para que obtengan los productos ecológicos con preferencia, facilitando una adecuada información sobre sus beneficios, y también encaminada a

recordar el target, que estén familiarizados con los productos y con sus ventajas, con el objetivo de que no se pierda la información entre el resto de datos que les llega y que no pueden mantener indefinidamente en su mente.

Mediante las campañas de comunicación se proporciona un valor agregado al cliente: la información. Los destinatarios de este tipo de comunicación son todos los grupos de interés, tanto internos como externos, y no sólo el consumidor., es imprescindible una comunicación intensiva respecto de los productos equivalentes no ecológicos. Ahora bien, esos argumentos racionales son complejos por varios motivos: es un conocimiento en desarrollo constante, con dificultad en la evaluación de las causas-efectos, con unos beneficios diferidos en el tiempo en la mayoría de los casos, por lo que las sensaciones post-compra no refuerzan la impresión de acierto o de error en la compra de forma inmediata: el efecto es diferido en el tiempo. (Lorenzo, 2002).

3.11. Estrategias de comunicación ecológica en la comunidad de la ULEAM

Las estrategias de comunicación dentro de la ULEAM sirven para la concienciación y transformación de contextos ecológicos y para motivar la participación activa en el mejoramiento del entorno ambiental.

Por ello, para que haya un mejoramiento de un entorno ambiental y una transformación en la comunidad universitaria, son necesarias las acciones que componen la estrategia de marketing ambiental como el resultado de un proceso planificado, en un área concreta y con unos objetivos de marketing definidos.

Más que acciones ambientales se debe de tener la identidad de una estrategia, y esta se da a través de una información adecuadamente a los líderes comunitarios y grupos de manejo sobre la gestión del proyecto ecológico, incrementando su confianza, valorando

su contribución y fortaleciendo la calidad de su participación en los espacios de gestión de recursos naturales establecidos para la zona de reservas. (Díaz, 2002).

Asimismo, la contribución y fortalecimiento de la calidad de participación en los espacios de gestión de recursos naturales permite que se abra campo en distintas áreas de la comunicación ecológica como:

- Talleres de capacitación en comunicación y educación ambiental a los profesores y estudiantes de las distintas facultades de la ULEAM.
- Producir materiales de comunicación dirigidos a la comunidad universitaria con información básica sobre retos del proyecto, ventajas de la participación, y prácticas concretas a ubicar la basura en los distintos recipientes para el reciclaje de acuerdo a cada color establecido.
- Espacios y cuñas radiales.
- Folletería educativa desarrollada participativamente.
- Posicionar las problemáticas y desafíos de la gestión de la reserva comunal en la agenda pública con autoridades e instituciones.
- Identificar y construir alianzas estratégicas que brinden apoyo y sostenibilidad a los proyectos ecológicos.
- Informar a la comunidad, autoridades e instituciones sobre la importancia del proceso de categorización en marcha frente a la problemática y desafíos de la reserva.
- Fortalecer espacios participativos de toma de decisiones, concertación, resolución de conflictos con la población organizada.
- Establecer canales de comunicación y coordinación con la gestión de zonas.

- Generar espacios de diálogo, intercambio de experiencias y convenios de cooperación para la vigilancia de recursos naturales de las zonas protegidas.

(Ganoza, 2015)

Por medio de las distintas estrategias de comunicación se informarán las actividades a realizarse dentro de la ULEAM para así lograr los objetivos deseados.

Para alcanzar los propósitos establecidos se utilizarán:

- Establecer contacto con las diversas facultades, (decanos-profesores)
- Realizar una campaña de comunicación.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación se establece como “Diseño de una estrategia de comunicación ecológica para la comunidad de la ULEAM” durante el proceso de investigación se utilizaron diversos tipos de estudios que permitieron obtener una información confiable.

4.2. Tipo de investigación o alcance

Este estudio se enfoca en un estudio explorativo porque se mantendrá un acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer, con el personal administrativo, estudiantes y docentes. Descriptivo porque pretende describir por medio de un análisis lo que los estudiantes opinan acerca de la protección ecológica.

La técnica que se utilizará para obtener la recolección de datos es la encuesta y entrevista, ya que se pretende acercarse a las consecuencias sociales, del medio ambiente, logrando así un resultado positivo en todos los estudiantes, docentes y personal administrativo.

4.3. Métodos

Los métodos empleados en la presente investigación son:

Método deductivo: Los resultados de implementar estrategias de comunicación ecológica en la ULEAM deben de resultar verdaderas partiendo de los hechos que se observan.

Método Bibliográfico: Mediante este se recopila toda la información bibliográfica que sustenta este trabajo, de manera que queda claro los conceptos y aplicaciones de estos temas de investigación.

Método Analítico: es necesario el uso del análisis tanto del contenido bibliográfico como la información recogida de fuentes primarias de manera que permiten desarrollar las síntesis correspondientes para fundamentar el trabajo.

Método Estadístico: este permite la presentación correcta, de los resultados mediante gráficos que los expresen claramente.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en esta investigación es la Observación y la encuesta, la cual permite el conocimiento de las motivaciones, las actividades y las opiniones de los individuos con relación a al objeto de investigación.

4.5. Determinación de la población (universo-muestra)

Población: Esta investigación se lleva a cabo en la Ciudad de Manta, en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, donde hay una cantidad de 20.340 estudiantes durante el periodo 2018-2019 en las 19 facultades.

Muestra: Para la muestra representativa se estableció escoger específicamente una muestra aleatoria de 100 estudiantes, de cinco facultades de la ULEAM, se tomó como referencia esta muestra por sectores y se seleccionó a 20 estudiantes por cada facultad.

Las unidades académicas seleccionadas para la investigación de campo de este proyecto, fueron:

- FACULTAD DE ENFERMERÍA
- FACULTAD DE COMUNICACIÓN
- FACULTAD DE ECONOMÍA
- FACULTAD DE CIENCIAS DEL MAR
- FACULTAD DE INFORMÁTICA

4.6. Análisis y Discusión de los Resultados

1. ¿Qué tipo de estrategias comunicacionales utiliza su facultad para concientizar a los estudiantes el área ecológica?

Tabla 1. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 1). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades seleccionadas	Porcentaje
a) Vallas publicitarias	5	5%
b) Spots publicitarios	15	15%
c) Redes sociales	25	25%
d) Charlas y Conferencias	45	45%
e) otros	0	0%
f) Ninguna	10	10%
Total	100	100%

Análisis e interpretación.

Como se puede observar en la figura 1, se analizan las estrategias utilizadas en los procesos de educación ambiental de la Facultades encuestadas y con una 45% la mayor parte de los estudiantes encuestados manifestaron que, el tipo de estrategias comunicacional que utiliza su facultad para concientizar a los estudiantes el área ecológica son Charlas y Conferencias, y un 25% usan las Redes Sociales.

Por ello, se afirma que a través de estos medios se fomenta el conocimiento, conservación, apropiación y valoración de la naturaleza y se obtiene una mayor participación y acción social frente al deterioro ambiental, en sí esto concuerda con el objetivo general de la investigación que es la sensibilización, concienciación y transformación de contextos ecológicos en la comunidad de la ULEAM.

Por lo tanto, es importante adentrar en los estudiantes el trabajo ecológico para descubrir las características, necesidades, intereses, estado de salud, bienestar, recreación y aspiraciones de los escolares a través de diferentes estrategias de comunicación.

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES UTILIZADAS

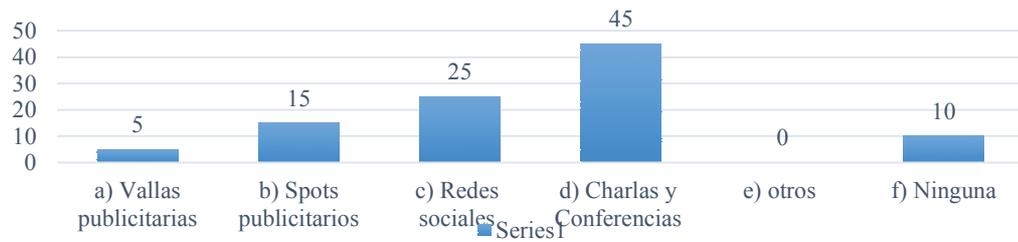


Figura 1. Encuesta pregunta 1. Elaboración propia.

2. ¿Cuál de los siguientes contaminantes cree usted que perjudica al medio ambiente en la ULEAM?

Tabla 2. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 2). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades seleccionadas	Porcentaje
a) Consumo de energía	6	6%
b) Desperdicio de agua	12	12%
c) Desperdicio de papel	54	54%
d) Ruido de carros	24	24%
e) Otros	4	4%
Total	100	100%

Análisis e interpretación

Tal como se visualiza en la figura 2, los estudiantes encuestados afirmaron con un 54% que el Desperdicio de papel es uno de los contaminantes que perjudican al medio ambiente en la ULEAM y el 24% señalan que el ruido de carros contamina al medio ambiente.

Por ello se propone una cultura institucional comprometida con la protección del medio ambiente a través de la concientización y promoción activa de estrategias para el manejo racional del papel y de todos los contaminantes del medio ambiente y generar una reducción en el consumo de papel en los servidores de la Facultades encuestadas, fomentando su uso racional esto hace referencia al objetivo general de la investigación.

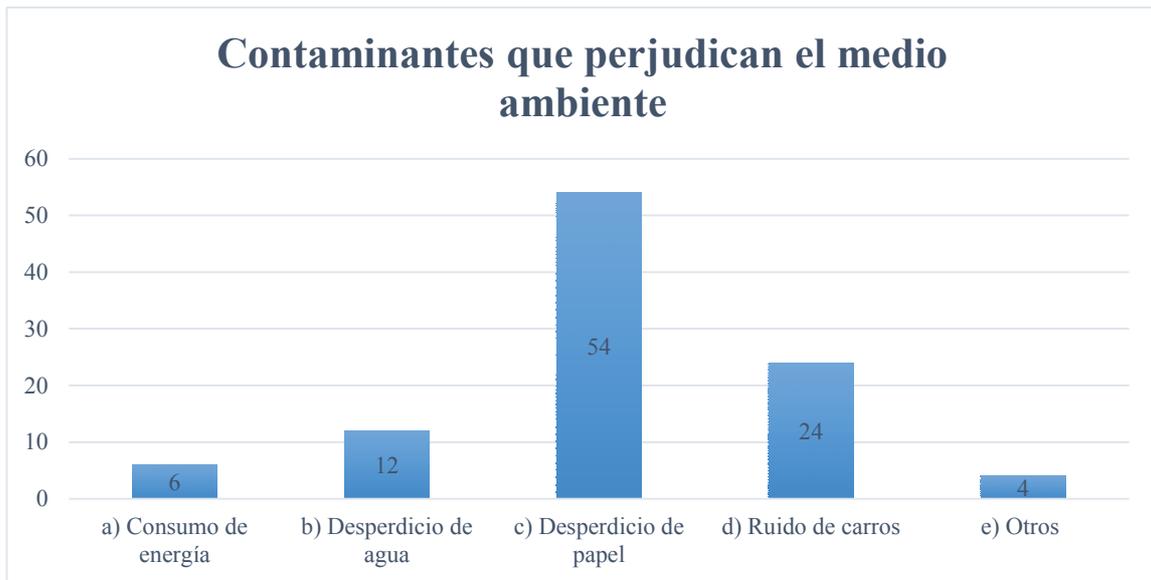


Figura 2. Encuesta pregunta 2. Elaboración propia.

3. ¿Cuáles son los contaminantes más comunes en su facultad?

Tabla 3. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 3). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades seleccionadas	Porcentaje
a) Basura	49	49%
b) Desperdicio de agua	10	10%
c) Desechos químicos	17	17%
d) Desechos Tóxicos	4	4%
e) Insalubridad en los baños	17	17%
f) Agua contaminada	3	3%
g) Otros	0	0
Total	100	100%

Análisis e interpretación

En la figura 3 se puede constatar que la gran mayoría de estudiantes encuestados en las facultades, afirmaron con un 49% que uno de los contaminantes más comunes es la Basura, y el 17% concuerdan con Insalubridad en los baños y Desechos químicos.

Con los siguientes datos se puede señalar que es importante reducir el uso del papel para producir menos basura, y menos Desechos químicos aplicando acciones como imprimir por ambos lados del papel blanco y únicamente la cantidad que se necesite, y procurar llegar a los directivos de la Facultades para mejorar el estado de salubridad de los baños

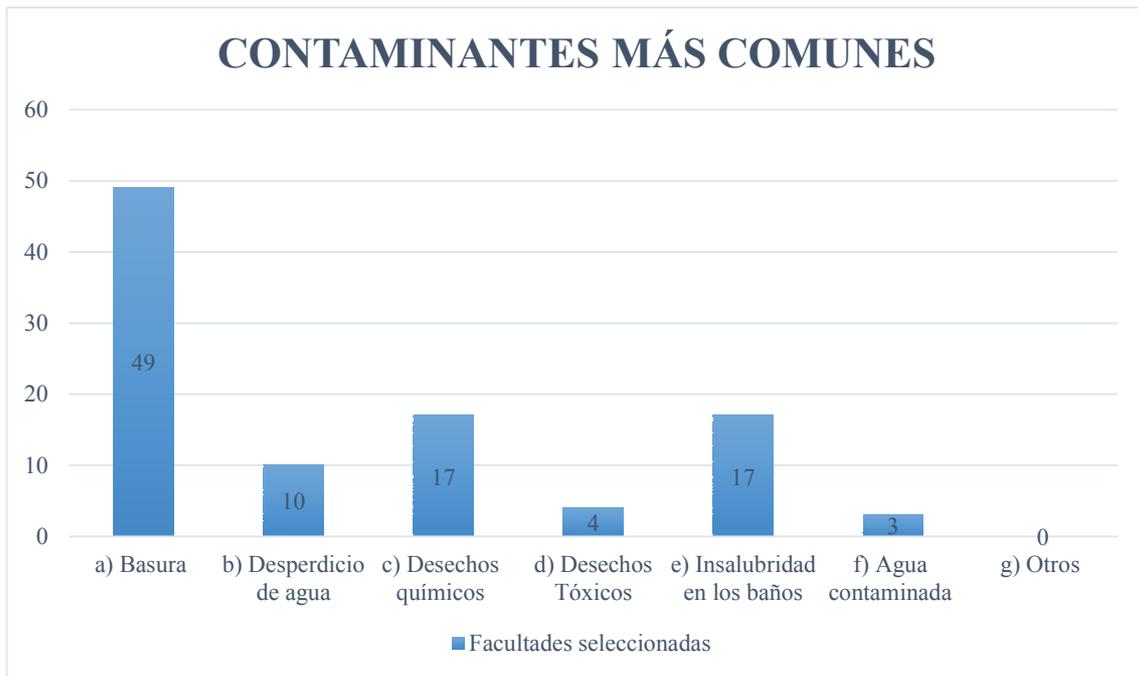


Figura 3. Encuesta pregunta 3. Elaboración propia.

4. ¿Conoce usted cómo se clasifica la basura en su facultad, según los residuos con su respectivo color?

Tabla 4. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 4). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades seleccionadas	Porcentaje
a) Residuo Orgánico	30	30%
b) Residuo Inorgánico	45	45%
c) Residuo Peligroso	25	25%
Total	100	100%

Análisis e interpretación

Tal como puede apreciarse en la figura 4, el 45% de los estudiantes encuestados clasifica la basura en Residuo Inorgánico en su facultad con su respectivo color, el 30% Residuo Orgánico y el 25% residuos peligrosos.

Al respecto, se afirma que definir un recipiente para clasificar la basura favorece al medio ambiente y evita la proliferación de enfermedades y los estudiantes se sienten comprometidos a aprovechar la totalidad de los residuos orgánicos e inorgánicos, por su parte esto concuerda con el segundo objetivo específico que dice; concientizar en los miembros de la comunidad universitaria elementos de aprendizaje relacionados con el cuidado del medio ambiente.

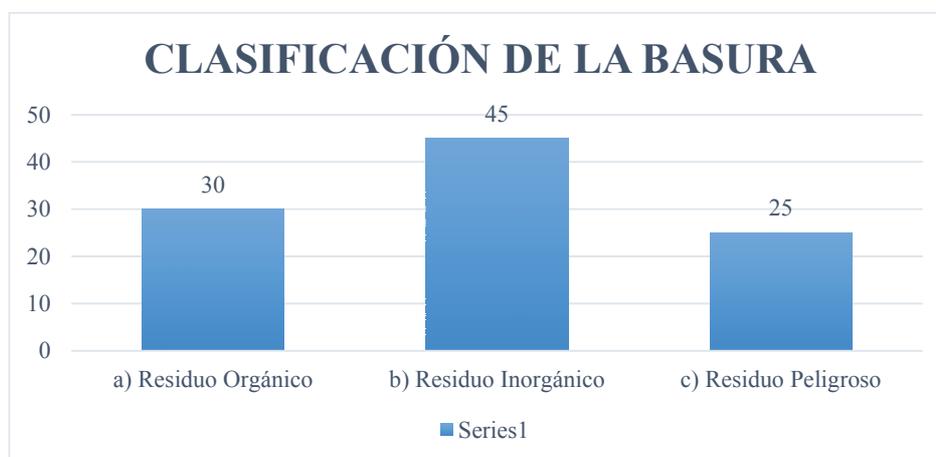


Figura 4. Encuesta pregunta 4. Elaboración propia.

5. ¿Tiene usted el hábito de clasificar la basura?

Tabla 5. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 5). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades seleccionadas	Porcentaje
a) Si	30	30%
b) No	17	17%
c) A veces	48	48%
d) Nunca	5	5%
Total	100	100%

Análisis e interpretación

En la figura 5 se puede apreciar que el 48% de los encuestados tiene el hábito de clasificar la basura, el 30% Si, el 17% No y el 5% Nunca.

Por su parte, se puede señalar que la importancia de clasificar la basura mejora y protege el medio ambiente, sin embargo, con lo señalado se puede percibir que todavía quedan algunos ciudadanos que aseguran no saben cómo separar o clasificar la basura por ello se pretende alcanzar sinergias de participación en el cuidado de su entorno inmediato, tal como lo señala el tercer objetivo específico de la investigación.

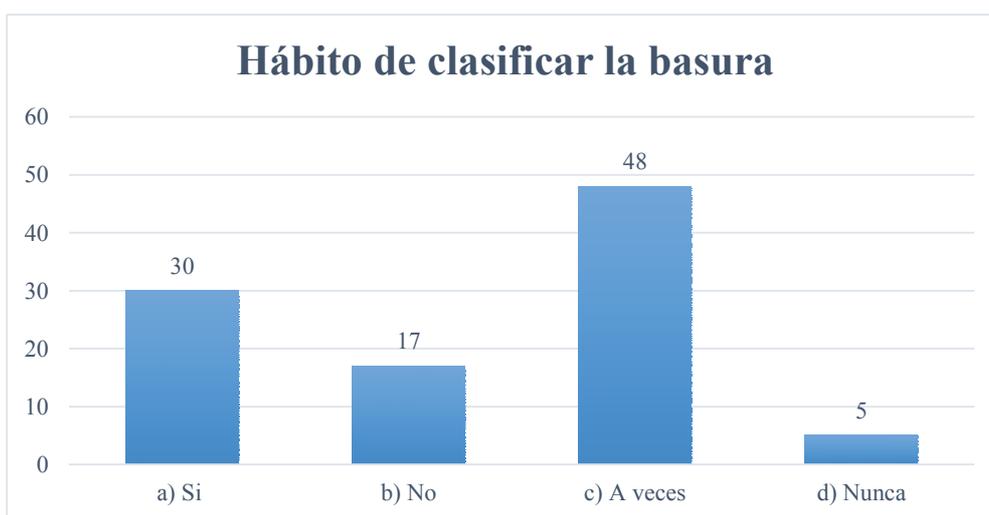


Figura 5. Encuesta pregunta 5. Elaboración propia.

6. ¿Orientan adecuadamente en su facultad sobre el cuidado de su entorno?

Tabla 6. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 6). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades encuestadas	Porcentaje
a) Tachos de basura	83	83%
b) Letreros	11	11%
c) Vallas publicitarias	6	6%
Total	100	100%

Análisis e interpretación

En la figura 6 se puede ver que el 83% de los encuestados afirmaron que los Tachos de basura son la única orientación en la Facultad donde ellos estudian, por lo cual se pretende dar una serie de acciones orientadas desde una estrategia para la formación de acciones que están encaminadas a lograr una disciplina coherente con el cuidado del medioambiente.

Así se cumple el objetivo general de la investigación que afirma el diseño de estrategias de comunicación para la sensibilización, concienciación y transformación de contextos ecológicos en la comunidad de la ULEAM, para motivar la participación activa en el mejoramiento del entorno ambiental.



Figura 6. Encuesta pregunta 6. Elaboración propia.

7. ¿De qué manera cree usted que puede reducirse en mayor medida la contaminación? (Elija 3 respuestas)

Tabla 7. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 7). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultad Seleccionadas	Porcentaje
a) Reciclando la basura	5	5%
b) Utiliza transportes públicos	29	29%
c) Evita el ruido cerca de los espacios naturales	7	7%
d) Evita el uso de aerosoles	9	9%
e) Ahorra energía eléctrica	8	8%
f) Reforestando bosques	19	19%
g) Ahorrando agua	23	23%
Total	100	100%

Análisis e interpretación

Los estudiantes encuestados afirmaron con el 29% que la manera que puede reducirse en mayor medida la contaminación es Utilizando transportes públicos, el 23% dice que, Ahorrando agua, el 19% Ahorrando energía eléctrica. Ver figura 7.

En esta categoría se considera el conjunto de prácticas para reducir en mayor medida la contaminación, a la vez según lo establecido se promueva un transporte más eficiente, lo que incluye vehículos con bajo consumo de combustible y sistemas eficaces de tránsito público, lo cual permitirá ahorrar combustible y tiempo, con la consiguiente mejora de la seguridad energética y la productividad laboral.

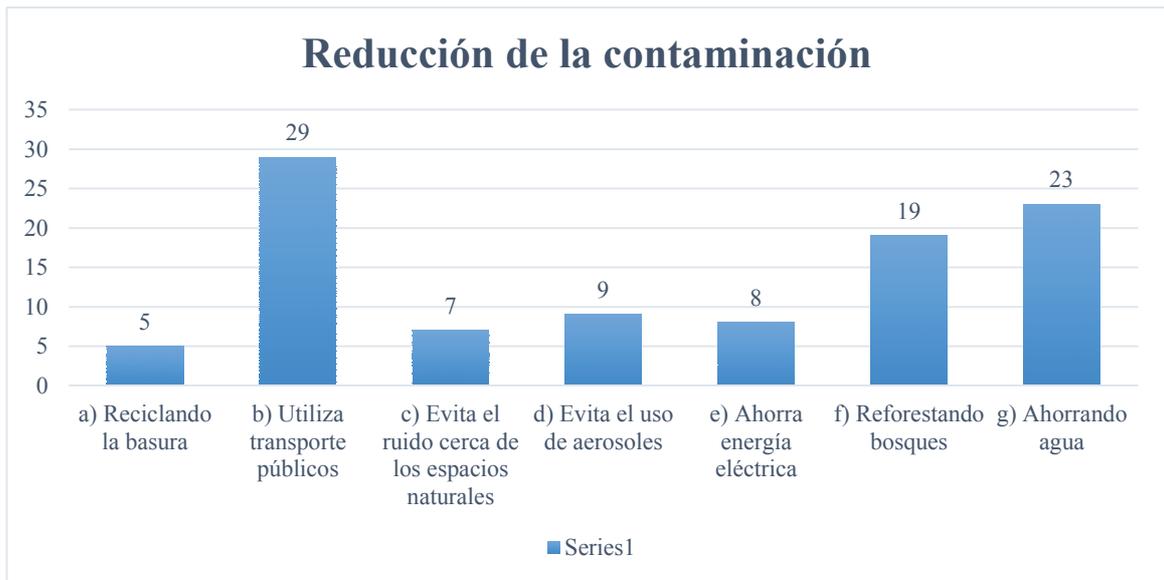


Figura 7. Encuesta pregunta 7. Elaboración propia.

8. ¿Dónde considera usted que sería un buen lugar para ubicar los anuncios publicitarios del medio ambiental?

Tabla 8. Encuesta a los estudiantes de las facultades seleccionadas (Pregunta 8). **Elaborado por:** Kelly Zambrano Moreira- Octavo Semestre-Publicidad ULEAM.

Indicadores	Facultades seleccionadas	Porcentaje
a) Parqueaderos	10	10%
b) Comedores	15	15%
c) Parada de buses	19	19%
d) Entrada de su facultad	56	56%
e) Ninguna de las anteriores	0	0%
Total	100	100%

Análisis e interpretación

El propósito de buscar un buen lugar para ubicar los anuncios publicitarios del medio ambiental favorece un comportamiento social y profesional coherente con el desarrollo sostenible de los estudiantes y cuerpo administrativo de la ULEAM.

Al respecto el 56% de los estudiantes afirmaron que un buen lugar para los anuncios sobre el medio ambiente sería a la entrada de la facultad, el 19% en la Parada de buses, el 15% en los Comedores y el 10% en el Parqueadero. Al establecer los anuncios publicitarios hay beneficios ambientales, sociales y económicos como se describió anteriormente. Ver figura 8.

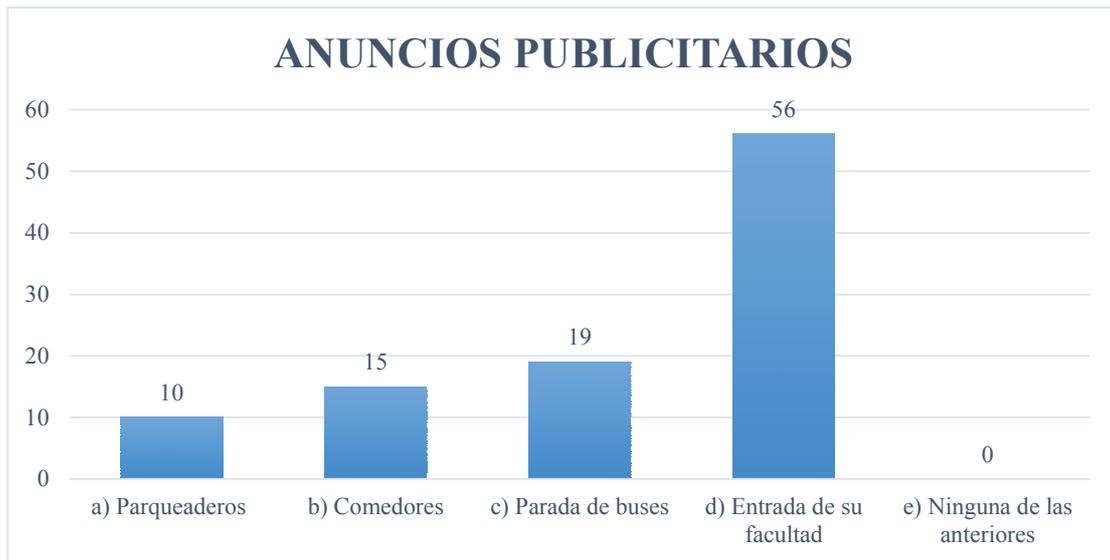


Figura 8. Encuesta pregunta 8. Elaboración propia.

4.7. Análisis e interpretación

Con la información que proporcionaron los estudiantes de las distintas facultades de la ULEAM se pudo conocer que es necesaria la implementación de estrategias de comunicación ecológica y realizar acciones de participación y organización entre el cuerpo administrativo de la universidad y estudiantes para tomar medidas que logren informar, compartir y actuar ante esta problemática que se desarrolla en la institución, como la falta de conocimiento en cuanto a la clasificación de basura, la falta de información ecológica a través de los distintas estrategias de comunicación, asimismo evitar que haya contaminantes y orientar al cuidado del medio ambiente en la ULEAM, a su vez se establece que cada residuo debe ser clasificado en de acuerdo al color de los recipientes y estas actividades en gran parte les favorece a estar organizados entre ellos mismos según él.

En este caso se puede apreciar que los estudiantes consideran que es necesario tratar temas de interés en cuanto al medio ambiente como el Calentamiento Global, La contaminación, el cambio climático etc.

Ante esto, señalo que labor de todos, canalizar lo que se ve en la ULEAM al aplicar estrategias que den resultado, las problemáticas o las cosas positivas que se pueden potenciar y replicar.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Conclusión en relación al objetivo general, que formula: Diseñar una estrategia de comunicación ecológica para la comunidad de la ULEAM

Se concluye señalando que se ha cumplido con el objetivo general, se ha creado una estrategia de comunicación para motivar la participación activa en el mejoramiento del entorno ambiental.

Conclusión en relación al primer objetivo específico, que formula: Diagnosticar los sectores ecológicos vulnerables de la comunidad de la ULEAM.

Por lo expuesto se concluye expresando que, se pudo conocer que la mayor parte de los universitarios opinan que hay mucha contaminación dentro de la ULEAM, especialmente el desperdicio de basura, de agua y la de insalubridad en los baños, tal como se menciona en la figura 3, son los temas más específicos que no se le da buen uso y perjudica a toda la comunidad y en sus facultades por lo que se puede observar que existe una tendencia negativa responsable, esto se pudo conocer por medio de la técnica de la encuesta, donde se puede justificar las áreas más afectadas en relación al medio ambiente.

Conclusión en relación al segundo objetivo específico, que formula: Concientizar en los miembros de la comunidad universitaria elementos de aprendizaje relacionados con el cuidado del medio ambiente.

Se concluye que, para concientizar a los miembros de la comunidad universitaria se planteó una propuesta, donde se establecieron los elementos de aprendizaje relacionados con el cuidado del medio ambiente, ya que con las estrategias de comunicación que se establecieron entre todos los sectores de la ULEAM se permitió alcanzar sinergias de

participación en el cuidado de su entorno inmediato, por lo cual, los universitarios consideran que están dispuestos a participar sobre el cuidado de su entorno.

Conclusión en relación al tercer objetivo específico, que formula: Promover estrategias de comunicación entre todos los sectores de la ULEAM que inciden en la vida de la comunidad universitaria, que permite alcanzar sinergias de participación en el cuidado de su entorno inmediato.

Se concluye que se realizó una estrategia en el cual se elaboró un diseño vectorial que tiene un mensaje ambiental el cual es: “Échale una mano al medio ambiente” en el diseño está una mano que se forma con hojas de árbol verde. Para crear el diseño un poco más personalizado a la comunidad de la ULEAM, se realizó un hashtag #UleamCuidaElAmbiente.

5.2.Recomendaciones

Como resultado de los estudios realizados y del conocimiento de la problemática recogida en el campo de la ULEAM, y de acuerdo con los objetivos básicos para la conservación ecológica se recomienda:

Recomendación en relación al objetivo general:

A través de las diferentes estrategias implementadas para sensibilización, concienciación y transformación de contextos ecológicos en la comunidad de la ULEAM se pretende brindar información acerca de temas como: reciclaje, separación de la basura, ahorro de energía y ventajas de los productos ecológicos, a través de volantes, vallas publicitarias, letreros, camisetas y chompas con el diseño que se realizó para dar a conocer la campaña.

Recomendación en relación al primer objetivo específico:

Colocar un mensaje ecológico en los sectores ecológicos vulnerables de la comunidad de la ULEAM, sean en las entradas de las Universidad y en las paradas de buses.

Recomendación en relación al segundo objetivo específico:

Crear foros con información en Internet en redes sociales: Facebook, Twitter.

Recomendación en relación al tercer objetivo específico:

Mantener contacto con estudiantes que decidan participar en el mejoramiento ecológico de la ULEAM y asimismo con el personal administrativo, para concientizar un aprendizaje relacionado con el cuidado del medio ambiente.

6. PROPUESTA

6.1.Tema de la propuesta

Promover estrategias de comunicación entre todos los sectores de la ULEAM que inciden en la vida de la comunidad universitaria para alcanzar sinergias de participación en el cuidado de su entorno inmediato.

6.2.Introducción a la propuesta

La universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí es una institución pública, la cual para la concienciación ecológica en el entorno de la comunidad servirá como avance en el desarrollo de acciones concretas que generarán y fomentarán cambios significativos en la comunidad universitaria generando valor, hábitos y costumbres positivas en el entorno.

Los estudiantes dicen que se preocupan por el medio ambiente, sin embargo, aún no hacen nada para cambiar sus hábitos y se considera que aquello depende de que no se sienten comprometidos. Por eso al implementar este diseño que pueda ser usado en volantes, vallas, redes sociales, letreros, se pretende lograr que los estudiantes de la comunidad universitaria creen un compromiso con el medio ambiente.

6.3.Fundamentación

Por medio de esta investigación se pudo conocer la necesidad de concienciación ecológica que existe en la ULEAM, y se ha podido determinar la importancia de que las estrategias planteadas con fines ecologistas, como la implementación de anuncios que ayuden a los estudiantes a conocer más sobre de los recipientes para clasificar la basura en residuos orgánicos, inorgánicos y peligrosos; ya que al momento de realizar las encuestas se pudo observar que la mayoría de estudiantes no conoce de los colores para

cada residuo, en la tabla 4 se muestran los resultados de la pregunta y usando la técnica de observación al realizar las encuestas la mayoría de estudiantes se copiaba entre sí, es decir tenían dudas. A la vez también se propone ubicar anuncios en las entradas de las Facultades para así mantener un control de los planes a desarrollar.

Tomando como referencia las preguntas 2 y 3 de las encuestas realizadas en la presente investigación, de acuerdo a los resultados emitidos en las respuestas se fundamenta la propuesta dirigida en estructurar una estrategia comunicacional con la finalidad de mejorar el desperdicio de papel y la contaminación de basura. La misma universidad ayudaría a difundir mensajes de la actividad de concienciación. Todo aquello consentirá conocer hasta qué grado de aceptación, certeza y firmeza de lo difundido y su vez conocer el mejoramiento en el área ecológica por parte de los que forman esa comunidad universitaria.

La selección de las estrategias dependerá de las expectativas que se tengan, hacia el sector que se quiere llegar y la intensidad para hacerlo de la manera óptima en cada uno de ellos, la cual permitirá entregar el mensaje correcto a los estudiantes con la publicidad, para motivar a los individuos a efectuar cierta acción o convencer al segmento meta.

6.4.Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Emplear distintas estrategias de Concienciación Ecológica a través de volantes, redes sociales y medios de comunicación para así mejorar la imagen de la ULEAM en el área ecológica.

6.4.2. Objetivos específicos

- Explotar el desarrollo de presupuesto económico y estímulo corporativo para la aplicación de las estrategias comunicacionales ecológicas.
- Fortalecer la gestión ecológica a través de los distintos departamentos que estén involucrados en el reciclaje y esto permita insertar la gestión de toda la comunidad universitaria.

6.5.Posibles actividades

- Conversar con los encargados del departamento de medio ambiente de la ULEAM.
- Organizar sesiones de trabajo con especialistas en el tema ambiental.
- Reuniones con decano y encargados del departamento de medio ambiente de la ULEAM.
- Desarrollar seminarios y talleres donde se expongan las diferentes temáticas planificadas en la propuesta.
- Socializar la propuesta con los directivos de la universidad.
- Hacer conocer a la comunidad de Manta, a través de los medios de comunicación escritos o en plataformas web como Facebook o la página web oficial de la ULEAM.

6.6. Plan de actividades

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Elaboración del documento que regula el diseño de una propuesta para aplicar estrategias comunicacionales.	Establecer políticas de comunicación y redes sociales, así como en la estructura organizacional de la ULEAM para consolidar la propuesta. También utilizar el diseño en volantes, vallas publicitarias, letreros, camisetas y chompas.	Emplear distintas estrategias de Concienciación Ecológica a través de volantes, redes sociales y medios de comunicación para así mejorar la imagen de la ULEAM en el área ecológica.	Facebook, red social informando de manera normal a los que conforman la comunidad universitaria. Lograr que el diseño sea aceptado de manera positiva por los que integran la ULEAM.
Hablar con los estudiantes y profesores que quieran ser parte de esta propuesta y manejar el área de redes sociales y página web.	Selección de diseños de estrategias y mensajes comunicacionales para llegar a la comunidad universitaria	Explotar el desarrollo de presupuesto económico y estímulo corporativo para la aplicación de las estrategias comunicacionales ecológicas.	Estudiantes de comunicación que sepan del área de estrategias comunicacionales y redes sociales educando e informando veraz y oportunamente a la comunidad de la ULEAM.
Hablar con dueños de los espacios para vallas publicitarias cerca de las entradas de la universidad.	Aplicar el diseño ya realizado.	Fortalecer la gestión ecológica a través de los distintos departamentos que estén involucrados en el reciclaje y esto permita insertar la gestión de toda la comunidad universitaria.	Estudiantes, profesores y directivos observando y aceptando de manera positiva el diseño.

6.7.Presupuesto

DISEÑO	LUGAR	TAMAÑO	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO POR IMPRESION	COSTO TOTAL
Vallas Publicitarias	Entradas de la Universidad	4'8 x 3m	3	3 meses	\$120	\$1,680
Volantes Publicitarios	N/A	21.5 x 14 cms	300	3 meses	\$60	\$60
Letrero en parada de buses	Primera y segunda entrada de la universidad	120x175 cm y 120x180 cm	2	3 meses	\$35	\$70
Charlas	Auditorio Horacio Hidrovo		1	1 hora	\$00,00 (Ponentes gratis)	\$00,00
					TOTAL	\$1.810,00

6.8. Tiempo en meses

ACTIVIDADES	RESPONSABLES	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Elaboración del documento que regula el diseño de una propuesta para aplicar estrategias comunicacionales.	Diseñador Gráfico	X			
Hablar con los estudiantes y profesores que quieran ser parte de esta propuesta y manejar el área de redes sociales y página web.	Directivos de la ULEAM y coordinador de la propuesta.		X	X	
Hablar con dueños de los espacios para vallas publicitarias cerca de las entradas de la universidad.	Directivos de la ULEAM y coordinador de la propuesta.				X

6.9. Plan de acción

Para concretar metas y obtener los resultados que se esperan para la campaña se requiere:

- Elaborar volantes y vallas con información del cuidado del medio ambiente.
- Difundir mensajes acerca de la contaminación ambiental y el daño ecológico mediante charlas.
- Medir resultados de acción
- Establecer la responsabilidad de los directivos y estudiantes del a ULEAM que serán participantes activos en colaborar con la realización de las estrategias ecológicas.

Esta campaña ecológica ambiental permitirá concientizar a la población universitaria sobre la importancia de las buenas prácticas frente a la contaminación para involucrarla activamente en el cambio de cultura en materia ambiental.

7. BIBLIOGRAFÍA

Camacho, J. R. (2013). *INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN*. Obtenido de rsa.utpl.edu.ec/material/234/D13104.pdf

Cárdenas, A. M. (2008). *Estrategias Comunicación*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis122.p>

Centro Universitario de Gestión Ambiental. (2013). *Inventario de proyectos o acciones universitarias a favor del medio ambiente o educación ambiental*. Obtenido de 190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/129/2/UNIVERSIDAD%20VERDE.pdf

Constitución de la República del Ecuador. (2015). *Base Legal de la ULEAM*. Obtenido de www.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2015/03/PLANEAMIENTO.pdf

Constitución de la República del Ecuador. (2015). *ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO*. Obtenido de www.cosede.gob.ec/wp.../CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf

Damián, M. (2009). *Concepto de medioambiente*. Obtenido de [sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/2744/1_-_Introducción_general.pdf?...5](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/2744/1/_Introducción_general.pdf?...5)

Díaz, M. M. (2002). *MARKETING ECOLÓGICO*. Obtenido de www.usc.es/.../Marketing%20ecológico%20y%20sistemas%20de%20gestión%20ambi...

Domínguez, D. P. (2015). *Características que debe cumplir una definición de Ecología.*

Obtenido de

https://www.academia.edu/3204872/Concepto_de_Ecolog%C3%ADa

Escobar, C. M. (2015). *Propuesta de Campaña de Educación Ambiental para la Ciudad*

Universitaria. Obtenido de www.repositorio.usac.edu.gt/2291/1/16_1209.pdf

Francisco, V. M. (2005). *LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL COMO FACTOR*

DETERMINANTE DE LA SALUD. Madrid - Madrid - Spain. Obtenido de

<https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S1135->

[57272005000200001&script=sci_arttext&tlng=es](https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S1135-57272005000200001&script=sci_arttext&tlng=es)

Ganoza, I. A. (2015). *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL.* Obtenido de

<https://iwlearn.net/resolveuid/d7caf36c5fecc7700d7ce3c976c1c495>

Giuliani Antonio Carlos. (2015). *MEZCLA DEL MARKETING VERDE: UNA*

PERSPECTIVA TEÓRICA. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/462/46243484005.pdf>

Groot, A. M. (2009). *La educación ambiental, los saberes locales y el sentido de lo*

público: dos estudios de caso en el Departamento del Atlántico. Obtenido de

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6478/1/UPS-GT000574.pdf>

Hernández, A. J. (1996). *Medio ambiente y desarrollo.* Obtenido de

bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Republica_Dominicana/ccp/.../medioamb.pdf

Ley de Gestión ambiental. (2004). *LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION.*

Obtenido de [www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/.../LEY-DE-GESTION-](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/.../LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf)

[AMBIENTAL.pdf](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/.../LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf)

Lorenzo, M. (2002). *Marketing ecológico y sistemas de gestión ambiental*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/391/39111213/>

Ministerio de Ambiente. (2013). *Ley para la conservación y uso sustentable de la biodiversidad (Comentario: se encuentra en el Congreso Nacional para aprobación)*. Obtenido de www.oas.org/dsd/EnvironmentLaw/Serviciosambientales/.../Leyparalaconservacion.pdf

Ministerio del Ambiente. (2018). *Campaña Ecuador Limpio del MAE refleja resultados alentadores*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/campana-ecuador-limpio-del-mae-refleja-resultados-alentadores/>

Montoya, D. J. (2010). *PLAN DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS COLEGIOS DE LA SALLE*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/41714/montoya.pdf>

Naturaleza y Cultura Internacional. (2006). *Eventos ecológicos Ecoclubes*. Obtenido de <http://www.naturalezaycultura.org/spanish/htm/ecuador/enviroed-ecoevents.htm>

Parra, F. (1984). *La ecología*. Obtenido de https://www.javeriana.edu.co/blogs/gtobon/files/Mód-2_CONCEPTOS_BASICOS.pdf

Parra, Y. (2015). *CAMPAÑA ECOLÓGICA PARA CONCIENTIZAR A LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL SOBRE LA EDUCACION AMBIENTAL*.

- Ribeiro, A. (2007). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>
- Salvador, M. d. (2014). *Comunicación Estratégica*. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Obtenido de https://eciencia.urjc.es/.../TFG_DeLorenzoSalvadorMiguel_Febrero-13-14.pdf?...1.
- Salvador, Miguel de Lorenzo. (2014). *Comunicación Estratégica*. Obtenido de <repositorio.ucp.edu.co:8080/.../ARTICULO%20%20MARLLY%20ARCILA%20CAN...>
- Triviño, C. F. (2014). *EL CONCEPTO DE AMBIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA EDUCACIÓN*. Cali. Obtenido de <bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7176/1/3467-0430877.pdf>
- Uleam. (2019). *Historia Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí*. Obtenido de <https://www.uleam.edu.ec/historia/>
- Vitoria-Gasteiz. (2006). *Proyecto para una escuela de calidad ambiental / [autoría y coordinación del proyecto]*. Obtenido de www.euskadi.eus/contenidos/.../dig.../800004c_escuela_calidad_ambiental_c.pdf
- William Turner M. (2012). *Las campañas ecológicas buscan consolidar una verdadera cultura verde*. Obtenido de <https://expansion.mx/planetacnn/2012/06/05/las-campanas-ecologicas-buscan-consolidar-una-verdadera-cultura-verde>

8. ANEXOS

Encuestas realizadas





ANEXOS DE LA PROPUESTA



Figura 9. Propuesta de campaña. Elaboración propia.

Al ser una campaña ecológica que tiene como fin concientizar a toda la comunidad de la ULEAM, se utiliza en este diseño el mensaje “Échale una mano al medio ambiente” y usando como hashtag #UleamCuidaElAmbiente, motivándolos a ser parte de esta idea ecológica. Se usa un diseño sencillo, porque lo más importante es que se entienda el mensaje que se está dando.

Esta propuesta puede ser planteada en redes sociales, vallas, camisas y hojas de volantes.



Figura 10. Diseño de Camisetas. Elaboración propia.



Figura 11. Diseño en letreos. Elaboración propia.



Figura 12. Diseño en vallas publicitarias. Elaboración propia.

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DE LA ULEAM ACERCA DEL DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

1. **¿Qué tipo de estrategias comunicacionales utiliza su facultad para concientizar a los estudiantes el área ecológica?**

- a) Vallas publicitarias
- b) Spots publicitarios
- c) Redes sociales
- d) Charlas y conferencias
- e) Otros

Si es otros, favor indique:

2. **¿Cuál de los siguientes contaminantes cree usted que perjudica al medio ambiente en la ULEAM?**

- a) Consumo de energía
- b) Desperdicio de agua
- c) Desperdicio de papel
- d) Ruido de los carros
- e) Otros

Si es otros, favor indique:

3. **¿Cuáles son los contaminantes más comunes en su facultad?**

- a) Basura
- b) Desperdicio de agua
- c) Desechos químicos
- d) Desechos tóxicos
- e) Insalubridad en los baños
- f) Agua contaminada por los aires acondicionados
- g) Otros

Si es otros, favor indique:

4. **¿Conoce usted como se clasifica la basura en su facultad, según los residuos con su respectivo color?**

- a) Residuo orgánico   

- b) Residuo inorgánico
- c) Residuo peligroso

5. **¿Tiene usted el hábito de clasificar la basura?**

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) Nunca

6. **¿Orientan adecuadamente en su facultad sobre el cuidado de su entorno?**

- a) Tachos de basura
- b) Letreros
- c) Vallas publicitarias

7. **¿De qué manera cree usted que puede reducirse en mayor medida la contaminación? (Elija 3 respuestas)**

- a) Reciclando la basura
- b) Utilizando transportes públicos
- c) Evitando el ruido cerca de los espacios naturales
- d) Evitando el uso de aerosoles
- e) Ahorrando energía eléctrica
- f) Reforestando los bosques
- g) Ahorrando agua

8. **¿Dónde considera usted que sería un buen lugar para ubicar los anuncios publicitarios del medio ambiental?**

- a) En los parqueaderos
- b) En los comedores
- c) En la parada de buses
- d) En la entrada de su facultad
- e) Ninguna de las anteriores