



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES VISUALES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FOMENTAR EL USO DE
MATERIAL RECICLABLE EN LA CREACIÓN DE INSTRUMENTOS
MUSICALES EN PRIMER AÑO DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA.
CASO UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES DE RUMIPAMBA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de
Licenciada en Comunicación Corporativa

Profesora Guía
Sofía Carolina Guerrero Mantilla

Autora
María José Armas Moreno

Año
2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Sofía Carolina Guerrero Mantilla
Master of Arts, Political Science
C.C.: 170924583-9

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

María José Armas Moreno

C.C.: 171889779-4

AGRADECIMIENTO

Al finalizar esta etapa solo puedo dar gracias a Dios por cada experiencia y, sobre todo, por las personas que han estado junto a mí en el camino. A mis padres, mi ejemplo y mis guías. A mi abuela y tías que siempre estuvieron impulsándome para terminar esta gran etapa con éxito. Y sin duda a mi tutora Sofía Guerrero, por el apoyo, constancia, entrega y paciencia durante todo el proceso de mi trabajo de titulación.

DEDICATORIA

Dedico principalmente este logro a mi compañero incondicional y mi fortaleza en cada paso, Dios. Mi familia que siempre tiene una palabra de aliento y han creído en mí en todo momento. A mis grandes amigos y a la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba por ser quienes han colaborado con este proyecto y me han brindado apertura total para realizarlo.

RESUMEN

Esta investigación tiene como finalidad fomentar el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales en niños de primer año de Educación General Básica de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba, para lo cual hemos tomado en cuenta las siguientes categorías como base fundamental para la misma: Comunicación, reciclaje y creación de instrumentos musicales.

La Comunicación y su adecuada gestión en las organizaciones representan un elemento fundamental para cumplir con los objetivos de sus públicos y satisfacer las necesidades de los mismos, generando aportes y nuevas visiones a través del buen uso de canales, herramientas comunicacionales ya existentes o de nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Dentro de este trabajo encontraremos nuevos conceptos como el de la Educomunicación y entenderemos su aporte dentro de la educación y las campañas institucionales.

Además, hablaremos sobre las nuevas reglamentaciones del Ministerio de Educación que transformaron en fondo y forma a las instituciones educativas y específicamente en la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba. Este cambio significó una nueva visión de parte de los Directivos, empezando a insertar proyectos innovadores y designando comisiones responsables de cada uno de estos. Es ahí donde nace la Comisión de Reciclaje y Medioambiente la cual responde a estos pedidos y a las reglamentaciones gubernamentales como el Plan Nacional del Buen Vivir que estipulan que se deben desarrollar proyectos que fomenten el cuidado del ambiente y el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes en un ambiente sostenible.

El trabajo de investigación se encuentra dividido en cinco capítulos, en el primero de estos los lectores encontrarán una serie de conceptos referentes a comunicación, comunicación corporativa, comunicación interna y campañas de

comunicación interna y de reciclaje para adentrarnos en el segundo capítulo que explica de manera detallada el proceso del reciclaje y reutilización de material, además de presentar los beneficios y ventajas del trabajo con estos materiales y la construcción de instrumentos musicales en niños de primer año de Educación General Básica.

Dentro del tercer capítulo se describe y analiza la historia, estructura organizacional, públicos, herramientas comunicacionales utilizadas y experiencias con el reciclaje que maneja la institución actualmente con el fin de cubrir las necesidades de los públicos de estudio y plantear las estrategias y acciones idóneas para cada uno de ellos.

El cuarto capítulo contiene la investigación realizada mediante entrevistas, encuestas y un taller participativo para poder profundizar en la validez del proyecto y así plantear posteriormente soluciones y recomendaciones. Finalmente en el quinto capítulo, se presentará un plan de comunicación en el cual se propondrán estrategias comunicacionales que fomenten el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales en niños de primer año de Educación General Básica, cumpliendo así el objetivo de investigación propuesto.

ABSTRACT

The objective of this research is to promote the use of recyclable material in order to create musical instruments with children of first year of Basic General Education of Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba. We considered three categories: Communication, recycling and creation of musical instruments.

Adequate management of communication in organizations represents a fundamental element to fulfil the personal objectives and meet their needs. It would create new contributions and new visions through the good use of traditional or new technology communicational channels and tools. In addition, we found new concepts, such as the Educommunication and its contribution in the education and institutional campaigns.

New regulations of the Ministry of Education were considered. These changes meant new visions that begin to insert new and innovative projects and committees for each one. Because of these requirements, Recycling and Environment Committee was created to respond government requests and regulations framed by Good Living National Plan (Plan Nacional del Buen Vivir) that stipulate that children and adolescents must grow in a sustainable environment.

This research has been divided in five chapters. The first one includes general concepts of communication, corporative communication, internal communication and campaigns. The second chapter topic is about recycling material process, benefits and advantages of working with these materials to create musical instruments. Chapter three describes and analyzes the history, organizational structure, communicational tools and recycling experiences of the Institution in order to meet the public's needs and suggest strategies and actions for each one of them.

The fourth chapter contains the research conducted through interviews, surveys and workshops in order to show the validity of the project and recommendations. Finally, in the fifth chapter, it is presented a communicational plan in which we propose communicational strategies that promote the use of recyclable material in the creation of musical instruments with children on first year, fulfilling the investigation objective.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1. LA COMUNICACIÓN.....	6
1.1 Definiciones.....	6
1.2 Escuela de Palo Alto (1962).....	7
1.2.1 Interaccionismo simbólico.....	8
1.3 La Comunicación Corporativa.....	10
1.4 Procesos de la Comunicación.....	14
1.4.1 Tipos y formas de comunicación.....	15
1.4.2 Canales y herramientas de comunicación.....	17
1.5 Comunicación Interna.....	18
1.5.1 Herramientas de Comunicación Interna.....	19
1.6 Tipos de públicos de interés.....	21
1.6.1 Públicos internos.....	22
1.6.2 Públicos externos.....	22
1.6.3 Públicos mixtos.....	22
1.6.4 Comunicación y comportamiento de los públicos.....	23
1.7 Planificación Estratégica de la Comunicación.....	24
1.8 Campañas de Comunicación.....	26
1.8.1 Campañas de Comunicación enfocadas en el reciclaje para la creación de instrumentos musicales en América Latina y Ecuador.....	30
2. EL MATERIAL RECICLABLE EN LA EDUCACIÓN.....	33
2.1 Utilización de material reciclable.....	33
2.1.1 Reciclaje, tipos de materiales, el proceso de las 5 erres, importancia y sostenibilidad.....	33
2.2 La importancia de la comunicación en la educación con materiales reciclables.....	35
2.2.1 La Educomunicación.....	36
2.3 La educación ambiental y el reciclaje en Ecuador.....	37
2.4 Importancia de la utilización de material reciclable en actividades de primer año de Educación General Básica.....	41
2.4.1 Materiales para la creación de instrumentos musicales.....	42

3. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES DE RUMIPAMBA	43
3.1 Historia de la Institución	43
3.2 Estructura organizacional	45
3.3 Identidad institucional	47
3.3.1 Visión	47
3.3.2 Misión	47
3.4 Filosofía Institucional.....	47
3.4.1 Experiencias con reciclaje.....	48
3.5 Manejo comunicacional con el público de la Institución	50
4. INVESTIGACIÓN.....	52
4.1 Objetivos	52
4.1.1 Objetivo General	52
4.1.2 Objetivos Específicos.....	52
4.2 Método y alcance de la investigación	52
4.2.1 Método	52
4.2.1.1 Método analítico lógico.....	52
4.2.1.2 Enfoque Metodológico.....	53
4.2.2 Alcance	53
4.2.2.1 Estudio Evaluativo	53
4.2.2.2 Estudio Proyectivo.....	53
4.2.2.3 Estudio Exploratorio	54
4.2.2.4 Estudios Explicativos.....	54
4.2.2.5 Estudio Descriptivo.....	55
4.3 Determinación de la Población.....	55
4.3.1 Población	55
4.3.2 Muestreo	56
4.3.3 Muestra	57
4.4 Técnicas de Investigación.....	57
4.4.1 Documental	57
4.4.2 Técnicas de Campo	58
4.5 Sistematización y análisis de la investigación	60
4.6 Resultados de la investigación	65
4.6.1 Tabulación de resultados	65
4.7 Análisis e interpretación de encuestas	68
4.7.1 Descripción de resultados encuestas población No. 2: docentes.....	68
4.7.2 Descripción de resultados encuestas población No. 3: padres de familia.....	90

4.7.3	Descripción de resultados entrevistas población No. 4: directivos	112
4.7.4	Descripción de resultados entrevistas población No. 5: expertos	122
4.8	Conclusiones de la investigación	129
5.	PROPUESTA COMUNICACIONAL	132
5.1	Propuesta	132
5.2	Diagnóstico	132
5.2.1	Análisis FODA	133
5.2.2	Matriz causa y efecto	134
5.3	Eje de Campaña	135
5.4	Objetivos de la Propuesta	135
5.5	Matriz Estratégica	137
5.6	Matriz de Acciones	138
5.7	Cronograma de actividades	144
5.8	Presupuesto	145
5.9	Matriz de Evaluación	146
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	147
6.1	Conclusiones	147
6.2	Recomendaciones	148
	REFERENCIAS	150
	ANEXOS	156

INTRODUCCIÓN

Las artes plásticas

Para hablar de artes plásticas primero debemos conocer cuál es su clasificación y entender la importancia de su aplicación en el diario vivir de las personas. Según el ejemplar No. 13 de la Unidad de Formación del Ministerio de Educación de Bolivia (2014), las artes plásticas representan el trabajo con materiales que pueden ser moldeados para formar y comunicar ideas con distintos elementos en expresiones como la pintura, el dibujo, la arquitectura, la escultura, la música, la danza.

Por este motivo es imprescindible explicar cómo dentro de nuestro contexto de América Latina el arte es parte fundamental del conocimiento y costumbres de nuestros pueblos, dejando legados e imágenes que se han traspasado de generación en generación generando apego y apropiación a las mismas.

El arte en América Latina

La diversidad de culturas, etnias, recursos naturales, flora y fauna de América Latina es indudable y es un deber y derecho de cada uno de los pobladores de esta parte del continente conservar este patrimonio cultural y natural entregado. “El patrimonio es herencia pero también es y ha sido transformación y cambio: el patrimonio cultural latinoamericano constituye a su gente y su gente es la que constituye el patrimonio cultural.” (UNESCO, 2001, p. 19)

Debido a esta necesidad, el crear espacios en la educación para el fortalecimiento de estos valores a temprana edad es de suma importancia.

“El patrimonio cultural de la nación, ese legado intangible que compone la danza, el arte y la música, debe ser entregado a los niños desde que son muy pequeños. Mientras el niño tenga la capacidad de sorprenderse con

el mundo, llevarlo de la mano hacia un aprendizaje empírico de su herencia creará en él una memoria imborrable que siempre llevará consigo.” (UNESCO, 2001, p. 23)

Es en la educación general básica de las instituciones educativas donde el proceso resultaría beneficioso, tomando en cuenta que a partir de los 5 y 6 años de edad los niños y niñas experimentan y conocen todo aquello a lo que están expuestos. Al entrar en contacto con la música, la danza, la pintura, las manualidades, entre otros, el niño no solamente refuerza y complementa sus conocimientos en otras materias sino que comprende, aprecia y desarrolla sus habilidades y talentos.

“Introducir a los niños en un contexto artístico equivale a darles la capacidad de apreciar lo que otros han creado. Al hacer esto, a la vez se les está enseñando lo que es la creatividad. Creando una nueva forma, él podrá expresar aquello que es y aquello que siente. Enseñar sobre el arte es enseñar sobre la vida y el mundo que lo rodea.” (UNESCO, 2001, p. 31)

En el Ecuador y América Latina aún existe un notable desinterés al momento de valorar las diferentes expresiones artísticas, especialmente por parte de las entidades públicas responsables. Esta problemática se debe principalmente a la ausencia de una educación en las artes y a que en nuestros pueblos las cuestiones económicas y políticas tienen mayor relevancia. Además, parte del problema se centra en que el cultivo de las artes en la educación es limitada y no se conoce la verdadera importancia de su aprendizaje en una edad temprana. (Cumpa, 2014, párr. 15)

El arte de reciclar

La música es una de las artes más apreciadas por los pueblos de América Latina sin embargo, existe desconocimiento acerca de sus beneficios. La

comprensión del lenguaje, por ejemplo, exige que segmentemos un millón de sonidos en palabras, oraciones y frases, y que seamos capaces de entender aspectos que van más allá de las palabras. (Levitin, 2011, p. 244)

Por esta razón, la necesidad de encontrar nuevas formas de realizar música y sobre todo, desde temprana edad se ha vuelto un tema en boga dentro de esta sociedad. La utilización de material reciclable para la creación de instrumentos musicales ha nacido como iniciativa en diversos países de América Latina como se hablará en el capítulo II de este trabajo de investigación.

Danuta Glowacka escritora de un artículo sobre comunicación y música de la revista *Comunicar* enuncia que: “El arte, la creatividad y la música le permiten expresarse libremente, comunicar sus emociones, guardando el contacto permanente consigo mismo, con la naturaleza, la humanidad y el universo.” (Glowacka, 2004, p. 58)

La iniciativa del uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales en América Latina aún se encuentra dando sus primeros pasos. Por esta razón es necesaria la creación de campañas que eduquen a los niños desde temprana edad sobre los posibles usos del material desechado para así construir un nuevo panorama desde etapas iniciales.

El arte de reciclar en el Ecuador

En el 2013, en Ecuador se crea el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV). En su Objetivo No. 7 Garantiza los derechos de la naturaleza y se promueve la sostenibilidad ambiental territorial y global. Este plan ha establecido lineamientos como el No. 7.9 que estipula que se debe promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta. Además de optimizar procesos de reciclaje y de recolección de los materiales para disminuir el desperdicio de los mismos.

El Plan Nacional del Buen Vivir incluye impulsar procesos integrales y campañas ciudadanas para fomentar la conciencia y la ética ambiental y, promover prácticas de consumo responsable y consciente que generen una cultura de suficiencia, ahorro y mínimo impacto ambiental negativo.

En nuestro país se han realizado proyectos de concienciación y educación dentro de instituciones educativas, impulsadas principalmente por los municipios de las ciudades, ejemplos de los cuales hablaremos más adelante en el Capítulo II.

Además, hablaremos del uso de la música como recurso para impulsar el reciclaje en nuestro país. Músicos independientes han promovido la creación de ensambles y agrupaciones con niños y jóvenes utilizando el material reciclable como materia prima de los instrumentos que utilizan.

Por esta razón, existe la necesidad de crear campañas que promuevan desde temprana edad el correcto uso del material reciclable y fomenten las diferentes alternativas existentes al momento de manipular dichos elementos. También, ofrecer un camino lúdico y de gran interés para nuestros niños como lo es el de la música y la creación de instrumentos, no solo para contribuir con un ambiente más sano, sino colaborar con el crecimiento humano artístico e intelectual de nuestros niños.

La Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba ha sido seleccionada como caso de estudio debido a su disposición en participar e involucrar a sus estudiantes en temas de reciclaje y por el hecho de contar con una Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente, departamento de vital importancia para el desarrollo de proyectos de esta índole. A pesar de tener una organización encargada en el tema, los proyectos realizados no han sido totalmente satisfactorios, por lo cual la Institución ha presentado el interés en crear una campaña que involucre, motive y comunique a los más pequeños

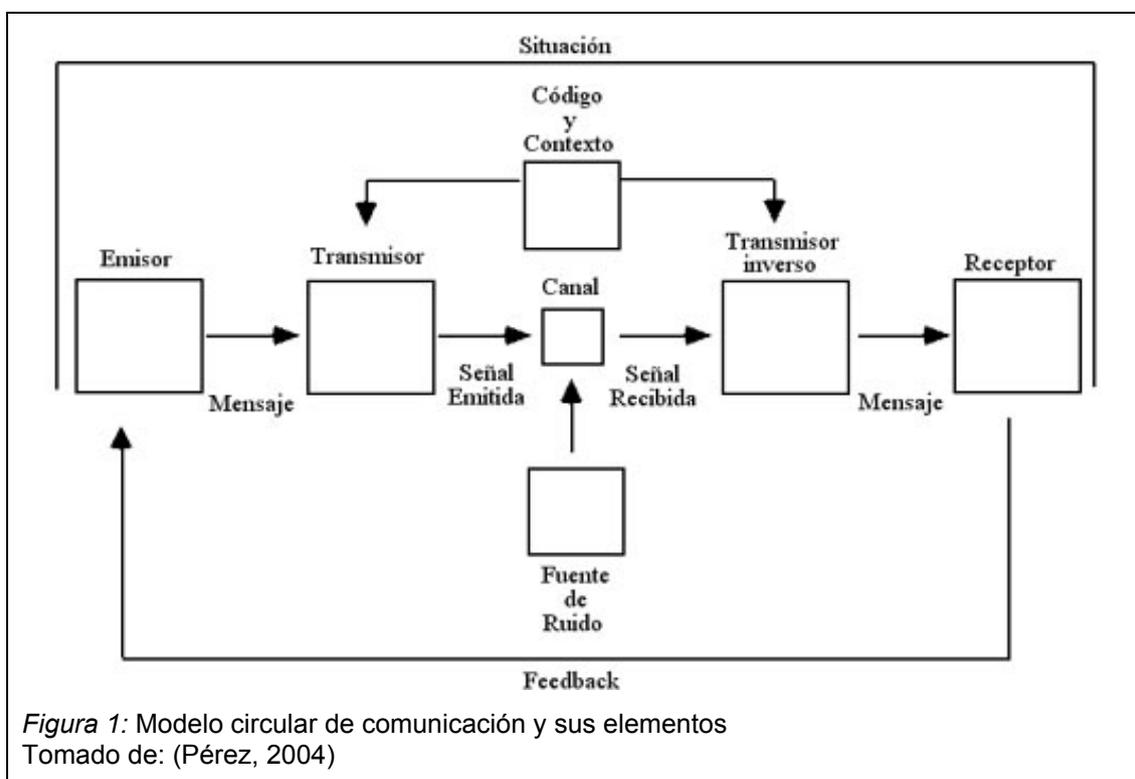
sobre los diversos materiales que pueden ser reutilizados y que logre el impacto deseado en los mismos.

Por esta razón es vital impulsar una campaña que fomente el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales ya que cumple con las necesidades de la Institución y representa un camino innovador para motivar el cuidado del medio ambiente con niños de primer año de Educación General Básica.

1. CAPÍTULO I. LA COMUNICACIÓN

1.1 DEFINICIONES

Según el autor David Berlo (1970 citado en Pérez, 2004), la comunicación es un proceso a través del cual un emisor envía un mensaje por medio de un canal a un receptor. Laswell (1948) propone un modelo en el cual el saber “Quién, dice qué, por cuál canal, a quién, con qué efecto” forman parte de la fórmula esencial que describe los 5 elementos que conforman el proceso de comunicación, (Ver figura 1)



Este modelo propuso cambios y modificaciones que permitieron desarrollar el concepto de la Comunicación aún más según Galeano (1997). Además es necesario decir que la existencia de distintas teorías de la comunicación permiten que el concepto de esta palabra sea extenso. Berlo (1970) también expresa que la Comunicación tiene como objetivo fundamental modificar el

comportamiento y el entorno de las personas, es decir, influenciar y cambiar comportamientos e ideas.

Es necesario hablar brevemente entonces de la Escuela de Comunicación que se encuentra ligada a nuestro trabajo de investigación.

1.2 ESCUELA DE PALO ALTO (1962)

La Escuela de Palo Alto tiene como representantes a Gregory Bateson, Raybirdwhistell, Don Jackson, Albert Scheflen, Stuart Sigman y Paul Watzlawick, todos estos autores formaron lo que se llama la *Escuela Invisible*. (Baylon y Mignot, 1996, pp. 166-168 citado en Alsina, 2001, p. 164)

Propone los conceptos de la realidad de primer orden y de segundo orden. Según el autor Watzlawick (1986, p. 149 citado en Alsina, 2001, p. 166) la realidad de primer orden se refiere al consenso al que se llega después de haber tenido diversas experiencias, repetibles y verificables: “no se dice nada sobre la significación ni el valor que poseen”. La realidad de segundo orden la define como la realidad simbólica, como lo dice el autor: “Nunca nos enfrentamos con la realidad en sí, sino solo con imágenes o concepciones de la realidad, es decir, con interpretaciones”. (Watzlawick, 1989, pp. 104-105 citado en Alsina, 2001, p. 166)

La comunicación es un proceso creativo en el que participan múltiples mensajes (gestos, palabras, miradas, espacio, etc.). Por lo tanto, es importante decir que la *Escuela de Palo Alto* hace una aproximación al interaccionismo simbólico, que será descrito a continuación para generar un aporte fundamental dentro de nuestra investigación. (Cucho, 1996, pp. 49-50 citado en Alsina, 2001, p. 167)

1.2.1 Interaccionismo simbólico

El interaccionismo simbólico nace de la Psicología Social y diversas teorías de los principales representantes de la Escuela de Chicago. Se considera a George Mead como el fundador del interaccionismo simbólico y todas sus ideas han sido recopiladas en su obra *Mind, Self and Society* donde expone los principales conceptos de lo que es el interaccionismo simbólico.

El autor afirma que la unidad de estudio es «el acto», que comprende tanto aspectos encubiertos como descubiertos de la acción humana que se evidenciarán a continuación.

Por otro lado, Blumer (1992) explica la naturaleza del interaccionismo simbólico en tres fases básicas:

- “El ser humano orienta sus actos hacia las cosas, en función de lo que estas significan para él.
- El significado de estas cosas se deriva de la interacción social que cada individuo mantiene con otro. Esta interacción se da a través de la comunicación, la que es simbólica, ya que nos comunicamos por medio del lenguaje y otros símbolos significativos.
- Los significados no son estables, se modifican a medida que el individuo va enfrentándose a nuevas experiencias.” (Blumer, 1992, citado por Perlo, 2006, p. 97-98)

La preocupación central del interaccionismo simbólico se encuentra en el modo en el que los individuos aprenden y socializan estos significados y símbolos. Los símbolos, el lenguaje verbal y no verbal, permiten que las personas se comuniquen entre sí, y es mediante esta comunicación que se establece la sociedad.

Funciones que cumplen los símbolos en el actor:

- “Primera, los símbolos permiten a las personas relacionarse con el mundo social y material permitiéndoles nombrar, clasificar y recordar los objetos que encuentran en él.
- Segunda, los símbolos incrementan la capacidad de las personas para percibir su entorno.
- Tercera, los símbolos aumentan la capacidad de pensamiento. Aunque una serie de símbolos pictóricos pueden permitir una capacidad limitada de pensamiento, el lenguaje aumenta enormemente esa capacidad. El pensamiento puede concebirse como una interacción simbólica con uno mismo.
- Cuarta, los símbolos ensanchan la capacidad para resolver diversos problemas.
- Quinta, el uso de símbolos permite a los actores trascender el tiempo, el espacio e incluso sus propias personas. Los actores pueden imaginar la vida en el pasado y en el futuro.
- Sexta, los símbolos nos permiten imaginar una realidad metafísica, como el cielo o el infierno.
- Séptima y más general, los símbolos permiten a las personas evitar ser esclavas del entorno. Les permiten ser activas en lugar de pasivas, es decir, dirigir sus acciones.” (Charon, 1985)

Es entonces que podemos concluir que el interaccionismo simbólico no solo representa una corriente psicológica sino que está estrechamente ligada con la Comunicación. Al hablar de símbolos hablamos de lenguaje, la interacción entre los individuos y la comprensión de gestos, imágenes, eventos, entre otros, permiten que los individuos otorguen un significado a las cosas que suceden o se encuentran en su entorno, creando apego hacia las mismas. En el caso en nuestra investigación es fundamental estudiar los símbolos con los que nuestro público se encuentra identificado, ya que la Institución es parte de una comunidad religiosa y un elemento importante de su identidad es el uso de

simbología presente en todo tipo de actividad que realizan, otorgándoles así un significado especial. Además, para la Comunicación Corporativa es fundamental el manejo de símbolos, gestos, lenguaje no verbal, con el objetivo de comprender comportamientos de los públicos y poder definir estrategias y acciones eficientes y eficaces para cada uno de ellos en cualquier proceso comunicacional.

1.3 LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La Comunicación Corporativa abarca un campo amplio de definiciones que son parte de un proceso comunicacional empresarial interno y externo integral. La Comunicación Corporativa, vista según Joan Costa como una disciplina, es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la Comunicación dentro de las organizaciones, entre estas y su medio. Costa (1995) también afirma que la Comunicación Corporativa se encuentra estrechamente ligada a la cultura organizacional y, por ende a la identidad de la misma, mediante la cual proyectará una imagen corporativa adecuada para sus públicos.

“La Comunicación Corporativa es holística e integradora, es decir que en ella se coordinan, se integran y gestionan las distintas formas de comunicación como un todo orgánico en el sentido corporativo”. (Costa, 1995, citado por Páez, párr. 23)

Van Riel (1997) indica que la Comunicación Corporativa debe estar direccionada a conseguir mayores y mejores sistemas de comunicación, integrar a todos los públicos para proyectar una imagen propicia, mejorar procesos comunicacionales de toda índole, crear políticas eficientes y garantizar una identidad corporativa sólida para lograr un bien común. (Van Riel, 1997, p. 3)

Vásquez (2001) agrega que al momento de analizar los procesos comunicacionales de una organización se debe tener en cuenta factores que

determinan la percepción positiva o negativa, tanto de público interno como externo hacia la organización. Entre estos están: la cultura organizacional, el clima organizacional y el manejo de los canales formales e informales de comunicación.

Es así que podemos concluir que la Comunicación Corporativa representa un proceso importante dentro de una organización ya que permite conseguir una mejora en cuanto a los sistemas comunicacionales para lograr cumplir los objetivos de los públicos y los de la organización en conjunto y alcanzar las metas deseadas.

Es de igual importancia analizar cómo se encuentra estructurada una institución al momento de tomar decisiones, la jerarquización organizacional para el conocimiento de los puntos de vista de los públicos, su percepción definida según los autores Ávila y Scheuren (2004) como el punto de partida para el análisis de diversos aspectos de la imagen de una organización. Capriotti (2009) aporta que la percepción está basada en las experiencias que tienen los públicos dentro y fuera de la organización, estos toman en cuenta cada detalle para formar una imagen mental y dar a la organización una personalidad con la cual caracterizarla. También, la asignación de actividades en cada proceso, las políticas y principios comunicacionales que las rigen y el tipo de imagen interna y externa que se está proyectando, para así lograr un análisis completo y una comunicación estratégica estructurada y bien guiada, para lograr los objetivos de la organización y establecer acciones comunicativas de acuerdo a las necesidades propuestas. (Vásquez, 2001)

Fernando Martín Martín (1995) (citado por Trelles, 2001, p. 4) define las funciones de la Comunicación Corporativa como coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y, verificar y

controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación.

Es así que con el aporte de los autores, la Comunicación Corporativa se puede definir como un proceso completo que integra todas las formas de comunicación de una organización, con el propósito de fortalecer y dar a conocer su identidad, mejorar la imagen y la percepción que los públicos tienen de la misma para lograr alcanzar los objetivos de la empresa.

Es imprescindible describir los elementos que compone la Comunicación Corporativa como lo son: la imagen, identidad y cultura corporativa.

La imagen corporativa es una representación mental que cada individuo crea al tomar en cuenta los atributos que tiene una organización. Estos, como lo plantean los autores Pintado y Sánchez (2013) quienes coinciden con los aportes de Capriotti y Losada (2007) son el motivo por el cual la imagen de una compañía es única, y depende del contacto y la percepción en los públicos de interés con ella, por lo que todo puede afectar la imagen corporativa de una empresa.

En el ámbito de las organizaciones se debe diferenciar la imagen de la identidad pues suponen significados y objetivos diferentes pero que actúan en conjunto para conseguir las metas de la empresa. Villafañe (1993) indica que la imagen se encuentra en función del comportamiento, cultura e identidad corporativa, motivo por el cual debemos conocer cuál es el aporte de cada una con el fin de obtener esta imagen deseada por la organización.

Dowling (1994, p. 8) define la identidad corporativa como: “el conjunto de símbolos que una organización utiliza para identificarse ante distintos grupos de personas.” Los autores Gioia y Schultz (2000) la definen como representaciones estratégicas de la compañía con énfasis en su simbología. Por su parte Balmer (1999, p. 120) se aproxima a la identidad corporativa

desde la perspectiva de lo que en realidad es la organización y dicta una definición más cerca de la identidad visual, definiéndola como el conjunto de rasgos y atributos que la caracterizan y le confieren especificidad, estabilidad y coherencia.

Para lograr influenciar sobre la imagen que nuestros públicos tienen de nuestra empresa es fundamental trabajar con la identidad corporativa e implementar estrategias que permitan crear herramientas, canales y mensajes de comunicación adecuados. La identidad corporativa está definida como “conjunto de atributos, valores o características que la empresa asume como propios, y con los que la compañía se auto identifica y auto diferencia de las demás”. (Losada, 2004, p. 65). Además, según Fanny Ramírez (2005) la empresa requiere de una identidad sólida para transmitir interna y externamente quién es, qué hace y hacia dónde va. “Sin duda, cuando los públicos reciben la identidad corporativa se produce la imagen corporativa y se genera por acumulación de todos los mensajes recibidos de ella.” (Ramírez, 2005, p. 48)

La función tanto de la imagen corporativa como de la identidad en las empresas e instituciones es de vital importancia en nuestros días como un elemento diferenciador frente a la competencia. No solo se habla de una imagen institucional y empresarial positiva sino de la integración de todos los aspectos comunicacionales y las relaciones laborales dentro de una organización para el fortalecimiento de la identidad ansiada. (Villafañe, 1993, p. 43)

En cuanto a la cultura corporativa, Robbins (1996) la define como la percepción común que comparten los miembros de una organización y es por medio de la cual se definen las actitudes y los comportamientos de los integrantes de la misma. (Robbins, 1996, p. 115)

Como lo expresa Prieto (2012) cada organización es un ser único y distinto con necesidades y conflictos diferentes. (Prieto, 2012, p. 49). Es por esto que Van

Riel (1997) indica que se debe construir los canales y los mensajes adecuados para una comunicación más efectiva, pues así lograremos investigar de mejor manera las relaciones con nuestros stakeholders, detectando el tipo de comunicación más adecuado y el entorno más propicio. Además, el autor identifica a los mensajes como señales tangibles y visibles de una organización, como son sus colores corporativos, logotipo, uniformes, entre otros y, mensajes intangibles cuando una organización manifiesta su preocupación por el medio ambiente y la responsabilidad social empresarial que esto conlleva. (Van Riel, 1997, p. 37). Mediante el buen manejo de la cultura corporativa se puede lograr una verdadera integración de los miembros de una organización.

En base a lo afirmado por los autores los elementos de la Comunicación Corporativa no trabajan por separado sino que se encuentran estrechamente ligados e interrelacionados, si existe una cultura corporativa definida y comprendida por todos los públicos, la identidad de una institución será fuerte y a su vez la imagen deseada también será proyectada hacia los públicos de interés. Por esta razón, es importante capacitar e informar a los públicos internos de una organización sobre la importancia de estos elementos para aplicarlos y conseguir objetivos en conjunto con la institución.

1.4 PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN

Como se menciona previamente, la comunicación cumple con un proceso: la transformación de la información en un producto, es decir, en la retroalimentación de dicha información evidenciada en el modelo circular antes presentado por la Escuela de Palo Alto. “Se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria”. (Rizo, 2004, p. 1)

Dentro de una organización este proceso permite conocer las relaciones interpersonales de nuestros públicos y así generar las estrategias y acciones adecuadas para cada uno de ellos y satisfacer sus necesidades. Dentro de este proceso el identificar diferentes aspectos dentro de la organización es importante por lo cual los describiremos a continuación.

1.4.1 Tipos y formas de comunicación

Para establecer cuáles son los tipos y formas de comunicación tomaremos en cuenta las palabras del autor Carlos Ongallo (2007) quien además establece que la institución deberá contar con un organigrama mediante el cual pueda delimitar el tipo y formas de comunicación que maneja; el propósito del reconocimiento de estos tipos y formas facilitará identificar si esta es demasiado rígida y no permite una interacción entre todos sus públicos al momento de hablar de toma de decisiones y puesta en práctica de proyectos o procesos. Los mensajes a utilizar también dependerán de esto. Este autor establece cinco tipos de comunicación:

- Comunicación formal: los mensajes siguen la línea jerárquica establecida, es una comunicación mucho más lenta pues se deben cumplir los requerimientos que exigen los mensajes formales.
- Comunicación informal: es un tipo de comunicación que se transmite por medio de canales no oficiales, es decir la interacción verbal que tengan las personas sin necesidad de un escrito que la sustente.
- Comunicación descendente: se envían los mensajes de los dirigentes a los empleados para que estos sepan cuáles son las actividades que deben realizar; la comunicación fluye en una sola dirección sin obtener retroalimentación.
- Comunicación ascendente: los empleados son los que llevan el mensaje a los dirigentes, este tipo de comunicación fomenta la participación y el

intercambio de información que será útil para ser aplicador por los altos mandos.

- Comunicación horizontal: se desarrolla entre personas de un mismo nivel con el objetivo de la integración de los mismos, es un tipo de comunicación que fomenta la participación en equipo y es muy favorable para las organizaciones y el mantenimiento de un clima laboral adecuado.

Formas de comunicación

- La comunicación verbal consiste especialmente en el intercambio de mensajes a través de medios orales: una conversación, una exposición, charlas, debates, etc. Aquí es necesario tomar en cuenta el tono, matices y pausas para el buen entendimiento del discurso.
- La comunicación no verbal consiste en todo aquello producido a través de la escritura; la ventaja de este tipo de comunicación es que se tiene un sustento y permite recordar la información. (Ongallo, 2007, p. 34)

En conclusión y recopilando la información de los autores podemos concretar que los tipos de comunicación dependerán del tipo de jerarquización y de la estructura organizacional que maneje cada institución. De igual manera las formas de comunicación obedecerán a los objetivos y estrategias que tenga esta organización y a la dirección requerida para lograr que la información sea comprendida y controlada dentro de la institución. Es decir, una empresa indudablemente requiere conocer el tipo y forma de comunicación que va a manejar como una base de la interacción entre sus colaboradores y para lograr plantear estrategias y acciones específicas para nuestro público, siempre tomando en cuenta la dirección de la comunicación internamente.

1.4.2 Canales y herramientas de comunicación

A partir de los tipos y formas de comunicación se delimitan los canales y herramientas más adecuados según el objetivo que se tenga. Martín Martín (1995) citado por (Fernández, 1997, párr. 18) señala que los canales y herramientas comunicacionales en una organización e institución deben ser primero definidas a través de la cultura organizacional de la misma, es decir conocer cuáles son los comportamientos y actitudes que queremos que nuestros empleados tengan en la organización y entre ellos mismos para mantener un ambiente laboral adecuado.

Lucas Marín (1997) propone la existencia de canales formales e informales de comunicación:

- Los canales formales: suponen el uso de herramientas tradicionales y generalmente escritas, mediante las cuales los individuos de una organización obtienen la información de manera rápida y eficaz, por ejemplo: mediante cartas, memos, informes, correos electrónicos, etc. El autor indica que estos canales deben actuar en conjunto con los canales informales, pues no siempre satisfacen las necesidades de los públicos.
- Los canales informales: utilizan herramientas de comunicación que captan la atención de los públicos de interés de una manera interactiva y, generalmente se enfocan en las actitudes de los mismos respecto al tema que queremos tratar.

Como expresan los autores Katz & Kahn (1995) se definen de manera análoga dos tipos de canales. Teniendo en cuenta su naturaleza:

- Los canales orales: por los que circulan mensajes que contienen códigos orales, permiten una rápida retroalimentación.

- Los canales escritos: son aquellos por los que circulan mensajes codificados por medio de palabras o símbolos escritos. El utilizar canales escritos puede ser importante para tener un registro permanente, tangible y verificable; generalmente obliga a las personas a pensar con mayor cuidado la forma de decir lo que quiere transmitir; serán más precisos, pero requerirán más tiempo.
- Los canales electrónicos: que suponen una rapidez en el envío y recepción de la información debido a su facilidad de uso y la interactividad que los caracteriza.

Las herramientas institucionales tradicionales son de gran utilidad en las organizaciones mas deben ser potenciadas y renovadas con frecuencia debido a la presencia de las herramientas digitales de actualidad que son utilizadas por ser instrumentos eficaces y eficientes que han aumentado y potenciado el intercambio de información. Además, es importante enfatizar que el uso de herramientas comunicacionales permite la correcta interacción de los públicos internos y una adecuada comunicación entre ellos y la organización.

1.5 COMUNICACIÓN INTERNA

Fanny Hernández (2002) enuncia que la comunicación interna comprende todo tipo de actividad que permite la interacción entre los públicos al usar herramientas adecuadas para la transmisión de la información y de esta manera contribuir con sus objetivos y los de la organización, lo cual concuerda con lo indicado por Andrade (2005) quien señala que la comunicación interna es además la principal fuente para mantener las relaciones entre los miembros de una organización y permitir la motivación de los mismos para cumplir con los objetivos de la empresa.

Según Andrade (2010, p. 87) “la comunicación interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los

resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la institución y de sus productos y servicios.” Para Chiang (2012, p. 87) el objeto de la comunicación interna de las empresas es “permitir el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes”. Constituye uno de los elementos centrales para vincular los diferentes departamentos de la organización. De acuerdo al criterio de García (2011) la comunicación interna está orientada al grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas con ella. En el caso de una empresa, este grupo está integrado por accionistas, directivos, empleados, contratistas, etc. La comunicación puede producirse de manera:

- Formal: cuando el contenido está referido a aspectos laborales únicamente. En general, utiliza la escritura como medio. La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todos los procedimientos burocráticos.
- Informal: cuando el contenido de la comunicación, a pesar de estar referido a aspectos laborales, utiliza canales no oficiales (reunión en estancias fuera del lugar específico de trabajo, encuentros en los pasillos, las pausas del café o la comida, etc.)

1.5.1 Herramientas de Comunicación Interna

A partir de estas afirmaciones es indispensable conocer las herramientas que son de utilidad cuando hablamos de comunicación interna. Los autores Francisco Campos (2008) y Pizzolante (2004) están de acuerdo en que se puede enumerar las herramientas tradicionales como son:

- La revista o periódico institucional
- Los manuales institucionales

- Las carteleras
- Circulares
- Reuniones
- Correo electrónico
- Buzón de sugerencias
- Videoconferencia
- Intranet
- Blogs
- Redes Sociales
- Campañas comunicacionales internas

Sin embargo el autor Diego Apolo (2014) afirma que existen setenta tipos de herramientas de comunicación interna que permiten a las instituciones operativizar las estrategias. El autor clasifica a las herramientas en:

- “Soporte Multimedia: encontrará instrumentos que permitan la operativización de las estrategias mediante medios escritos, visuales y sonoros.
- Soporte Web: se podrán observar herramientas que le permitirán el aprovechamiento de las tecnologías para la optimización y efectividad de las estrategias.
- Contacto directo: si bien es cierto se podrá encontrar con herramientas que viene desarrollando en la institución, es relevante establecer nuevos enfoques o establecer objetivos claros para llevarlas a cabo.” (Apolo, 2014, p. 49)

Estas herramientas están estrechamente ligadas a los canales internos también utilizados en una institución, motivo por el cual la utilización de todas o algunas de estas dependerá de las necesidades, objetivos y los públicos a los que se requiera enviar la información.

Para concluir, según los aportes presentados la comunicación interna es una de las bases fundamentales dentro de una organización, permite la integración y fortalecimiento de las relaciones institucionales, por lo tanto, el cumplimiento de los objetivos de la organización dentro de un clima laboral adecuado y de desarrollo para todos los integrantes de esta.

Es importante nombrar que la comunicación está también enfocada en la comunicación externa, mas por motivos de investigación no es imprescindible describirla y detallar su importancia y utilidad, por este motivo se dará una breve definición del autor Andrade (2005) quien afirma que la comunicación externa está conformada por todos los mensajes enviados por la organización hacia sus públicos externos, con el objetivo de mantener una relación adecuada y una proyección de su imagen propicia que permita impulsar las actividades que esta realiza.

Es así como podemos concluir que la Comunicación Corporativa es integral, abarca todos los aspectos comunicacionales de una organización e institución tanto con su público interno como externo. El utilizar los canales, herramientas y medios adecuados es de vital importancia para establecer buenas relaciones, el desarrollo de los objetivos empresariales y actuar siempre en conjunto con dichos públicos para crear un ambiente laboral adecuado y proyectar una imagen institucional apropiada.

1.6 TIPOS DE PÚBLICOS DE INTERÉS

Como expresa Thomas Clark (1997) “los públicos de interés o stakeholders están constituidos por aquellos individuos o colectivos que tienen algún tipo de interés sobre la organización” (Clark, 1997, p. 206). Freeman (1984) a su vez se refiere a estos como una persona o grupo de individuos que puede tener efecto sobre una organización o verse afectado por esta. (Freeman, 1984, p. 346). Una definición más actual es la de Capriotti (2009) quien aporta que los públicos surgen del proceso de la interacción entre las personas y la organización y, de la vinculación que tienen entre sí.

Según Mínguez (2010) dependiendo del objetivo y la interacción de los públicos y la organización, estos se pueden dividir en públicos internos, externos y mixtos.

Por motivos de investigación se detallarán los públicos de estudio que son:

1.6.1 Públicos internos

Con respecto a lo que expresa Vértice (2007) el público interno es el grupo de personas afine que conforman el organigrama en una organización o institución, esto concuerda con el aporte del autor Marston (1981) citado en Miguez (2010, p. 70) quien menciona que son personas que están íntimamente conectadas con una organización con quienes la organización se comunica en la rutina diaria, estos son: empleados, personal de apoyo.

1.6.2 Públicos externos

Para los autores Muriel María Luisa y Rota Gilda (1980) los públicos externos están definidos como los individuos que forman parte del entorno externo de una organización o institución y que afectan y son afectados por todos los procesos y actividades que esta realice la misma y que tengan que ver con el cumplimiento de sus objetivos en común.

1.6.3 Públicos mixtos

Los públicos mixtos dentro de una organización son aquellos que se encuentran fuera de la misma, mas su participación es fundamental para completar los procesos comunicacionales y cumplir los objetivos institucionales. El público mixto puede estar conformado por: familia de los empleados y/o involucrados en la institución, accionistas, distribuidores. En el caso de investigación de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*, el público mixto representa primordialmente a los padres de familia de los

estudiantes ya que sin su apoyo y autorización las diversas actividades no pueden ser llevadas a cabo.

La determinación de los públicos de interés es primordial al momento de plantear estrategias y acciones que ayuden a cumplir los objetivos de una institución, es por esto que su segmentación, dependiendo del interés, es uno de los pasos de la planificación estratégica en comunicación que no puede ser descartado ni saltado. Es necesario por ende conocer además las experiencias que tienen los públicos dentro de la institución para conocer su comportamiento y utilizar las herramientas comunicacionales adecuadas para cumplir los objetivos dentro de la institución.

1.6.4 Comunicación y comportamiento de los públicos

El conocimiento del comportamiento de los públicos dentro de una organización es fundamental pues de esta conducta, es decir, de su actividad y comportamiento diario dependerá también la selección de las herramientas comunicacionales más adecuadas para llevar a cabo los objetivos personales y empresariales. Capriotti (2002) la llama la Comunicación "Experiencial", es decir, la comunicación mediante la experiencia que tienen los públicos con la organización. (Chaves, 1988, p. 14) señala que "la totalidad de los recursos de la gestión regular de la entidad adquieren interés, una dimensión 'publicitaria'; y la propia actividad y sus instrumentos adoptan una 'segunda función' de ser mensajes promotores de sí mismos". De esta manera, los públicos también obtienen información de la empresa a través del quehacer cotidiano de esta.

Según Capriotti (2002) la utilización de las distintas herramientas comunicacionales dependerá del tipo de público que maneje la organización y el comportamiento y actitudes que esté presente. Específicamente haciendo referencia a los públicos internos de una institución, las herramientas de mayor eficiencia y eficacia son las antes mencionadas como tradicionales: cartelera, revista o periódico institucional, manuales institucionales, circulares, reuniones,

buzón de sugerencia y actualmente no se puede descartar que las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), forman parte fundamental al informar al público de interés con mayor rapidez y facilidad, estas son: correo electrónico, intranet, redes sociales, blogs, videoconferencias, entre otras.

En cuanto al público mixto de una organización es importante destacar que al ser un grupo que no se encuentra dentro de la institución, pero que es parte fundamental de la misma al momento de cumplir con los procesos internos y externos, la percepción que tenga, de acuerdo a la información, dependerá de las herramientas comunicacionales y, por lo tanto, deben ser las adecuadas. En este caso específico la utilización de las herramientas digitales (TIC) son de gran utilidad pues permiten mantener una comunicación no personal con los públicos, pero a la vez tiene la ventaja de la retroalimentación en tiempo real y con mayor rapidez.

En la actualidad en las instituciones educativas, los padres de familia están enterados de todos los procesos y actividades que realizan los estudiantes mediante herramientas comunicacionales alternativas como módulos virtuales, grupos de conversación vía chat (WhatsApp) que facilitan el intercambio de información entre el docente y este público; esto ha incrementado la participación activa de los mismos en eventos, campañas y demás actividades escolares, fortaleciendo la imagen, identidad y cultura de la institución, a la vez que se ha generado un cambio de actitud hacia diversos temas desde el hogar.

1.7 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN

La planificación estratégica de la Comunicación es un proceso mediante el que se establecen las metas organizacionales, se definen políticas, estrategias y planes de acción para cumplir objetivos y lograr los fines deseados satisfaciendo las necesidades de nuestro público interno en conjunto con las de la organización.

Contreras (2006) establece tres elementos para una correcta planificación estratégica de la comunicación:

- “Las Políticas de Comunicación, entendidas como un conjunto integrado de principios, normas y aspiraciones explícitas, integrales y duraderas. Se habla de grandes normas, de grandes leyes, pero también de aspiraciones, y cuando se habla de aspiraciones en las políticas de comunicación se habla de seres humanos haciendo comunicación. Este es un factor distintivo que la planificación tiene que recuperarse en su desafío de formularse desde la comunicación.
- El segundo elemento son las estrategias de comunicación, entendidas como un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos para organizar las acciones. En otras palabras, la estrategia de comunicación va a ser el puente entre las grandes formulaciones, o las políticas y su puesta en práctica.
- El tercer elemento son los Planes de Comunicación, entendidos como un conjunto de prescripciones para regir operaciones y actividades de comunicación.” (Contreras, citado en CIESPAL, 2006, p. 11)

Por lo tanto, se comprende que la planificación estratégica es la base fundamental para el desarrollo adecuado de los objetivos de una organización, esta planificación nos permite identificar los procesos para la correcta construcción de estrategias y acciones comunicacionales. “Si se tiene un plan de lo que se va a hacer, y de cómo se va a ejecutar, se consigue que los programas sean más eficaces (...)”. (Wilcox, 2012, p. 193)

Partiendo de los aportes de Agee, Autt, Cameron, Wilcox (2001) se establecen procesos que aportan al desarrollo de la organización: la designación de actividades, estrategias, acciones y responsables, planteamiento de objetivos, públicos a los cuales está dirigido el plan, recursos, tiempo y los medios más idóneos para su cumplimiento.

De esta manera el proceso de planificación “permite establecer un sentido de dirección, de rumbo y un ambiente propicio para una gestión empresarial, institucional o social, informada e innovadora dentro de un espacio delimitado por las características institucionales o grupales y la dinámica del entorno.” (Castro, Restrepo, Rojas, y Saavedra, 2001, p. 29)

Debemos entonces entender a la comunicación desde la relación que tiene con las prácticas sociales cotidianas y, por supuesto, también las prácticas comunicativas que tienen que ver con el manejo del habla, del discurso, gestos, el acto como lo hemos expuesto anteriormente y la compleja relación entre seres humanos; es decir la planificación de la comunicación tiene como desafío concebir la comunicación desde los sujetos y sus necesidades.

Dentro del tercer elemento de la planificación hablamos de los planes de comunicación como aquellos que “hacen referencia a las metas concretas y las acciones para hacer realidad los objetivos y las finalidades que plantean las estrategias.” (Contreras, en CIESPAL, 2006, p. 11) dentro de estos planes se operan diferentes estrategias como lo plantea el autor, entre estas constan las campañas de comunicación de las que hablaremos a continuación como parte fundamental de este trabajo de investigación.

1.8 CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

Una campaña de comunicación es más puntual; es un plan concreto para anunciar un mensaje determinado a la sociedad. Suele estar relacionado con acciones concretas o con objetivos específicos. La campaña de comunicación establece unos objetivos comunicativos para transmitir un mensaje puntual y lo que se piensa hacer para ello. Permite organizar los recursos disponibles, que son siempre limitados. Le servirá de guía para saber qué hacer en cada momento. Una campaña de comunicación es una planificación que incluye un conjunto de acciones destinadas a comunicar un mensaje o mensajes a uno o más públicos objetivos en un periodo de tiempo concreto. Además cuenta con objetivos de comunicación concretos cuyo grado de cumplimiento se evalúa al

final. Una campaña no debe alterar el plan de comunicación, sino seguir las indicaciones de aquel y colaborar en su ejecución.

Estructura de la campaña

Según (Rojas, 2005, pp. 82-84) La estructura de una campaña consta de las siguientes partes:

- Situación: Análisis situacional del problema.
- Diagnóstico FODA: Se analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se tiene en el entorno donde se aplicará la campaña.
- Objetivos: Son la finalidad del plan, por lo tanto tienen que ser: • Planteados realmente a la situación • Realistas y Alcanzable • Medibles (lapso)
- Estrategias: Determinación de cursos de acción que describen cómo se va a alcanzar el objetivo general y los objetivos específicos. Dentro de las estrategias es necesario segmentar a los públicos a los que va dirigida la campaña.
- Acciones: Son operaciones concretas que describen de forma secuencial como llevar a la práctica las estrategias y conseguir alcanzar los objetivos definidos. Son herramientas de comunicación para llegar a los públicos primarios y secundarios con los mensajes clave.
- Cronograma Es la calendarización de las actividades a desarrollarse.
- Presupuesto: Determina el costo total del plan de campaña y desglosa detalladamente los gastos que se realizaron para la creación del proyecto.
- Evaluación: Es el control de la gestión desempeñada.

Para que una campaña tenga éxito se debe desarrollar, planificar y ejecutar de acuerdo a los puntos mencionados anteriormente por el autor Rojas, (2005, pp. 77-79)

Existen diversos tipos de campañas. Las podemos diferenciar en:

- Campañas publicitarias: Stanton, Etzel y Walker (2006) definen a las campañas publicitarias como aquellas que se encuentran estrechamente ligadas con el marketing y se dan a conocer a través de diversas estrategias publicitarias.
- Campañas institucionales: Según Muriel y Rota (1980) este tipo de campaña busca el cumplimiento de los objetivos institucionales a corto plazo, a pesar de que las estrategias y acciones utilizadas en ellas puedan colaborar con objetivos mucho más lejanos por el hecho de utilizar a los medios de comunicación como principal difusor de la información.
- Campañas preventivas: María Luisa Muriel y Rota (1980) definen este tipo de campañas como aquellas que facilitan información que previene y modifica hábitos o conductas de los públicos y se las realiza de forma periódica.
- Campañas sociales: Windahl (1992) indica que las campañas sociales “actúan como medio de control social y ofrecen soluciones técnicas a problemas sociales”. El objetivo de este tipo de campañas no es comercial, sino el de ofrecer medidas que favorezcan a toda la sociedad desde el uso de estrategias comunicacionales.
- Campañas de concienciación: Según Coffman (2003) las campañas de concienciación influyen en el comportamiento de los individuos con el fin de atraer su atención y lograr un cambio de comportamiento, ya sea

este individual o colectivo. Pretenden generar pertenencia y responsabilidad ante ciertos aspectos de la sociedad.

- Campañas Políticas: según el autor Dávalos (2012) este tipo de campaña busca construir o mejorar la imagen de una persona inmersa en el ámbito político para mantenerla en el poder.

A partir de lo mencionado podemos decir que el tipo de campaña que desarrollamos en este trabajo de investigación tiene un conjunto de características que la convierten en una campaña de concienciación, ya que pretende el cambio de comportamiento de los públicos, social, ya que ofrece la solución a un problema que afecta a la sociedad actualmente e institucional, ya que busca cumplir objetivos institucionales a corto y largo plazo mediante las estrategias y acciones adecuadas.

Es importante además tomar en cuenta lo dicho por los autores Evaristo Fernández (2000) y César Coll (2004) quienes presentan una nueva perspectiva de las herramientas comunicacionales utilizadas dentro de las campañas de comunicación, especialmente las aplicadas en las instituciones educativas y que son apoyo fundamental para todas sus actividades; estas herramientas, principalmente las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), son recientes formas de comunicación digital que están relacionadas directamente a la informática y constituyen un recurso facilitador. La información se procesa, distribuye y opera a través de redes inalámbricas y se puede acceder a ellas a través de dispositivos portátiles. Estas herramientas han creado una nueva forma de transmitir la información, realizar los procesos y permitir la retroalimentación con los públicos de interés de una manera eficaz y eficiente.

Por este motivo es que su utilidad dentro de los procesos institucionales en la educación están siendo potenciados cada vez más, el ahorro de dinero, tiempo y recursos ha permitido que la información llegue a los públicos externos como representantes de los estudiantes, entidades gubernamentales reguladoras,

proveedores y a los públicos internos estudiantes, docentes y administrativos de una manera mucho más rápida e integrándolos a todos debido a la retroalimentación que existe.

Además, dentro del ámbito educativo la utilización de las campañas de comunicación enfocadas en la concienciación han sido de gran relevancia pues no solo permiten la integración de los públicos y su participación en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, sino que también representan una herramienta eficaz al momento de un cambio de actitud frente a situaciones que afectan a todos los públicos, logrando así un compromiso mucho más fuerte.

1.8.1 Campañas de Comunicación enfocadas en el reciclaje para la creación de instrumentos musicales en América Latina y Ecuador

Dentro del contexto de América Latina encontramos diferentes colectivos y agrupaciones que están dedicados a la asociación y divulgación de esta fusión, su atención está dirigida principalmente a niños y adolescentes. Uno de estos grupos es *Latin Latas*, colectivo colombiano que une la música con la conciencia ambiental, a partir de materiales como latas, cables, madera, papel, entre otros, realizan instrumentos musicales de alta calidad y organizan talleres en toda Colombia, especialmente, en pueblos en los que la falta de recursos no permite a los niños acercarse a la música. La construcción de los instrumentos se enseña a través de diversas actividades en donde se deja a los niños experimentar y elegir el tipo de instrumento que es de su agrado y los materiales con los que se siente a gusto para trabajar. La supervisión, por parte de los integrantes del colectivo, es primordial y la práctica es la parte más importante del taller, los niños realizan un concierto de clausura en el que experimentan la dicha de haber construido un instrumento con material reciclable.

En Cateura, Paraguay, encontramos a la organización *Sonidos de la Tierra*, ellos realizan campañas entre los niños más pobres de Asunción para generar

instrumentos musicales a partir de basura arrojada en el gigantesco basural de dicha ciudad; esto ha permitido su desarrollo motriz, artístico y humano, a la vez que ha permitido el descubrimiento de artistas en la zona. Esta organización ha llegado a tener una gran trascendencia debido a su adecuado manejo comunicacional mediante redes sociales y la publicidad lograda al ser teloneros de importantes bandas como *Metallica* durante toda su gira por América del Sur.

La existencia de diversos colectivos en América Latina es amplia pero no se les ha dado la importancia debida. En nuestro país la agrupación con mayor importancia en cuanto a este tema es la banda *Tomback* de propiedad del músico compositor Diego Miño; *Tomback* nace hace quince años como un ensamble de tambores para continuar con la tradición de los tamborileros de América Latina. Sus conciertos siempre tuvieron un toque social, presentándose en plazas y parques y, demostrando que un tacho de basura puede generar música agradable para nuestros oídos. Al pasar los años la banda ha reforzado su imagen dentro y fuera de nuestro país, la conciencia ambiental es un eje fundamental dentro de la misma, la utilización de baldes, tachos, tubos, ollas, madera, entre otros materiales reutilizables es la base para la elaboración de los instrumentos de percusión que diferencian a la banda mundialmente. En la actualidad y gracias al éxito generado por *Tomback*, Diego Miño ha conformado la agrupación *Golpe Urbano*, conformada por niños y jóvenes de las clases de percusión de la *Despensa Miño*. El objetivo primordial de la agrupación es generar apego a la música y al cuidado del ambiente desde temprana edad. El grupo ha tenido importantes presentaciones como en las conferencias de *TDEX*, demostrando la funcionalidad de los instrumentos y las habilidades que desarrollan los niños en este ámbito.

El Municipio Metropolitano de Quito consciente de la importancia del reciclaje, realizó la campaña *Quito Verde* en la que los ejes fundamentales giraban en torno al cuidado y restauración de nuestro entorno. Uno de los pilares fue el

reciclaje de botellas de plástico, se propuso un concurso por parte de *CIMA KIDS* para las instituciones educativas. La convocatoria tenía como meta crear conciencia ambiental en todos los quiteños, desde los más jóvenes; las instituciones educativas recibirían reconocimientos al recolectar la mayor cantidad de botellas de plástico y contribuirían así con los objetivos de *Quito Verde, un Quito del buen vivir*. El concurso no solo logró su objetivo sino que ingresó en el libro de los *Records Guinness* como la capital del mundo en temas ambientales al recolectar 1'509.002 botellas.

Este tipo de campañas responden al derecho de los niños, niñas y adolescentes de desenvolverse en un ambiente sano y sustentable, estipulado en el Código de la Niñez y Adolescencia. Además, incrementa el interés de las instituciones por estos proyectos, ya que constituye una ayuda ecológica, ayuda al desarrollo humano, intelectual y motriz de los los estudiantes y funciona como recurso curricular y extracurricular para los mismos.

2. CAPITULO II. EL MATERIAL RECICLABLE EN LA EDUCACIÓN

2.1 UTILIZACIÓN DE MATERIAL RECICLABLE

2.1.1 Reciclaje, tipos de materiales, el proceso de las 5 erres, importancia y sostenibilidad

Para hablar de reciclaje es importante mencionar el concepto de sostenibilidad como la búsqueda de acciones que sostengan y sustenten el desarrollo y preservación de los recursos para ser traspasados a las generaciones futuras. (UNESCO, 2005). Existen tres tipos de sostenibilidad planteados dentro del informe Brundtlandreport (World Comission, 1987):

- Sostenibilidad económica: se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable.
- Sostenibilidad medioambiental: se basa en la compatibilidad entre las diferentes actividades económicas y la preservación actual y futura de la biodiversidad y de los ecosistemas, evitando la degradación de las fuentes y sumideros.
- Sostenibilidad social: se basa en el mantenimiento de la cohesión social y de su habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes.

Por motivos de esta investigación profundizaremos en el tema de la sostenibilidad medioambiental. Según definiciones del Grupo del Banco Mundial (2008) este tipo de sostenibilidas está enfocada en la garantía de que todos los esfuerzos humanos irán de la mano con la conservación de los recursos naturales y de todo ser vivo que habite en el planeta, para prevenir la perdida de los mismos. La creciente preocupación por el tema ambiental a nivel mundial, el calentamiento global, el deshielo de los glaciares, la acumulación de desechos y el errado manejo de canales y mensajes de

comunicación para difundir las campañas medioambientales son el motor fundamental para que exista la preocupación de crear nuevos proyectos que contribuyan con la sostenibilidad ambiental.

“Uno de ellos, tal vez el más relevante en un momento de cambio global como el que vivimos, es el de reorientar nuestras formas de vida hacia la austeridad, la moderación y la sencillez, para romper con el círculo vicioso de la acumulación económica de unos pocos a costa de la pobreza del resto de la humanidad y de la destrucción del medio ambiente.” (Novo, 2009, p. 197)

A partir de estos aportes podemos comenzar a hablar de uno de los procesos de mayor alcance en la actualidad en cuanto a sostenibilidad ambiental, impulsado por colectivos, organizaciones y entidades gubernamentales: el proceso de las 5 erres. Dicho proceso cíclico implica el rechazar, reducir, reutilizar, reciclar y reclamar los distintos desechos sólidos de los diversos materiales, sean estos papeles, plástico, vidrio, baterías, entre otros. “Los términos recogida, recuperación, reutilización, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre los diferentes flujos de residuos para aprovechar total o parcialmente el material, ya sea para el mismo uso o para otra aplicación.” (Elias, 2009, p. 121). Además, Aceves (1997) aporta que el reciclaje no solo permitirá generar una conciencia ambiental en las personas sino que es lo más conveniente al momento de reducir costos a la vez que cuidamos de nuestro planeta.

Guiados por este proceso se han realizado programas de reciclaje en los que se identifican los materiales y son separados en diferentes contenedores que posteriormente son procesados para ser reutilizados. Estos programas han tenido acogida gracias a las nuevas políticas que han implantado gobiernos con el fin de conseguir vivir en un ambiente sostenible para todos.

Por esta razón, es de vital importancia el conocimiento sobre este tema ya que en la actualidad a partir de los cambios climáticos drásticos, el crear conciencia y una adecuada educación desde temprana edad es vital para la supervivencia de nuestra especie y de todas las que habitan el planeta tierra. (Mendoza, 2007, p. 10)

Como lo expresa la autora Laura Barraza (1998) la formación de buenos hábitos como el reciclaje debe comenzar a temprana edad, pues durante la primera infancia es cuando se consolida el desarrollo psicosocial de las personas, es decir con estas bases las personas forman su pensamiento, puntos de vista, sentido conservacionista y social, basado en el respeto a todas las formas de vida y a su entorno.

2.2 LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN CON MATERIALES RECICLABLES

Según Barraza (1998) la crisis ambiental se produce por las actitudes de los seres humanos y la cultura juega un papel determinante al momento de tener una conciencia ambiental. Por tanto, es necesario conocer a nuestro público y crear estrategias dirigidas a estas actitudes y cultura para captar su atención y lograr un cambio de actitud.

Es decir, la comunicación en la educación ambiental es una herramienta fundamental para la sensibilización de las personas, permite el acercamiento a los públicos con el fin de tener un cambio de mentalidad, de actitud y de percepción ante el ambiente que los rodea. Es por esta razón que es importante conocer un nuevo concepto que se ha ido desarrollando a través del tiempo, con el fin de integrar la comunicación a la educación como herramienta fundamental en la misma.

2.2.1 La Educomunicación

La Educomunicación implica la interrelación de los campos de la comunicación y la educación según la UNICEF, UNESCO y CENECA (1992) citado en Aparicci (2010) abarca el conocimiento de diferentes canales y medios a través de los cuales se recibe la información. Permite crear un sentido crítico en cuanto a todo proceso comunicacional con el fin de asignar un valor agregado propio y el conocimiento de nuevas estrategias que aporten a la comunicación desde la educación.

Es interesante tomar en consideración que los medios juegan un papel importante al hablar de campañas comunicacionales y en el caso ambiental aún más. Los medios pueden ser una herramienta decisiva al momento de crear un cambio de actitud real en nuestro público meta, tal como lo expresan los autores Perales y García (1999) en su artículo sobre la Educación Ambiental y los medios de comunicación.

Es trascendental destacar lo dicho por el autor David Solano en un artículo avalado por la UNESCO, en el que destaca las estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible:

“La educación ambiental ha sentado las bases más importantes para la educación por el desarrollo sostenible, pues ha trabajado aspectos que otros enfoques no habían previsto, como la relación de lo ambiental con los otros elementos del desarrollo. Pero nuestra educación ambiental necesita aún algunos refuerzos para convertirse en la educación para el desarrollo sostenible que el mundo necesita.” (UNESCO, s.f, p. 12)

Por esta razón se enfatiza que es fundamental contar con las estrategias comunicacionales adecuadas para lograr dicho propósito, para comprender el problema y lograr que los proyectos tengan el éxito ansiado.

2.3 LA EDUCACIÓN AMBIENTAL Y EL RECICLAJE EN ECUADOR

La Constitución Política de la República del Ecuador del 2008, en su preámbulo afirma que el pueblo del Ecuador reconociendo las raíces milenarias y celebrando a la naturaleza, la Pacha Mama, con un compromiso con el presente y futuro ha decidido construir "...una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el Sumak Kawsay;...", principio que conduce no únicamente a un cambio radical en la filosofía del derecho, sino que además modifica el modelo de desarrollo económico-social del país y el rol que en este le corresponde al hombre. "...El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza." (Art. 275)

"Para la nueva Constitución, el Sumak Kawsay implica mejorar la calidad de vida de la población, desarrollar sus capacidades y potencialidades; contar con un sistema económico que promueva la igualdad a través de la (re)distribución social y territorial de los beneficios del desarrollo; impulsar la participación efectiva de la ciudadanía en todos los ámbitos de interés público; establecer una convivencia armónica con la naturaleza; garantizar la soberanía nacional; promover la integración latinoamericana y, proteger y promover la diversidad cultural (art. 276)"

El PNDV para el desarrollo del Buen Vivir y concretamente en relación al medio ambiente y la naturaleza contempla un sinnúmero de mecanismos y principios, entre los que se cuentan: "(i) Fortalecer los sistemas de áreas protegidas; (ii) Diseño y aplicación de procesos de planificación y de ordenamiento territorial en todos los niveles de gobierno, que procuren la defensa del medio, en particular de zonas con vegetación nativa ambientalmente sensibles, etc. (iii) Para el desarrollo económicos, procurar el desarrollo y usos alternativos, estratégicos y sostenibles que propendan al respeto del patrimonio natural. (iv)

Protección de la biodiversidad, particularmente de las especies y variedades endémicas y nativas; (v) Recuperar, si fuere del caso, así como preservar y proteger la agro diversidad y el patrimonio genético del país.”

En Ecuador se desarrolla desde el año 2007 el Plan Nacional para el Buen Vivir que se ha ido actualizando hasta llegar al tercer apartado (2013-2017). Este plan contempla un conjunto de doce objetivos que tienen la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador. El primordial es llegar a ser un modelo y referente en América Latina. “Las revoluciones que plantea esta hoja de ruta son: la equidad, el desarrollo integral, la Revolución Cultural, la Revolución Urbana, la Revolución Agraria y la Revolución del Conocimiento. Además, incluye una serie de mecanismos que directa o indirectamente pueden afectar los planes de desarrollo del sector público y el privado, puesto que tiende, entre otros, a minimizar los impactos ambientales, así como a concientizar a la población de la necesidad de iniciar emprendimientos económicos que sean amigables con la naturaleza.” (PNBV, 2013-2017)

El Objetivo No. 7 lineamiento No. 7.9 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 (PNBV) establece de manera obligatoria:

“Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta, el diseño y aplicación de nuevos proyectos que impulsen la conciencia colectiva y la educación de la población en el tema de la sostenibilidad ambiental es primordial. El fomentar la capacitación, formación y comunicación acerca de estos temas tanto en la ciudadanía como en el ámbito educativo es sin duda una preocupación y exigencia latente del nuevo gobierno.” (PNBV, 2013, Lineamiento No. 7.9)

El Estado ecuatoriano tiene como objetivo fundamental la construcción de un país igualitario y con objetivos del Buen Vivir para una convivencia armónica entre la sociedad, la naturaleza y la economía.

La Secretaría de Ambiente, órgano del Ministerio de Ambiente del Ecuador, en conjunto con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito ha creado manuales para la correcta utilización de material, dividiéndolo en desecho no reutilizable, material reciclable y desechos peligrosos. Existen normas que deben ser cumplidas al momento de la manipulación, transportación y almacenamiento de materiales reciclables. Por ejemplo, la Ordenanza Metropolitana No. 332, artículo No. 93, establece que los gestores ambientales tienen la obligación de presentar un informe de todas las actividades referentes a la gestión de residuos, es decir justificar el manejo, almacenamiento y transportación de estos desechos.

Es por esta razón que la motivación para realizar proyectos innovadores que capten la atención ciudadana y especialmente de los niños y niñas de nuestro país es importante, esto significará la educación temprana, oportuna y precisa para tratar la eliminación discriminada de desechos y crear una cultura de reutilización de los mismos.

- **Educación ambiental en Ecuador**

La UNESCO (1997) define a la educación ambiental como un proceso que tiene como objetivos crear conciencia ambiental, el compromiso y la reafirmación de valores para realizar acciones responsables que consigan el uso adecuado de los recursos y un desarrollo sostenible de los mismos. Según Perales y García (1999) la educación ambiental se ha convertido en un punto fundamental a implementarse dentro del currículo escolar. A pesar de esto las instituciones educativas no han tomado estas recomendaciones como una base fundamental del desarrollo de los estudiantes, debido, entre otras razones, a la falta de recursos e información sobre el tema. Por esto se debe impulsar su integración curricular para el éxito en los proyectos e implantación de políticas ambientales en las instituciones conformadas por todos los públicos.

El Ministerio de Educación del Ecuador incluyó dentro de los planes y programas educativos a la educación ambiental como eje transversal según el acuerdo ministerial 2188 de abril de 1995 y su Reforma en 1998. A pesar de esto la innovación del currículo no es suficiente pues es necesario cambiar la visión y las prácticas de enseñanza y aprendizaje a través de nuevas formas de llegar a la conciencia ambiental de nuestro público meta.

Esta educación va de la mano con la comunicación ambiental, en la que los mensajes emitidos por los canales correctos permiten crear una verdadera conciencia acerca de estos temas. Según Van Riel (1997) la comunicación ambiental está direccionada a crear una estrategia, motivando a los stakeholders y comprometiéndolos a participar activamente en cualquier acción comunicativa. (Van Riel, 1997 en SME informe anual de la Asociación para la Educación, 1991)

Los Ministerios de Ambiente, Educación y los Municipios en todo el Ecuador, han ejecutado proyectos que comprenden el cuidado del ambiental, mas su impacto no ha sido el esperado según los datos del Ministerio de Ambiente en el registro oficial de actividades de reciclaje. Por esta razón existen colectivos, empresas privadas y personas naturales dedicadas a la expansión de este tema mediante herramientas innovadoras.

Para concluir, es importante decir que la educación ambiental en nuestro país está en una fase inicial, pues aunque se realizan proyectos e iniciativas gubernamentales y municipales, no se ha logrado pasar de la recolección de material reciclable y no se ha generado un impacto verdadero y, en especial, un cambio de actitud en las personas. Es trascendental generar espacios en la educación acerca de la reutilización de estos materiales, para así lograr completar el proceso de las 5 erres y fomentar la verdadera y adecuada reutilización del material al crear una verdadera conciencia ambiental en nuestros niños y que sean el vector principal para llegar a sus hogares y difundir los proyectos.

2.4 IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE MATERIAL RECICLABLE EN ACTIVIDADES DE PRIMER AÑO DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA

“La música siempre ha desempeñado un papel importante en el aprendizaje y la cultura, pudiendo llegar a influir en costumbres, pensamientos y emociones”. (Kaffa, 2011, p. 63) La utilización de la música como canal de comunicación para niñas y niños, puede resultar satisfactoria y enriquecedora al momento de desarrollar sus capacidades intelectuales, creativas y motrices e innovar la manera de transmitir los mensajes comunicacionales dentro del sistema educativo y, especialmente, en la educación básica.

En nuestro entorno estamos rodeados de mensajes musicales que asimilamos de manera rápida y con agrado. Por lo tanto, crear instrumentos musicales con material reciclado fomenta en los niños un apego a los mismos, al tiempo que se desarrollan sus destrezas creativas y motrices, facilitando el trabajo del docente.

La música y el reciclaje son aspectos importantes en la vida de las personas. Por un lado, la música es un canal comunicativo impresionante que apela a las emociones y crea un apego inmediato a quien agrada. Por otro, el reciclaje crea una conciencia de cuidado ambiental hacia todo lo que nos rodea y permite que desarrollemos y avancemos como seres pensantes y sociales.

La importancia del uso del material reciclable a temprana edad radica en el apego que se crea y la naturalidad con la que los niños manipulan los materiales; conocer desde corta edad que todo tipo de material seguro puede ser reutilizado evita el desperdicio de los mismos; además, el uso de la música como recurso interactivo capta mucho más la atención de los niños estimulándolos a conocer más y a involucrarse en diversos proyectos.

2.4.1 Materiales para la creación de instrumentos musicales

Rogelio Fernández (2009) al tratar el tema del material reciclable de mayor accesibilidad, seguridad y funcionalidad para crear instrumentos musicales, señala que el papel periódico, el cartón, el plástico, los restos de madera, las cuerdas, la tela, entre otros similares, ofrecen a los estudiantes de educación básica múltiples y variadas posibilidades para realizar objetos de diversa índole dentro del ámbito musical y permiten desarrollar sus habilidades y creatividad. Es importante destacar que estos materiales, además son de uso cotidiano, económicos y fácil manejo.

En la educación es de vital importancia identificar los materiales adecuados, especialmente si se trata de niños de primeros años de educación básica. Como lo indica el Ministerio de Educación del Ecuador en su guía para la elaboración y uso de recursos didácticos para educación básica, es importante potenciar el desarrollo de los niños en etapas tempranas creando, elaborando y permitiendo la expansión del conocimiento a través de diferentes recursos lúdicos, pedagógicos e innovadores. Para la elaboración de estos recursos didácticos se utilizan materiales del aula de clase, además de elementos que el docente encargado crea pertinente según la actividad y su objetivo.

No existe un lineamiento, manual, ni guía que especifique científicamente cuáles son los materiales idóneos para la manipulación por parte de niños de primer año de educación general básica. El proceso del reciclaje es un tema nuevo y solo se diferencia por lógica los materiales de desecho, reutilizables y materiales peligrosos que no pueden ser manipulados por niños como lo son objetos corto punzantes, vidrio y latas.

3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES DE RUMIPAMBA

3.1 HISTORIA DE LA INSTITUCIÓN

La *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba* es parte de la Congregación de los Sagrados Corazones de Jesús y de María y de la Adoración Perpetua del Santísimo Sacramento del Altar, nace en Francia durante los años 1800, sus fundadores son: Enriqueta Aymer de la Chevalerie y José María Coudrín.

Esta Institución surge como una extensión del Colegio *Sagrados Corazones* ubicado en el centro de la ciudad de Quito; se construyó dentro de la hacienda Rumipamba en las faldas del volcán Pichincha y, desde sus inicios estuvo direccionada a brindar la mejor educación humano-cristiana a la comunidad de los alrededores. Durante años ha sido reconocida como una de las mejores instituciones religiosas de nuestro país, debido al sinnúmero de actividades que realiza para la formación integral tanto de sus docentes como de sus estudiantes. Parte de su misión es la formación holísticamente a niños y jóvenes para que generen juicios de valor propio, la preparación en todo lo referente al ámbito académico y en la práctica del amor a la naturaleza como creación de Dios.



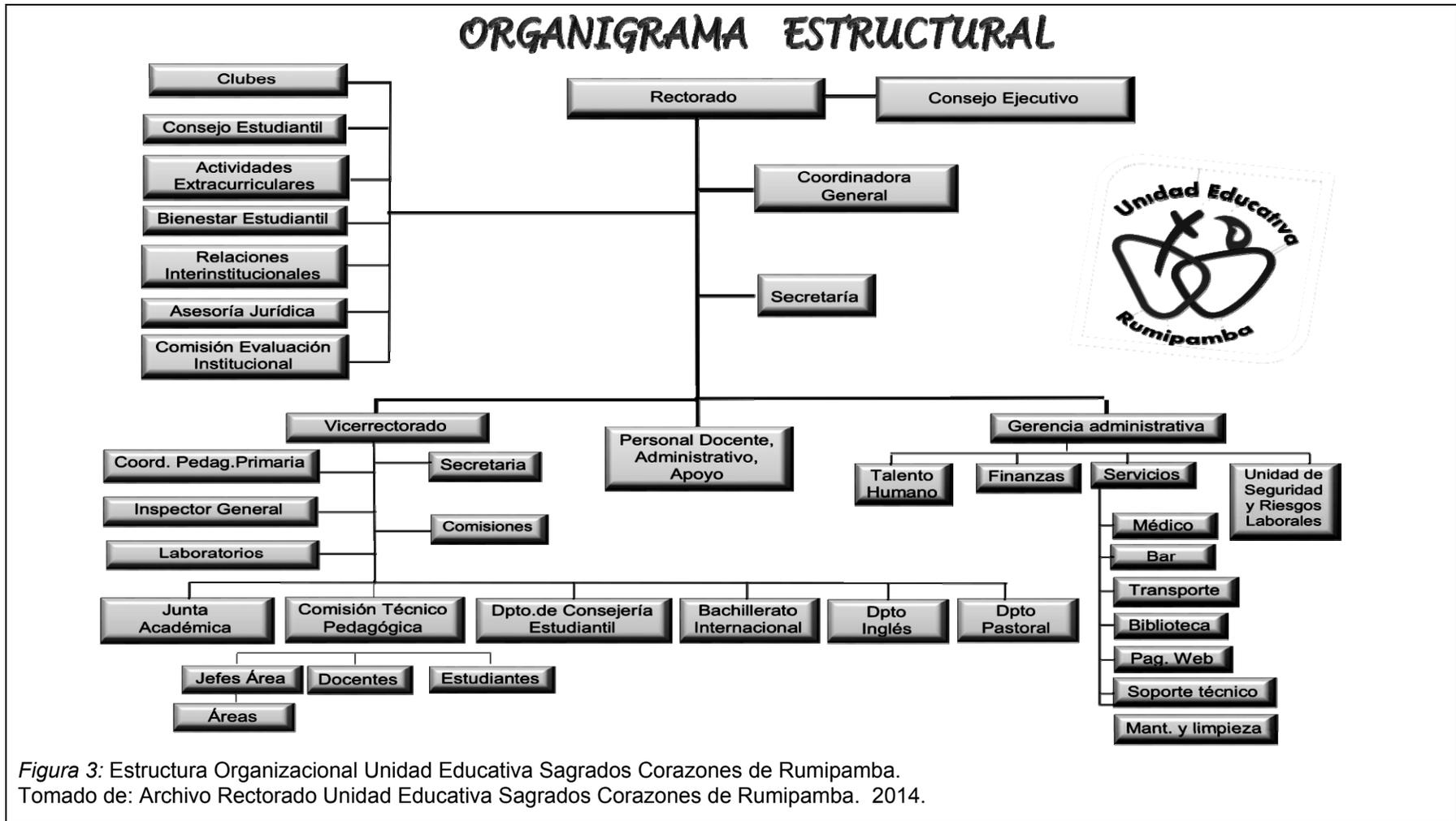
Figura 2: Fachada Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba.
Tomado de: Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba, s.f.

Ha sido reconocida como una de las mejores instituciones educativas religiosas para mujeres. Sin embargo, con las nuevas reformas del Ministerio de Educación del gobierno actual, la Unidad Educativa ha dado un cambio radical al convertirse en una institución mixta, y dirigida no por un religioso sino por un laico, el Msc. Marco Duque.

Frente a estos nuevos cambios la Institución experimentó cambios internos, tanto en estructura como en su filosofía institucional. La importancia de la formación religiosa sigue siendo su eje fundamental, pero el integrar nuevos proyectos ha permitido expandir esta visión y desarrollar a los estudiantes en diversos ámbitos como los son el deporte, la cultura, el cuidado del medio ambiente y la acción social.

La Institución cuenta con una estructura organizacional que se muestra en la siguiente figura:

3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Como se detalla en la Figura No. 2 la Institución cuenta con 5 autoridades principales: Hermana Superiora General, Rector, Vicerrectora y Coordinadora Pedagógica de la sección primaria e Inspector General, ellos son los gestores y quienes toman las decisiones. Su Rector a la cabeza el Msc. Marco Duque, comenzó a trabajar en el año 2012 y ha implantado un nuevo modelo pedagógico y de convivencia debido al cambio que surgió cuando la Institución pasó de ser femenina a una mixta.

Las principales autoridades están conformadas por:

- Rector: Msc. Marco Duque
- Hermana Superiora General: Madre Leini María Ferrín
- Vicerrectora de la sección secundaria: Msc. Cecilia Calle
- Coordinadora Pedagógica de la sección básica: Madre Laura Domínguez
- Inspector General: Lic. Marlon Vásquez

Además, la Institución cuenta con aproximadamente 70 docentes: 3 en la sección inicial, 21 en la sección de primaria (1ro a 7mo año de Educación General Básica) y 46 en la sección secundaria (1ro a 3ero de Bachillerato General Unificado)

En cuanto a la infraestructura la Institución cuenta con amplias y modernas instalaciones entre las que se destacan su teatro de eventos culturales, dentro de este se realizan todas las actividades artísticas que desarrolla el colegio. Además, el colegio cuenta con diversos auditorios tanto en la sección básica como secundaria. En estos los estudiantes reciben charlas, conversatorios, exposiciones además de ser un espacio en donde se pueden plasmar trabajos realizados por los mismos. Los estudiantes cuentan con todos los materiales necesarios como iluminación, sonido y ambientación ya adecuado dentro de estas instalaciones. Las diversas áreas verdes y sus amplios espacios en canchas y patios permiten el desarrollo de diversas actividades deportivas y

culturales fuera de las aulas, motivo por el cual el colegio las realiza permanentemente para el desarrollo holístico de sus estudiantes.

3.3 IDENTIDAD INSTITUCIONAL

3.3.1 Visión

La Institución tiene la visión de generar obras educativas dentro de los próximos cinco años que lideren y consoliden la gestión educativa. Siempre tomando en cuenta el Carisma Sagrados Corazones, el cual oferta una formación holística, humanística, excelencia académica, tecnológica e innovadora, impulsando el buen vivir, desde el acompañamiento a todos los actores de la comunidad educativa, como respuesta a los desafíos de la sociedad en constante cambio.

3.3.2 Misión

De igual manera la misión estipula que la Institución es una de las obras Educativas de la Congregación Religiosa de los Sagrados Corazones de Jesús y de María, que evangeliza y educa a la niñez y adolescencia ecuatoriana, trabajando en red, inspirados en la pedagogía de Jesús y en el Carisma: Contemplar, vivir y anunciar el amor misericordioso de Dios, desarrollando convicciones sólidas, la experiencia de Dios, el espíritu de familia, la calidad y la calidez, la defensa por la vida, la capacidad de servicio y el compromiso solidario por los más necesitados de la sociedad.

3.4 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

En cuanto a la filosofía corporativa la Institución prioriza un modelo pedagógico con un enfoque cognitivo-constructivista, que centra su accionar en la persona humana como protagonista de su propio aprendizaje, capaz de transformar la realidad a la luz de la Pedagogía de Jesús, del Carisma y de la Espiritualidad

Sagrados Corazones, potenciando el ser, el saber y el hacer para construir la cultura de la Justicia, de la Paz y del Buen Vivir, esto se estipula dentro de la página web de la Unidad Educativa y es difundido dentro de la misma como requisito indispensable de conocimiento dentro de la Institución.

La Unidad Educativa se ha preocupado desde sus inicios por crear una imagen a partir de su filosofía, esta es coherente con sus principios y las principales iniciativas. En cuanto al cuidado del medio ambiente la Institución mantiene una firme filosofía que consiste en crear un ambiente propicio para toda la comunidad, respetando siempre a todos los recursos naturales y seres vivos. Parte de su filosofía es el tener en cuenta que toda la comunidad educativa es responsable de las actividades de cuidado al medio ambiente para lo cual se ha creado una comisión de reciclaje y medioambiente en la cual se trabajan estos temas y se plantean proyectos durante todo el año lectivo.

3.4.1 Experiencias con reciclaje

La Institución en su afán de crear conciencia del cuidado del medio ambiente y fortalecer un entorno sostenible para toda la comunidad educativa, ha creado la Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente que se encuentra conformada por 10 docentes de la unidad educativa. Su principal objetivo es el de motivar a los estudiantes dentro y fuera del aula a realizar acciones conscientes con el medio que los rodea.

Para comunicar el sinnúmero de actividades que realiza esta comisión se han creado espacios de difusión en los minutos cívicos de la Institución, a través de charlas dentro de las aulas y mediante la publicación en carteleras y herramientas digitales.

La Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente trabaja guiada por el proyecto operativo anual (POA) realizado al iniciar el año lectivo y en el que participan todos los miembros de la comunidad educativa. Plantea nuevos proyectos,

estrategias y acciones a desarrollar en cuanto al cuidado del ambiente dentro de la Institución.

Hasta el momento se han realizado campañas internas que han sido productivas, pero aún hace falta crear un hábito responsable por parte de los estudiantes especialmente, según Gina Remache encargada de la comisión.

Los proyectos que se han realizado generan impacto al tener incentivos para los estudiantes como fue el organizado por el Municipio Metropolitano de Quito: *CIMA KIDS*. Además se desarrollan actividades internas como desfiles de modas con material reciclado y la creación de basureros recolectores con botellas. Hasta el momento no se han presentado propuestas que impulsen la creación de instrumentos musicales a partir del material reciclado, mas la comisión se encuentra abierta a nuevos proyectos y a la espera de nuevas ideas que impulsen el cuidado al entorno y la educación ambiental de toda la comunidad educativa.



Figura 4: Basureros a base de material reciclado de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba impulsado por la Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente.

3.5 MANEJO COMUNICACIONAL CON EL PÚBLICO DE LA INSTITUCIÓN

Los procesos comunicativos dentro de la Institución están guiados por el carisma filosófico: “Contemplar y Vivir el amor redentor de Dios”, este guía toda actividad hacia el buen vivir. Existe una estructura comunicativa descendente ya que las instrucciones se proporcionan desde las autoridades para que tanto empleados como estudiantes conozcan y realicen las actividades que les han sido asignadas. A pesar de esto, la comunicación no se centraliza en las autoridades pues los docentes y comisiones designados en cada departamento son de vital importancia en la toma de decisiones y el cumplimiento de metas institucionales. Este modelo, aceptado por docentes y estudiantes, está guiado por el manual de convivencia y las leyes y códigos que protegen los derechos y deberes de estos públicos.

Además, los principales canales y herramientas comunicacionales dentro de la Institución están manejados por la Comisión de Comunicación e Imagen Institucional, encargada principalmente de velar porque los procesos de comunicación se efectúen de manera óptima dentro y fuera de la Institución para llegar positivamente a sus públicos internos y mixtos. La principal preocupación de la Comisión es realizar la planificación en cuanto a las políticas comunicacionales en la Institución, manuales de comunicación y de generar un Plan Operativo Anual que determina todas las estrategias y acciones comunicacionales como lo son las campañas institucionales, eventos y actualizaciones periódicas de las herramientas de comunicación interna. La gestión de la página web, principal fuente de información en la Institución, es de vital importancia al encontrarse en ella información relevante para el público interno y mixto. Además, la creación de la plataforma virtual *Academiun* es en la actualidad la principal fuente de información para el público mixto o padres de familia; en dicha plataforma este público tiene acceso a todo tipo de información referente al desempeño de los estudiantes.

El Comité responsable del manejo comunicacional dentro de la Institución está conformado por profesores de sistemas y la especialidad Sociales, con la colaboración de estudiantes, principales gestores de los proyectos impulsados por las comisiones internas.

El manejo comunicacional dentro de la Institución se ha desarrollado en los últimos años, actualizándose según los cambios que esta ha tenido. El hecho de convertirse en una institución mixta impulsó un nuevo modelo comunicacional pues el entorno se tornó diferente y las necesidades de los públicos cambiaron. Para esto la implementación de chats se ha vuelto una herramienta importante e innovadora al momento de hablar de comunicación. Igualmente se potencian cada vez más las herramientas digitales por el apego mostrado por los públicos, convirtiéndose en una necesidad al momento de transmitir información relevante. Este caso es notorio, en especial, en los primeros años de educación general básica en donde la comunicación con el público mixto es primordial para el cumplimiento de objetivos tanto de los alumnos como de la Institución.

4. CAPÍTULO IV. INVESTIGACIÓN

4.1 OBJETIVOS

4.1.1 Objetivo General

Generar una propuesta comunicacional para fomentar el uso de material reciclable en la creación de instrumentos musicales por parte de la comunidad educativa de primer año de Educación General Básica de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar el conocimiento del público mixto sobre la utilización de materiales reciclables en la creación de instrumentos musicales.
- Establecer estrategias comunicacionales a través de una campaña de comunicación para la promoción del uso de materiales reciclables en la creación de instrumentos musicales.
- Difundir el uso adecuado de instrumentos musicales con material reciclable en los públicos de la Institución.

4.2 MÉTODO Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1 Método

4.2.1.1 Método analítico lógico

Mediante este método logramos descomponer al fenómeno en sus partes más pequeñas para poder identificarlas y analizarlas. En cuanto al plan propuesto se analizará las estructuras como el reciclaje y educación ambiental, la música

como canal de comunicación y las campañas de comunicación. El método analítico lógico permitirá analizar detalladamente dichas estructuras para plantearnos las estrategias y acciones adecuadas dentro del plan propuesto.

4.2.1.2 Enfoque Metodológico

El enfoque cuantitativo brindará datos estadísticos precisos y reales sobre la problemática del objeto de estudio. Para ello se aplicaron técnicas como la encuesta a docentes y padres de familia.

En cuanto al enfoque cualitativo se aplicarán entrevistas estructuradas a expertos y directivos de la institución con el fin de profundizar los conocimientos en el tema de reciclaje, música y la creación de dichos instrumentos. Además de un taller participativo con los niños de primer año de Educación General Básica en el que la observación y anotación de los aportes de los niños es fundamental para la investigación.

4.2.2 Alcance

4.2.2.1 Estudio Evaluativo

Este es de gran importancia durante toda la investigación ya que comprende el estudio de políticas, leyes, estatutos, reglamentos, decretos, acuerdos, resoluciones, lineamientos, malla curricular y campañas comunicacionales, referentes al tema reciclaje realizadas con anterioridad en la Institución Educativa y las instituciones públicas reguladoras como el Ministerio de Educación y el Ministerio de Ambiente.

4.2.2.2 Estudio Proyectivo

El alcance que tiene la investigación es proyectivo ya que se propone realizar una propuesta de campaña comunicacional para fomentar el uso de material

reciclable en la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba* con el fin de crear instrumentos musicales, durante 10 meses. Este tipo de investigación también podrá ser aplicada para otras instituciones educativas con el mismo interés de implementar campañas comunicacionales que fomenten el cuidado al medio ambiente.

Se realizará un estudio Correlacional ya que se busca conocer la relación existente entre las diferentes categorías o variables. Esta herramienta es la más apropiada para la investigación ya que nos permite analizar la relación existente entre el buen manejo de las herramientas comunicacionales, la reutilización de materiales, la creación de instrumentos musicales con dichos desechos e identificar los comportamientos de nuestro público frente a esta problemática, de esta manera se diseñará una propuesta de campaña de comunicación que concientice a directivos, docentes, padres de familia y estudiantes sobre el buen uso de los desechos y la reutilización de los mismos.

Al existir variables relacionadas con procesos comunicacionales serán estudiadas con un enfoque Exploratorio, Explicativo y Descriptivo:

4.2.2.3 Estudio Exploratorio

“Los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Sampieri, 2008, p. 47). Dentro de la preinvestigación se realizará el estudio del entorno, la cantidad de material reutilizado y el tipo de educación ambiental que se imparte actualmente en la institución de estudio.

4.2.2.4 Estudios Explicativos

Este tipo de estudio se utilizará en la preinvestigación para explicar los fenómenos físicos y sociales, es decir exponer por qué la clase de música se limita a la enseñanza de un número limitado de instrumentos musicales y

plantear la posibilidad de aprovechar material reciclable como materia prima para la elaboración de instrumentos musicales.

4.2.2.5 Estudio Descriptivo

Utilizaremos este tipo de estudio en la preinvestigación de manera que podamos conocer los fenómenos sociales, psicológicos, sociológicos, legales y culturales de los niños, docentes, padres de familia y autoridades, para de esta manera identificar los detalles, variables, herramientas y propiedades que debemos estudiar y aplicar dentro de la investigación. Se trabajará directamente con un grupo de personas (alumnos de primer año de Educación General Básica, padres de familia, directivos de la Institución, docentes de Educación General Básica, docente experto en temas musicales y representantes del MAE y MEC) para especificar sus características, experiencias y preferencias.

4.3 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

4.3.1 Población

La investigación se realizará dentro de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba* de la ciudad de Quito con las siguientes poblaciones:

- **Población No. 1:** 60 estudiantes de 1er año de Educación General Básica (EGB).
- **Población No. 2:** 21 docentes de Educación General Básica (1ero a 7mo de EGB)

Además es fundamental realizar una investigación al público mixto de la Institución, conformado por:

- **Población No. 3:** 60 padres de familia de los niños de primer año de EGB (1 representante por alumno)

También se realizará una investigación a las principales cabezas de la Institución y al público externo, con el fin de profundizar los conocimientos en cuanto al tema musical y ambiental para la correcta elaboración de la propuesta comunicacional, se trabajará con las siguientes poblaciones:

- **Población No. 4:** 3 Directivos
- **Población No. 5:** 3 Expertos:
 - Asesora del Ministerio de Educación: Mireya Cepeda.
 - Asesor Ministerial del Ministerio de Ambiente: Daniel Barragán.
 - Manager y fundador del grupo de percusión *Tomback* y del ensamble juvenil *Golpe Urbano*, Diego Miño.

4.3.2 Muestreo

La población objeto de estudio está integrada por los estudiantes de primer año de Educación General Básica, principales directivos de la Institución, docentes de Educación General Básica (1ro a 7mo de EGB) de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*, padres de familia de primer año de Educación General Básica (1 representante por alumno), docente experto en temas musicales y manager fundador del ensamble de percusión *Tomback* y el grupo juvenil *Golpe Urbano*, además de asesores del Ministerio de Ambiente (MAE) y Ministerio de Educación (MEC)

- Para la población de estudiantes se aplicará un estudio no probabilístico por contexto, en el que se aplicará un taller participativo con toda la población.

- Para la población de padres de familia y docentes se aplicará un censo mediante un estudio no probabilístico por contexto, y en el que la población es menor a 100 personas.
- Se realizarán entrevistas estructuradas a los 3 directivos de la institución.
- Para la población externa a la institución educativa se realizará un Panel de expertos que comprenderá la aplicación de entrevistas estructuradas a cada uno de los miembros.

4.3.3 Muestra

Al ser un muestreo no probabilístico por contexto, la muestra a aplicar es un censo tanto para estudiantes, padres de familia, directivos, docentes y públicos externos (experto musical y representantes de las instituciones públicas), cuya población individual no supera las 100 personas, razón por la cual la muestra no aplica.

4.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

4.4.1 Documental

Se recopilará información que sustente y sea relevante para la investigación. Se utilizarán las fuentes secundarias como libros, revistas, informes técnicos, diarios y periódicos que contengan investigaciones o noticias sobre el empleo de material de reciclaje en la creación de instrumentos musicales.

Se acudirá también a fuentes secundarias de información como archivos, bibliotecas de diferentes universidades e instituciones de la ciudad de Quito.

En el proyecto se utilizará internet, páginas web y documentación para la justificación y el desarrollo de la investigación, solo de sitios confiables y verificables.

4.4.2 Técnicas de Campo

En esta técnica se utilizarán entrevistas estructuradas y los talleres participativos.

- **Población No. 1:** se realizará un taller participativo con los estudiantes de primer año de Educación General Básica con el objetivo de conocer su interés en cuanto al tema reciclaje, la manipulación de los materiales para la creación de instrumentos musicales y su motivación para participación en la campaña. En el taller se realiza una actividad lúdica con la colaboración de docentes y autoridades de la institución. Las categorías de investigación que se tomarán en cuenta son: interés de los estudiantes en participar de campañas de reciclaje, interés en la construcción de instrumentos musicales, recepción de mensajes comunicacionales.
- **Población No. 2:** se realizará encuestas a los docentes de la Institución para conocer el interés en la realización de una campaña comunicacional interna con tema de reciclaje y las limitaciones comunicacionales que se puedan presentar. Las categorías de investigación que se tomarán en cuenta son: los canales comunicacionales utilizados en campañas internas, conocimiento sobre el tema reciclaje, reutilización de material dentro del aula de clase, instrumentos musicales realizados dentro del aula, la motivación a los estudiantes para la participación de campañas y apoyo a nuevos proyectos.
- **Población No. 3:** para la población mixta (padres de familia de primer año de Educación General Básica) se realizarán encuestas con el fin de conocer su apertura hacia el proyecto, su conocimiento sobre las actividades vinculadas a la manipulación de material reciclable, conocimiento sobre la creación de instrumento musical a partir de este y disposición a colaborar con la propuesta.

- **Población No. 4:** se realizará entrevistas a los directivos para conocer el interés acerca de la realización de una campaña comunicacional interna con tema de reciclaje y las limitaciones comunicacionales que puedan existir. Las categorías de investigación que se tomarán en cuenta son: los canales comunicacionales utilizados en campañas internas, conocimiento sobre el tema reciclaje y reutilización de material, apertura para realizar campañas y nuevos proyectos.
- **Población No. 5:** para la población externa se realizará un panel de expertos en el que se efectuarán entrevistas estructuradas a cada uno de los miembros con el fin de identificar las ventajas de utilizar a la música como canal de comunicación efectivo en la propuesta comunicacional, conocer sus experiencias y la metodología utilizada en cuanto al tema de la creación de instrumentos musicales a base de material reciclable con niños de la ciudad de Quito y de conocer los lineamientos y currículos para la correcta implementación de la propuesta comunicacional dentro de las aulas de clase de primer año de Educación General Básica de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*.

4.5 SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1: Matriz Categórica

TEMA DE TRABAJO DEL TITULACIÓN: Campaña de comunicación interna para fomentar el uso de material reciclable en la creación de instrumentos musicales en 1er año de Educación General Básica. Caso Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba.				
VARIABLE	DIMENSIONES DE LA VARIABLE	ELEMENTOS DE LA DIMENSIÓN	QUE QUIERO SABER DE LOS ELEMENTOS DE LA DIMENSIÓN	OBJETIVO AL QUE RESPONDE
COMUNICACIÓN INTERNA	PROCESO DE LA COMUNICACIÓN	Tipo de comunicación	adecuado manejo de la comunicación	1
		Canales comunicacionales internos	canales utilizados en la institución para comunicar a sus públicos	1
		Herramientas comunicacionales internas	herramientas utilizadas en la institución para comunicar a sus públicos	1
		Mensajes comunicacionales internos	mensajes utilizados en la institución para comunicar a sus públicos	1
		Planificación Estratégica	conocimiento de una planificación estratégica para realizar estrategias comunicacionales	1
	PUBLICOS	Público Interno	papel que juega el publico interno en cuanto a estrategias comunicacionales de la institución	1
		Público Mixto	papel que juega el publico mixto en cuanto a estrategias comunicacionales de la institución	1
		Comportamiento de los públicos	impacto causado en los públicos por las campañas de reciclaje realizadas en la institución	1
	CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Campañas públicas de reciclaje exitosas	conocimiento de la existencia de campañas publicas de reciclaje	1
Campañas institucionales de reciclaje		conocimiento de la existencia de campañas institucionales de reciclaje	1	
RECICLAJE	USO DE MATERIAL RECICLABLE	Diferenciación de los materiales reciclables	conocimiento del público sobre la diferencia entre material reciclable y no reciclable	1
		Tipología de materiales reciclables	conocimiento de los tipos de material reciclable	1
		Entes gubernamentales responsables de los reglamentos	conocimiento de los lineamientos establecidos por entes gubernamentales en cuanto a reciclaje	1
		Beneficios medioambientales del conocimiento del tema reciclaje	noción de los beneficios que comprende el conocimiento del tema reciclaje para el medioambiente	1
	MATERIALES RECICLABLES EN LA EDUCACION BASICA	Materiales seguros para uso en educación básica	conocimiento sobre los materiales que deben ser usados por niños de 1er año de básica para reciclaje	1
		Proyectos institucionales con materiales reciclables	conocimiento y participación en proyectos institucionales enfocados en el uso de material reciclable	1
		Uso de reciclaje a temprana edad	conocimiento sobre los beneficios de la manipulación y conocimiento del reciclaje a temprana edad	1
	COMUNICACIÓN Y RECICLAJE	La Educomunicación	conocimiento sobre la Educomunicación y sus beneficios	1
		Educación ambiental en Ecuador	medios como se realiza la educación ambiental en las instituciones	1
INSTRUMENTOS MUSICALES	CONSTRUCCION DE INSTRUMENTOS MUSICALES	Tipos de instrumentos que se pueden crear	comprensión de los instrumentos adecuados para ser manipulados por niños de 1er año	1
		Metodología para la construcción de instrumentos musicales	conocimiento de la correcta construcción de instrumentos musicales con material reciclable en 1er año	1
		Colectivos o campañas existentes en América Latina que realizan este trabajo	conocimiento de el trabajo de los colectivos y campañas en América Latina	1
		Colectivos o campañas existentes en el país que realizan este trabajo	conocimiento de el trabajo de los colectivos y campañas en el país	1
		Interés y compromiso en el proyecto	disposición a trabajar y apoyar proyectos con el tema reciclaje	1
		Beneficios del desarrollo musical en niños a temprana edad	conocimiento de los beneficios del desarrollo musical en niños a temprana edad	1

NUMERO DE OBJETIVO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
1	• Determinar el conocimiento del público mixto sobre la utilización de materiales reciclables en la creación de instrumentos musicales.
2	• Establecer estrategias comunicacionales para la promoción del uso de materiales reciclables en la creación de instrumentos musicales.
3	• Difundir el uso adecuado de instrumentos musicales con material reciclable en los públicos de la Institución.

Tabla 2: Matriz Categórica - Elementos de la dimensión

CONOCIMIENTO SOBRE LOS ELEMENTOS DE LA DIMENSIÓN	PREGUNTAS	PUBLICO
Conocimiento del público sobre la diferencia entre material reciclable y no reciclable	¿Conoce usted cuales son los materiales que se pueden reciclar? Detalle los materiales que conozca.	PADRES Y DOCENTES
	¿Enseña a sus estudiante/ hijos a reconocer los materiales reciclables y no reciclables dentro del aula de clase/ en casa?	PADRES Y DOCENTES
	De los medios presentados ¿Cuál de ellos ha tenido mayor impacto en usted al momento de informar sobre la diferenciación del material reciclable?	PADRES Y DOCENTES
Conocimiento de los tipos de material reciclable	¿Con qué frecuencia usa los contenedores de la manera adecuada?	PADRES Y DOCENTES
Conocimiento de los lineamientos establecidos por entes gubernamentales en cuanto a reciclaje	El uso de tachos diferenciados ¿es una disposición de cada institución, del municipio o del Estado?	PADRES Y DOCENTES
Noción de los beneficios que comprende el conocimiento del tema reciclaje para el medioambiente	¿Considera que mejorar el conocimiento respecto a reciclaje va a impactar directamente en el medioambiente?	DIRECTIVOS / EXPERTOS
Comprensión de los instrumentos adecuados para ser manipulados por niños de 1er año	¿Qué materiales reciclables son adecuados para ser manejados por niños de primer año de Educación General Básica?	EXPERTOS
	De estos materiales ¿cuáles considera seguros y fáciles de usar por sus hijos? /Alumnos?	PADRES Y DOCENTES
Conocimiento de la correcta construcción de instrumentos musicales con material reciclable en 1er año	¿Cuáles instrumentos musicales considera usted que se podrían realizar con material reciclable?	PADRES Y DOCENTES /EXPERTOS
	¿Se han presentado propuestas que tengan que ver con la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable con niños de primer año de Educación General Básica anteriormente? ¿Cuáles han sido?	DIRECTIVOS
	¿Ha construido instrumentos musicales a partir de material reciclable? ¿Cuáles han sido?	PADRES Y DOCENTES
Conocimiento de el trabajo de los colectivos y campañas en América Latina	¿Conoce colectivos sociales o agrupaciones musicales que realicen música a partir de material reciclable? ¿Cuáles?	PADRES Y DOCENTES /EXPERTOS
Conocimiento de el trabajo de los colectivos y campañas en el país	Nombre la agrupación ecuatoriana que realiza música de percusión a partir de material reciclable	PADRES Y DOCENTES /EXPERTOS
Disposición a trabajar y apoyar proyectos con el tema reciclaje	¿Cuál sería su disposición para apoyar una campaña de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable con sus hijos?/ baja, media, alta	PADRES
	¿Cuál sería su disposición para trabajar junto a sus alumnos en una campaña de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable ?/ baja, media, alta	DOCENTES
	¿Cuál sería su disposición para apoyar una campaña de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable?	DIRECTIVOS / EXPERTOS
Conocimiento de los beneficios del desarrollo musical en niños a temprana edad	¿Qué beneficios trae el impulsar proyectos que vinculen el reciclaje y la música a temprana edad?	DOCENTES /EXPERTOS
Conocimiento sobre la Educomunicación y sus beneficios	¿Cómo maneja la comunicación con sus estudiantes al momento de enseñar nuevos proyectos en el aula?	DOCENTES
Medios como se realiza la educación ambiental en las instituciones	¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para abordar el tema de la educación ambiental en la Institución?	DIRECTIVOS Y DOCENTES
	¿Cuáles son los medios de comunicación que se utilizan para difundir esta información?	DIRECTIVOS Y DOCENTES
	¿A quién dirigen esta información?	DIRECTIVOS Y DOCENTES
Adecuado manejo de la comunicación	¿Cree que la comunicación en la institución se la está realizando de forma correcta?	DIRECTIVOS
	¿Quiénes son los que toman las decisiones cuando se proponen nuevas propuestas en la Institución?	DIRECTIVOS / DOCENTES
Canales utilizados en la institución para comunicar a sus públicos	¿Por medio de cuál de los siguientes canales recuerda usted haber recibido información en cuanto a campañas en la Institución?	PADRES Y DOCENTES
Herramientas utilizadas en la institución para comunicar a sus públicos	¿Por medio de cuál de estas herramientas comunicación preferiría usted recibir información referente a campañas en la Institución?	PADRES Y DOCENTES
Mensajes utilizados en la institución para comunicar a sus públicos	¿Cuál es el impacto que han generado en usted los mensajes enviados por la Institución sobre campañas de reciclaje? Positivos / negativos	PADRES Y DOCENTES
	Cree usted que los mensajes utilitos ha sido: claros, entendibles, no sirven	PADRES Y DOCENTES
Conocimiento de una Planificación estratégica para realizar estrategias comunicacionales	¿Cuál es la planificación que se realiza para emprender campañas de reciclaje en la Institución?	DIRECTIVOS
	¿Quiénes son los encargados de elaborar y poner en práctica estos planes?	DIRECTIVOS
	¿Cómo evaluaría la eficacia de estos planes?	DIRECTIVOS
Papel que juega el público Interno/mixto en cuanto a estrategias comunicacionales de la institución	¿Cuál es el papel que juegan los docentes y padres de familia cuando se realizan campañas dentro de la Institución?	DIRECTIVOS
	¿Cómo autoridades qué papel juegan para el cumplimiento de los objetivos de las campañas realizadas en la institución?	DIRECTIVOS
	¿Cuál es el papel que realiza usted con sus niños cuando la Institución propone una campaña de reciclaje?	PADRES Y DOCENTES
Impacto causado en los públicos por las campañas de reciclaje realizadas en la institución	Las actividades de reciclaje realizadas en la institución ¿han modificado comportamiento de los integrantes de su familia respecto a temas de reciclaje?	PADRES Y DOCENTES
	Las actividades de reciclaje realizadas en la institución ¿han modificado comportamiento el comportamiento de los estudiantes en el aula referente al tema de reciclaje?	PADRES Y DOCENTES
Conocimiento de la existencia de campañas públicas de reciclaje	Nombre campañas impulsada por entes gubernamentales en cuanto al tema reciclaje	PADRES Y DOCENTES /EXPERTOS
Conocimiento de la existencia de campañas institucionales de reciclaje	Nombre campañas impulsada por la institución en cuanto al tema reciclaje	PADRES Y DOCENTES

Tabla 3: Matriz de recolección de datos – (Población 1,2,3)

Categorías/ Herramientas	Población 1	Población 2	Población 3	Análisis
	Taller Participativo niños primer año de Educación General Básica Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba	Encuestas Docentes Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba	Encuestas padres de familia Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba	
Comunicación	La información llega a los niños a través de sus tutoras de clase.	Pregunta 12. El 66% de docentes recuerda haber recibido información en cuanto a campañas de comunicación de la institución mediante canales orales, reuniones con los directivos o comisiones, seguido de 16% que lo han recibido vía escrita y 18% por canales digitales.	Pregunta 12. El 63% de padres de familia recuerda haber recibido información en cuanto a campañas de comunicación de la institución mediante canales escritos, es decir circulares, frente a un 37% de información mediante canales digitales.	La información dentro de la institución tanto para el público interno como mixto es del agrado de los mismos a pesar de ser recibido por distintos canales, ya sean estos orales, escritos y digitales.
	El uso de herramientas digitales es de gran utilidad para mantener informados a los niños.	Pregunta 13. El 55% coincide que se ha informado mediante herramientas como las carteleras de la institución seguido de un 25% mediante circulares, reuniones y un 20% mediante email.	Pregunta 13. El 40% coincide que se ha informado mediante herramientas como las circulares, seguido de reuniones 20% y email con un 40%.	Para la población de estudio las herramientas digitales son de gran utilidad a la vez que se refuerzan mediante circulares y reuniones en donde la información se afianza y los mensajes llegan claramente.
	Los mensajes emitidos son entendidos por los niños ya que se utilizan recursos didácticos.	Pregunta 14. El 100% de los encuestados está de acuerdo que los mensajes enviados han sido positivos.	Pregunta 14. El 100% de los encuestados está de acuerdo que los mensajes enviados han sido positivos.	Los mensajes enviados en la institución a sus públicos han sido vistos con gran aceptación considerándolos positivos.
		Pregunta 15. El 72% de encuestados coincide que los mensajes han sido claros frente a un 28% que los considera aceptables.	Pregunta 15. El 60% de encuestados coincide que los mensajes han sido claros frente a un 40% que los considera aceptables.	Los mensajes han sido claros pues ya que para los públicos no existe queja alguna de los mismos a la vez que se los consideran didácticos y de gran desarrollo para el público de niños de la institución.
		Pregunta 4. El 68% de docentes afirman que los medios que han generado mayor impacto en ellos al momento de informarse sobre la diferenciación de materiales ha sido la televisión y campañas institucionales.	Pregunta 4. El 75% los padres de familia afirman que los medios que han generado mayor impacto en ellos al momento de informarse sobre la diferenciación de materiales ha sido la televisión, campañas institucionales, redes sociales y mail.	La televisión y campañas institucionales han resultado un medio eficaz para transmitir la información a los públicos seguido siempre de los medios digitales como apoyo para las mismas.
	El 100% de los niños afirma que se sienten interesados en participar de campañas que realiza la institución.	Pregunta 2. Existe una alta disposición a trabajar en una campaña de reciclaje por parte de los docentes con un 98% a favor y un 2% en contra.	Pregunta 2. Existe una alta disposición a trabajar en una campaña de reciclaje por parte de los padres de familia.	La disposición para trabajar en una campaña de reciclaje por parte de los públicos internos y mixtos es alta y aseguran brindar el apoyo necesario para la misma.
	Los niños de primer año de básica han realizado campañas de reciclaje internas del aula.	Pregunta 16. El papel que juegan los docentes en una campaña de reciclaje con los niños es la de motivar, organizar y dirigir en un 100%.	Pregunta 16. El papel que juegan los padres de familia en una campaña de reciclaje con los niños es la de motivar y apoyar en un 100%.	La motivación y apoyo brindado tanto por parte de los padres de familia como de los docentes ha permitido que se realicen proyectos de aula referente al tema reciclaje con niños de primer año de básica.
	El 100% de niños afirma haber participado de las campañas de reciclaje de la institución más su participación ha sido limitada a la recolección del material.	Pregunta 17. Las campañas realizadas han modificado el comportamiento de los estudiantes ya que según los encuestados en un 90% los estudiantes colocan la basura en su lugar y reusan el material en el aula.	Pregunta 17. Las campañas realizadas han modificado el comportamiento de los estudiantes ya que según los encuestados en un 95% los estudiantes colocan la basura en su lugar, reusan el material e informan sobre el tema en casa.	El comportamiento de los estudiantes se ha visto modificado positivamente debido a la realización de diferentes campañas de reciclaje en la institución, permitiendo conocer la diferenciación del material y la reutilización del mismo.
		Pregunta 20. El 100% de los encuestados nombró la campaña de reciclaje de botellas como la principal campaña realizada dentro de la institución.	Pregunta 20. El 100% de los encuestados nombró la campaña de reciclaje de botellas como la principal campaña realizada dentro de la institución.	La campaña de reciclaje realizada con botellas en la institución es la de mayor recordación por parte de los públicos además de haber sido parte fundamental del desarrollo de los estudiantes a pesar de haberse limitado a la recolección de las mismas y no a su reutilización.
		Pregunta 18. El 95% de los encuestados no conoce sobre campañas gubernamentales de reciclaje, frente a un 5% que nombra la recolección de botellas y baterías como única campaña.	Pregunta 18. El 98% de los encuestados no conoce sobre campañas gubernamentales de reciclaje, frente a un 2% que nombra la recolección de botellas como única campaña.	El desconocimiento acerca de campañas de reciclaje realizadas por entidades gubernamentales es alta recordando solamente la campaña de recolección de botellas que se pidió a las instituciones en forma de concurso como único proyecto.
Reciclaje	El 70% de los niños tiene claro el concepto de reciclaje.	Pregunta 1. El 100% de los encuestados conoce cuales son los materiales que se pueden reciclar y detallan que son: plástico, papel, vidrio, latas, baterías y ropa.	Pregunta 1. El 100% de los encuestados conoce cuales son los materiales que se pueden reciclar y detallan que son: plástico, papel, vidrio, latas, baterías y ropa.	Los públicos conocen cuales son los materiales que se deben reciclar coincidiendo que son: plástico, papel, latas, vidrio, baterías y ropa, la población de niños aún tiene dificultad en reconocer los materiales más el conocimiento general es alto.
	El 80% de niños afirma reciclar en la institución y reconocer los materiales.	Pregunta 3. El 99% de los encuestados dice enseñar a sus estudiantes a reconocer los materiales reciclables mediante videos, charlas y la realización de materiales decorativos con este material frente al 1% que no lo hace.	Pregunta 3. El 70% de los encuestados dice enseñar a sus hijos a reconocer los materiales reciclables mediante práctica y separación del material en casa frente a un 30% que no lo hace.	Los públicos afirman reconocer el material reciclable, practicar y enseñar sobre el proceso de clasificación del mismo.
	Los niños conocen en un 60% como separar los materiales reciclables en los tachos diferenciados.	Pregunta 5. El 90% de los encuestados conocen los tipos de tachos que existen y coinciden en los siguientes: plástico, vidrio, papel, desechos orgánicos, latas, desechos peligrosos, frente a un 10% que no los conocen.	Pregunta 5. El 85% de los encuestados conocen los tipos de tachos que existen y coinciden en los siguientes: plástico, vidrio, papel, desechos orgánicos, latas, desechos peligrosos, frente a un 15% que no los conocen.	La separación del material es aun confuso para la población de niños más para la población de docentes y padres de familia existe un porcentaje alto que afirma conocer los tachos de basura diferenciados.
	Los niños no utilizan adecuadamente los tachos de basura diferenciados..	Pregunta 6. El 85% de los encuestados dice utilizar los contenedores de basura diferenciados de manera frecuente frente a un 10% que siempre los usa y un 5% que nunca los toma en cuenta.	Pregunta 6. El 85% de los encuestados dice utilizar los contenedores de basura diferenciados de manera frecuente frente a un 10% que siempre los usa y un 5% que nunca los toma en cuenta.	Existe un porcentaje alto de la población interna y mixta de la institución que afirma utilizar de manera adecuada los contenedores de basura diferenciados, en cuanto a la población de niños aseguran no utilizar de manera adecuada estos tachos de basura.
	Los niños afirman que se les ha informado que es necesario utilizar estos tachos de manera adecuada.	Pregunta 19. El 50% de los encuestados afirma que la disposición de uso de tachos diferenciados está dictada por el municipio frente a otro 50% que afirma que es una disposición de la institución.	Pregunta 19. El 50% de los encuestados afirma que la disposición de uso de tachos diferenciados está dictada por el municipio frente a otro 50% que afirma que es una disposición de la institución.	No existe claridad acerca de quien ha dictado los lineamientos acerca del uso de tachos diferenciados en las instituciones educativas.
Creación de Instrumentos musicales	El 100% de los niños están interesados en construir instrumentos musicales a base de material reciclado.	Pregunta 8. El 100% de encuestados responden que se pueden crear todo tipo de instrumento musical con material reciclable: tambores, guitarras, maracas, claves, flautas.	Pregunta 8. El 100% de encuestados responden que se pueden crear todo tipo de instrumento musical con material reciclable: tambores, guitarras, maracas, claves, flautas.	El interés para realizar instrumentos musicales a partir de material reciclable es alto a demás de considerar que se puede crear todo tipo de instrumento musical con el mismo.
	El 50% de niños coincide que los materiales seguros para ser utilizados por niños son el papel, cartón y plástico, mientras el otro 50% afirma que ha utilizado latas y vidrio para reusar.	Pregunta 7. Los encuestados coinciden en un 90% que los materiales más seguros para ser utilizados por niños son el papel, cartón y plástico, mientras que el 10% restante considera que también las latas pueden ser utilizadas con supervisión.	Pregunta 7. Los encuestados coinciden en un 95% que los materiales más seguros para ser utilizados por niños son el papel, cartón y plástico, mientras que el 5% restante considera que también las latas pueden ser utilizadas con supervisión.	La población de niños no tiene claro cuales son los materiales que deben o no utilizar para construir instrumentos musicales con material reciclable a pesar de que la población de docentes y padres de familia coinciden que los materiales más seguros son el papel, plástico, cartón y latas si existe supervisión surge el proceso.
	El 80% de niños afirma no haber construido instrumentos musicales a base de material reciclado en el aula ni en casa.	Pregunta 9. El 95% de encuestados respondió no haber construido instrumentos musicales con material reciclable anteriormente con sus alumnos frente a un 5% que ha realizado: maracas, tambores y panderetas.	Pregunta 9. El 95% de encuestados respondió no haber construido instrumentos musicales con material reciclable anteriormente con sus alumnos frente a un 5% que ha realizado: maracas, tambores y panderetas.	El desconocimiento sobre la construcción de materiales reciclables no ha emitido que las poblaciones internas y mixtas de la institución incursionen en el tema a pesar de haberse limitado a trabajos manuales convencionales relacionados.
	El 100% no conoce colectivos que realicen instrumentos musicales con material reciclado en América Latina.	Pregunta 10. El 95% de encuestados afirma no conocer colectivos o agrupaciones sociales que realicen música a partir de material reciclable en América latina.	Pregunta 10. El 100% de encuestados afirma no conocer colectivos o agrupaciones sociales que realicen música a partir de material reciclable en América latina.	Existe un desconocimiento total acerca de colectivos vinculados al tema de la realización de instrumentos musicales a partir de material reciclable.
	El 100% no conoce colectivos que realicen instrumentos musicales con material reciclado.	Pregunta 11. El 100% de los encuestados dice conocer a la Banda Tomback como representante musical con instrumentos musicales.	Pregunta 11. El 100% de los encuestados dice conocer a la Banda Tomback como representante musical con instrumentos musicales.	La banda ecuatoriana de ensamble de tambores "Tomback" es la única que es conocida por la población de docentes y padres de familia mientras que los niños desconocen de la existencia de colectivos o grupos que realicen este trabajo en Ecuador.

Tabla 4: Matriz de recolección de datos – (Población 4)

Población 4			Análisis
Entrevista Msc. Marco Duque	Entrevista Laura Domínguez	Entrevista Gina Remache	
Rector U.E.S.S.C.C Rumipamba	Coordinadora Sección básica U.E.S.S.C.C Rumipamba	Coordinadora Comisión de reciclaje y medio ambiente U.E.S.S.C.C Rumipamba	
El sistema de comunicación evita la improvisación e imprevistos. La comunicación se maneja de manera adecuada, sin embargo siempre es preciso continuar mejorando.	La comunicación interna de la Institución es fluida se manejan muchos medios y canales que dan resultado para la transmisión de la información y la toma de decisiones.	La comunicación en la Institución constituye un elemento esencial para su correcto funcionamiento y juega un papel importante cuando se comunica nueva información.	En la Unidad educativa Sagrados Corazones de Rumipamba se maneja una comunicación bastante fluida entre sus directivos lo cual permite facilitar la toma de decisiones y que la información sea clara.
El área de Ciencias Naturales y la Comisión de Medio Ambiente. Las estrategias se pueden resumir en Concientización, Socialización y Acción.	La Comisión de Reciclaje y Medioambiente maneja todas las propuestas.	Las estrategias que se utilizan principalmente son las de motivación y concienciación.	La motivación, concientización, socialización y acción son las principales estrategias utilizadas por la institución al momento de realizar cualquier propuesta relacionada al medioambiente a la vez de tener una Comisión de Reciclaje que promueve y realiza toda la planificación de los mismos.
Se manejan diferentes canales de comunicación internos y externos, como: - Página Web, Correo Electrónico, Junta Académico, Minutos Cívicos, Sistema de comunicación interna.	Los intercomunicadores de la institución juegan un papel fundamental en la transmisión de la información además de las reuniones con los padres de familia y minutos cívicos.	Los medios de comunicación que se utilizan son: minutos cívicos, diálogos y carteleras.	Los canales de comunicación que permiten una mejor comunicación entre directivos y el público interno y mixto de la institución son los medios digitales actualmente, además de estar apoyados por momentos cívicos en donde se realiza una comunicación directa y oral, además de las reuniones realizadas en cada aula respectivamente.
Por lo general se procura que la Unidad Educativa completa sea destinataria y beneficiaria de la información respectiva.	Se dirige la información a toda la comunidad educativa.	Se dirige la información a toda la comunidad educativa.	La comunicación esta dirigida a toda la comunidad educativa, no se excluye a ningún público.
Las propuestas son recibidas en las instancias correspondientes, las mismas son socializadas en reunión de Consejo de Autoridades.	Dentro de la sección primaria pasan por la coordinación de la educación básica y posteriormente por la junta directiva para ser socializada.	Las autoridades y distintas comisiones.	Para la realización de proyectos presentados por docentes, estudiantes u organizaciones externas se realiza un Consejo de Autoridades en donde se socializa y toma la decisión final con las principales autoridades de la institución.
Existen propuestas más no se les ha dado un verdadero seguimiento y apoyo.	No se han realizado campañas en torno al tema.	No tenemos conocimiento sobre una campaña que realice instrumentos musicales a base de material reciclable en la institución.	No se han realizado campañas referente al tema del reciclaje y la música en la institución pues a pesar de existir varias propuestas no se les ha dado un real seguimiento y apoyo.
La predisposición es máxima para colaborar con propuestas positivas e innovadoras.	Existe apoyo total ya que se realiza una concienciación desde temprana edad.	Existe buena disposición como representante de la Comisión de Reciclaje de la institución.	La disposición para trabajar en nuevos proyectos es total ya que según el nuevo currículo escolar este es un eje fundamental de desarrollo de nuestros estudiantes.
Los principales protagonistas de las campañas son los estudiantes, sin embargo, el entorno que lo conformamos los Administrativos, Personal Docente, Personal de Apoyo y Representantes, somos los responsables de motivar.	Toda la comunidad educativa es participe de las campañas institucionales.	Dependiendo el tipo de campaña pero sin duda los estudiantes, docentes y directivos siempre están inmersos en las campañas.	Al momento de realizar campañas en la institución los principales protagonistas son los estudiantes más siempre cuentan con el apoyo de docentes y directivos para la realización de las mismas, sin embargo aún hace falta interés por parte de todos los involucrados en que las campañas perduren.
Las campañas inician con el diagnóstico, selección de objetivos, definición de responsables, acciones, fechas y la respectiva evaluación; han sido eficaces.	No se ha dado un verdadero seguimiento a la planificación de campañas presentadas dentro de la institución a pesar de haber grandes iniciativas.	Las campañas han sido productivas pero todavía falta crear conciencia ecológica y crear un hábito que en un futuro persista.	A pesar de existir una planificación y comisión responsable de la realización de campañas que vinculan al medio ambiente aún hace falta la creación de una verdadera conciencia y un apoyo real por parte de las autoridades.
El papel que jugamos como autoridades es el de liderazgo positivo y la motivación.	No ha sido preponderante, ha sido un papel pasivo y no ha habido un apoyo directo a los niños. Se han delegado a las comisiones y no ha habido un apoyo real.	La motivación es el principal papel de la Comisión de Reciclaje.	La motivación por parte de las autoridades para que los estudiantes desarrollen una campaña eficiente y eficaz es primordial, más aún hay que trabajar en la colaboración y verdadera participación de los mismos.
Las iniciativas del uso de tachos diferenciados son netamente gubernamentales más cada institución dicta el reglamento de los mismos y la capacitación adecuada.	No tiene conocimiento.	Es netamente gubernamental.	La disposición de el uso de tachos diferenciados en las instituciones educativas es una ordenanza del Municipio de Quito pero cada institución es la responsable de guiar y brindar una verdadera capacitación sobre su uso para todo sus públicos.
La factibilidad de realizar proyectos de reciclaje es totalmente aceptada como autoridades de la institución, el cuidado del medioambiente y desarrollo de nuestros estudiantes en este ámbito es nuestra prioridad.	Es importante pero hace falta poner más énfasis en el tema.	Total el reciclaje juega un papel importante en la conservación del planeta, por lo tanto es fundamental la ejecución de proyectos sobre el tema.	El reciclaje es un tema muy hablado dentro de la institución más hace falta desarrollar proyectos que incrementen la concienciación en el tema y que sean innovadores para que los estudiantes se sientan identificados.
La Comisión de Medio ambiente durante todo el año lectivo ha motivado para la acumulación de botellas plásticas y proyectos de aula sobre	La Comisión de Medio Ambiente y tutoras de ciencias naturales y ciencias sociales.	La Comisión de Medio ambiente en conjunto con las autoridades.	Gracias a la creación de la Comisión de Medioambiente es un paso gigante para la institución pues permite que se desarrolle un verdadera planificación de proyectos.
No se tiene conocimiento sobre colectivos o agrupaciones que realicen este trabajo en el Ecuador y el mundo.	No se tiene conocimiento sobre colectivos o agrupaciones que realicen este trabajo en el Ecuador y el mundo.	No se tiene conocimiento sobre colectivos o agrupaciones que realicen este trabajo en el Ecuador y el mundo.	En la institución no se tiene conocimiento sobre colectivos o agrupaciones que realicen el trabajo de creación de instrumentos musicales a partir de material reciclado con niños especialmente.

Tabla 5: Matriz de recolección de datos – (Población 5)

Categorías/ Herramientas	Población 5			Análisis
	Entrevista Daniel Barragán	Entrevista Mireya Cepeda	Entrevista Diego Miño	
	Asesor Ministerio de Ambiente	Asesora Ministerio de Educación	Experto musical/ Mannager Tomback	
Comunicación	La comunicación es el medio fundamental para todo tipo de relación humana y por ende para tener una adecuada información de como cuidar nuestro entorno.	La comunicación es fundamental al momento de realizar una campaña, el Ministerio toma muy en cuenta el desarrollo del departamento de comunicación como eje fundamental en todas las actividades de la institución.	La comunicación en cualquier ámbito es fundamental, en la música es primordial para la difusión de los mensajes que queremos dar a conocer a la sociedad.	Los expertos coinciden que la comunicación es fundamental para realizar cualquier tipo de actividad de relación humana.
	Se deben manejar herramientas de comunicación innovadoras como medios digitales o medios BTL para captar la atención de la ciudadanía.	Es importante incrementar las horas de arte y educación ambiental, porque así lograremos tener un público que aprecie el ambiente y se identifiquen los talentos.	La mejor herramienta comunicacional que tenemos los músicos es esa, la música y el mensaje que dejamos con ella.	Para los expertos es importante manejar herramientas de comunicación innovadoras en la actualidad como la música o el BTL y medios digitales ya que permiten impactar de mejor forma a los públicos, sobretudo al momento de hablar de campañas que requieran apelar a los sentimientos de las personas.
	Los mensajes son sin duda la clave para lograr una campaña impactante que logre llegar y perdurar en el tiempo.	Para la difusión de las campañas institucionales se utilizan principalmente las herramientas digitales y el canal Educa TV que ha permitido llegar a diversos sectores y sobretudo a niños.		
	Los medios que mejor resultado han dado al momento de comunicar campañas gubernamentales ha sido sin duda la televisión y los medios digitales como Facebook y twitter.	Los mensajes utilizados han tenido buenas respuestas de los públicos hasta el momento las campañas y proyectos han tenido mensajes claros.		
	Las entidades encargadas de el cuidado del ambiente están siempre abiertas a nuevos proyectos que impulsen el tema reciclaje.	El Ministerio está siempre abierto a nuevas propuestas que integren los bloques educacionales planteados en el nuevo currículum.	Se han realizado campañas con niños de la calle como el circo de la calle en los cuales niños y jóvenes utilizaron instrumentos musicales básicos y formaron una banda musical. Esto contó con el apoyo del Municipio de Quito.	El apoyo y apertura a nuevos proyectos por parte de entidades gubernamentales es bastante amplio según lo dicho por los asesores de MAC y MAE respectivamente, además de existir un gran apoyo a campañas por parte de los colectivos que impulsan este tipo de campañas.
	Los Ministerios y entidades gubernamentales responsables juegan un papel fundamental pues ellos dictan los lineamientos y leyes que la gente asimila como verídicos y los aplica.		Las entidades gubernamentales no apoyan completamente proyectos nacionales de música, se han preferido proyectos internacionales vinculados a l el reciclaje.	A pesar de existir apoyo y lineamientos establecidos por entidades gubernamentales para el apoyo de proyectos nacionales se afirma por parte del experto musical que el apoyo es bastante bajo y el trabajo aún no es valorado.
	Se han realizado muy pocas campañas de reciclaje por parte de las entidades gubernamentales sobretudo hablando en el tema educativo, la recolección de botellas tuvo gran alcance más no perduro en el tiempo porque no existió un buen manejo comunicacional de la misma.	Las campañas de reciclaje pueden ser desarrolladas dentro del bloque de arte o ciencias naturales específicamente en las destrezas de medioambiente.	No se conocen muchas campañas de reciclaje, existe inconsistencia en los proyectos.	No se han realizado suficientes campañas por parte de las entidades gubernamentales pues no se le ha dado el adecuado seguimiento ni difusión a las mismas, a pesar de esto se ha generado nuevos proyectos que impulsan a las instituciones a adecuar sus currículos para que giren en torno a ejes fundamentales de desarrollo para los estudiantes entre los que se encuentra, el arte, expresión corporal y el cuidado del medioambiente.
El Ministerio de Ambiente realizó la campaña de la recolección de botellas pero no se conocen sobre otros proyectos y con un fin en particular. Empresas privadas realizan campañas de reciclaje como centros comerciales y Universidades más su difusión es de corto alcance.	El nuevo currículo escolar hace énfasis a la expresión corporal, musical y plástica. Todos los elementos que se quieren trabajar en este nuevo currículo es con material reciclable que genere nuevos comportamientos en niños.			
Reciclaje	Se han realizado encuestas por parte de las instituciones encargadas de medio ambiente en donde se evidencia que la mitad de los quiteños conocen sobre el reciclaje y separación de material. Los materiales son: plástico, papel, aluminio vidrio tetra pack, baterías, llantas, equipos informáticos.	El Ministerio educa en materia de reciclaje y reutilización de material más no se ha hecho una adecuada gestión para llevar a cabo planes y proyectos.	Como músicos hemos realizado una investigación propia acerca de el proceso del reciclaje y el adecuado manejo de materiales para la creación de los instrumentos que nosotros utilizamos.	En cuanto al conocimiento sobre el tema del reciclaje y su proceso los expertos coinciden que existe conocimiento sobre el tema bastante superficial pues no se ha realizado una verdadera capacitación.
	No existe una ley destinada al reciclaje vinculado con la educación, más existen ordenanzas ambientales del Municipio Metropolitano de Quito que delimitan como se debe distribuir el material en los tachos correspondientes dentro de una institución.	Se ha realizado pocas campañas enfocadas a la reutilización de material de parte del Ministerio más se seguirá impulsando.	Los músicos hemos apoyado campañas gubernamentales de reciclaje a partir de la música con conciertos y ayuda en la capacitación en grupos como el creado por la despensa Miño "Golpe Urbano".	Las campañas gubernamentales en cuanto al tema reciclaje no están sustentadas bajo una ley específica que delimite su proceso y capacite a las personas como debería ser su correcta manipulación y posible reutilización motivo por el cual las entidades privadas y colectivos han brindado su apoyo para que este tema genere mayor impacto en la sociedad y se le de real importancia.
Creación de Instrumentos musicales	Es factible realizar una campaña de reciclaje para la creación de instrumentos musicales, existen varios proyectos en la ciudad pero el seguir incentivándolos es importante, solo hay que saber comunicarlo.	Es totalmente factible realizar campañas de reciclaje innovadoras con niños mientras que los materiales sean aptos.	Es factible que un niño maneje material reciclado pero se debe tener en cuenta los materiales que son aptos y la supervisión durante el proceso.	La factibilidad en la realización de un proyecto que abarque a la música como un medio para concienciar y crear apego hacia el tema del reciclaje en niños es alto ya que tanto entidades gubernamentales como expertos en el tema recomiendan su conexión al ser un método innovador y que permite el desarrollo de los ejes establecidos en los currículos escolares actuales para un desarrollo integral de los estudiantes.
	Cualquier tipo de material supervisado, no son superficie es corto punzantes. Papel, cartón, pilas. No hay limitante pero sí debe tener supervisión y apoyo en el uso.	El Ministerio apoya propiciando una educación que respete el ambiente y sobretudo mediante los cambios que se han realizado en el nuevo currículo y disposiciones ministeriales cuando se realizan campañas nacionales.		
	El experto no ha construido instrumentos musicales a base de material reciclable ni conoce sobre su proceso.	El Ministerio no ha impulsado ninguna campaña que integre la construcción de instrumentos musicales con material reciclable.	Existen los proyectos para crear instrumentos musicales con material reciclable más no se ha realizado una verdadera planificación y motivación para ponerlos en marcha.	A pesar de no haberse impulsado campañas de reciclaje vinculadas a la creación de instrumentos musicales con el material anteriormente por parte de entidades gubernamentales y destinadas a la educación, colectivos y empresas privadas como la Despensa Miño han formado agrupaciones musicales que demuestran la factibilidad del manejo de material reciclable por niños y su funcionalidad al momento de realizar música de percusión especialmente.
	El experto desconoce sobre colectivos que realicen este tipo de trabajo.	La banda Tomback es la única que se dedica al trabajo con tachos de basura para generar música.	Existen diversos colectivos que trabajan este tema en América Latina, uno e los más conocidos ahora es Cateura, una sinfónica de instrumentos musicales conformado por niños y jóvenes de Uruguay. *Golpe Urbano nace de una clase de percusión con materiales reciclados para niños de la Despensa Miño, conformado por 15 niños y jóvenes. *Tomback nace hace 15 años con un impulso querer mantener la tradición de tamborileros, implementando material reciclado.	El conocimiento de colectivos que realizan actualmente este trabajo con niños en América Latina no es amplio, inclusive los expertos desconocen sobre su existencia y trabajo más si se descarta la participación de la agrupación "Tomback" como representante de nuestro país en el ámbito musical y con la implementación de materiales reciclables para realizar dicha música, además de el grupo Golpe Urbano quien permite la integración de niños y jóvenes a este proyecto como un ensamble nuevo e innovador.

4.6 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.6.1 Tabulación de resultados

Taller participativo niños primer año de Educación General Básica de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*

Este taller participativo reflejó la situación de la población No. 1. Mediante los resultados obtenidos se ha podido identificar las fallas y aciertos que ayudarán a proponer una campaña acertiva en base a las categorías de investigación.

- **Descripción del taller participativo**

Para la ejecución de este taller se realizó una función de títeres en la que inicialmente se explicó a los niños cuál era el objetivo de la actividad y las reglas de la misma. Posteriormente, se efectuó una actividad lúdica que tuvo como objetivo fundamental bajar la ansiedad de los niños, cantando una canción para dar inicio al taller.

Durante la función de títeres se explicó a los niños la importancia del reciclaje, cómo se debe realizar la separación de materiales y cómo estos pueden servir para desarrollar nuevos proyectos, sobre todo, en el ámbito musical. Como cierre de la actividad se hicieron preguntas sobre el tema planteado para conocer el porcentaje de aceptación y de captación del mismo. Las respuestas de los niños permitieron la retroalimentación sobre el tema concluyendo así la investigación con este público.

La actividad tuvo una duración de treinta minutos, tiempo suficiente para mantener a los niños atentos y sin distracciones.

Conclusiones taller participativo

- La información llega a los niños a través de sus tutoras de clase. Los niños aseguran recibir la información solo por parte de los docentes encargados de cada aula de clase. Además, consideran que el uso de herramientas digitales como correo electrónico, *Whatsapp*, *Academiun* es de gran utilidad para mantenerlos informados y a la vez facilitan la transmisión de información hacia sus representantes.
- Los mensajes emitidos sobre campañas y proyectos internos de la Institución son entendidos por los niños ya que se utilizan recursos didácticos como los trabajos manuales. Estos son de gran importancia para entender temas como el cuidado del medioambiente, principalmente.
- Todos los niños indican estar interesados en participar en las campañas impulsadas por la Institución sobre todo, si estas incluyen trabajos manuales realizados por ellos mismos. Los niños elaboran permanentemente trabajos de esta índole dentro del aula, principalmente de temas relacionados con el reciclaje, pero la construcción de instrumentos musicales se ha limitado a la elaboración de maracas con granos y no se ha hecho una correcta capacitación y concientización del trabajo realizado.
- La totalidad de los niños dicen haber participado de las campañas de reciclaje de la Institución, mas su participación ha sido limitada a la recolección del material. Se realizó una campaña impulsada por el Municipio de Quito en la que la mayor recolección de botellas recibía un reconocimiento de la entidad gubernamental, para lo cual la Institución puso en práctica este proyecto en la que los niños recolectaban botellas traídas desde su hogar, durante todo el año lectivo. El proyecto tuvo éxito, pero se limitó a la recolección y no a la reutilización del material.

- El 70% de los niños dice tener claro el concepto de reciclaje, pero no conocen el proceso de clasificación y reutilización.
- El 80% de niños indica reciclar en la Institución y reconocer los materiales, a pesar de que después de realizar varias preguntas referentes al tema, notamos que hace falta instruir a los niños de manera lúdica mediante un proyecto que facilite su aprendizaje.
- Los niños, en un 60%, dicen conocer como separar los materiales reciclables en los tachos diferenciados, pero no siempre está bien hecho este trabajo y se mezclan desechos con material reutilizable.
- El 50% de estudiantes comenta reciclar en casa, sin embargo, existe inconsistencia en las respuestas: no siempre tienen tachos ni un lugar asignado para diferenciar los materiales.
- El 100% de los niños dicen estar interesados en construir instrumentos musicales a base de material reciclado, el proyecto les parece innovador y sienten la capacidad de desarrollarlo.
- El 50% de niños coincide que los materiales seguros son papel, cartón y plástico, mientras el otro 50% afirma que ha utilizado latas y vidrio para reusar. Hace falta una correcta capacitación en el tema por parte de los docentes y asegurar una guía durante el proceso.
- El 80% de niños indica no haber construido instrumentos musicales a base de material reciclado en el aula de clase ni en casa. Este proyecto no es conocido por ellos a pesar de haber construido maracas con granos y botellas reusadas.
- La totalidad de los estudiantes dice no conocer colectivos que realicen instrumentos musicales con material reciclado en América Latina y en Ecuador.

4.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS

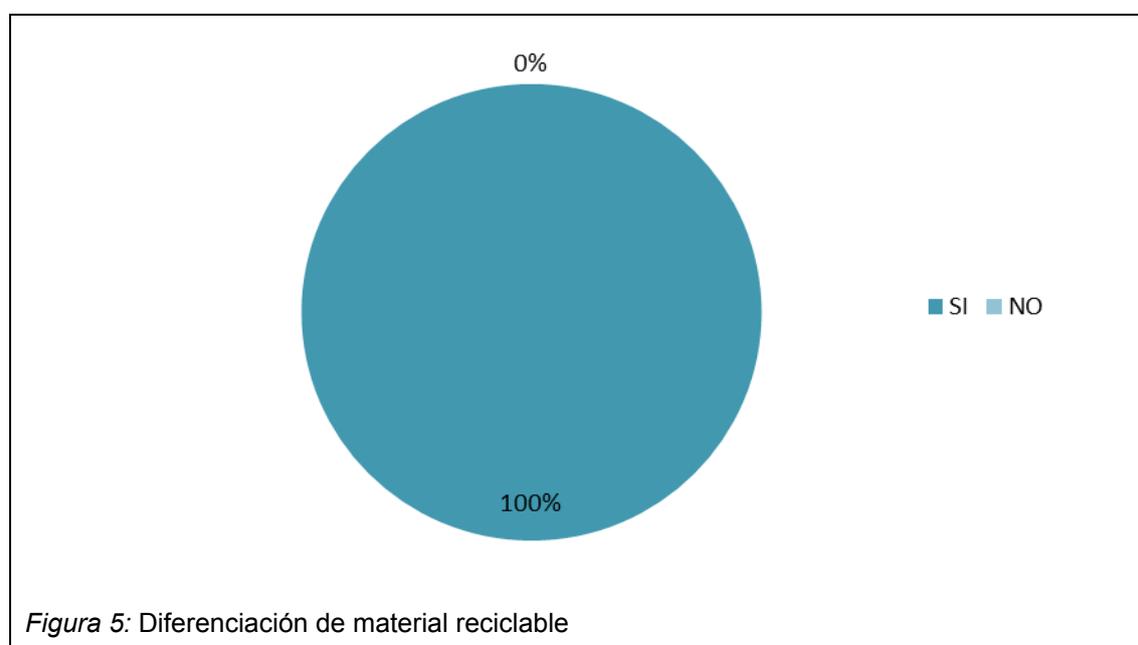
4.7.1 Descripción de resultados encuestas población No. 2: docentes

1. ¿Conoce usted cuáles son los materiales que se pueden reciclar?

Detalle los materiales que conozca.

Tabla 6: Diferenciación de material reciclable

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	21	100%
NO	0	0%

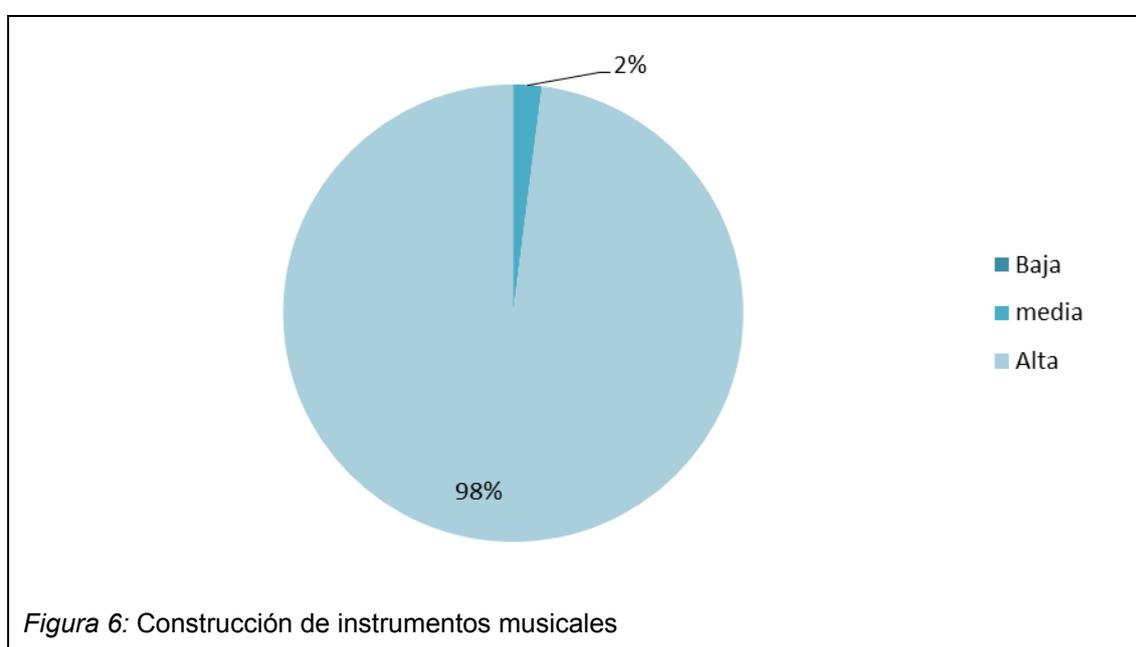


El 100% de los encuestados conoce cuáles son los materiales que se pueden reciclar y detallan que son: plástico en un 50%, papel 20%, vidrio 10%, latas 10%, baterías 10%.

2. ¿Cuál sería su disposición para trabajar junto a sus alumnos en una campaña institucional con el tema de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable?

Tabla 7: Construcción de instrumentos musicales

	Frecuencia	Porcentaje
ALTA	19	98%
MEDIA	2	2%
BAJA	0	0%

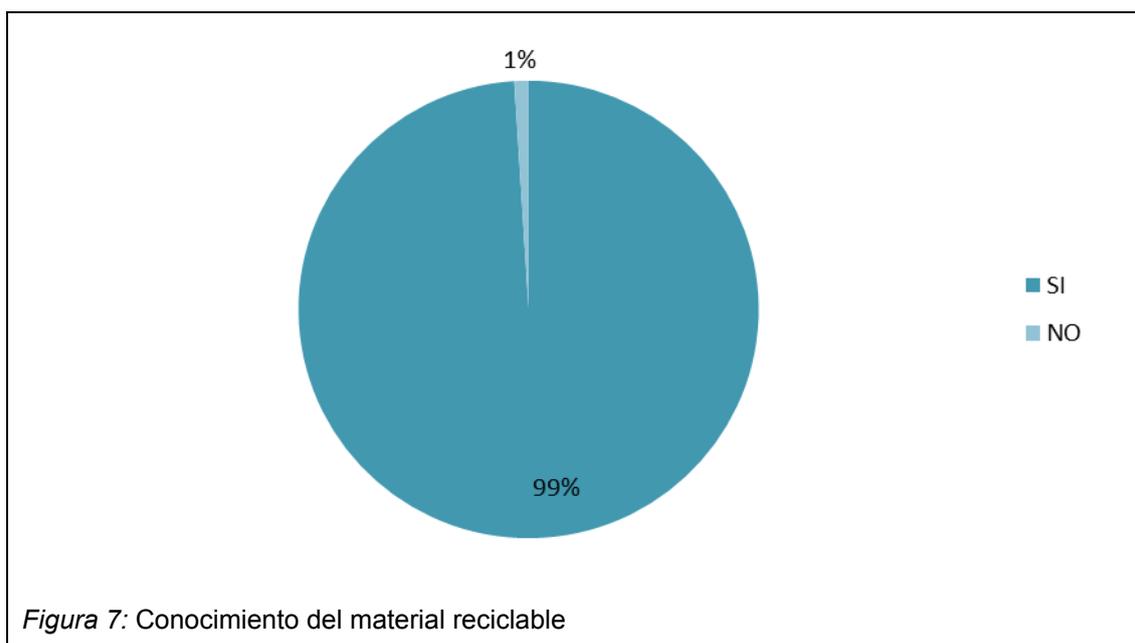


Existe una alta disposición a trabajar en una campaña de reciclaje por parte de los docentes, en un 98% quieren participar de la campaña mientras que un 2% tiene una disposición media.

3. ¿Enseña a sus estudiantes a reconocer los materiales reciclables y no reciclables dentro del aula de clase?

Tabla 8: Conocimiento del material reciclable

	Frecuencia	Porcentaje
SI	21	99%
NO	0	1%

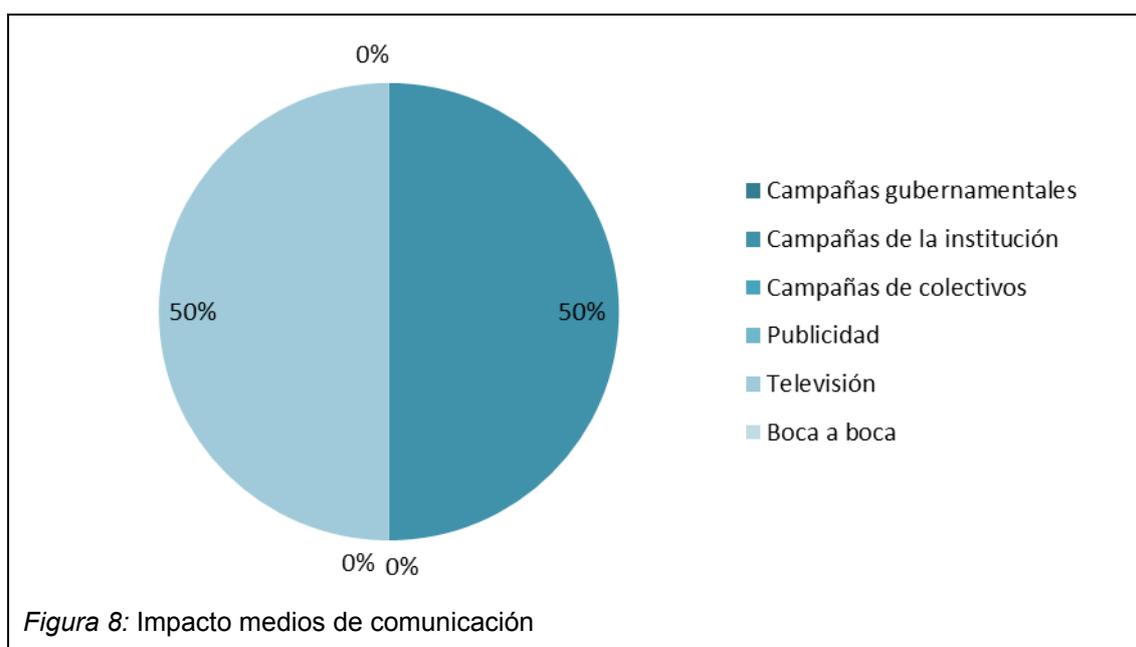


El 99% de los encuestados dice enseñar a sus estudiantes a reconocer los materiales reciclables mediante videos, charlas y la realización de elementos decorativos con estos, mientras el 1% dice no haberlo realizado aún.

4. De los medios que se presentan a continuación ¿cuál de ellos ha tenido mayor impacto en usted al momento de informarle sobre la diferenciación del material reciclable?

Tabla 9: Impacto medios de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
CAMPAÑAS GUBERNAMENTALES	0	0%
CAMPAÑAS DE LA INSTITUCIÓN	10	50%
CAMPAÑAS DE COLECTIVOS	0	0%
PUBLICIDAD	0	0%
TELEVISIÓN	11	50%
BOCA A BOCA	0	0%

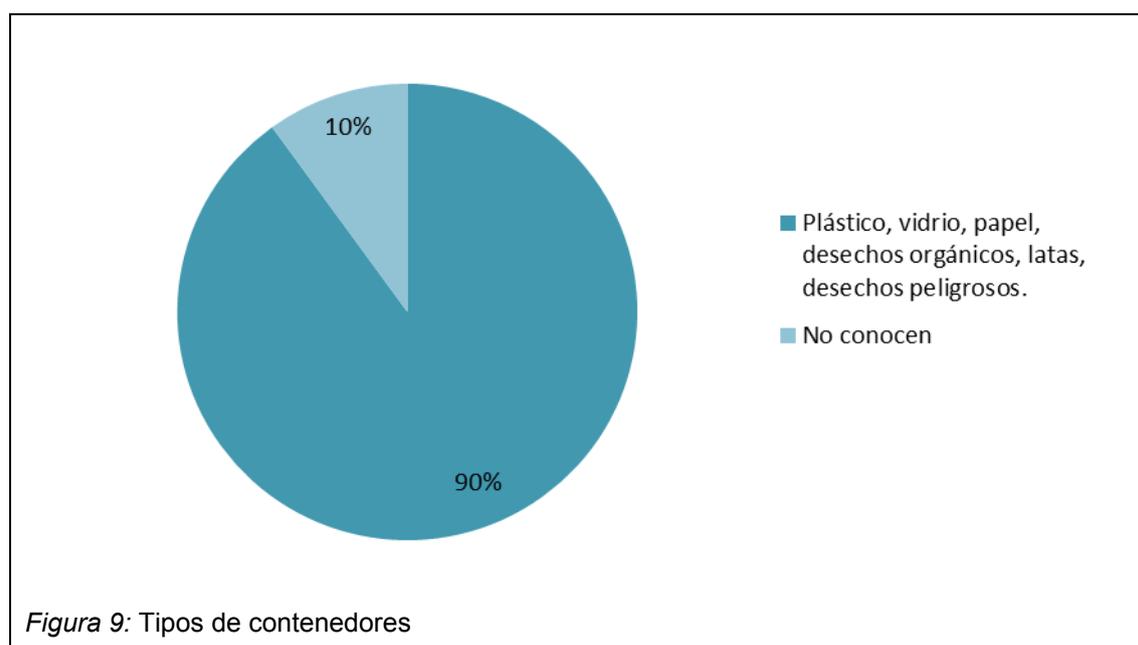


Los docentes afirman que los medios que han generado mayor impacto en ellos al momento de informarse sobre la diferenciación de materiales han sido la televisión y las campañas institucionales en un 50% cada una.

5. Mencione ¿cuáles son los tachos de reciclaje que conoce?

Tabla 10: Tipos de contenedores

	Frecuencia	Porcentaje
PLÁSTICO, VIDRIO, PAPEL, DESECHOS ORGÁNICOS, LATAS, DESECHOS PELIGROSOS.	19	90%
NO CONOCEN	2	10%

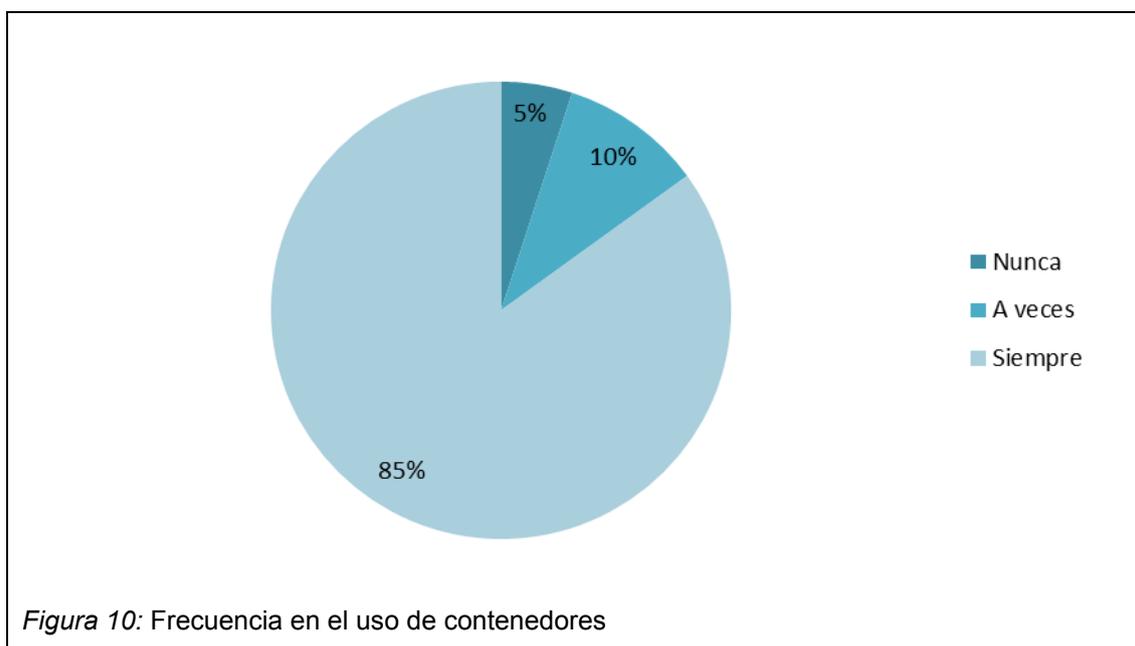


El 90% de los encuestados conocen los tipos de tachos que existen y coinciden en los siguientes: plástico, vidrio, papel, desechos orgánicos, latas, desechos peligrosos, frente a un 10% que no los conocen.

6. ¿Con qué frecuencia usa los contenedores de basura diferenciados de la manera adecuada?

Tabla 11: Frecuencia en el uso de contenedores

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	1	5%
A VECES	18	85%
SIEMPRE	2	10%

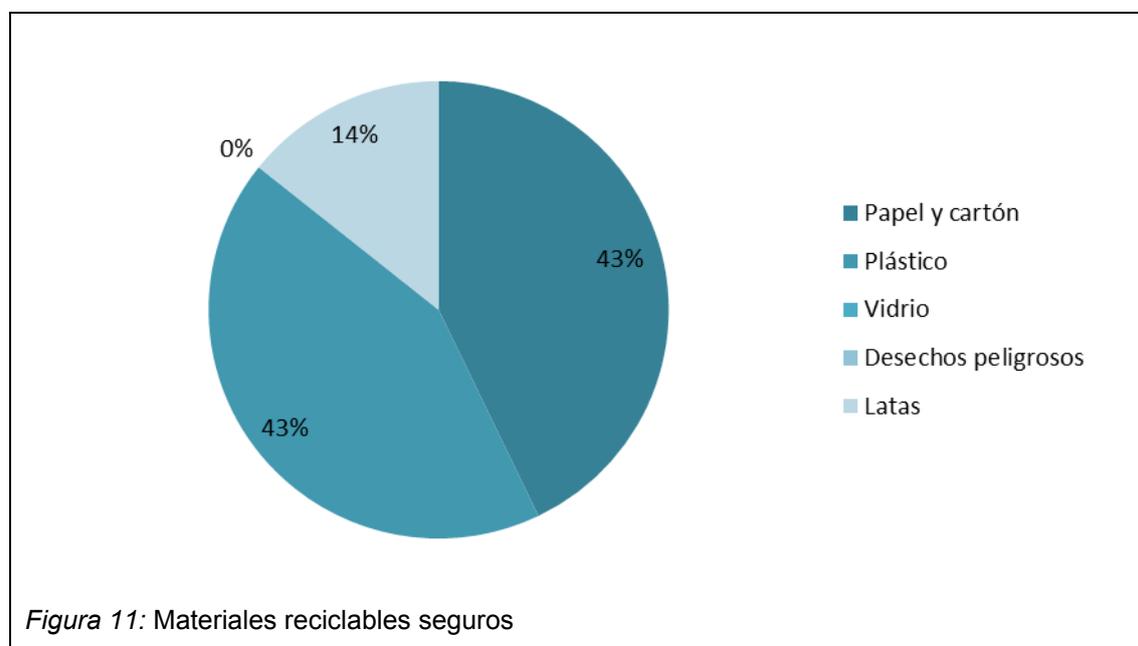


El 85% de los encuestados dice utilizar los contenedores de basura diferenciados de manera frecuente, frente a un 10% que siempre los usa y un 5% que nunca los toma en cuenta.

7. De los materiales a continuación: ¿cuáles considera seguros y fáciles de usar por sus alumnos? Marque con un visto los que considera adecuados.

Tabla 12: Materiales reciclables seguros

	Frecuencia	Porcentaje
PAPEL Y CARTÓN	9	43%
PLÁSTICO	9	43%
VIDRIO	0	0%
DESECHOS PELIGROSOS	0	0%
LATAS	3	14%

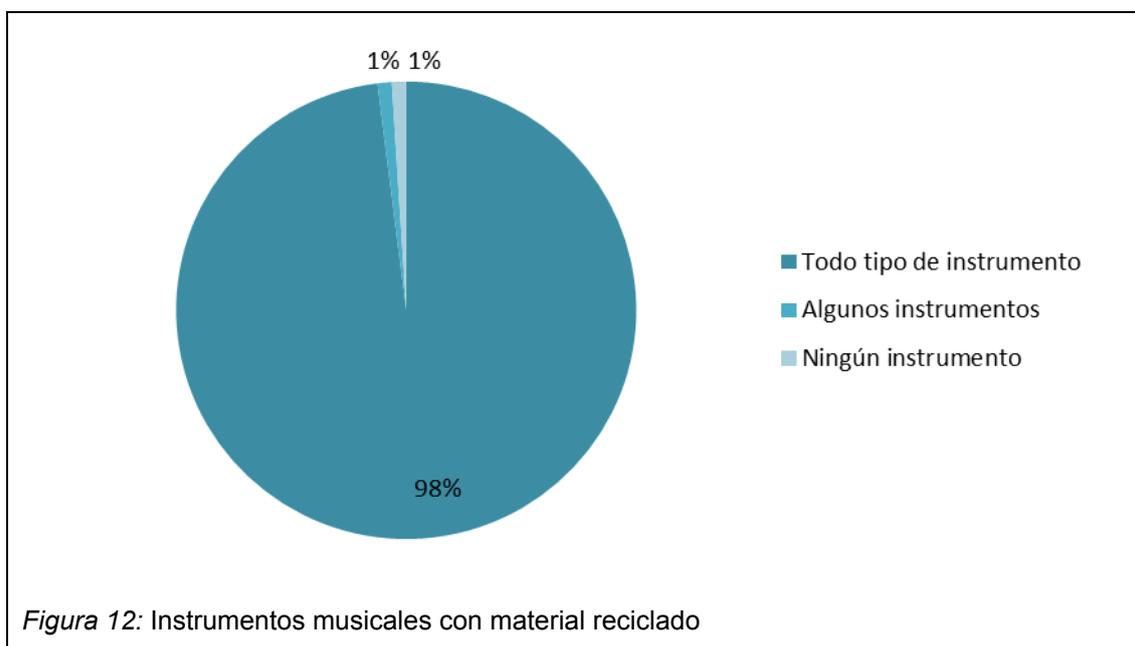


Los encuestados coinciden en un 90% que los materiales más seguros para ser utilizados por niños son el papel-cartón y plástico equitativamente con un 43% cada uno, mientras que el 14% restante considera que también las latas pueden ser utilizadas con supervisión y ninguno cree prudente utilizar los desechos peligrosos y el vidrio.

8. ¿Cuáles instrumentos musicales considera usted que se podrían realizar con material reciclable?

Tabla 13: Instrumentos musicales con material reciclado

	Frecuencia	Porcentaje
TODO TIPO DE INSTRUMENTO	20	98%
ALGUNOS INSTRUMENTOS	0	1%
NINGÚN INSTRUMENTO	0	1%

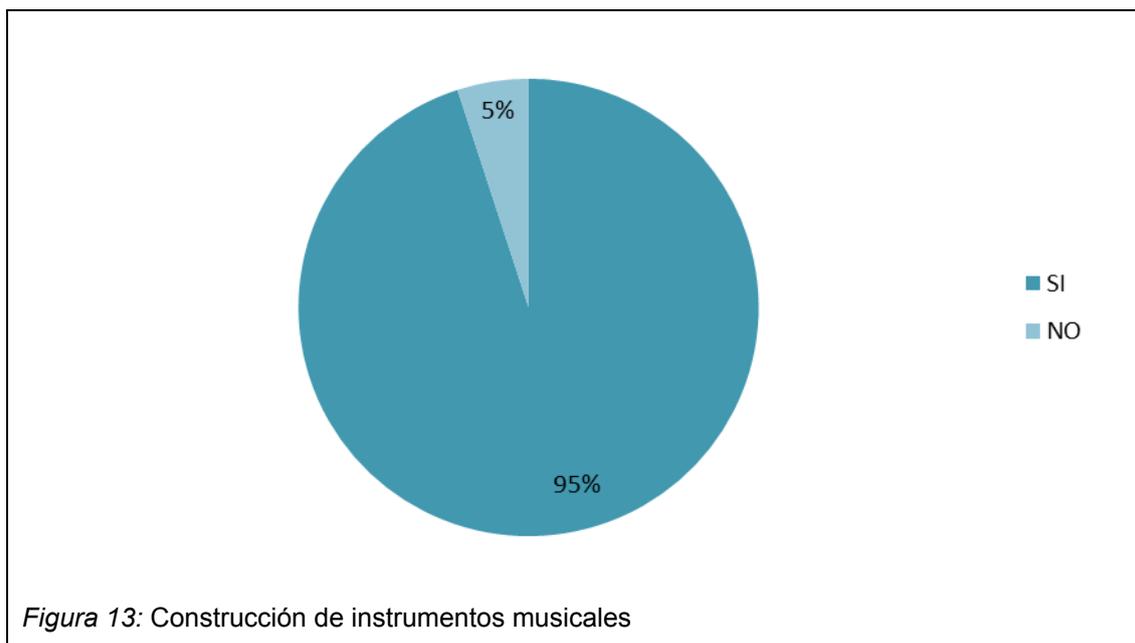


El 98% de encuestados responden que se pueden crear todo tipo de instrumento musical con material reciclable: tambores, guitarras, maracas, claves, flautas.

9. ¿Ha construido instrumentos musicales junto a sus alumnos a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí, ¿cuáles han sido?

Tabla 14: Construcción de instrumentos musicales

	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	5%
NO	20	95%

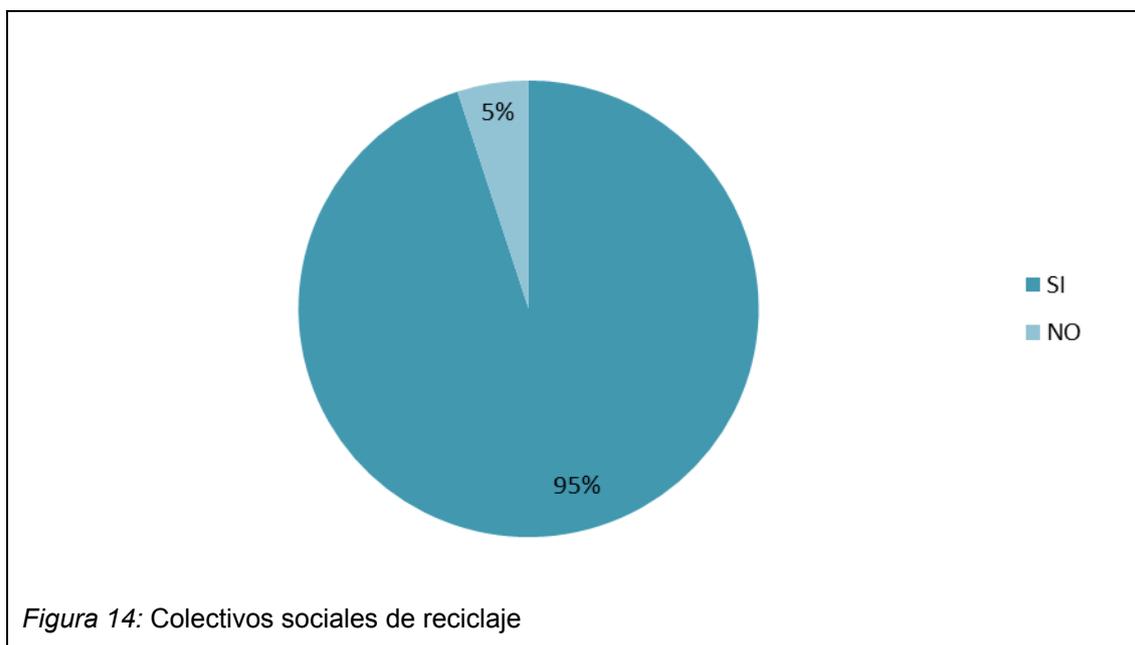


El 95% de encuestados respondió no haber construido con sus alumnos instrumentos musicales con material reciclable, frente a un 5% que coinciden haber realizado: maracas, tambores y panderetas.

10. ¿Conoce colectivos sociales o agrupaciones que realicen música a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí nombre cuáles son estos.

Tabla 15: Colectivos sociales de reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	95%
NO	1	5%

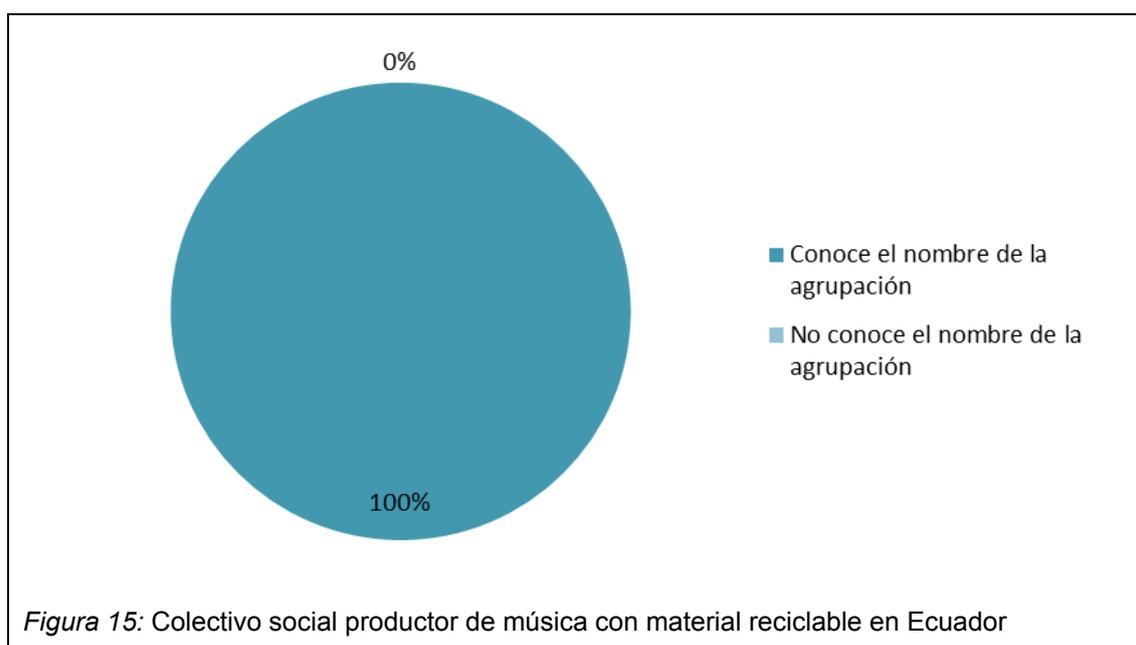


El 95% de encuestados afirma no conocer colectivos o agrupaciones sociales que realicen música a partir de material reciclable en América Latina, frente a un 5% que los conoce.

11. Nombre la agrupación ecuatoriana que realiza música de percusión a partir de material reciclable. Si no la conoce continúe.

Tabla 16: Colectivo social productor de música con material reciclable en Ecuador

	Frecuencia	Porcentaje
CONOCE EL NOMBRE DE LA AGRUPACIÓN	21	100%
NO CONOCE EL NOMBRE DE LA AGRUPACIÓN	0	0%

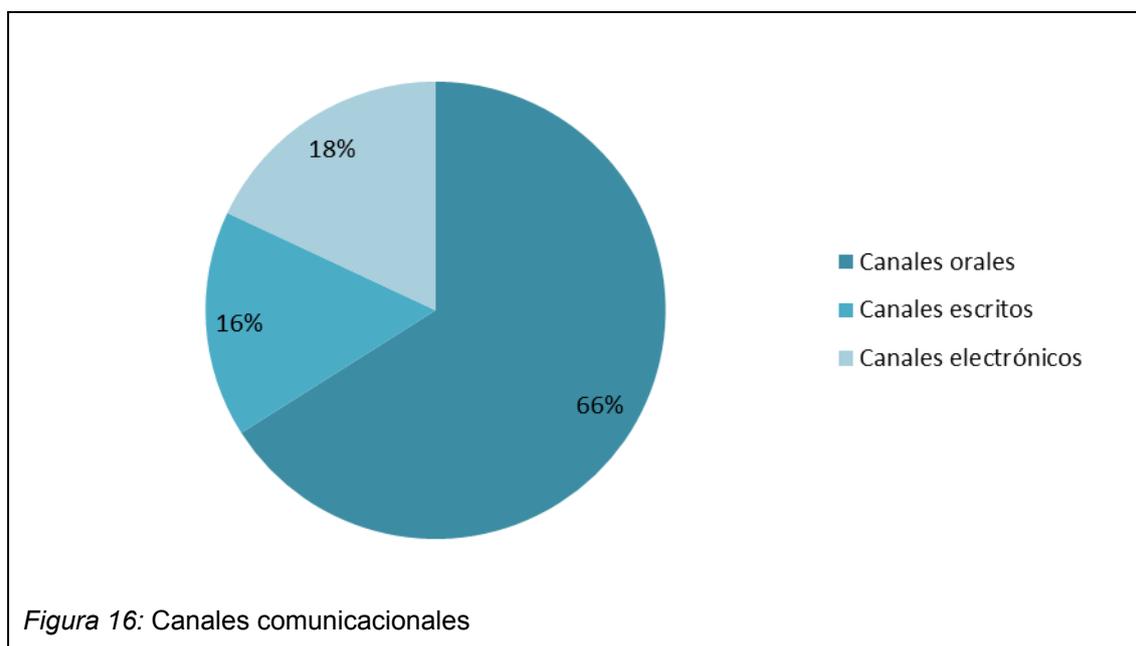


El 100% de los encuestados dice conocer a la Banda Tomback como representante de este tipo de proyectos con instrumentos musicales a base de material reciclable.

12. ¿Por medio de qué canales recuerda usted haber recibido información sobre campañas de comunicación en la Institución?

Tabla 17: Canales comunicacionales

	Frecuencia	Porcentaje
CANALES ORALES	10	66%
CANALES ESCRITOS	5	16%
CANALES ELECTRÓNICOS	6	18%

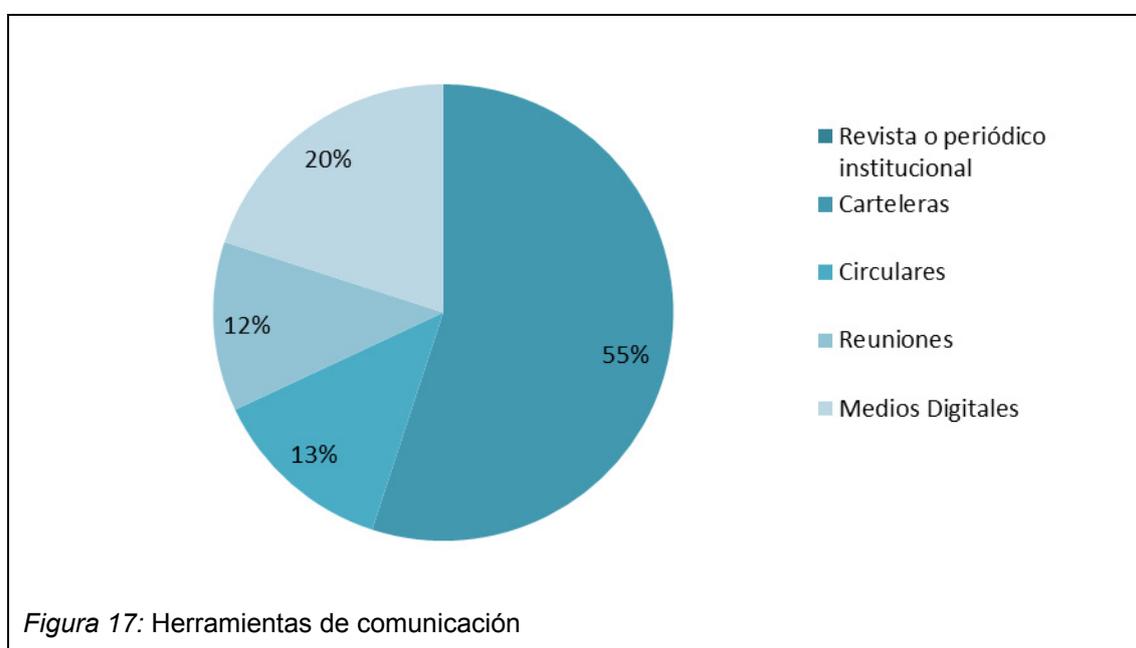


El 66% de docentes recuerda haber recibido información sobre campañas de comunicación de la institución mediante canales orales, reuniones con los directivos o comisiones, seguido de 16% que lo han recibido vía escrita y 18% por canales digitales.

13. ¿Por medio de cuál de estas herramientas de comunicación preferiría usted recibir información referente a campañas en la institución?

Tabla 18: Herramientas de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
LA REVISTA O PERIÓDICO INSTITUCIONAL	0	0%
CARTELERAS	12	55%
CIRCULARES	3	13%
REUNIONES	2	12%
MEDIOS DIGITALES	4	20%

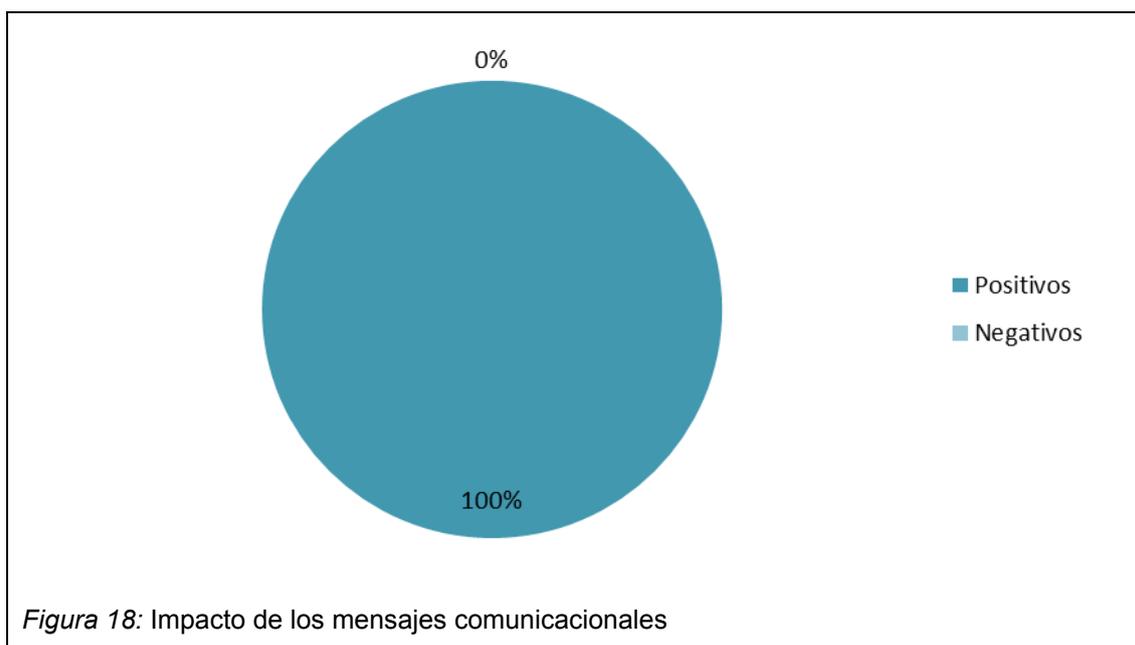


El 55% coincide que se ha informado mediante herramientas como las carteleras de la institución, seguido de un 13% mediante circulares, 12% via reuniones y un 20% a través de correo electrónico.

14. ¿Cuál es el impacto que han generado en usted los mensajes enviados por la Institución sobre campañas de reciclaje?

Tabla 19: Impacto de los mensajes comunicacionales

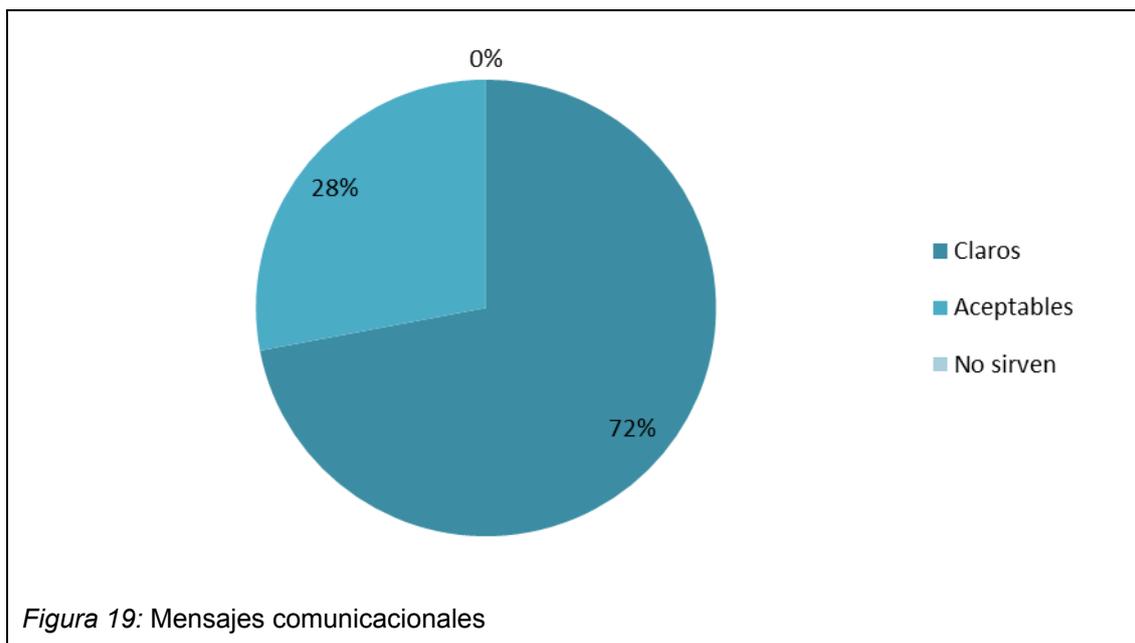
	Frecuencia	Porcentaje
POSITIVOS	21	100%
NEGATIVOS	0	0%



El 100% de los encuestados está de acuerdo que los mensajes enviados en cuanto a campañas de comunicación han sido positivos.

15. Cree usted que los mensajes utilizados han sido:**Tabla 20: Mensajes comunicacionales**

	Frecuencia	Porcentaje
CLAROS	16	72%
ACEPTABLES	5	28%
NO SIRVEN	0	0%

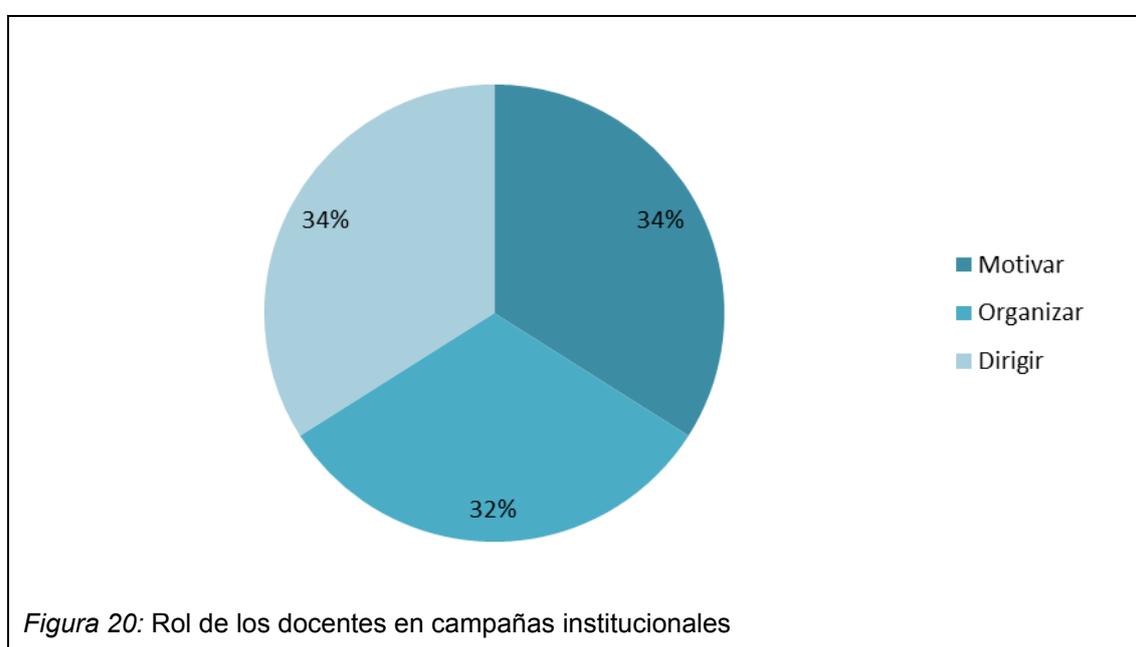


El 72% de encuestados coincide que los mensajes han sido claros, frente a un 28% que los considera aceptables.

16. ¿Cuál es el papel que realiza usted con sus alumnos cuando la Institución propone una campaña de reciclaje? Describa brevemente cuáles han sido sus actividades.

Tabla 21: Rol de los docentes en campañas institucionales

	Frecuencia	Porcentaje
MOTIVAR	7	34%
ORGANIZAR	7	32%
DIRIGIR	7	34%

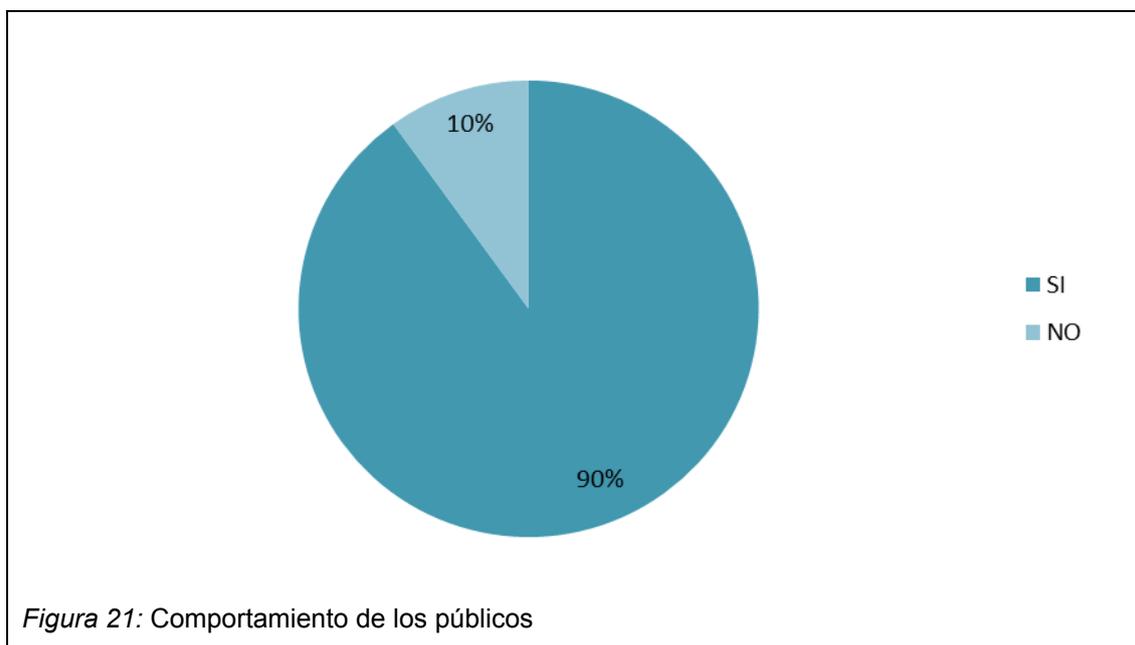


El papel que juegan los docentes en una campaña de reciclaje con los niños es la de motivar 34%, organizar 32% y dirigir en un 34%.

17. Las actividades de reciclaje realizadas en la Institución ¿han modificado el comportamiento de los estudiantes referente a este tema? Si su respuesta es sí ¿de qué forma lo han hecho?

Tabla 22: Comportamiento de los públicos

	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	90%
NO	2	10%

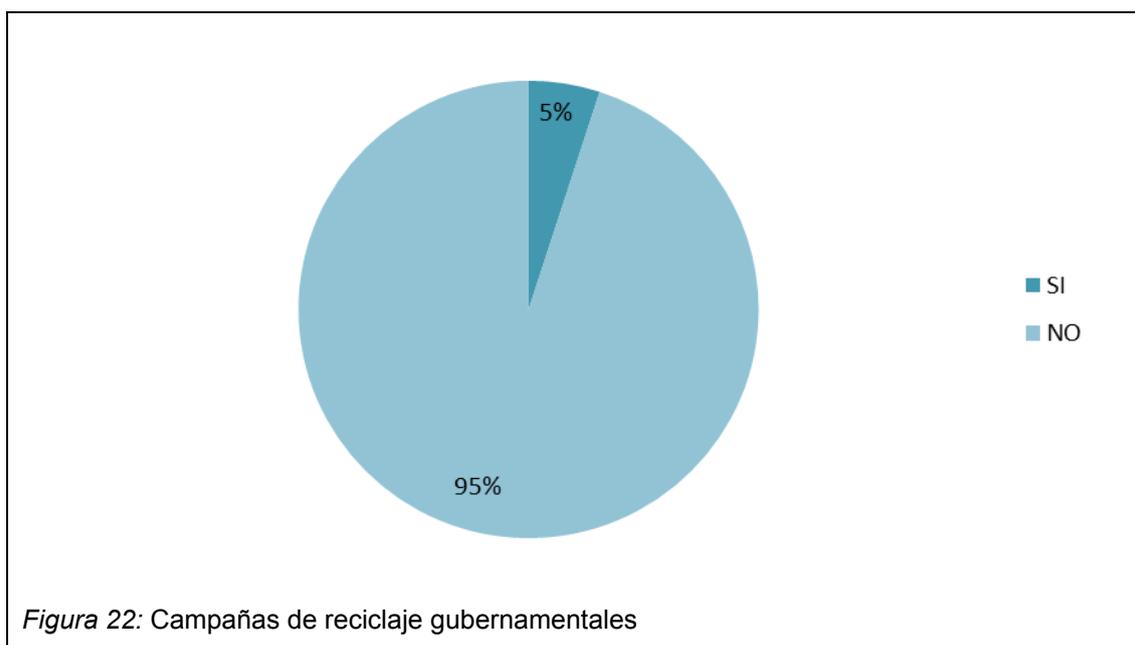


Las campañas realizadas han modificado el comportamiento de los estudiantes ya que según los encuestados en un 90% los miembros de la comunidad educativa colocan la basura en su lugar y reusan el material en el aula frente a un 10% que no lo ha hecho.

18. ¿Recuerda el nombre de campañas impulsadas por entes gubernamentales en cuanto al tema reciclaje?

Tabla 23: Campañas de reciclaje gubernamentales

	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	5%
NO	20	95%

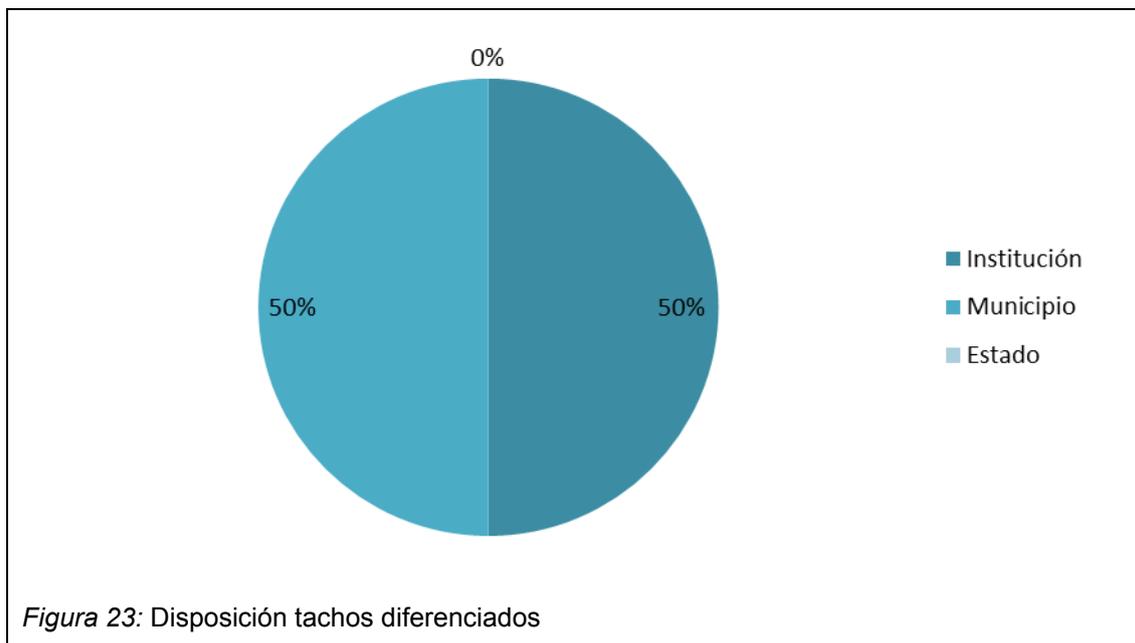


El 95% de los encuestados no conoce campañas gubernamentales de reciclaje, frente a un 5% que nombra la recolección de botellas y baterías como única campaña

19. El uso de tachos diferenciados en instituciones educativas, ¿es una disposición de cada institución, del Municipio o del Estado?

Tabla 24: Disposición tachos diferenciados

	Frecuencia	Porcentaje
INSTITUCIÓN	10	50%
MUNICIPIO	11	50%
ESTADO	0	0%

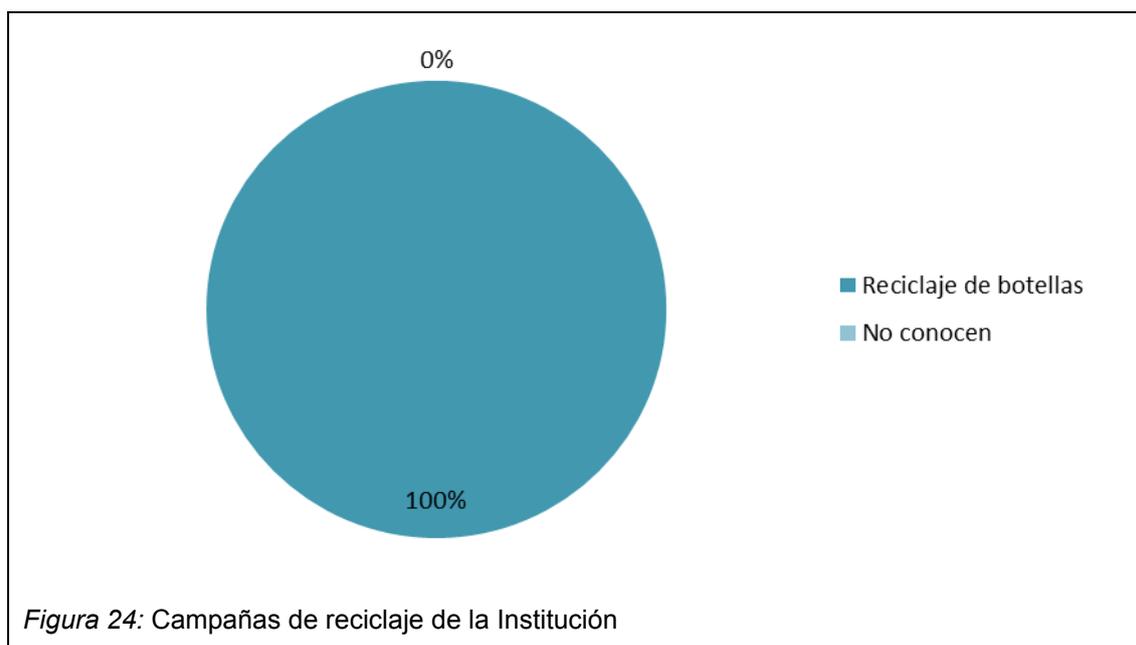


El 50% de los encuestados afirma que la disposición de uso de tachos diferenciados está dictada por el municipio, frente a otro 50% que afirma que es una disposición de la institución.

20. ¿Recuerda nombres de campañas impulsada por la institución en cuanto al tema reciclaje?

Tabla 25: Campañas de reciclaje de la Institución

	Frecuencia	Porcentaje
RECICLAJE DE BOTELLAS	21	100%
NO CONOCEN	0	0%



El 100% de los encuestados nombró la campaña de reciclaje de botellas como la principal campaña realizada dentro de la institución.

Conclusiones encuestas docentes

- La totalidad de los docentes de la Institución conoce los materiales reciclables, al manejar dicha información de manera acertada muestran total apertura para trabajar en una campaña de comunicación que involucre el uso de material reciclable y al creación musical, con ello se busca un desarrollo holístico e integral de los estudiantes.
- Los docentes enseñan a sus estudiantes a reconocer los materiales reciclables mediante videos, charlas y la realización de elementos decorativos; por otro lado, la información que reciben sobre la diferenciación del material reciclable ha tenido mayor impacto en ellos a través de la televisión y las campañas institucionales.
- El origen del uso de tachos diferenciados en instituciones educativas ha generado confusión, ya que el 50% de los docentes cree que es una disposición institucional, mientras que el otro 50% considera que proviene de una disposición del Municipio Metropolitano de Quito. La totalidad de esta población conoce los diferentes tachos de reciclaje existentes, a pesar de ello solo el 10% usa de manera adecuada dichos contenedores.
- Este grupo considera que los estudiantes de primer año de Educación General Básica pueden utilizar materiales como papel, carton y plástico de manera segura y fácil para realizar instrumentos musicales, además, las latas representan un riesgo sino se las trata con supervisión; con ello la mayoría considera que es factible la realización de todo tipo de instrumento musical a base de esta materia prima. En base a lo estipulado la investigación arroja que el 95% de los docentes no ha construido ningún instrumento musical con material reciclable, motivo por el cual este proyecto es ejecutable.
- A lo largo de esta investigación se ha expuesto la factibilidad de crear proyectos que involucren a la música y el reciclaje como ejes

fundamentales de una educación innovadora; a su vez los docentes desconocen la existencia de colectivos sociales o agrupaciones que realicen este tipo de proyectos en América Latina y Ecuador. Sin embargo, el público afirma conocer a la agrupación *Tomback* como únicos gestores de este tipo de proyectos en el país.

- En cuanto a los proyectos dentro de la Institución y el manejo comunicacional de los mismos, el 66% de los docentes expresa que la Institución usa canales orales, el 16% canales escritos y el 18% canales electrónicos. Las herramientas de comunicación de preferencia son: un 55% carteleras, 20% medios digitales, un 13% circulares y un 12% reuniones.
- Dentro del proceso de comunicación, el emisor (Institución) cumple de manera acertada la difusión de mensajes a sus receptores (docentes), ya que estos expresan que el impacto ha sido positivo en un 100%. Además, se observa que para el 72% los mensajes son claros versus el 28% que los considera aceptables.
- Los docentes son de vital importancia para el desarrollo de proyectos, sus acciones más allá de motivar y apoyar para que se realicen campañas institucionales, guían a los estudiantes al cumplimiento de objetivos y metas satisfactoriamente.
- La Institución ha ejecutado varios proyectos de reciclaje a lo largo de su trayectoria, sin embargo, los docentes consideran que no existe un cambio de comportamiento perdurable en los estudiantes.
- A nivel nacional, las entidades gubernamentales han desarrollado diferentes campañas de reciclaje, esperando una gran acogida; en esta investigación se ha reflejado que el 95% de los encuestados no conoce

sobre las mismas, mientras que un 5% recuerda la recolección de botellas y baterías como única campaña.

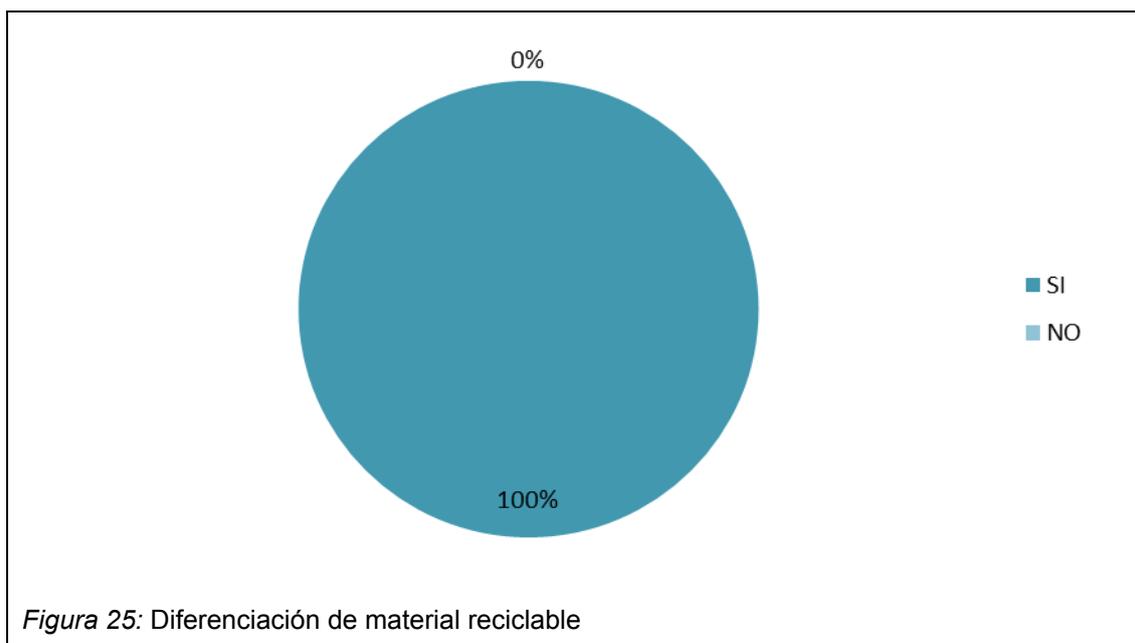
- Este proyecto busca ampliar la posibilidad de reutilizar todos los materiales reciclables; los docentes únicamente conocen el reciclaje de botellas como campaña dentro de la Institución, de acuerdo a lo dicho anteriormente se puede apreciar que esta población está dispuesta a la colaborar con este proyecto.

4.7.2 Descripción de resultados encuestas población No. 3: padres de familia

Pregunta 1. ¿Conoce usted cuáles son los materiales que se pueden reciclar? Detalle los materiales que conozca.

Tabla 26: Diferenciación de material reciclable

	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	100%
NO	0	0%

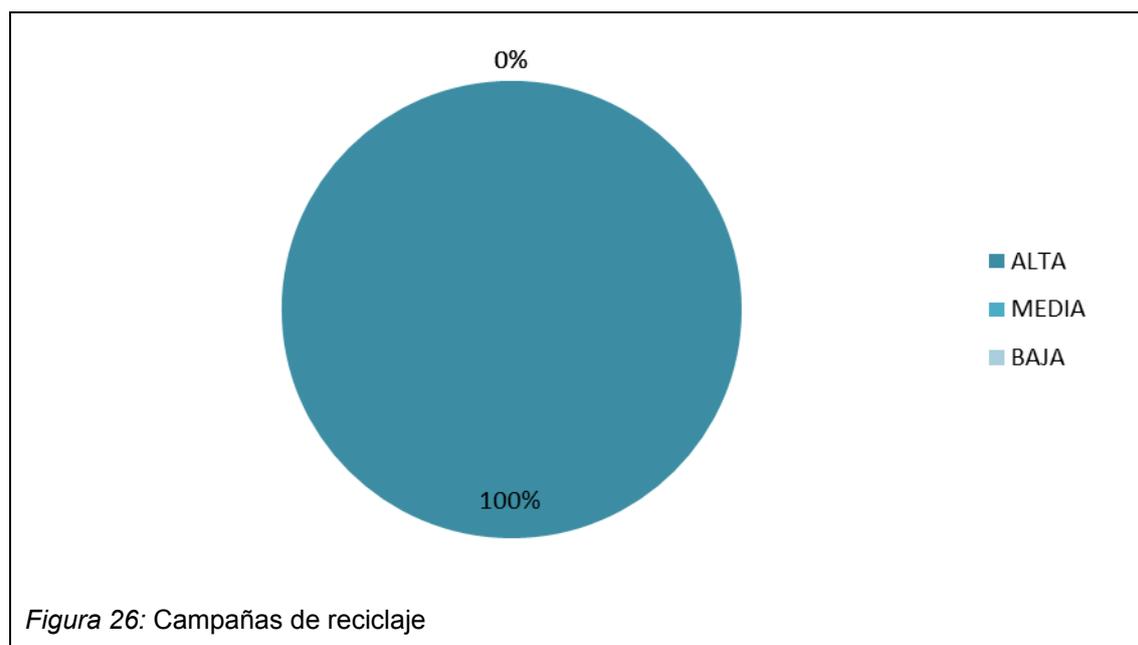


El 100% de los encuestados conoce cuáles son los materiales que se pueden reciclar y detallan que son en un 50% plástico, 20% papel, 10% vidrio, 10% latas, 10% baterías.

Pregunta 2. ¿Cuál sería su disposición para trabajar junto a sus hijos en una campaña institucional con el tema de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable?

Tabla 27: Campañas de reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje
BAJA	0	0%
MEDIA	0	0%
ALTA	60	100%

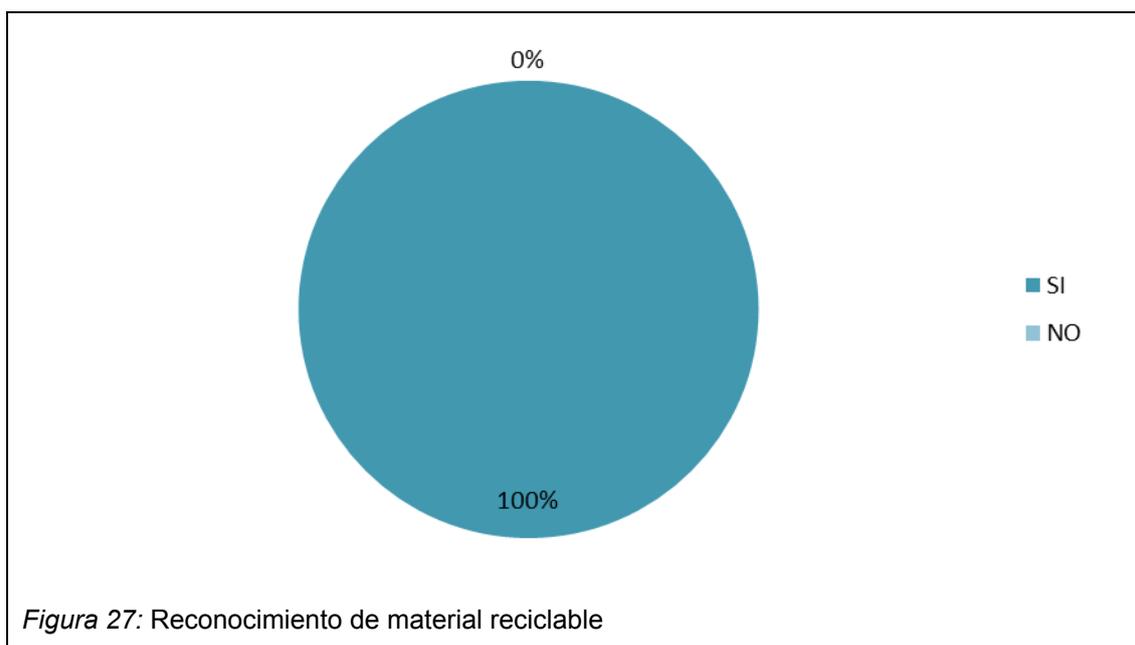


Existe una alta disposición a trabajar en una campaña de reciclaje por parte de los padres de familia.

Pregunta 3. ¿Enseña a sus hijos a reconocer los materiales reciclables y no reciclables dentro de casa? ¿cómo lo hace?

Tabla 28: Reconocimiento de material reciclable

	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	100%
NO	0	0%

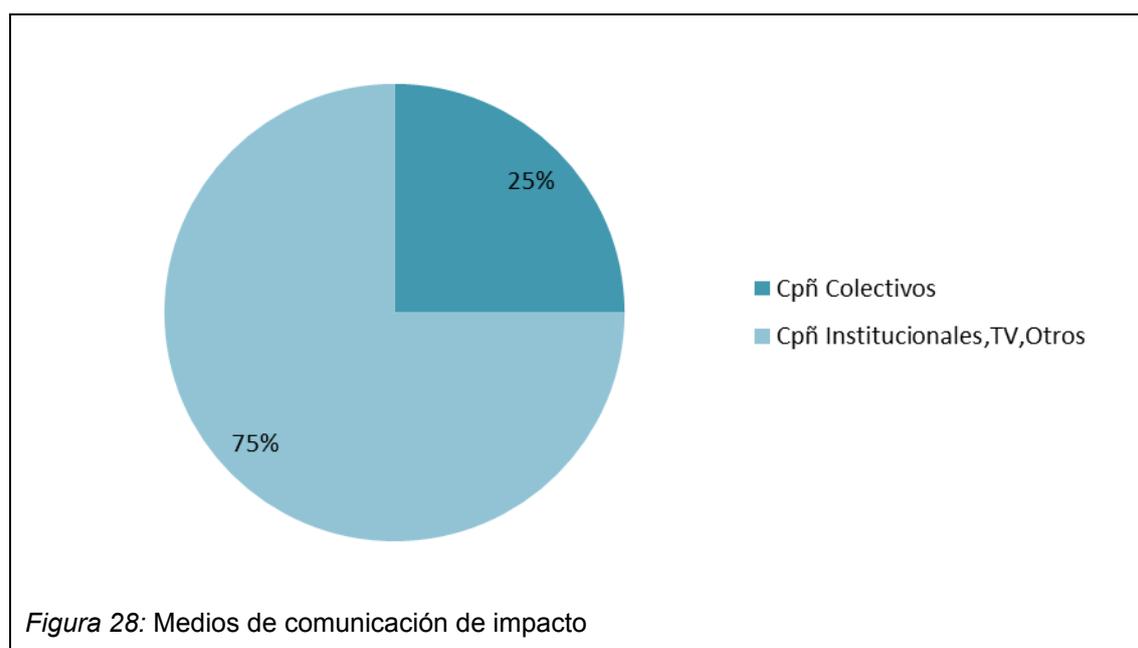


El 100% de los encuestados dice enseñar a sus hijos a reconocer los materiales reciclables mediante práctica y separación del material en casa.

Pregunta 4. De los medios que se presentan a continuación ¿cuál de ellos ha tenido mayor impacto en usted al momento de informarle sobre la diferenciación del material reciclable?

Tabla 29: Medios de comunicación de impacto

	Frecuencia	Porcentaje
CAMPAÑAS GUBERNAMENTALES	0	0%
CAMPAÑAS DE LA INSTITUCIÓN	45	75%
CAMPAÑAS DE COLECTIVOS	15	25%
PUBLICIDAD		
TELEVISIÓN	45	75%
BOCA A BOCA		
OTROS: REDES SOCIALES, CORREO ELECTRÓNICO	45	75%

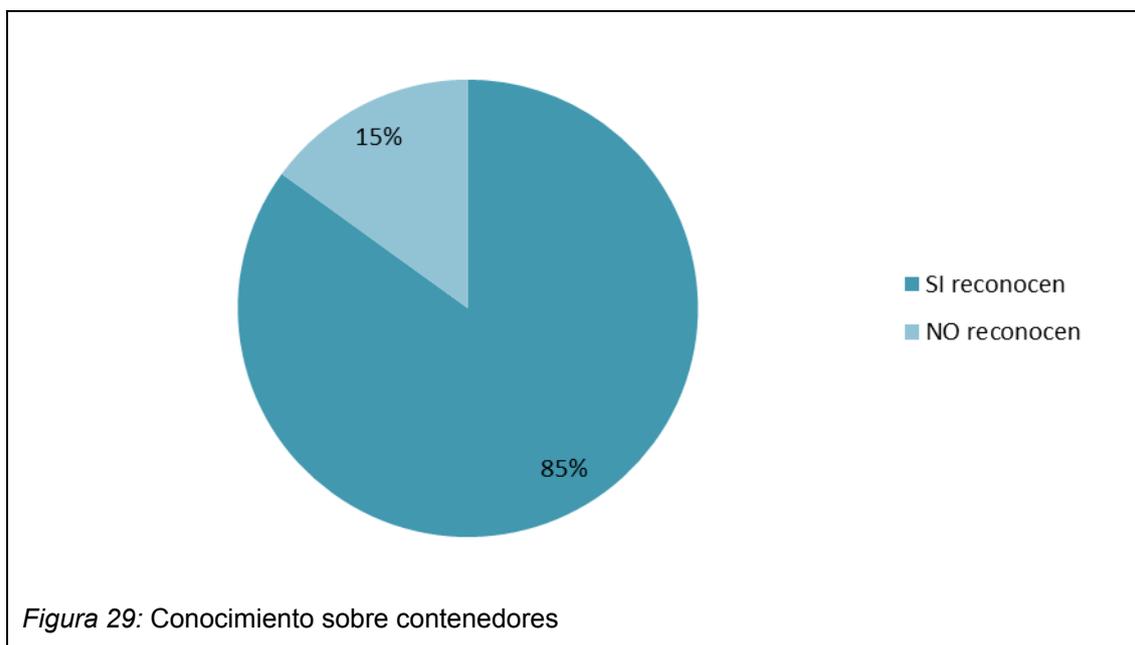


El 75% los padres de familia afirman que los medios que han generado mayor impacto en ellos al momento de informarse sobre la diferenciación de materiales ha sido la televisión, campañas institucionales, redes sociales y correo electrónico.

Pregunta 5. Mencione ¿cuáles son los tachos de reciclaje que conoce?

Tabla 30: Conocimiento sobre contenedores

	Frecuencia	Porcentaje
TACHOS QUE RECONOCEN: PLÁSTICO, VIDRIO, PAPEL, DESECHOS ORGÁNICOS, LATAS, DESECHOS PELIGROSOS	51	85%
NO CONOCEN	9	15%

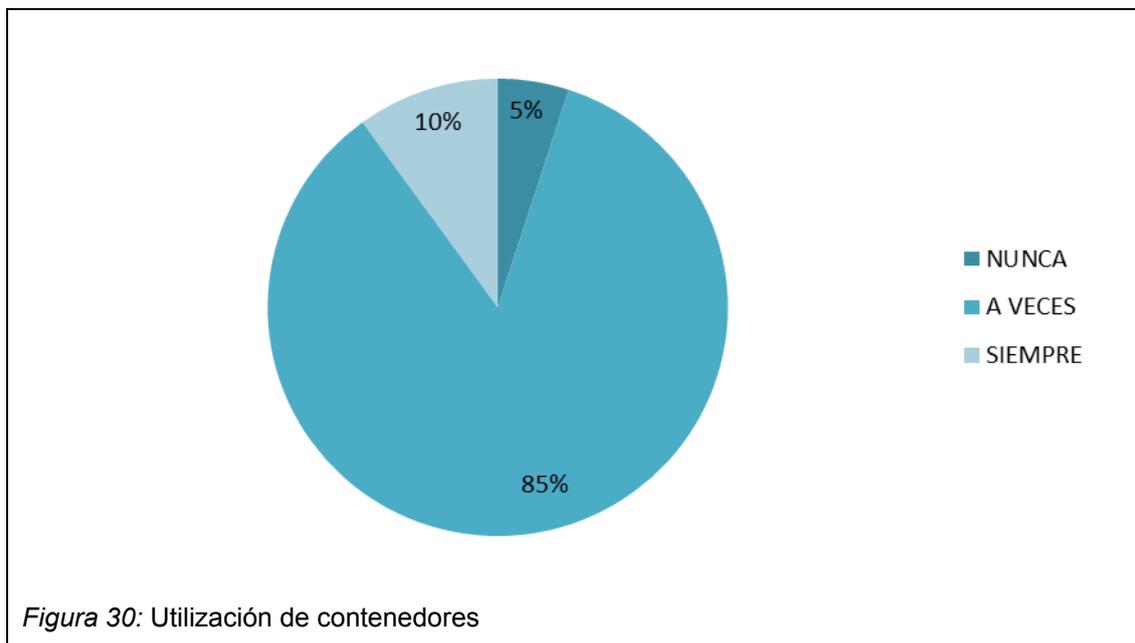


El 85% de los encuestados conocen los tipos de tachos que existen y coinciden en los siguientes: plástico, vidrio, papel, desechos orgánicos, latas, desechos peligrosos, frente a un 15% que no los conocen.

Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia usa los contenedores de basura diferenciados de la manera adecuada?

Tabla 31: Utilización de contenedores

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	3	5%
A VECES	51	85%
SIEMPRE	6	10%

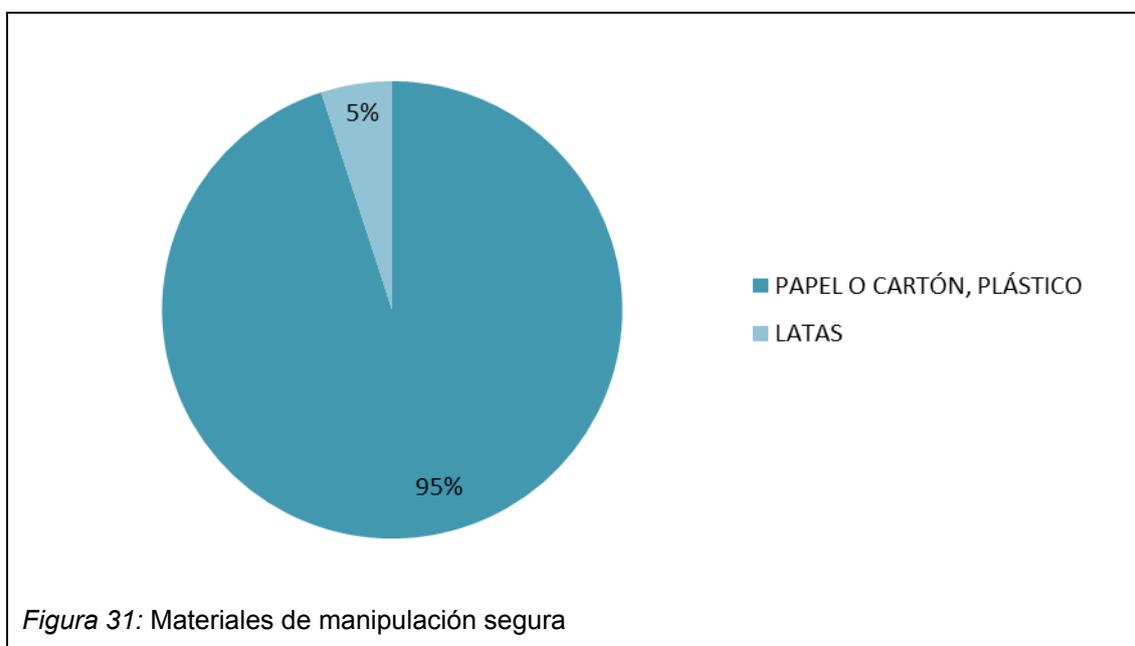


El 85% de los encuestados dice utilizar los contenedores de basura diferenciados de manera frecuente, frente a un 10% que siempre los usa y un 5% que nunca los toma en cuenta.

Pregunta 7. De los materiales a continuación ¿cuáles considera seguros y fáciles de usar por sus hijos? Marque con un visto los que considera adecuados.

Tabla 32: Materiales de manipulación segura

	Frecuencia	Porcentaje
PAPEL O CARTÓN	57	95%
PLÁSTICO	57	95%
VIDRIO		
DESECHOS PELIGROSOS		
LATAS	3	5%

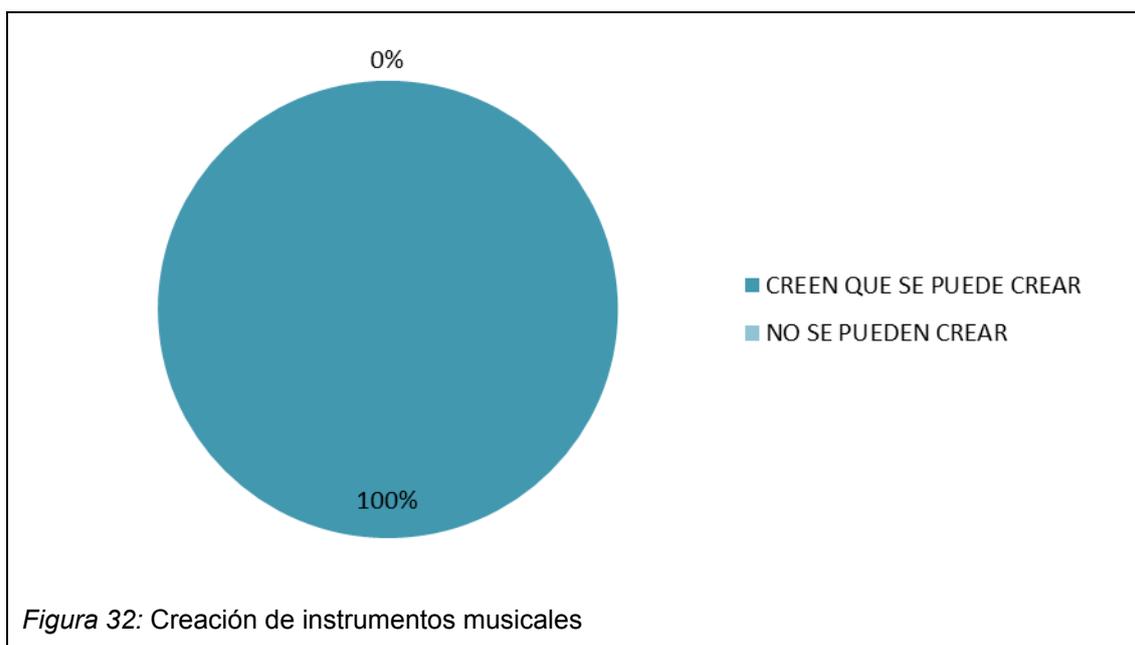


Los encuestados coinciden en un 95% que los materiales más seguros para ser utilizados por niños son el papel, cartón y plástico, mientras que el 5% restante considera que también las latas pueden ser utilizadas bajo supervisión.

Pregunta 8. ¿Cuáles instrumentos musicales considera usted que se podrían realizar con material reciclable?

Tabla 33: Creación de instrumentos musicales

	Frecuencia	Porcentaje
CREEN QUE SE PUEDE CREAR	60	100%
NO SE PUEDEN CREAR	0	0%

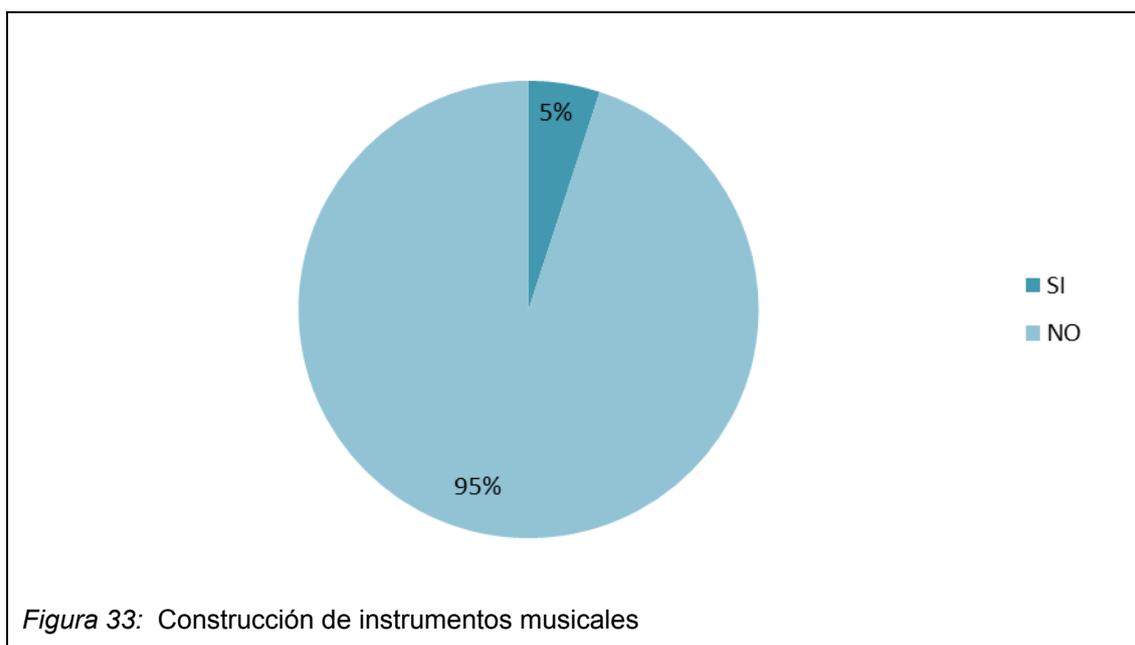


El 100% de encuestados responden que se pueden crear todo tipo de instrumento musical con material reciclable: tambores, guitarras, maracas, claves, flautas.

Pregunta 9. ¿Ha construido instrumentos musicales junto a sus hijos a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí ¿cuáles?

Tabla 34: Construcción de instrumentos musicales

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	5%
NO	57	95%

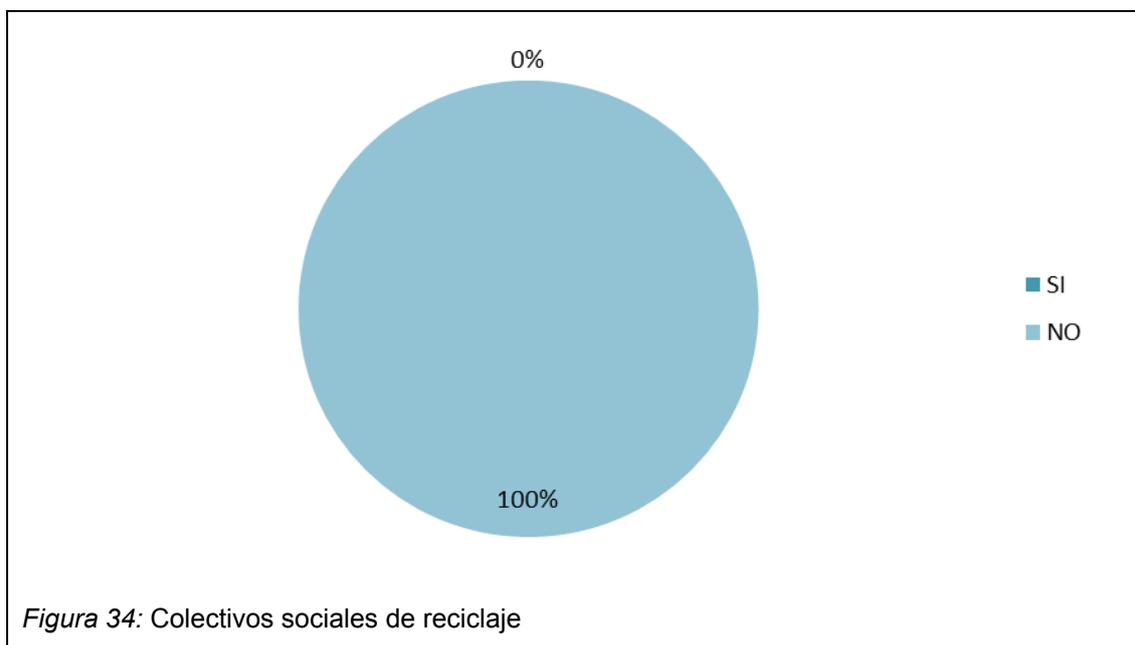


El 95% de encuestados respondió no haber construido con sus alumnos instrumentos musicales con material reciclable, frente a un 5% que ha realizado: maracas, tambores y panderetas.

Pregunta 10. ¿Conoce colectivos sociales o agrupaciones que realicen música a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí, nombre cuáles son estos.

Tabla 35: Colectivos sociales de reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	60	100%

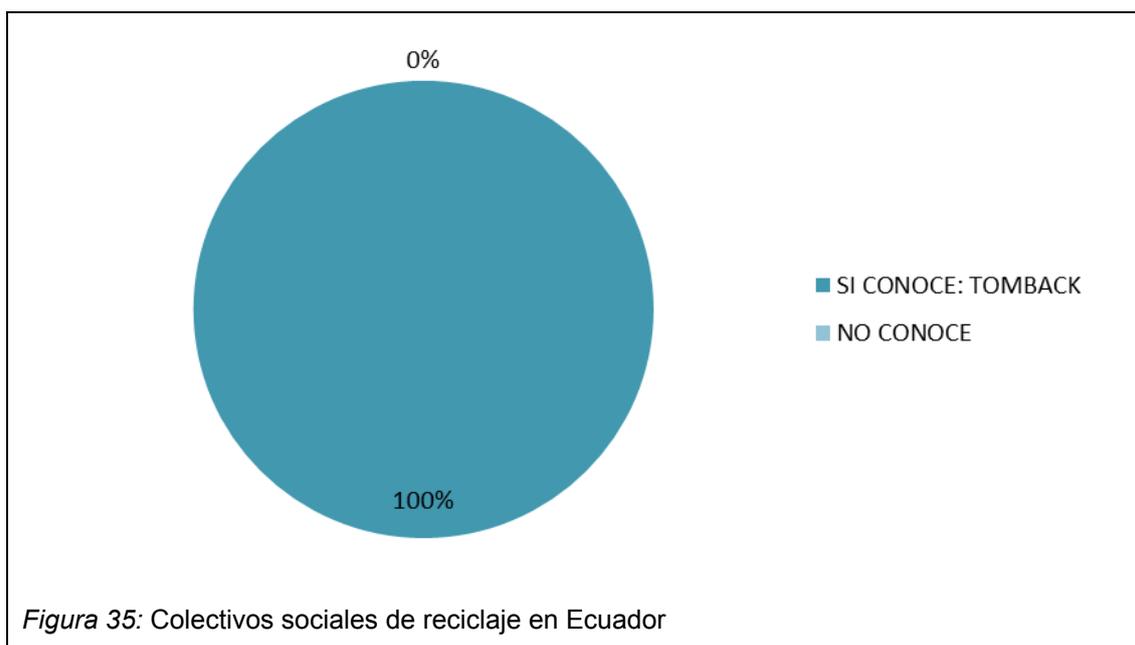


El 100% de encuestados no conoce colectivos o agrupaciones sociales que realicen música a partir de material reciclable en América Latina.

Pregunta 11. Nombre la agrupación ecuatoriana que realiza música de percusión a partir de material reciclable. Si no la conoce continúe.

Tabla 36: Colectivos sociales de reciclaje en Ecuador

	Frecuencia	Porcentaje
SI CONOCE: TOMBACK	60	100%
NO CONOCE	0	0%

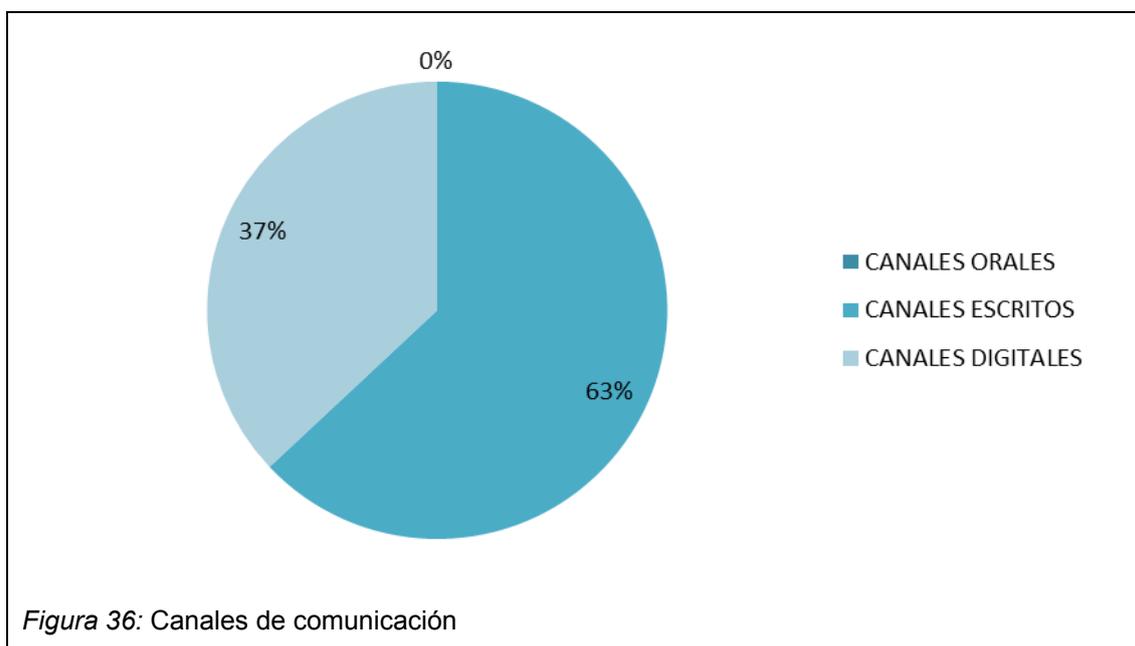


El 100% de los encuestados dice conocer a la banda *Tomback* como representante musical con instrumentos musicales creados con material reciclable.

Pregunta 12. ¿Por medio de qué canales recuerda usted haber recibido información en cuanto a campañas en la institución?

Tabla 37: Canales de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
CANALES ORALES	0	0%
CANALES ESCRITOS	38	63%
CANALES DIGITALES	22	37%

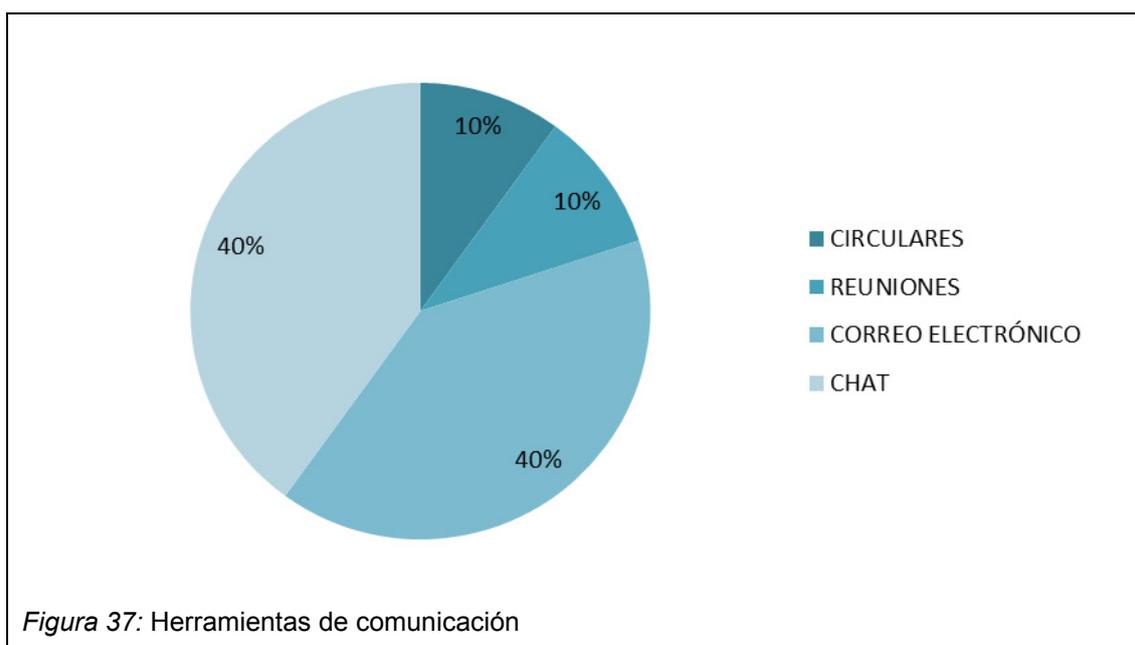


El 63% de padres de familia recuerda haber recibido información en cuanto a campañas de comunicación de la Institución mediante canales escritos, es decir circulares, frente a un 37% de información mediante canales digitales.

Pregunta 13. ¿Por medio de cuál de estas herramientas de comunicación preferiría usted recibir información referente a campañas en la institución?

Tabla 38: Herramientas de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
REVISTA O PERIÓDICO INSTITUCIONAL	0	0%
CARTELERAS	0	0%
CIRCULARES	6	10%
REUNIONES	6	10%
CORREO ELECTRÓNICO	24	40%
INTRANET		0%
REDES SOCIALES		0%
CHAT	24	40%

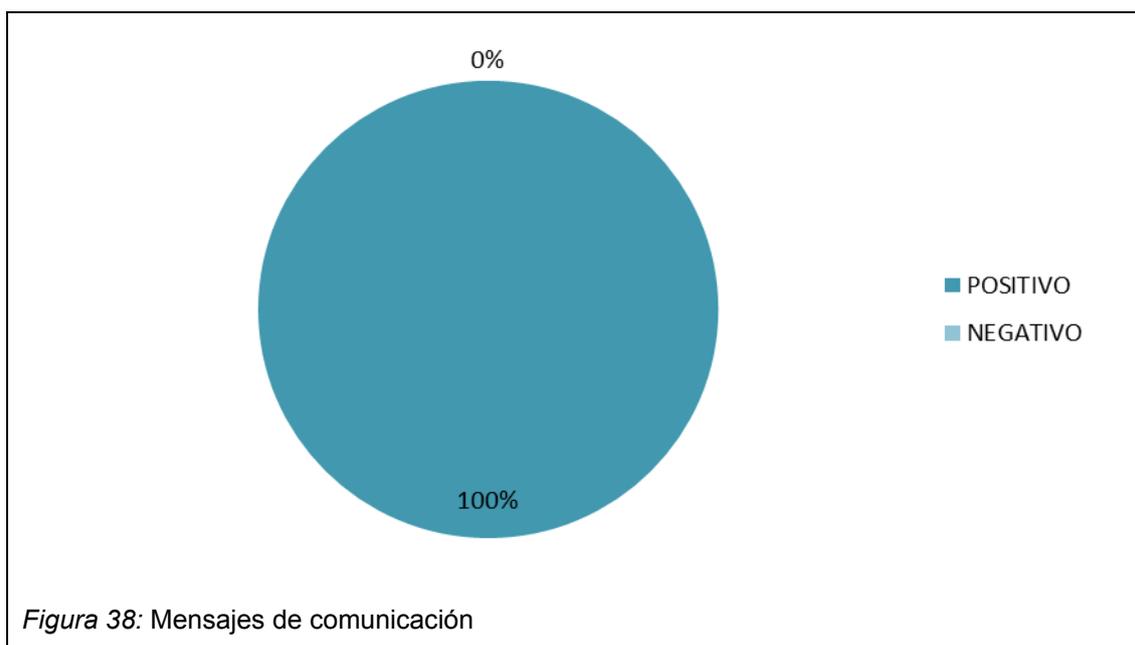


El 40% coincide que se ha informado mediante herramientas como los correos electrónicos y chat, seguido de reuniones y circulares con un 10%.

Pregunta 14. ¿Cuál es el impacto que han generado en usted los mensajes enviados por la Institución sobre campañas de reciclaje?

Tabla 39: Mensajes de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
POSITIVOS	60	100%
NEGATIVOS	0	0%

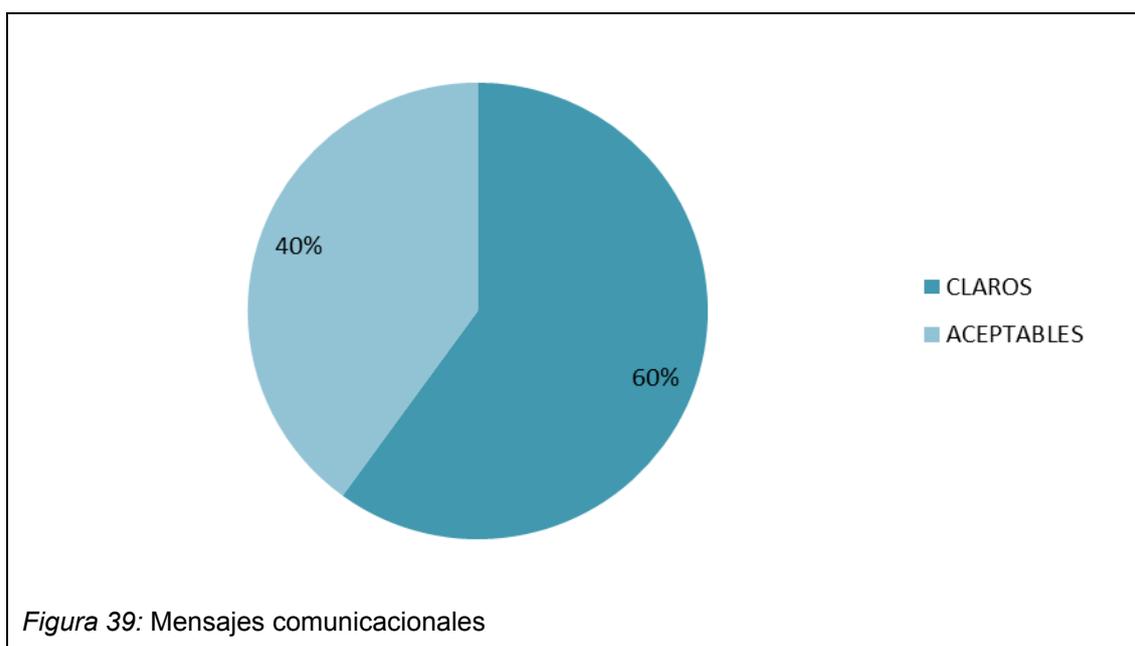


El 100% de los encuestados está de acuerdo que los mensajes enviados han sido positivos.

Pregunta 15. Cree usted que los mensajes utilizados han sido:

Tabla 40: Mensajes comunicacionales

	Frecuencia	Porcentaje
CLAROS	36	60%
ACEPTABLES	24	40%
NO SIRVEN	0	0%

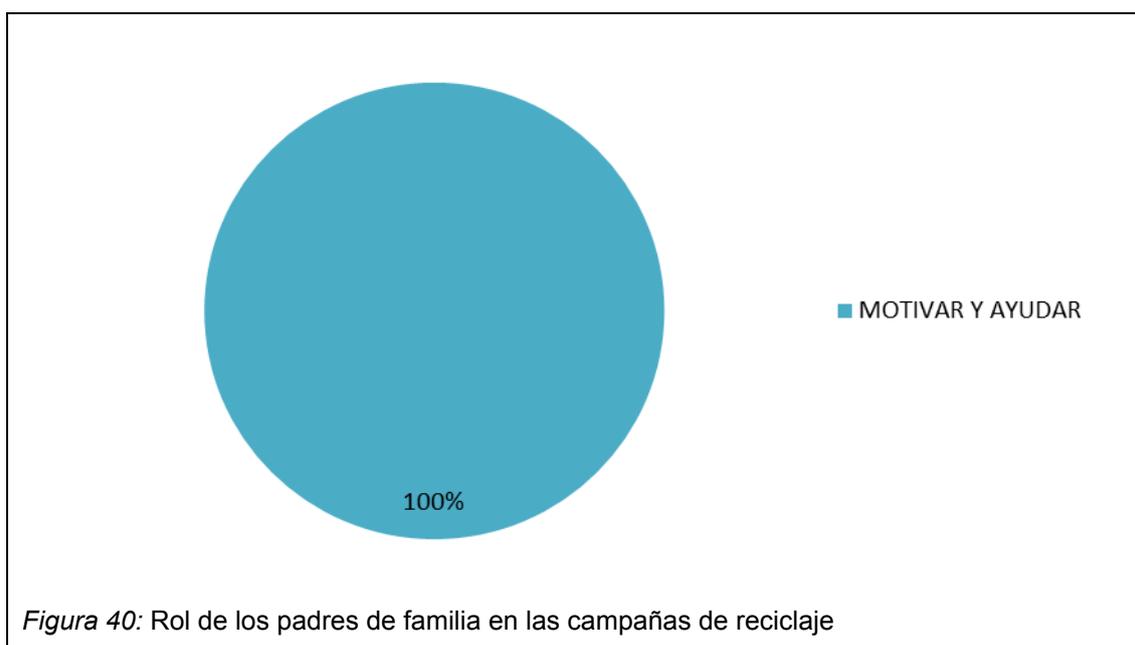


El 60% de encuestados coincide que los mensajes han sido claros, frente a un 40% que los considera aceptables.

Pregunta 16. ¿Cuál es el papel que realiza usted con sus hijos cuando la Institución propone una campaña de reciclaje? Describa brevemente cuáles han sido sus actividades.

Tabla 41: Rol de los padres de familia en las campañas de reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje
MOTIVAR Y APOYAR	60	100%

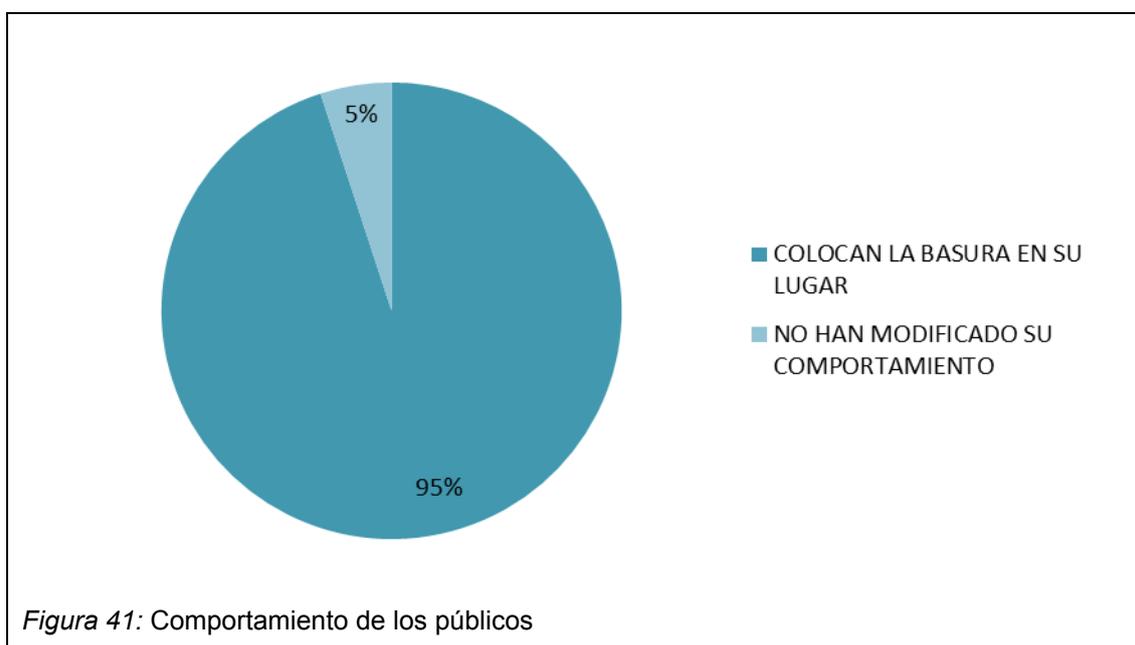


El papel que juegan los padres de familia en una campaña de reciclaje con los niños es la de motivar y apoyar en un 100%.

Pregunta 17. Las actividades de reciclaje realizadas en la Institución ¿han modificado el comportamiento de los miembros de su familia respecto a este tema? Si su respuesta es sí ¿de qué forma lo han hecho?

Tabla 42: Comportamiento de los públicos

	Frecuencia	Porcentaje
COLOCAN LA BASURA EN SU LUGAR	57	95%
NO HAN MODIFICADO SU COMPORTAMIENTO	3	5%

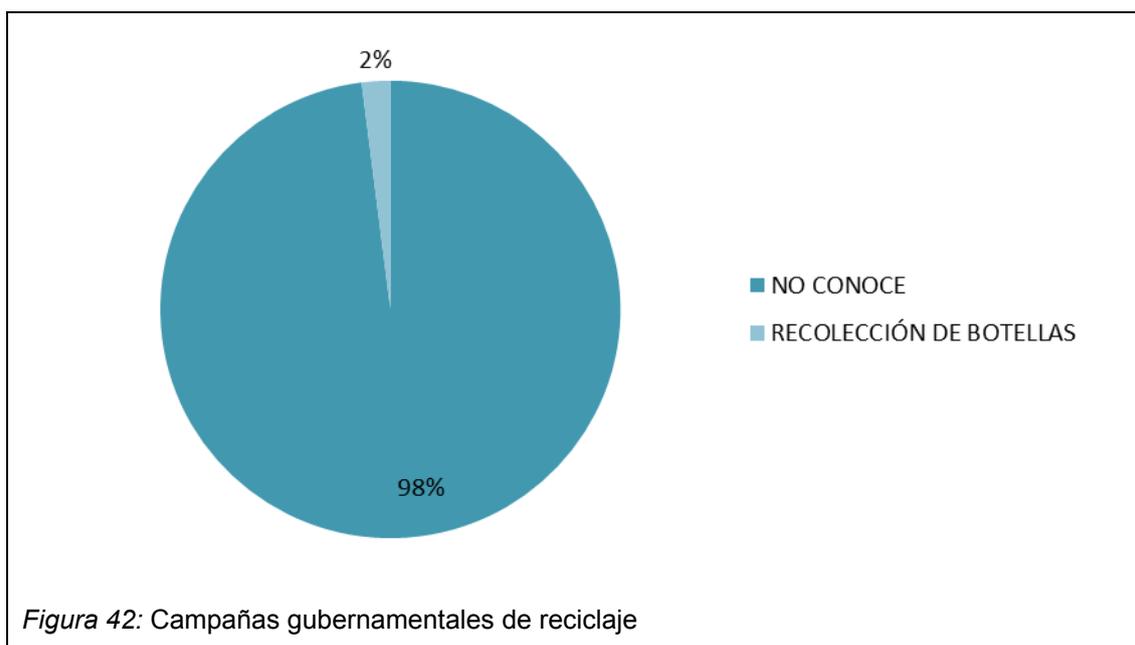


Las campañas realizadas han modificado el comportamiento de los estudiantes ya que según los encuestados en un 95% colocan la basura en su lugar, reusan el material e informan sobre el tema en casa.

Pregunta 18. ¿Recuerda nombres de campañas impulsada por entes gubernamentales en cuanto al tema reciclaje?

Tabla 43: Campañas gubernamentales de reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONOCE	59	98%
RECOLECCIÓN DE BOTELLAS	1	2%

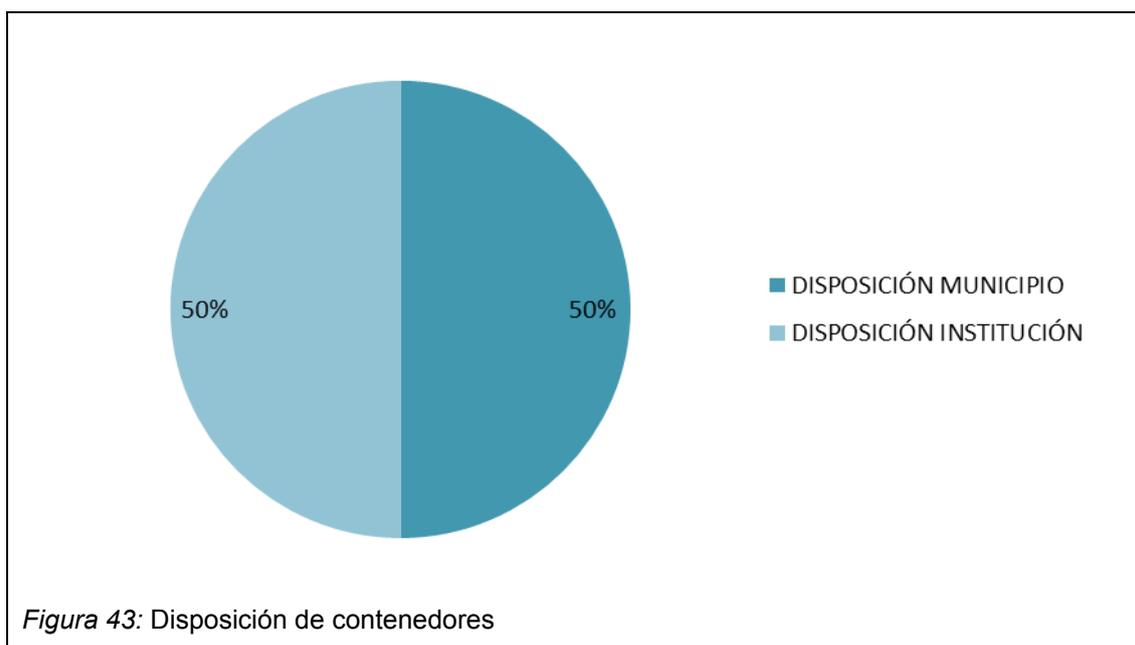


El 98% de los encuestados no conoce sobre campañas gubernamentales de reciclaje, frente a un 2% que nombra la recolección de botellas como única campaña.

Pregunta 19. El uso de tachos diferenciados en instituciones educativas ¿es una disposición de cada institución, del municipio o del Estado?

Tabla 44: Disposición de contenedores

	Frecuencia	Porcentaje
DISPOSICIÓN MUNICIPIO	30	50%
DISPOSICIÓN INSTITUCIÓN	30	50%

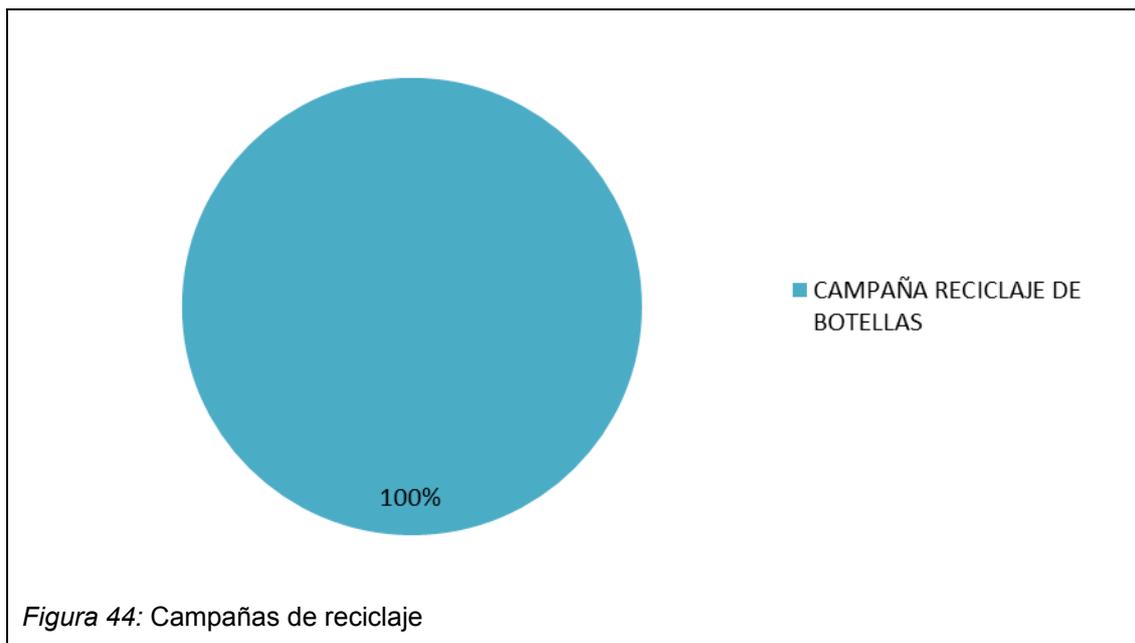


El 50% de los encuestados afirma que la disposición de uso de tachos diferenciados está dictada por el municipio, frente a otro 50% que afirma que es una disposición de la Institución.

Pregunta 20. ¿Recuerda el nombre de campañas impulsadas por la institución en cuanto al tema reciclaje?

Tabla 45: Campañas de reciclaje

	Frecuencia	Porcentaje
CAMPAÑA RECICLAJE DE BOTELLAS	60	100%



El 100% de los encuestados nombró la campaña de reciclaje de botellas como la principal campaña realizada dentro de la Institución.

Conclusiones encuestas padres de familia

- La totalidad de los padres de familia de los niños de primer año de Educación General Básica de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba* conocen los materiales reciclables y está dispuesta a apoyar a sus hijos en una campaña institucional para la construcción de instrumentos musicales con material reciclable.
- Los padres de familia enseñan a sus hijos a reconocer los materiales reciclables a través de la práctica dentro del hogar, el 75% de la población de estudio conoce la diferenciación de material reciclable mediante campañas que ha realizado la Institución, televisión, redes sociales o correos electrónicos, mientras que el 25% expone que ha recibido información gracias a campañas realizadas por colectivos o agrupaciones sociales.
- El 50% de los padres de familia considera que el uso de tachos diferenciados en las instituciones educativas es una disposición del Municipio Metropolitano de Quito mientras el otro 50% cree que es una iniciativa de la Institución. El 85% reconoce los diferentes tachos para cada material, mientras que el 15% desconoce totalmente los diferentes tipos de contenedores. Además, el 10% de los padres de familia usa siempre de manera adecuada dichos tachos versus un 85% que dice hacerlo a veces y un 5% que nunca separa el material y desconoce el uso de los tachos.
- Este grupo considera que los niños de primer año de Educación General Básica pueden manipular materiales como papel, cartón y plástico, de manera segura y fácil para realizar instrumentos musicales, además las latas representan un riesgo sino se las trata bajo supervisión; con ello el 100% considera que es factible la realización de todo tipo de instrumento musical a base de esta materia prima. De acuerdo a la información

recolectada el 95% de padres de familia no ha construido ningún instrumento musical con material reciclable.

- A lo largo de esta investigación se ha expuesto la factibilidad de crear proyectos que involucren la música y el reciclaje como ejes fundamentales de una educación innovadora; a su vez los padres de familia desconocen la existencia de colectivos sociales o agrupaciones que realicen este tipo de proyectos en América Latina y en Ecuador. Sin embargo, el público afirma conocer a la agrupación *Tomback* como únicos gestores de estos proyectos en el país.
- En cuanto a los proyectos realizados por la Institución y la comunicación de los mismos hacia el público mixto (padres de familia), observamos que un 63% ha recibido información mediante canales escritos y un 37% a través de canales digitales. También han expresado el deseo de que para la difusión de dicha información se usen herramientas como correo electrónico y chat (40%), reuniones o circulares (10%).
- Dentro del proceso de comunicación, el emisor (institución) cumple de manera acertada la difusión de mensajes a sus receptores (padres de familia), ya que estos expresan que el impacto ha sido positivo en un 100%, además, se observa que para el 60% los mensajes son claros versus el 40% que los considera aceptables.
- Los padres de familia desempeñan un papel importante dentro de la ejecución de proyectos institucionales, ya que motivan y apoyan toda acción ejecutada en pro de sus niños.
- La Institución ha realizado varios proyectos de reciclaje, el 95% de los padres de familia considera que dentro del hogar se ha creado una cultura en cuanto al reciclaje, mientras que un 5% no ha modificado su comportamiento ni ha visto cambio en sus hijos.

- A nivel nacional, las entidades gubernamentales han desarrollado diferentes campañas de reciclaje, esperando una gran acogida; en esta investigación se refleja que el 98% de los encuestados no conoce sobre las mismas, mientras que un 2% recuerda la recolección de botellas y baterías como única campaña.
- En la mente de los padres de familia únicamente se ha posicionado la campaña realizada por la Institución de reciclaje de botellas. También se plasma en los resultados que existe apoyo de parte de este grupo para la realización de nuevos proyectos relacionados con el tema.

4.7.3 Descripción de resultados entrevistas población No. 4: directivos

ENTREVISTA No. 1

ENTREVISTA REALIZADA A: Msc. Marco Duque – Rector de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*

1. ¿Cómo funciona la comunicación en la Institución?

El sistema de comunicación se considera como uno de los factores más importantes para que se lleven a cabo con éxito las actividades programadas, para evitar la improvisación y poder considerar los imprevistos, de esta manera minimizar el margen de error. En nuestra Institución la comunicación se maneja de manera adecuada, sin embargo siempre es preciso continuar mejorando en el tema.

2. ¿Considera que mejorar el conocimiento respecto al tema del reciclaje va a impactar positivamente en el medioambiente?

El conocimiento con respecto al reciclaje sería solamente el primer paso, pues mucho se ha escuchado a través de medios de comunicación, redes sociales y campañas varias; lo importante es continuar con el proceso, convertir el conocimiento en acción, en educación se conoce como la “metacognición”, el aplicar la teoría en la vida.

3. ¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para abordar el tema de la educación ambiental en la Institución?

En la Institución se plantean varias propuestas desde el área de Ciencias Naturales y la Comisión de Medio Ambiente. Las estrategias se plasman en el Plan Operativo correspondiente, en general se pueden resumir en Concientización, Socialización y Acción.

4. ¿Cuáles son los medios de comunicación que se utilizan para difundir esta información? ¿por medio de qué canales y qué herramientas?

En la Institución se manejan diferentes medios de comunicación internos y externos, como:

- Página web
- Correo electrónico
- Junta Académica (Consejo Técnico)
- Junta Académica de Año
- Minutos Cívicos
- Sistema de comunicación interna

Se pretende que la Comunidad entera (o los participantes, como mínimo) se mantenga informada de las actividades correspondientes.

5. ¿A quién dirigen esta información?

Dentro de las respectivas planificaciones se definen las poblaciones objetivo, por lo general se procura que la Unidad Educativa completa sea destinataria y beneficiaria de la información respectiva, considerando las etapas de desarrollo de los estudiantes.

6. ¿Quiénes son los que toman las decisiones cuando se proponen nuevas propuestas en la institución?

Las propuestas son recibidas en las instancias correspondientes, de acuerdo a una sencilla organización:

- Propuestas administrativas - Rectorado
- Propuestas pedagógicas - Vicerrectorado – Coord. Pedagógica
- Propuestas Ambiente escolar - Inspección General
- Propuestas Pastorales - Hermana Superiora

Las mismas son socializadas en reunión de Consejo de Autoridades, en la misma instancia se toma la decisión de continuar o no con lo propuesto.

7. ¿Cuál sería su disposición para apoyar una campaña de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable en la Institución?

Mi predisposición personal es de colaborar con propuestas positivas e innovadoras. Sin embargo siempre se realiza un análisis de la campaña para revisar puntos positivos y negativos.

8. ¿Cuál es la planificación o pasos a seguir que se realizan para emprender campañas de reciclaje en la Institución?

Debe iniciar con un DIAGNÓSTICO que explique la necesidad de la realización; se debe detallar el o los OBJETIVOS que se desean lograr con la campaña, definir RESPONSABLES tal como los destinatarios y beneficiarios, FECHAS de inicio y finalización; y debe incluirse, junto con el detalle de las actividades, la EVALUACIÓN que medirá el impacto de la campaña.

9. ¿Quiénes son los encargados de elaborar y poner en práctica estos planes?

En los planes definidos se especifican los responsables.

10. ¿Cómo evaluaría la eficacia de estos planes? ¿las campañas han sido exitosas?

En los planes definidos se especifica la evaluación.

11. ¿Se han presentado propuestas que tengan que ver con la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable con niños de primer año de Educación General básica anteriormente? ¿cuáles han sido?

En el presente año lectivo, no; se han manejado proyectos de aula referente a la reutilización de materiales, en las oficinas se reutiliza continuamente material que se pueda utilizar, y la Comisión de Medio ambiente durante todo el año lectivo ha motivado para la acumulación de botellas plásticas, de modo que sean direccionadas al lugar debido.

12. ¿Cuál es el papel que juegan los docentes y padres de familia cuando se realizan campañas dentro de la Institución?

Los principales protagonistas de las campañas son los estudiantes, sin embargo, el entorno que lo conformamos los Administrativos, Personal Docente, Personal de Apoyo y Representantes, somos los responsables de motivar, principalmente con el ejemplo, para que los niños, niñas y adolescentes logren una concientización más profunda.

13. ¿Cómo autoridades qué papel juegan para el cumplimiento de los objetivos de las campañas realizadas en la Institución?

Normalmente el papel de las autoridades se ha malentendido como "vigilancia". En mi criterio personal, las autoridades debemos ejercer un liderazgo positivo, motivar haciendo, con el ejemplo. El trabajo en el cumplimiento de objetivos es compromiso de cada uno de los integrantes de la Comunidad Educativa.

ENTREVISTA No. 2

ENTREVISTA REALIZADA A: Msc. Laura Domínguez – Coordinadora pedagógica sección primaria de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba.

1. ¿Cómo funciona la comunicación en la institución?

La comunicación interna de la institución es fluida se manejan muchos medios y canales que dan resultado para la transmisión de la información y la toma de decisiones.

2. ¿Considera que mejorar el conocimiento respecto al tema del reciclaje va a impactar positivamente en el medioambiente?

Sin duda, el reciclaje es un tema en boga y debe ser potenciado dentro de la institución a pesar de que considero que los niños conocen sobre el tema es necesario reforzarlo día a día y que mejor con proyectos innovadores y que capten la atención de los mismos.

3. ¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para abordar el tema de la educación ambiental en la institución?

La Comisión de reciclaje es la encargada de realizar un POA en donde estipula que acciones se realizarán durante el año lectivo con los estudiantes en cuanto al tema ambiental.

4. ¿Cuáles son los medios de comunicación que se utilizan para difundir esta información? ¿Por medio de que canales y que herramientas?

Para mi criterio el medio que más se utiliza es el intercomunicador de la institución a pesar de que ahora el refuerzo mediante herramientas digitales permite una comunicación mucho más rápida tanto con el público dentro de la institución como los padres de familia.

5. ¿A quién dirigen esta información?

A toda la comunidad educativa, no se excluye a nadie.

6. ¿Quiénes son los que toman las decisiones cuando se proponen nuevas propuestas en la institución?

El concejo directivo, en una junta tomamos las decisiones de todo tipo de proyecto presentado.

7. ¿Cuál sería su disposición para apoyar una campaña de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable en la institución?

Yo sería la pionera en apoyar una campaña así, en el pasado no pude hacerlo y me arrepentí así que existe apoyo total.

8. ¿Cuál es la planificación o pasos a seguir que se realizan para emprender campañas de reciclaje en la institución?

El POA antes mencionado dicta los lineamientos.

9. ¿Quiénes son los encargados de elaborar y poner en práctica estos planes?

La Comisión de Medioambiente y Reciclaje en conjunto con toda la comunidad educativa.

10. ¿Cómo evaluaría la eficacia de estos planes? ¿Las campañas han sido exitosas?

Evaluaría con un 5, siendo sinceros no hemos sido constantes y los proyectos no han tenido el alcance esperado.

11. ¿Se han presentado propuestas que tengan que ver con la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable con niños de primer año de básica anteriormente? ¿Cuáles han sido?

No, hasta el momento no, solo se realizan trabajos manuales dentro del aula más no de ese tipo.

12. ¿Cuál es el papel que juegan los docentes y padres de familia cuando se realizan campañas dentro de la institución?

Fundamental, sin el apoyo de padres no podemos realizar ninguna actividad, ellos nos dan la autorización y recursos. Los docentes son el eje principal en el aprendizaje y guía de los niños así que es un papel importante de motivación y liderazgo.

13. ¿Cómo autoridades qué papel juegan para el cumplimiento de los objetivos de las campañas realizadas en la institución?

Motivación y apoyo aunque nos falta involucrarnos aún más.

ENTREVISTA No. 3

ENTREVISTA REALIZADA A: Lic. Gina Remache- Coordinadora de la Comisión de reciclaje y Medioambiente de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba.

1. ¿Cómo funciona la comunicación en la institución?

La comunicación en la institución es integral y constituye un elemento esencial para su correcto funcionamiento y un papel muy importante para el cuidado de ambiente.

2. ¿Considera que mejorar el conocimiento respecto al tema del reciclaje va a impactar positivamente en el medioambiente?

Sí porque en la actualidad el reciclaje juega un papel importante en la conservación y protección del ambiente, por lo tanto es fundamental la ejecución de proyectos sobre reciclaje y además la puesta en práctica de acciones concretas en pro de este.

3. ¿Cuáles son las estrategias que se utilizan para abordar el tema de la educación ambiental en la institución?

La principal estrategia es la motivación de la Comisión de Reciclaje y Medioambiente de la institución, así también es fundamental el trabajo de los

docentes en el aula, concienciando y logrando que los alumnos adquirieran hábitos de reciclaje.

4. ¿Cuáles son los medios de comunicación que se utilizan para difundir esta información? ¿Por medio de que canales y que herramientas?

Los medios de comunicación que se utilizan son: momentos cívicos, diálogos en cada aula por parte de los tutores de clase y las carteleras, además de siempre contar con el apoyo de los medios digitales para difundir y atraer más a los alumnos.

5. ¿A quién dirigen esta información?

Se dirige a toda la comunidad educativa.

6. ¿Quiénes son los que toman las decisiones cuando se proponen nuevas propuestas en la institución?

Las personas que toman las decisiones para nuevas propuestas son las autoridades de la institución a través de un consejo directivo.

7. ¿Cuál sería su disposición para apoyar una campaña de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable en la institución?

Lo haría con muy buena disposición y como coordinadora de la comisión de reciclaje apoyaría sin dudar a cualquier acción que se deba realizar para cumplir los objetivos.

8. ¿Cuál es la planificación o pasos a seguir que se realizan para emprender campañas de reciclaje en la institución?

Se elabora un Proyecto Operativo Anual el cual es revisado y aprobado por las autoridades para luego ser ejecutado con los docentes, estudiantes, padres de familia y personal de apoyo.

9. ¿Quiénes son los encargados de elaborar y poner en práctica estos planes?

Los miembros de la Comisión de reciclaje y Medioambiente.

10. ¿Cómo evaluaría la eficacia de estos planes? ¿las campañas han sido exitosas?

Las campañas han sido productivas pero todavía falta de una u otra manera crear una conciencia ecológica y un hábito de reciclaje que en el futuro ayude considerablemente a la protección del planeta.

11. ¿Se han presentado propuestas que tengan que ver con la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable con niños de primer año de básica anteriormente? ¿Cuáles han sido?

No tengo conocimiento sobre este tipo de propuestas pero sería muy bueno que se implemente puesto que se beneficiaría en muchos ámbitos, desarrollo motriz de los niños a la vez que se crea un apego a la música y el arte y la concienciación del cuidado del medio ambiente.

12. ¿Cuál es el papel que juegan los docentes y padres de familia cuando se realizan campañas dentro de la institución?

Juegan un papel fundamental ya que sin su apoyo no se puede realizar ningún trabajo con los estudiantes.

13. ¿Cómo autoridades qué papel juegan para el cumplimiento de los objetivos de las campañas realizadas en la institución?

Las autoridades autorizan y apoyan los proyectos presentados en beneficio de la institución.

Conclusiones entrevistas directivos

- Los directivos de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba concuerdan que la comunicación manejada dentro de la Institución ha permitido un adecuado y fluido proceso comunicacional entre ellos y con el resto de la comunidad educativa, facilitando así la toma de decisiones. Además este público coincide que el uso de herramientas digitales como el chat entre el público interno y el público mixto ha potenciado el intercambio de información y ha creado un nuevo modelo basado en la rapidez con la que se envía la información y la rápida retroalimentación. Por otro lado, la utilización de plataformas virtuales como *Academiun* ha permitido que se ahorren recursos y el público mixto o padres de familia pueda tener acceso a la información con mucha más facilidad.
- Para este público es importante motivar, concienciar y socializar todos los proyectos realizados dentro de la Institución con toda la comunidad educativa. Sin embargo, para aprobar una campaña o proyecto, los planes presentados deben ser socializados en primera estancia por el Consejo de Autoridades para posteriormente ser puesto en marcha por la comisión correspondiente contando con el apoyo de todos los públicos involucrados.
- Los directivos afirman que las campañas de reciclaje realizadas por la Comisión de Reciclaje y Medioambiente de la Institución han tenido acogida pero continúan sin tener mayor trascendencia en los estudiantes. Coinciden en que es necesario que, como autoridades, se involucren más en este tipo de proyectos activamente ya que existe una gran disposición a trabajar con los estudiantes en todas las actividades programadas en una campaña de construcción de instrumentos musicales a base de material reciclado. Además, argumentan que el implementar tachos diferenciados dentro de la Institución no ha significado un real cambio de

actitud en los públicos. Testifican que el público interno no ha sido correctamente capacitado a pesar de existir constantes charlas informativas dentro de las aulas y en los minutos cívicos que realiza la Comisión de Reciclaje y Medioambiente.

- El público de estudio no conoce colectivos o agrupaciones que realicen el trabajo de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable. Aseveran no haberse informado acerca del tema ni haber trabajado en este tipo de proyectos con los estudiantes anteriormente por falta de información y capacitación para realizarlos.

4.7.4 Descripción de resultados entrevistas población No. 5: expertos

ENTREVISTA No. 4

ENTREVISTA REALIZADA A: Daniel Barragán - Asesor Ministerial del Ministerio de Ambiente del Ecuador

1. ¿Cuáles son los tipos de material reciclable que existen y que pueden ser manipulados con niños?

Plástico, papel cartón, aluminio vidrio tetrapack, lo más generalizado, hay el caucho, pilas, baterías, equipos informáticos, pero para niños los materiales básicos pero siempre con supervisión también pueden manejar otros tipos de materiales, no encuentro limitantes siempre y cuando no implique inseguridad para los niños.

2. ¿Cuáles son las leyes que amparan y dictan los lineamientos en cuanto al tema de reciclaje?

No conozco leyes específicas, pero en el caso de Quito debe haber ordenanzas municipales en cuanto a los gestores que manejan el material reciclable.

3. ¿Cree factible la realización de una campaña de comunicación que fomente el uso de material reciclado para la creación de instrumentos musicales con niños?

Si, definitivamente, existen varios proyectos como una biblioteca realizada con material reciclable realizada por mundo juvenil, por lo tanto estos proyectos son positivos de acuerdo a la experiencia. Algo que falla es la comunicación por ende se debe informar que se puede dar nuevo uso a las cosas que creemos que se puede desechar.

4. ¿Cuáles son las estrategias y actividades utilizadas por el Ministerio de Ambiente?

No trabajábamos el tema de reciclaje sino el de políticas públicas y desarrollo sostenible, tan solo se realizó una encuesta de percepciones en el 2014 sobre el comportamiento de los ciudadanos en la ciudad de Quito en cuanto al reciclaje, los datos dijeron que tan solo la mitad de quiteños realiza la separación de desechos.

5. ¿Conoce colectivos en Ecuador y América Latina que realicen este tipo de trabajo?

No, en realidad no tengo conocimiento alguno.

6. ¿Cree usted que el Ministerio está realizando campañas adecuadas en cuanto al tema reciclaje?

Creo que sí pero no he escuchado sobre proyectos que tengan un fin en particular, es decir reciclar para hacer algo como el proyecto que propones. Más bien las empresas privadas son las que están permanentemente haciendo campañas de responsabilidad social.

ENTREVISTA No. 5**ENTREVISTA REALIZADA A:** Mireya Cepeda - Asesora Ministerial del Ministerio de Educación Ecuador**1. ¿Cuándo se crea el nuevo currículo escolar del Ministerio de Educación? ¿Qué cambios tiene?**

Se encuentra en proceso de elaboración y aprobación con el aval de una consultora internacional en 2016 estaría poniéndose en práctica, los portes son la educación integral, expresión corporal, educación musical y plástica.

2. Dentro del nuevo currículo escolar se incluyó y dio énfasis al arte, música y cuidado del ambiente ¿Cuál es el objetivo?

Los elementos y recursos que se quieren trabajar son apuntando al cuidado del medioambiente, que los niños aprendan.

3. Para primer año de básica ¿por qué es importante el incrementar las horas de arte, música y educación ambiental?

Esto permite sin duda un desarrollo holístico en nuestros niños, su crecimiento humano es igual o más importante que el intelectual.

4. ¿El Ministerio ha realizado campañas de material reciclado con las instituciones educativas? ¿Cómo cuáles?

Se realizó una campaña de recolección de botellas en conjunto con el Municipio de Quito mas no tengo conocimiento de otro tipo de proyecto.

5. ¿Por medio de q canales y herramientas se comunican las campañas comunicacionales realizadas por el Ministerio a los colegios o a sus respectivos directivos?

Los medios formales son los más utilizados, oficios y notificaciones a las cabezas de las instituciones, además de recursos tecnológicos como Educa tv en donde se difunde información que llega a todo tipo de target y en especial a niños y jóvenes.

6. ¿Dentro de que parte del currículo (bloques) entraría una campaña de comunicación para fomentar el uso de materiales para la creación de instrumentos musicales?

Dentro del bloque de cuidado de medio ambiente, desarrollo musical o artes plásticas.

7. ¿Cree factible realizar la campaña mencionada?

Totalmente, es un gran proyecto y debería ponerse en práctica.

ENTREVISTA No. 6

ENTREVISTA REALIZADA A: Diego Miño- Experto musical y Mannager de El ensamble de percusión “Tomback” y el grupo juvenil “Golpe Urbano”.

1. ¿Cuál es su opinión acerca de la creación de una campaña de comunicación que fomente el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales con niños?

Una campaña que fomente la utilización de material reciclable y la música es sin duda importante para un desarrollo holístico de cualquier persona, más aún si hablamos de niños sin duda el apoyo es total y sobretodo estaría orgulloso de que la gente empiece a apreciar a la música como un canal de comunicación que crea conciencia en la gente.

2. ¿Qué es Golpe Urbano? ¿Cuál es el objetivo y quiénes lo conforman?

Golpe Urbano es el grupo de música de la *Despensa Miño* dirigida por mí, lo cree con el fin de aplicar todos los conocimientos de mis alumnos en la práctica y sobretodo mostrar que inclusive los niños puede hacer música con instrumentos reciclables dando un mensaje de concienciación, está conformado por 15 alumnos niños y adolescentes. Tuvimos hace poco una presentación en las conferencias T-DEX y así mostré como crear un ensamble de percusión con estos instrumentos nada usuales y con niños y jóvenes.

3. ¿Utilizarían más materiales reciclados para los instrumentos de golpe urbano? ¿Cuáles?

La música es infinita así que sin duda cualquier tipo de material puede ser ensamblado y utilizado para hacer música.

4. ¿Cree que es factible que los niños construyan instrumentos musicales a partir de material reciclado?

Es factible que un niño maneje material reciclado más se debe estudiar bien que materiales son aptos y cuál es el proceso para que los niños puedan lograr los instrumentos.

5. ¿Cree usted que existe apoyo de entidades gubernamentales para este tipo de proyectos?

Los ministerios conocen del trabajo de los músicos ecuatorianos, hay un sin fin de proyectos presentados más aun no existe un apoyo total, se busca bandas extranjeras, no a nosotros por alguna extraña razón.

6. ¿Quiénes son Tomback? ¿Cómo surge y cuál fue el impulso para crear este ensamble?

Tomback nace hace 15 años con un impulso querer mantener la tradición de tamborileros del mundo, nosotros comenzamos como un ensamble callejero presentándonos en parques, con el tiempo la gente empezó a interesarse por nuestro trabajo y la innovación en la utilización de materiales reciclados para realizar nuestra música, empezamos a tocar en colegios y ferias y con el pasar de los años y el crecimiento del ensamble hemos logrado cruzar fronteras y tocar en diferentes países del mundo siempre brindando un mensaje con nuestra música e impulsando el tema del cuidado del ambiente mediante la reutilización de material para ir creando cada vez más instrumentos.

7. ¿Qué materiales reciclados utiliza Tomback?

Tomback toma lo que ve y lo hace música pero principalmente botellones, baldes, tubos, latas y cartón.

8. ¿Cuáles han sido las herramientas comunicaciones que han utilizado tanto Tomback como Golpe Urbano para darse a conocer?

Las herramientas de comunicación de Tomback y Golpe Urbano han sido principalmente el BTL, nos presentamos en parques y plazas con shows gratuitos. Además somos partícipes de diferentes campañas gubernamentales y de empresas privadas. Sin dejar de lado las redes sociales que han sido de gran ayuda en la actualidad para incrementar y posicionar nuestra imagen además de permitirnos una retroalimentación con las personas interesadas en nuestro trabajo mucho más rápida.

9. ¿Cuál sería su aporte como músico y fundador de bandas que fomentan este tópico?

El apoyo total, el impulso y la motivación, aportar con todos mis conocimientos sin duda alguna. He dictado varios talleres particulares y porque no hacerlos masivos y para que toda la comunidad tenga acceso a estos, sin duda mi aporte sería el de ayudar en este tipo de campañas a través de mi dirección como experto en las actividades que se realicen, dictar talleres a los niños, padres o docentes.

10. ¿Qué colectivos conoce en América Latina y Ecuador?

Existen millones de colectivos que realizan este trabajo alrededor del mundo pero aún no tienen el alcance a nuestro país, hace un tiempo estuvo en nuestro país la banda *Metallica* los mismos trajeron a una sinfónica de niños y jóvenes que realizan música con instrumentos musicales a base de material reciclado, su nombre es *Cateura* y en América Latina es una de las sinfónicas más fuertes y que han logrado reconocimiento. Además existen colectivos pequeños en nuestro hermano país Colombia que educan en este tema a niños y jóvenes. En nuestro país no existe otra agrupación aparte de

Golpe Urbano y Tomback que realice este trabajo pero el interés es que se creen proyectos que permitan crear interés en el tema.

Conclusiones entrevistas expertos

- Los expertos coinciden que la comunicación es la vía fundamental para transmitir información y mantener las relaciones humanas. A partir de esto aseguran que el uso adecuado de la comunicación dentro de los temas del reciclaje y música representa un eje fundamental para apelar a las emociones de las personas, lograr un verdadero cambio de comportamiento y apego a los mismos mediante la utilización de canales innovadores como la creación de instrumentos a partir del material reciclable. Además, este público señala que es importante innovar constantemente las herramientas mediante las cuales se comunica la información sobre estos proyectos o campañas, el uso de herramientas digitales, publicidad BTL por ejemplo.
- Según los expertos, las entidades gubernamentales como el Ministerio de Educación y el Ministerio de Ambiente del Ecuador han impulsado diversas campañas en las que se ha promovido la capacitación en el tema de reciclaje en las instituciones educativas y la comunidad en general. A pesar de esto, el apoyo a los colectivos que realizan proyectos innovadores como son las agrupaciones *Tomback* o *Golpe Urbano* no es representativo ya que no son valorados y por ende no han tenido el reconocimiento que merecen.
- Aseguran también que la difusión de los lineamientos, disposiciones municipales y campañas no ha sido adecuada ya que a más del reciclaje de botellas realizado con las instituciones educativas los públicos no recuerdan otra campaña realizada referente al tema.
- Los expertos están de acuerdo que la creación de una campaña de comunicación que fomente el uso de material reciclable en primer año de

Educación General Básica es totalmente factible y realizable. Existe gran apertura por parte de las entidades gubernamentales y de los expertos en el tema de música y reciclaje para apoyar y capacitar a las instituciones educativas a generar un espacio propicio dentro de la malla curricular para este tipo de proyectos.

- Los expertos afirman que se deben aprovechar las nuevas normativas establecidas por el Ministerio de Educación en las que se estipula la necesidad de generar espacios que fomenten el cuidado del medio ambiente, desarrollo psicomotriz y musical de los niños, para la creación de proyectos innovadores que puedan incluirse en el currículo.

4.8 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Todos los públicos investigados muestran alta disposición para trabajar y participar en la campaña de reciclaje, se muestra el interés para realizar el proyecto propuesto por parte de estudiantes, padres de familia, docentes, directivos y expertos en el tema.
- Existe gran compromiso por parte de los padres de familia y docentes para trabajar en la campaña, expresan que guiarán y motivarán a los niños para lograr cumplir los objetivos de las actividades propuestas.
- Según los expertos en el tema musical y reciclaje los niños se encuentran en la edad perfecta para trabajar en estos temas ya que permite su desarrollo motriz, artístico y genera una conciencia ambiental a temprana edad, a la vez que son un canal directo para transmitir los mensajes comprendidos hacia su hogar.
- La Institución cuenta con una buena comunicación entre sus públicos internos y mixtos. Las herramientas comunicacionales han sido correctamente utilizadas a pesar que según sus directivos se deben

potenciar y renovar para generar mayor impacto en los públicos especialmente al momento de generar mensajes para una campaña institucional.

- Dentro de la Institución se puede observar una constante preocupación por adecuarse a las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) al integrar plataformas virtuales como *Academiun* que permite plasmar información relevante de una manera ágil y de fácil manejo. Además, los docentes han encontrado nuevas formas de comunicación como el chat mediante la aplicación *Whatsapp* que permite generar una relación directa y eficaz con los públicos.
- Según los directivos han existido varias campañas de comunicación enfocadas en el tema de reciclaje dentro de la Institución, planificadas y dirigidas por la Comisión de Reciclaje y Medioambiente. Estas no han tenido la acogida ni la duración deseada debido al mal manejo de las herramientas comunicacionales y porque no se ha generado un verdadero compromiso de todos los públicos incluidos los padres de familia que son la mayor motivación para los estudiantes de primer año especialmente realicen los trabajos y actividades.
- La preocupación de la Institución por crear comisiones que se encarguen de temas específicos y de interés institucional es un punto importante que destaca la investigación. La Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente encargada de la planificación y coordinación de proyectos en temas de reciclaje, ha realizado un buen trabajo, mas aún es necesario reforzar y promover mejores proyectos para lograr una verdadera concientización del tema en todos los públicos involucrados.
- Según los resultados obtenidos los programas gubernamentales acerca del reciclaje no han tenido la acogida deseada ya que no existe una

política pública que dicte los lineamientos del correcto uso del material reciclable y su adecuada manipulación por parte de los niños.

- Estudiantes, padres de familia y docentes de la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba* conocen como único proyecto de reciclaje interno la recolección de botellas de plástico motivo por el cual la utilización de este material como materia prima para la construcción de instrumentos musicales se hace factible.
- Los públicos identifican los diferentes tipos de contenedores de material potencialmente reciclable así como los tipos de materiales que se pueden reciclar. Dicen llevar estas prácticas a sus hogares notando un cambio de comportamiento en sus actividades diarias.
- Según los datos arrojados por la investigación se debe expandir el conocimiento sobre el trabajo y apoyo que brindan los colectivos existentes a nivel país para así conocer los beneficios que trae consigo la construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable en niños específicamente.

5. CAPITULO V. PROPUESTA COMUNICACIONAL

5.1 PROPUESTA

La propuesta comunicacional consiste en la presentación de una campaña para fomentar el uso de material reciclable en la creación de instrumentos musicales para niños de primer año de Educación General Básica en la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*. En dicha propuesta se plantearán las estrategias y acciones concretas para lograr los objetivos propuestos además de cumplir las necesidades de todos los públicos a través los canales y herramientas de comunicación adecuados para cada uno. Además se tomarán en cuenta las variables de investigación con el fin de enfocar dichas estrategias hacia la comunicación interna, reciclaje y creación de instrumentos musicales.

Después de haber realizado la investigación de campo, se determina que es necesario aplicar una campaña con los siguientes lineamientos que están amparados en un diagnóstico. Para este efecto se comparan datos con el FODA y una matriz CAUSA EFECTO que señalan los problemas comunicacionales y así poder presentar soluciones para los mismos.

5.2 DIAGNÓSTICO

A partir de los resultados de las encuestas, entrevistas y taller participativo realizados respectivamente a cada público, se procede a realizar un diagnóstico, el mismo que será enfocado en dos áreas: Institución y Comunicación. En primer lugar, se analizarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existan en la *Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba* y, seguido se examinará la situación comunicacional de la misma buscando los posibles problemas que estén afectando a las variables: comunicación interna, reciclaje y creación de instrumentos musicales.

De esta manera se planteara las estrategias, acciones y responsables para poder solucionar los problemas que se han descubierto en la Institución.

5.2.1 Análisis FODA

Tabla 46: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La Institución cuenta con una Comisión de Reciclaje y Medioambiente que realiza la planificación y coordinación de proyectos de reciclaje dentro de la misma. • La Institución cuenta con una Comisión de Comunicación e Imagen Institucional encargada de planificar, crear y gestionar todo lo referente a este tema. • El público interno y mixto de la Institución tiene una alta disposición a trabajar en proyectos de reciclaje innovadores. • Los directivos de la Institución apoyan totalmente la realización del proyecto. • Los niños muestran interés en conocer más sobre la fusión entre el material reciclable y la música. • Los públicos objetivos tienen un conocimiento básico del proceso del reciclaje y manipulación de materiales. • El uso apropiado de herramientas tradicionales y de nuevas Tecnologías de la Información y comunicación permite una comunicación directa con los públicos objetivos para realizar el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos externos son bienvenidos en la Institución al contar con una Comisión de Reciclaje abierta a recibir proyectos innovadores • El nuevo currículo escolar emitido por el Ministerio de Educación de Ecuador plantea la inserción de bloques de enseñanza con los temas de cuidado del ambiente y el desarrollo artístico de los estudiantes. • El Ministerio de Ambiente se encuentra abierto a recibir nuevos proyectos que involucren el tema del reciclaje. • Expertos se encuentran dispuestos a apoyar y colaborar con sus conocimientos para la realización de este tipo de proyectos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Información insuficiente de campañas de este estilo en América Latina según datos estipulados en las entidades gubernamentales encargadas del tema como el Ministerio del Ambiente. • Según las encuestas realizadas para esta investigación, los directivos no se involucran al 100% en los proyectos de reciclaje que realiza la Institución. • Los estudiantes no han mostrado un interés perdurable en el tiempo acerca de las campañas de reciclaje realizadas en la Institución anteriormente. • No hay continuidad en los programas de este tipo que se puedan proponer. • Los padres de familia no desean que el proyecto involucre ningún tipo de gasto económico ni material. • La Institución no cuenta con presupuesto alto para el soporte de proyectos ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de políticas gubernamentales que dicten los lineamientos del correcto uso y clasificación del material. • Los cambios constantes de proyecto o visión política. • Cambios curriculares debido a cambios no favorables para el proyecto por parte del Ministerio de Educación.

5.2.2 Matriz causa y efecto

Tabla 47: Matriz causa y efecto

Causa	Problema	Efecto	Solución
Poco interés por parte de los públicos acerca de temas del cuidado del ambiente y la música.	Desinformación acerca de proyectos y colectivos que fusionan el reciclaje con la música.	Inexistencia de proyectos a nivel institucional	Crear un proyecto que impulse el uso de material reciclable en la música.
Uso ineficiente de herramientas comunicacionales.	Poca difusión de las campañas de reciclaje realizadas dentro de la institución hacia los públicos objetivos.	Bajo nivel de aceptación de las campañas de reciclaje realizadas.	Gestionar de manera adecuada las herramientas existentes.
Poco interés de los directivos hacia los proyectos realizados por las comisiones.	No existe seguimiento de los proyectos ni de los resultados obtenidos por parte de los responsables.	Malestar general por parte de las comisiones.	Integrar a los directivos de la Institución en los proyectos presentados.
Los medios digitales generan una comunicación rápida y directa.	Las herramientas de comunicación tradicionales están siendo relegadas ante los medios digitales.	Poco uso de las herramientas tradicionales.	Limitar el uso de herramientas tradicionales potenciando las herramientas digitales.
No se han realizado estudios acerca del tema de reciclaje con niños por parte de las entidades gubernamentales encargadas.	No existen lineamientos gubernamentales que dicten como manipular el material reciclable con niños.	No existe una planificación para la ejecución de proyectos de este tipo.	Implementar un modelo de gestión de proyectos de reciclaje y música.

5.3 EJE DE CAMPAÑA

Nombre: Musiclarte

Slogan:

“El ritmo del planeta en tus manos”

Logotipo:



5.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General

- Fomentar el uso de material reciclable en instrumentos musicales para niños de primer año de Educación General Básica.

Objetivos Específicos

- Optimizar el uso de herramientas de comunicación dentro de la Institución para la correcta difusión de los proyectos de reciclaje.
- Generar un modelo para realizar proyectos que involucren la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable.
- Promover la participación integral de los públicos en proyectos de reciclaje y música.

5.5 MATRIZ ESTRATÉGICA

Tabla 48: Matriz Estratégica

Objetivo General	Objetivos específicos	Públicos	Estrategias
Fomentar el uso de material reciclable en instrumentos musicales para niños de primer año de Educación General Básica.	Objetivo No. 1: Optimizar el uso de herramientas de comunicación para la correcta difusión de los proyectos de reciclaje.	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los públicos de la Institución (padres de familia, docentes, directivos, niños) 	Gestionar herramientas de comunicación interna.
			Medir la eficacia y eficiencia de las herramientas a utilizar.
			Posicionar las herramientas digitales existentes.
	Objetivo No. 2: Generar un modelo para realizar proyectos que involucren la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable.	<ul style="list-style-type: none"> • Directivos • Docentes 	Establecer lineamientos del correcto uso y manipulación del material reciclable y su utilización para crear instrumentos musicales.
			Crear un modelo de auditoria.
	Objetivo No. 3: Promover la participación integral de los públicos en proyectos de reciclaje y música.	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los públicos de la Institución (padres de familia, docentes, directivos, niños) 	Informar sobre casos de éxito en Ecuador sobre reciclaje y música.
			Generar interés sobre proyectos de reciclaje y música.
			Posicionar los beneficios del proyecto para los niños.

5.6 MATRIZ DE ACCIONES

Tabla 49: Matriz de Acciones

Matriz de acciones		
Estrategia	Acciones	Responsable
Objetivo #1		
E1: Gestionar herramientas de comunicación interna.	<p>A1: Lanzamiento de la Campaña Musiclarte: publicación de información sobre el objetivo y beneficios de la campaña mediante la página web de la Institución y colocación de una gigantografía en el patio de la misma para causar expectativa en los públicos.</p> <p>A2: Circulares verdes.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A1.1: Creación y diseño de las circulares. Los mensajes estarán impresos en el retiro de las circulares para evitar el uso de papel. • A1.2: Envío de las circulares acompañadas de datos curiosos y mensajes de la campaña <i>Musiclarte</i>. <p>A3: Flyers verdes.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A2.1: Creación y diseño de los flyers. Contendrán contenido interesante sobre reciclaje, proyectos y datos curiosos sobre la campaña. Todo este material se realizará en papel reciclado. • A2.2: Se repartirán flyers informativos en las principales reuniones con padres de familia y eventos que realice la Institución. <p>A4: Recicla tu logo.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A3.1: Los estudiantes de primer año de Educación General Básica, con sus docentes tutores, realizarán un logotipo dibujado y coloreado por ellos mismos acerca del tema del reciclaje y la música. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñadora • Comisión de Reciclaje y Medioambiente <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes de primer año • Docentes

	<ul style="list-style-type: none"> • A3.2: Se potenciará el uso de las carteleras colocando los logotipos con información de la campaña durante dos semanas. • A3.3: La elección del logotipo ganador estará a cargo de las autoridades de la Institución para premiar al estudiante y paralelo en el minuto cívico correspondiente. <p>A5: Reuniones interactivas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A4.1: Los padres de familia de los niños de primer año tendrán que construir un instrumento musical con materiales que se presenten en el aula en la reunión de padres de familia correspondiente. • A4.2: El docente tutor estará a cargo de explicar la actividad y de juzgar el instrumento según la cantidad de materiales reciclados que contenga. El instrumento ganador obtendrá un premio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de Reciclaje y Medioambiente • Directivos • Padres de familia • Docentes
<p>E2: Medir la eficacia y eficiencia de las herramientas a utilizar.</p>	<p>A6: Contador de visitas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se implementará dentro de la página web de la Institución (www.rumipamba.edu.ec) una sección dedicada a la campaña <i>Musiclarte</i> que contendrá el objetivo, acciones planificadas y un contador de visitas para medir la cantidad de personas que ingresan a la sección durante la duración de la campaña. <p>A7: Mural de sugerencias.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para conocer la opinión de los niños se colocará un mural en blanco para que ellos dibujen su mejor experiencia durante la campaña en cada aula de primer año <p>A8: Encuesta Online.- Se realizará una encuesta Online a docentes y padres de familia de primer año para conocer la productividad de las herramientas de comunicación durante la campaña.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a • Docentes de primer año • Comisión de Reciclaje • Comunicadora • Diseñador/a

<p>E3: Posicionar las herramientas digitales existentes.</p>	<p>A9: Fan page.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se creará un fan page de la campaña <i>Musiclarte</i> en la red social Facebook con el fin de medir el número de “me gusta” y publicaciones sobre el tema en el mismo por parte de los padres de familia, docentes y estudiantes. <p>A10: Videos tutoriales e Galería en la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A9.1: Generar videos tutoriales acerca de la realización de instrumentos musicales con material reciclable en el canal Youtube <i>Musiclarte</i>. • A9.2: Realizar una galería fotográfica de las actividades realizadas durante la campaña <i>Musiclarte</i> en el fan page. <p>A11: ACADEMIUN Verde.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se plasmarán datos curiosos e imágenes sobre <i>Musiclarte</i> en la plataforma <i>Academiun</i> durante la duración de la campaña. <p>A12: MusiclApp. -</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se enviará un mensaje semanal vía <i>Whatsapp</i> a los padres de familia con datos curiosos sobre la campaña <i>Musiclarte</i> y las actividades realizadas durante la misma con el fin de potenciar esta herramienta innovadora. <p>A13: VideArte.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se crearán y presentarán videos en clase (primer año) con dibujos animados en forma de instrumentos reciclables hablando del tema para fomentar el uso de la herramienta Infocus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Docentes de primer año <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Docentes de primer año
---	---	---

Objetivo #2		
<p>E4: Establecer lineamientos del correcto uso y manipulación del material reciclable y su utilización para crear instrumentos musicales.</p>	<p>A14: Manual Verde Musical.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una Guía para el docente con el fin de dictar lineamientos generales de manipulación del material reciclable, políticas de uso de material con niños de primer año y la metodología del uso del mismo para la creación de instrumentos musicales con este público. <p>A15: Evento de presentación Manual Verde Musical.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A14.1: Levantamiento de base de datos de invitados y autoridades del Ministerio de Educación y Ministerio de Ambiente. • A14.2: Presentación de la guía para el docente a toda la comunidad educativa en el teatro de la Institución presentando su contenido general y beneficios. <p>A16: Charlas informativas.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A15.1: Realizar invitaciones a expertos en el tema de reciclaje y música enfocadas a enseñar a los docentes de primer año y directivos de la Institución las políticas y beneficios de la correcta utilización del material con los niños de primer año. • A15.2: Las charlas serán grabadas y subidas al canal <i>Youtube</i> y linkeadas al Fan page <i>Musiclarte</i> para conocimiento de toda la comunidad educativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de Reciclaje y Medioambiente • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a <ul style="list-style-type: none"> • Comisión de Reciclaje y Medioambiente <ul style="list-style-type: none"> • Comisión de Reciclaje y Medioambiente <ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a
<p>E5: Crear un modelo de auditoria.</p>	<p>A17: Auditoria Externa. Realizar un sistema de evaluación de las acciones realizadas en la campaña.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación interna - Evaluación externa <ul style="list-style-type: none"> o Auditorias educativas – particular o ministerial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante del Ministerio de Ambiente • Representante del Ministerio de Educación • Directivos

Objetivo #3		
<p>E6: Informar acerca de casos de éxito existentes en nuestro país sobre el tema de reciclaje y música.</p>	<p>A18: Show artístico participativo.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A17.1: convocatoria a toda la comunidad educativa mediante el fan Page sobre el Show artístico. • A17.2: Se realizará un show en el teatro de la Institución con la participación de las agrupaciones <i>Tomback</i> y <i>Golpe Urbano</i>, ambas manejadas por el músico compositor ecuatoriano Diego Miño. • A17.3: Los asistentes podrán interactuar y recibir talleres con los músicos para conocer sobre la construcción de instrumentos a base de material reciclado. <p>A19: Boletines de prensa.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A18.1: Se crearán boletines de prensa con información referente al reciclaje. • A18.2: Su difusión será vía correo electrónico a los padres de familia, docentes y estudiantes de toda la comunidad educativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicadora • Diseñador/a • Comisión de Reciclaje y Medioambiente • Comunicadora • Diseñador/a
<p>E7: Generar interés en públicos objetivos sobre los proyectos de reciclaje y música institucionales.</p>	<p>A20: Galería de arte.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A19.1: Los estudiantes de primer año de Educación General Básica en conjunto con sus docentes realizarán instrumentos musicales hechos con material reciclable encontrado dentro del aula de clase. • A19.2: Los instrumentos serán expuestos en el patio principal de la Institución al estilo de una galería de arte durante la semana cultural realizada en la misma. • A19.3: Todas las fotografías serán posteadas en el Fan page de la campaña. <p>A21: Recetas de reciclaje.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A21.1: Los niños de primer año de Educación General Básica en conjunto con sus docentes realizarán una receta para ejecutar un instrumento musical en la que los ingredientes serán materiales reciclables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes de primer año • Docentes de primer año • Comisión de reciclaje y Medioambiente • Comunicadora • Estudiantes de primer año • Docentes de primer año

	<ul style="list-style-type: none"> • A21.2: Las recetas se presentarán en el auditorio de la sección básica de la institución y tendrá como jurado a los Directivos. La receta ganadora tendrá un reconocimiento por parte de la Comisión de Reciclaje y Medioambiente. • A21.3: Los Trabajos serán fotografiados y posteados en el Fan page de la campaña 	<ul style="list-style-type: none"> • Directivos • Comisión de Reciclaje y Medioambiente • Comunicadora
<p>E8: Posicionar en la mente de los públicos objetivos los beneficios del proyecto para los niños.</p>	<p>A22: Articulando.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A22.1: Se realizará un artículo por parte de los directivos, docentes de primer año y padres de familia del mismo en conjunto y en donde los niños aportarán con imágenes que acompañen al artículo. • A22.2: Se realizará el acercamiento con la prensa local para seleccionar en donde se publicará el artículo mediante auspicio. (Comercio, La Hora, El Universo, etc.) <p>A23: Canción verde.-</p> <ul style="list-style-type: none"> • A23.1: Se abrirá una convocatoria opcional para que los directivos de la Institución creen una canción que contenga en su lirica los beneficios de crear instrumentos musicales a partir de material reciclado. • A23.2: Los jueces de esta actividad serán los niños de primer año dando como premio un instrumento construido con material reciclado por los mismos. <p>A24: Garantía de sostenibilidad del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se enviará una ficha de compromiso a los padres de familia de primer año con el fin de asegurar su apoyo en las actividades a realizar y la perdurabilidad del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Directivos • Docentes de primer año • Padres de familia de primer año • Estudiantes de primer año • Comunicadora • Directivos • Estudiantes de primer año • Comunicadora • Docentes

5.7 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 50: Cronograma de actividades

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																																																		
Año 2016 /MES	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto							
Actividades (Semanas)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Lanzamiento y socialización de la campaña mediante gigantografía, página web, circular y creación de fan page Facebook y canal Youtube.	■	■																																																		
Creación y entrega de flyers en eventos institucionales		■	■			■					■				■				■				■				■				■				■				■				■				■					
Envío compromisos a padres		■	■																																																	
Creación de nuevos diseños Musiclarte en página web (contador) e información en Academiun.		■	■																																																	
Difusión de información en fan page, Youtube, Página Web y Academiun.				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Actividades en reuniones con padres de familia.			■																				■																													
Creación videos de clase y posteo de Videos tutoriales en Youtube y Fanpage						■					■				■				■				■				■				■				■				■				■									
Concurso Recicla tu Logo											■				■				■				■				■				■				■				■				■									
Creación y envío boletines de prensa											■				■				■				■				■				■				■				■				■									
Envío mensajes Vía WhatsApp											■				■				■				■				■				■				■				■				■									
Creación de manual verde musical			■	■	■	■																																														
Evento de presentación del manual verde musical															■																																					
Charlas Informativas de expertos															■																																					
Show Artístico participativo																							■																													
Concurso Recetas de Reciclaje																											■																									
Galería de arte																											■																									
Canción Verde																											■																									
Articulando																																																				
Colocación mural en sección básica																																																				
Encuesta a docentes y padres de familia																																																				
Auditoría externa																																																				
Evaluación y control																																																				

5.8 PRESUPUESTO

Tabla 51: Presupuesto

PRESUPUESTO				
Acciones	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Observaciones
Gigantografía	2	0	\$160	Se colocará una gigantografía en la sección primaria y otra en secundaria.
Fichas compromiso	100	0	0	La institución cuenta con presupuesto destinado a este tipo de actividades.
Circulares Verdes	5000	0	0	El colegio tiene un presupuesto destinado al diseño e impresión de circulares ya establecido.
Flyers verdes	5000	\$80	\$400	Se los realizará en papel reciclado, el precio es de \$80 cada mil flyers impresos.
Recicla tu logo	1	\$50	\$50	El costo esta referido al premio que se entregará.
Reuniones interactivas	3	\$15	\$45	El costo esta referido a los premios que se entregarán en las reuniones.
Contador de visitas	0	0	0	El colegio cuenta con un comunicador que gestiona la página web.
Mural	1	\$20	\$20	Costo materiales para mural
Fan page	0	0	0	El colegio cuenta con un comunicador que gestionará el fan page.
Videos tutoriales y Galeria	10	0	0	El colegio cuenta con un comunicador que se encargará de la creación de los videos y postear las imágenes.
Academiun verde	0	0	0	El colegio cuenta con un comunicador que gestionará Academiun.
MusicApp	0	0	0	Cada docente enviará el mensaje de texto sin costo ya que utilizarán su aplicación Whatsapp para el efecto.
VideArte	0	0	0	El colegio cuenta con un comunicador que se encargará de la creación de los videos
Manual verde musical	50	\$10	\$500	El manual será creado en material reciclado por el comunicador de la institución y la ayuda de un diseñador.
Evento de presentación manual verde musical	0	0	0	La institución cuenta con iluminación, sonido, amplificación, materiales y el espacio para realizar la presentación.
Charlas informativas	0	\$150	\$150	Se realizarán las charlas mediante canje, ya que los expertos podrán publicitar sus empresas, bandas y o u organizaciones sin ningún costo. El costo esta referido a coffee break durante las charlas.
Auditoria externa	0	0	0	Las auditorias serán realizadas por representantes de las entidades gubernamentales del Ministerio de educación y Ministerio de Ambiente.
Show artístico participativo	1	\$200	\$200	Costo referido a almuerzo para los artistas despues del show .
Boletines de prensa	9	0	0	El comunicador de la institución realizará y enviará los boletines vía correo electrónico.
Galería de arte	1	0	0	Todo se realizará con materiales reutilizables.
Recetas de reciclaje	1	\$50	\$50	Se realizará toda la actividad con materiales que se encuentren en la institución. El costo está referido al premio que se entregará.
Articulando	1	0	0	Se publicará el artículo mediante auspicios con la prensa local
Canción verde	1	0	0	
Piezas gráficas (Camisetas, esferos, pines, carpetas y hojas membretadas)	100 c/u	\$ 780	\$ 780	El costo es por combo de las piezas gráficas (100 de cada una)
Roll Up		\$80	\$80	Impresión
Diseñador gráfico/multimedia	2	\$2000	\$2000	Costo por todos los trabajos freelance en las actividades
SUBTOTAL			4,435	
GASTOS ADMINISTRATIVOS 5%			221.75	
IMPREVISTOS 8 %			354.80	
TOTAL			5011.55	

5.9 MATRIZ DE EVALUACIÓN

Tabla 52: Matriz de Evaluación

Matriz de evaluación					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL DE EVALUACIÓN	ACCIONES	INDICADOR	INSTRUMENTO
Optimizar el uso de herramientas de comunicación dentro de la institución para la correcta difusión de los proyectos de reciclaje realizados dentro de la institución.	Informativo	Básico/ Intermedio	Circulares sostenibles	# de circulares entregadas / # de personas entregadas	Lista de padres de familia
			Flyers verdes	# de flyers entregadas / # de personas entregadas	Lista de alumnos
			Recicla tu logo	# de personas convocadas/ # de personas participantes	Lista de alumnos
			Reuniones interactivas	Personas asistentes a la reunión	Lista de personas esperadas
			Contador de visitas	# de personas que entran a la página web/ # de personas que entran a la sección de reciclaje	Contador de la página
			Mural de sugerencias	# de sugerencias/ # de actuaciones	Contador
			Encuestas	# de personas encuestadas/ # de encuestas respondidas	Contador
			Fan page	Personas que interactúan con la página/ # de publicaciones	Contador
			Videos tutoriales	# de personas que miran el video	Contador
			Academiun Verde	# de personas participantes	Lista de personas
			MusicApp	# de mensajes planeados/ # de mensajes ejecutados	Contador
VideArte	# de veces que se usa videos dentro de clase/ # horas clase semanales	Horario de clases			
Proponer un modelo base para la realización de proyectos que involucren la creación de instrumentos musicales a partir de material reciclable.	Motivacional	Básico/ Intermedio	Manual Verde Musical	Personas que reciben el manual/ # de personas que aplican el manual	Lista de personas
			Evento de presentación Manual Verde Musical	# de asistentes/ Número total de personas invitadas	Lista de personas
			Charlas Informativas	#de invitados/ número de asistentes	Lista de invitados
			Seguimiento	Informes final de auditoría	Contador
Promover la participación integral de todos los públicos de interés para la realización de proyectos que integren el reciclaje y la música en niños de primer año de Educación General Básica.	Motivacional	Básico/ Intermedio	Show artístico participativo	# de asistentes/ # total de personas invitadas	Lista de personas
			Boletines de prensa	# de boletines planificados/ número de boletines publicados	Planificación de la campaña
			Galería de arte	# de asistentes/ # de invitados	
			Recetas de reciclaje	# de propuestas de recetas/ # de aplicaciones de recetas	Contador
			Articulando	# de artículos publicados/ # de artículos presentados	Lista de participantes
Canción Verde	Canciones presentadas/ votos recibidos	Contador de votos			

6. CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- La comunicación dentro de la Institución es vital para cumplir con los procesos y actividades que se realizan con los públicos internos y mixtos. En la Institución se maneja una comunicación de tipo descendente pues las decisiones son tomadas por los directivos hacia el resto del público, sin embargo la creación de comisiones encargadas de temas específicos como la Comisión de Reciclaje y Medioambiente, permiten que la comunicación sea mucho menos rígida y se escuchen opiniones de los docentes como aporte a los proyectos.
- Los públicos de la Institución son receptivos y abiertos a poner en práctica y comprometerse en una campaña que fomente el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales con niños de primer año de Educación General Básica, debido a que se han realizado campañas de reciclaje anteriormente en el colegio mas no se le ha dado el seguimiento adecuado ni se ha involucrado a todos los públicos para un verdadero cambio de comportamiento y garantizando la sostenibilidad del proyecto.
- El uso del canal musical representa no solo una actividad lúdica sino que asegura el desarrollo e inclusión de los niños de primer año en el ámbito artístico como lo afirma el autor (Daffau, 2011). Aportando además a la Educomunicación en la cual el uso adecuado de la comunicación puede influenciar en la forma de aprendizaje e impacto que tengan los temas tratados con los niños, en este caso en el tema ambiental.
- El tema del reciclaje se encuentra posicionado en la mente de los públicos de la Institución debido a las diversas actividades realizadas por la Comisión de Reciclaje y Medioambiente y la preocupación de los

directivos por actualizar a toda la comunidad educativa continuamente sobre el tema.

- El uso de los canales y herramientas de comunicación internas en la Institución (carteleros, circulares, reuniones, correo electrónico, página web, etc.) es bastante adecuado y han logrado que los públicos se encuentren satisfechos por la forma de gestionar los mismos. Sin embargo, la actualización en cuanto al uso de nuevas herramientas digitales y potenciación e innovación de las herramientas tradicionales es importante para generar acciones que creen impacto ellos sobre todo durante la campaña.
- No existe una política pública que estipule los lineamientos sobre el correcto uso y manipulación del material reciclable con niños de primer año, sin embargo las entidades gubernamentales se encuentran abiertas a aceptar proyectos y tomarlos como modelos.
- La importancia de crear alianzas estratégicas con colectivos, agrupaciones y expertos en el tema de reciclaje de nuestro país es fundamental para desarrollar el trabajo planteado con niños de primer año debido a la falta de información existente sobre el tema y permitiendo así el desarrollo del trabajo de estos actores clave a los cuales no se les ha dado el valor merecido.

6.2 RECOMENDACIONES

- Es necesario documentar los procesos para convertir la propuesta en un plan piloto de la Institución y ser generado en otras instituciones educativas con similares características convirtiéndose en una política pública de las entidades gubernamentales encargadas.

- La Institución debe potenciar continuamente las herramientas de comunicación que posee, ya que se ha demostrado que son efectivas pero necesitan innovarse al tratar con niños y jóvenes que se encuentran en constante búsqueda de nuevas propuestas.
- Poner en práctica este plan de comunicación ayudará no solo a fomentar el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales con niños de primer año de EGB, sino que también permitirá posicionar a la Institución como pionera en la realización de este tipo de proyectos en el Ecuador.
- Es necesario profundizar en el tema de la Educomunicación ya que como se demuestra con esta investigación el trabajo en la educación desde la comunicación se ve potenciado y facilita el aprendizaje especialmente con niños de primeros años de Educación General Básica.
- Se debe realizar el seguimiento propuesto ya sea con la auditoria o alguna acción que permita reconocer aún más fortalezas y debilidades así como oportunidades y amenazas para campañas de este tipo.
- Es importante generar más espacios y proyectos musicales para que los niños se desarrollen artísticamente ya que es parte fundamental de su desarrollo integral y permite a los niños aprender de una manera lúdica y entretenida.

REFERENCIAS

- Agee, W., Autt, P., Cameron, G. y Wilcox, D. (2001). *Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas*. (6ta. Ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Alsina, M. (2001). *Teorías de la Comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Netillo
- Andrade, H. (2010). *Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica*. Madrid, España: Gesbiblo S.L.
- Aparicci, R. (2010). *La Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Apolo, D., Murillo, H. y García, G. (2014). *Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. Editorial Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación. Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito.
- Arnheim, R. (2005). *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador*. Alianza Editorial. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de http://www.ideaspropiaseditorial.com/documentos_web/documentos/978-84-96578-90-6.pdf
- Ávila, M. y Scheuren, B. (2004). Ciudad, imagen y percepción. *Revista Geográfica venezolana*, Vol. 46. Caracas, Venezuela. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/24634/2/articulo1.pdf>
- Balmer, J. y Gray, E. (1999). *Corporate Identity and Corporate Communications: Creating a Competitive Advantage*. *Corporate Communications: An International Journal*, 4 (4), 171-176. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3233182>
- Banco Mundial. (2008). *Sostenibilidad Ambiental*. Washington D.C., EE.UU.
- Berlo, D. (1970). *El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires, Argentina. El Ateneo Editorial S.A.
- Bonilla, C. (2004). *Relaciones Públicas. Factor de competitividad para Empresas e Instituciones*. (2da. Ed.). México D.F., México: Compañía Editorial Continental.

- Campos, F. (2008). *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales*. Revista Latina de Comunicación Social. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de http://www.revistalatinacs.org/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html
- Capriotti, P. (2007). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago, Chile: Andros Impresores.
- Castro, L., Restrepo, O., Rojas, A. y Saavedra, R. (2001). *Planificación del Desarrollo*. Bogotá, Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Charon. (1985). *Symbolic Interactionism: An introduction, An interpretation, An integration*. (6ta. Ed.). Upper Sadde River, N.J., Prentice Hall.
- Chiang, M. (2012). *Comunicación Interna – Dirección y Gestión de Empresas*. Málaga, España : Editorial Vértice.
- CIESPAL. (2006). *Comunicación Estratégica para las organizaciones*. Quito, Ecuador: CIESPAL
- Clark, T. (1997). *Stakeholder Communications: Journal Of Communication Management*. (s.e)
- Coffman. (2003). *Lessons in Evaluating Communication Campaigns Duhat Kizatus*, Miguel A. (2002). Recuperado el 22 de septiembre de 2015 de <http://www.monografias.com/trabajos95/manuales-administrativos-y-235-metodologia-simplificacion-del-trabajo/manuales-administrativos-y-metodologia-simplificacion-del-trabajo.shtml>
- Coll, C. (2004). *Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y comunicación*. Revista electronica Sinética. México D.F., México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Costa, J. (1995). *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Barcelona, España: Ediciones Ciencias Sociales.
- Costa, J. (2001). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones la Crujía.
- Cumpa, V. (2014). *Visión de las artes en América Latina*, (s.e). Recuperado el 8 de septiembre de 2015 de <http://www.pacarinadelsur.com/home/utopias/455-vision-de-las-artes-enamerica-latina-actual> el 08/09/2014
- Daffau, A. (2011). *La música para estimular e incluir niños y jóvenes*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.

- Dávalos, A. (2012). *Como diseñar campañas políticas exitosas*. México D.F., México: CIESPAL.
- Dowling. (1994). *Identidad Corporativa y Símbolos*. Recuperado el 28 de octubre de 2014 de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/13_Mayol_M87.pdf
- Fernández, C., (1997). *La Comunicación en las Organizaciones*. México D.F., México: Editorial Trillas.
- Fernández, E. (2000). *Gestión de instituciones educativas inteligentes*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*: Pitman.
- Galeano, E. (1997). *Modelos de comunicación*. Macchi.
- Galindo, J. (2008). *Comunicación, ciencia e historia*. México D.F., México: McGraw Hill.
- García, J. (2011). *La Comunicación Interna*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- García, M. (2011). *Pensamiento sistémico y comunicación*. Recuperado el 8 de marzo de 2015 de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/29_Rizo_M75.pdf
- Gioia, D., Schultz, M. y Corley, K. (2000). *Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability*. *The Academy of Management Review*. Recuperado el 19 de octubre de 2014 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3233182>
- Glowacka, D. (2004). *La música y su interpretación como vehículo de expresión y comunicación*. Comunicar.
- Katz y Kahn. (1995). *Psicología social de la organización*. México D.F., México: Trillas.
- Levitin, J. (2011). *Tu cerebro y la Música*. (2da. Ed.).
- Losada, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Madrid, España: Editorial Ariel S.A.
- Losada, J. "Imagen, Posicionamiento y Reputación: similitudes y diferencias conceptuales". En Capriotti, P. (2007). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Chile: Colección Libros de la Empresa (Disponible en PDF en www.bidireccional.net).
- Lucas, A. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Bosch.

- Martín, F., (1988). *El Gabinete de Comunicación: Periodismo empresarial*. Madrid, España: ASECOM.
- Matilla, K. (2009). *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica en las Relaciones Públicas*. (1ra. ed.). Barcelona, España: Editorial UOC.
- Mead, G. (1968). *Espíritu, persona y sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Miguez, M. (2010). *Los públicos en las relaciones Públicas*. (1ra. Ed.). Barcelona, España: Editorial UOC.
- Ministerio de Educación, (s.f). *Guía para la elaboración y uso de recursos didácticos para educación inicial*. Quito- Ecuador. Recuperado el 16 de marzo de 2015 de http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Guia_elaboracion_y_uso_recursos_didacticos_ed_ini_021013.pdf
- Ministerio de Educación. (2014). *Unidad de formación No. 13 “Artes Plásticas y Visuales- Historia, Filosofía y Estética de las Artes Plásticas*. Cuadernos de formación continua. Equipo PROFOCOM. La Paz, Bolivia. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de http://ver.minedu.gob.bo/documentacion/UF13_Artes_Plasticas.pdf
- Ministerio de Educación. (2014). *Unidad de formación No.13 “Artes Plásticas y Visuales” Historia, Filosofía y Estética de las Artes Plásticas”. Cuadernos de Formación Continua*. La Paz, Bolivia: Equipo PROFOCOM.
- Muriel, María y Rota, G. (1980). *Comunicación institucional: enfoque social de Relaciones Públicas*. Quito Ecuador: Editorial Andina.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación: Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Perales, F. y García, N. (1999). *Educación Ambiental y medios de comunicación*. España: Universidad de Huelva. Recuperado el 12 de marzo de 2015 de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/823/b1517332x.pdf?sequence=1>
- Peralta, I. (2014). *Paraguay: Sonidos de la Tierra. Música con objetos reciclados*, de: Aularia: Revista Digital de Comunicación.
- Pérez, M. (2004) *Información y comunicación en entornos virtuales*. Barcelona, España: *Revista electrónica Razón y Palabra*. Recuperado el 6 de marzo del 2015 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mperez.html>

- Pintado, T. y Sánchez, J. (2013) *Imagen Corporativa, Influencia en la gestión empresarial*. (2da. Ed.). Madrid, España: Esic.
- Pizzolante, I. (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Ramírez, F., Sánchez, M. y Quintero, H. (2005). El papel de los valores en el desarrollo de la identidad corporativa. Caracas, Venezuela: *Revista Negotium* No. 1.
- Rizo, M. (2004). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*. Europa: Revista electrónica Razón y Palabra. Recuperado el 2 de marzo del 2015 <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf>
- Robbins, S. (1996). *Comportamiento Organizacional*. México D.F., México: (8va. Ed.). Pearson.
- Rojas, O. (2005). *Relaciones Públicas: La eficiencia de la influencia*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Sabés, F. y Verón, J. (2008). *La gestión de la información en la administración local*. (1ra. Ed.). Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009-2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural*. Quito, Ecuador.
- Senplades. (2014). *Construcción de un Estado democrático para el buen vivir: análisis de las principales transformaciones del Estado ecuatoriano 2007-2012*. Quito, Ecuador.
- Trelles, I. (2001). *Comunicación organizacional*. Ciudad de La Habana, Cuba: Editorial Félix Varela.
- UNESCO. (1997). *Actividades de educación ambiental para las escuelas primarias*. Santiago, Chile: UNESCO.
- UNESCO. (2001). *Métodos, contenidos y enseñanzas de las artes en América latina y el Caribe*. (s.e).
- UNESCO. (s.f). *Estrategias de Comunicación y Educación para el desarrollo sostenible*. Recuperado el 16 de marzo del 2015 <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001595/159531S.pdf>
- Van Riel, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Vásquez, C. (2001). *Modelo de Comunicación Corporativa para la Fundación Universitaria de Oriente*. (s.e)

Vértice. (2007). *Marketing promocional orientado al comercio*. Madrid, España: Editorial Vértice

Villafañe, J. (1993). *Imagen Positiva*. Madrid, España: Pirámide.

Wilcox, D, Cameron, G. y Xifra, J. (2012). *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas*. (10ma. Ed.). Madrid, España: Pearson.

ANEXOS

ANEXO 1

MODELO ENCUESTA DOCENTES

Encuesta docentes Unidad Educativa S.S.C.C Rumipamba

Encuesta realizada para investigación académica, todas las respuestas obtenidas son de carácter confidencial.

1. **¿Conoce usted cuáles son los materiales que se pueden reciclar? Detalle los materiales que conozca.** _____

2. **¿Cuál sería su disposición para trabajar junto a sus alumnos en una campaña institucional con el tema de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable?**

Baja

Media

Alta

3. **¿Enseña a sus estudiantes a reconocer los materiales reciclables y no reciclables dentro del aula de clase? ¿Cómo lo hace?** _____

4. **De los medios que se presentan a continuación ¿Cuál de ellos ha tenido mayor impacto en usted al momento de informarle sobre la diferenciación del material reciclable?**

Campañas gubernamentales

Campañas de la institución

Campañas de colectivos

Publicidad

Televisión

Boca a boca

Otros _____

5. Mencione ¿Cuáles son los tachos de reciclaje que conoce?

6. ¿Con qué frecuencia usa los contenedores de basura diferenciados de la manera adecuada?

Nunca

A veces

Siempre

7. De los materiales a continuación ¿cuáles considera seguros y fáciles de usar por sus alumnos? Marque con un visto si son los que considera adecuados.



8. ¿Cuáles instrumentos musicales considera usted que se podrían realizar con material reciclable?

9. ¿Ha construido instrumentos musicales junto a sus alumnos a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí, ¿Cuáles han sido?

10. ¿Conoce colectivos sociales o agrupaciones que realicen música a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí nombre cuáles son estos.

11. Nombre la agrupación ecuatoriana que realiza música de percusión a partir de material reciclable. Si no la conoce continúe.

12. ¿Por medio de qué canales recuerda usted haber recibido información en cuanto a campañas en la institución?

Canales orales

Canales escritos

Canales electrónicos

13. ¿Por medio de cuál de estas herramientas de comunicación preferiría usted recibir información referente a campañas en la institución?

La revista o periódico institucional

Carteleros

- | | |
|----------------|--------------------------|
| Circulares | <input type="checkbox"/> |
| Reuniones | <input type="checkbox"/> |
| Mail | <input type="checkbox"/> |
| Intranet | <input type="checkbox"/> |
| Redes Sociales | <input type="checkbox"/> |
| Chat | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Cuál es el impacto que han generado en usted los mensajes enviados por la institución sobre campañas de reciclaje?

- Positivos
- Negativos

15. Cree usted que los mensajes utilizados han sido:

- Claros
- Aceptables
- No sirven

16. ¿Cuál es el papel que realiza usted con sus alumnos cuando la institución propone una campaña de reciclaje? Describa brevemente cuales han sido sus actividades.

17.- Las actividades de reciclaje realizadas en la institución ¿han modificado el comportamiento de los estudiantes referente a este tema? Si su respuesta es sí ¿De qué forma lo han hecho?

18. ¿Recuerda nombres de campañas impulsadas por entes gubernamentales en cuanto al tema reciclaje?

19. El uso de tachos diferenciados en instituciones educativas ¿es una disposición de cada institución, del municipio o del Estado?

20. ¿Recuerda nombres de campañas impulsadas por la institución en cuanto al tema reciclaje?

Gracias por su tiempo

ANEXO 2

MODELO ENCUESTA PADRES DE FAMILIA

Encuesta padres de familia Unidad Educativa S.S.C.C Rumipamba

Encuesta realizada para investigación académica, todas las respuestas obtenidas son de carácter confidencial.

1. **¿Conoce usted cuáles son los materiales que se pueden reciclar?**

Detalle los materiales que conozca _____

2. **¿Cuál sería su disposición para trabajar junto a sus hijos en una campaña institucional con el tema de construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable?**

Baja
Media
Alta

3. **¿Enseña a sus hijos a reconocer los materiales reciclables y no reciclables dentro de casa? ¿Cómo lo hace?** _____

4. **De los medios que se presentan a continuación ¿Cuál de ellos ha tenido mayor impacto en usted al momento de informarle sobre la diferenciación del material reciclable?**

Campañas gubernamentales
Campañas de la institución

Campañas de colectivos

Publicidad

Televisión

Boca a boca

Otros _____

5. Mencione ¿Cuáles son los tachos de reciclaje que conoce?

6. ¿Con qué frecuencia usa los contenedores de basura diferenciados de la manera adecuada?

Nunca

A veces

Siempre

7. De los materiales a continuación ¿cuáles considera seguros y fáciles de usar por sus hijos? Marque con un visto si son los que considera adecuados.



8. **¿Cuáles instrumentos musicales considera usted que se podrían realizar con material reciclable?**

9. **¿Ha construido instrumentos musicales junto a sus hijos a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí, ¿Cuáles han sido?**

10. **¿Conoce colectivos sociales o agrupaciones que realicen música a partir de material reciclable? Si su respuesta es sí nombre cuáles son estos.**

11. **Nombre la agrupación ecuatoriana que realiza música de percusión a partir de material reciclable. Si no la conoce continúe.**

12. **¿Por medio de qué canales recuerda usted haber recibido información en cuanto a campañas en la institución?**

Canales orales

Canales escritos

Canales electrónicos

13. **¿Por medio de cuál de estas herramientas de comunicación preferiría usted recibir información referente a campañas en la institución?**

La revista o periódico institucional

Carteleras

- | | |
|----------------|--------------------------|
| Circulares | <input type="checkbox"/> |
| Reuniones | <input type="checkbox"/> |
| Mail | <input type="checkbox"/> |
| Intranet | <input type="checkbox"/> |
| Redes Sociales | <input type="checkbox"/> |
| Chat | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Cuál es el impacto que han generado en usted los mensajes enviados por la institución sobre campañas de reciclaje?

- Positivos
- Negativos

15. Cree usted que los mensajes utilizados han sido:

- Claros
- Aceptables
- No sirven

16. ¿Cuál es el papel que realiza usted con sus hijos cuando la institución propone una campaña de reciclaje? Describa brevemente cuales han sido sus actividades.

17. Las actividades de reciclaje realizadas en la institución ¿han modificado el comportamiento de los miembros de su familia referente a este tema? Si su respuesta es sí ¿De qué forma lo han hecho?

18. Nombre campañas impulsada por entes gubernamentales en cuanto al tema reciclaje que usted recuerde

19. El uso de tachos diferenciados en instituciones educativas ¿es una disposición de cada institución, del municipio o del Estado?

20. Nombre campañas impulsada por la institución en cuanto al tema reciclaje que usted recuerde

Gracias por su tiempo

ANEXO 3

Ficha guía del taller participativo a niños primer año de Educación General Básica Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba

FICHA GUÍA TALLER PARTICIPATIVO					
TALLER: Función de títeres sobre la construcción de instrumentos musicales a partir de material reciclable					
OBJETIVO: conocer la disposición y el conocimiento de los niños sobre el tema de la creación de instrumento con material reciclable					
LUGAR: UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES DE RUMIPAMBA / primer año de Educación General Básica					
FECHA: 29 de junio de 2015					
Tema	Objetivo	Técnica	Materiales	Responsables	Tiempo
ENCUADRE	¿Qué se va a realizar? Duración de la actividad y reglas.	títeres	material humano	investigador/ docente	5
CALDEAMIENTO	Bajar la ansiedad y angustia de los niños.	Dinámica o juego/ títeres	material humano/ música	investigador/ docente	5
PRODUCCIÓN	Conocer sobre el uso de material reciclable y su aplicación en la construcción de instrumentos musicales.	títeres	material humano/ material tecnológico	investigador	10
CIERRE	Conocer cuanto se captó de la actividad y realizar preguntas a los niños para entender su punto de vista del tema.	títeres	material humano	investigador	10

ANEXO 4

Taller participativo realizado en la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba con los niños de primer año de Educación General Básica.



Nota: Estructura del escenario para la realización de la función de títeres



Nota: Realización de la función de títeres con la presencia de los estudiantes y docentes de primer año de Educación General Básica.

Taller realizado con los niños de primer año para conocer su disposición a trabajar en la campaña de reciclaje y sus opiniones sobre el tema.

ANEXO 5



Nota: Concurso de recolección de botellas de plástico realizado por el Municipio Metropolitano de Quito y CIMA KIDS.

El concurso estuvo basado en la recolección de la mayor cantidad de botellas de plástico reciclables. Los principales actores fueron los estudiantes de todas las instituciones educativas de la capital, con el fin de contribuir con el medio ambiente y generar mayor apego al tema de reciclaje en los estudiantes generando incentivos al ganador.

ANEXO 6



Nota: Trabajo realizado con niños por el Colectivo Latin Latas

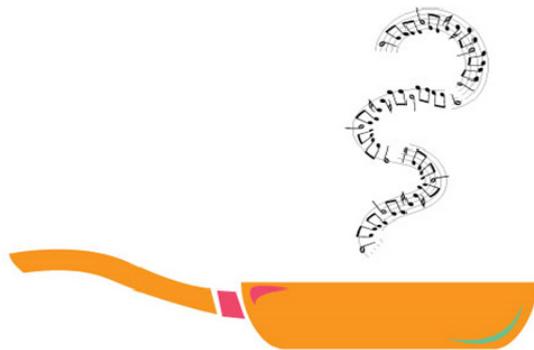
ANEXO 7

 <p>Circular #006</p> <p>Estimados padres y/o apoderados: Junto con saludarlos (as) cordialmente, comunicamos a ustedes que hemos sido informados que mañana miércoles 22 de agosto, un grupo de nuestro alumnos se tomarían el colegio. Como es del conocimiento de toda la comunidad, siempre el colegio se ha esforzado para mantener un diálogo permanente con nuestros alumnos y apoyarlos en todo lo que sea necesario, pero lamentablemente hemos fracasado en todos nuestros intentos. Por lo anterior, es necesario recordarles cuales son los resultados de una toma: - Extensión horaria del término del año escolar. - Los Padres y/o Apoderados de los alumnos que participen en la toma, son responsables de las pérdidas producidas y por lo tanto deben reembolsar todos los daños producidos.</p>	 <p>¿Sabías que al reciclar una botella de plástico ahorramos la energía necesaria para mantener una bombilla encendida durante 6 horas ?</p>
 <p>Circular #006</p> <p>Estimados padres y/o apoderados: Junto con saludarlos (as) cordialmente, comunicamos a ustedes que hemos sido informados que mañana miércoles 22 de agosto, un grupo de nuestro alumnos se tomarían el colegio. Como es del conocimiento de toda la comunidad, siempre el colegio se ha esforzado para mantener un diálogo permanente con nuestros alumnos y apoyarlos en todo lo que sea necesario, pero lamentablemente hemos fracasado en todos nuestros intentos. Por lo anterior, es necesario recordarles cuales son los resultados de una toma: - Extensión horaria del término del año escolar. - Los Padres y/o Apoderados de los alumnos que participen en la toma, son responsables de las pérdidas producidas y por lo tanto deben reembolsar todos los daños producidos.</p>	 <p>¿Sabías que se puede construir un rondador con marcadores usados?</p>

Nota: Circulares verdes enviadas a padres de familia con mensajes sobre la campaña *Musicarte* en el retiro de cada uno de ellas.



CONCURSO



La Comisión de Reciclaje y Medio Ambiente, te invita a participar en el concurso **"Recetas de Reciclaje"**.

Los niños de primer año de Educación General Básica en conjunto con sus docentes crearán la receta con los ingredientes más originales para hacer un instrumento musical con material reciclado.

FECHA: 14/ENERO/2016
LUGAR: Auditorio de uso múltiple
sección general básica

Esperamos su asistencia.

Nota: Concurso Recetas de Reciclaje



CONCURSO



¡Buscamos el logo más creativo!

Tu logo debe tener como tema la creación de instrumentos musicales con material reciclable. Se exhibirán los logos en las carteleras y será elegido por un jurado.

El logo ganador tendrá un premio para todo su curso.

Fecha: 14/marzo/2016

Participantes: Niños de primer año de Educación General Básica

ANEXO 10



ANEXO 11



Reciclaje al día

Boletín Informativo de Reciclaje de Papel y Cartón Nº 15 - septiembre 2011

La sociedad europea del reciclaje

Con la nueva Ley de residuos se contempla por vez primera en España la posibilidad de que las administraciones públicas prioricen el reciclaje dentro de la Unión Europea, cuando lo justifiquen razones medioambientales.

Se refuerza de este modo el concepto de sociedad europea del reciclaje, formulado en el seno de la Unión Europea ya en 2005, como pieza clave para una economía verde.

Las políticas medioambientales han sido siempre signo de identidad de la UE, con el reciclaje como uno de sus ejes prioritarios. Y precisamente el reciclaje es, sin duda, la estrategia medioambiental en la que los ciudadanos europeos se han implicado de forma mayoritaria y con mayor nivel de compromiso.





Entidades Locales con certificado TU PAPEL 21

Nº certificado	Entidad	Nº certificado	Entidad
001-2005	Fuenlabrada	012-2007	León
002-2005	Comarca de Pamplona	013-2008	Palma (Mallorca)
003-2005	San Marcos (Gipuzkoa)	014-2008	Costa del Sol Occidental
004-2005	Lleida	015-2008	Barcelona
005-2005	Oviedo	016-2009	Gijón
006-2005	Reus	017-2010	Salamanca
007-2005	Granada	018-2010	Burgos
008-2006	Ciudad Real	019-2010	Alcoy
009-2007	A Coruña	020-2010	Cádiz
010-2007	Bilbao	021-2011	Sabadell
011-2007	Pozuelo de Alarcón	022-2011	Logroño

www.lupapelosimportante.com

secciones...

- 2 GUÍA PARA LA COMPRA DE PAPEL
- 3 RECICLAJE MADE IN EUROPE
- 4-5 AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO
- 6-7 DATOS AUTONÓMICOS 2010
- 8-9 AYUNTAMIENTO DE O GROVE
- 10 DISEÑO EN PAPEL Y CARTÓN
- 11 PAISAJE LIMPIO
- 12 CARLOS DEL ÁLAMO

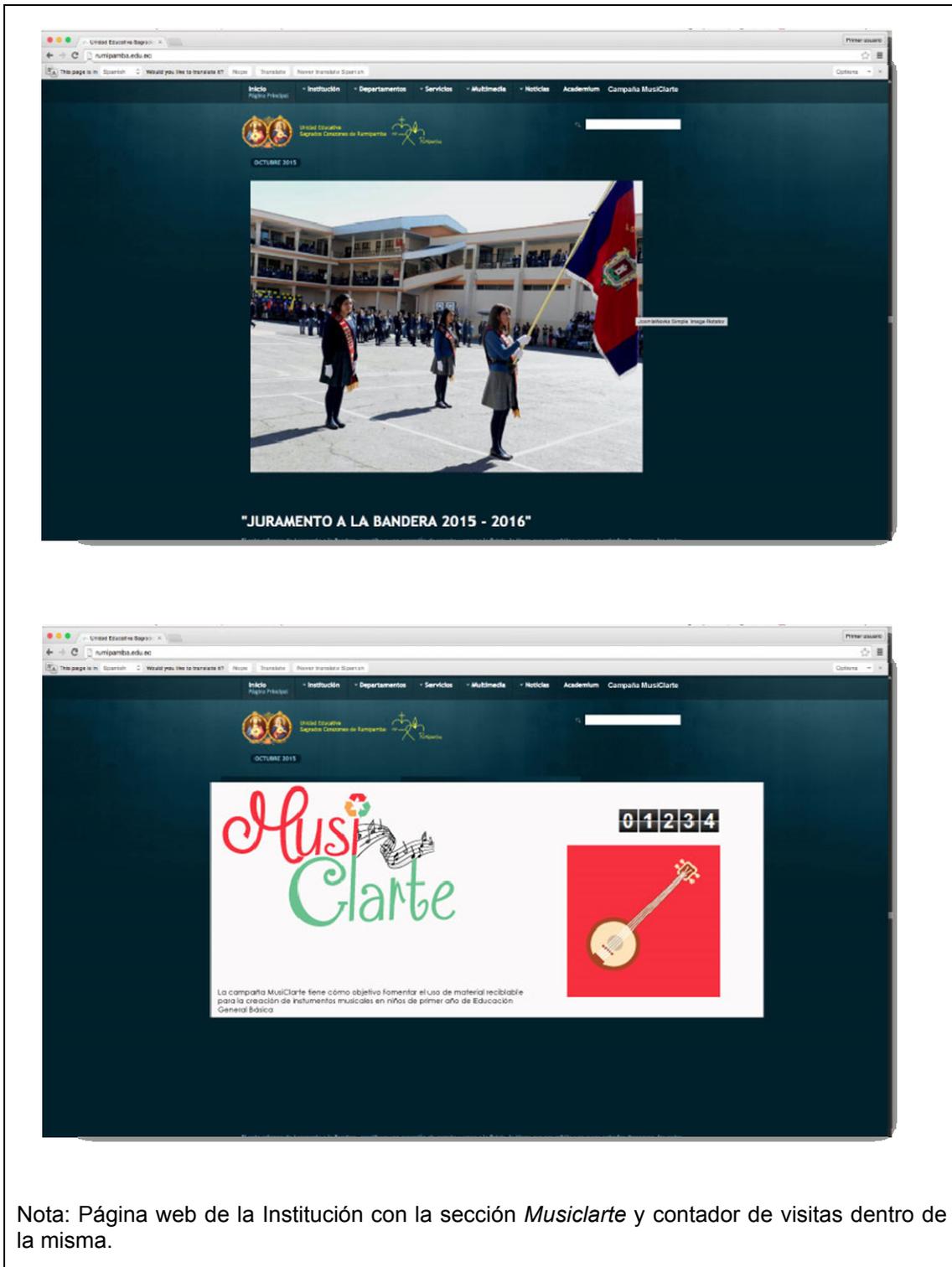
Nota: Boletín de prensa sobre temas de reciclaje enviado a toda la comunidad educativa vía correo electrónico.

ANEXO 12

The screenshot shows the Academiun website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inicio', 'Institución', 'Departamentos', 'Servicios', 'Multimedia', 'Noticias', 'Academiun', and 'Campaña MusiClarte'. Below the navigation, the page is titled 'Institución Educativa República Coahuila de Coahuila' and 'OCTUBRE 2015'. The main content area is divided into several sections, each representing a different month or week. Each section contains a table of courses with columns for 'CURSO', 'DÍAS', 'HORARIO', 'FECHA', and 'PRECIO'. To the left of these tables are three colorful icons: a pair of maracas, a xylophone, and a conga drum. On the right side, there is a vertical banner for 'MusiClarte' with the text: 'La campaña MusiClarte tiene como objetivo fomentar el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales en niños de primer año de Educación Básica.' Below the text is the 'MusiClarte' logo, which consists of a blue square with a white lightning bolt shape inside.

Nota: Plataforma Academiun con el diseño de la campaña MusiClarte

ANEXO 13



The image displays two screenshots of the website for the 'Unidad Educativa Sagrada Familia' (humpamba.edu.ec). The top screenshot shows a banner for the 'JURAMENTO A LA BANDERA 2015 - 2016' event, featuring a photograph of students in a courtyard holding a flag. The bottom screenshot shows the 'Musiclarte' section, which includes a logo with musical notes and a guitar, a visitor counter displaying '01234', and a brief description of the campaign's goal to promote the use of recyclable material for creating musical instruments in first-grade students.

Unidad Educativa Sagrada Familia
Sagrada Familia Siempre Unge Mejor

OCTUBRE 2015

"JURAMENTO A LA BANDERA 2015 - 2016"

Musiclarte

01234

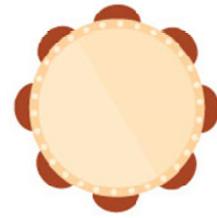
La campaña Musiclarte tiene como objetivo fomentar el uso de material reciclable para la creación de instrumentos musicales en niños de primer año de Educación General Básica.

Nota: Página web de la Institución con la sección *Musiclarte* y contador de visitas dentro de la misma.

ANEXO 14



Nota: Fan page campaña *Musiclarte*



¿Sabías que puedes crear instrumentos musicales con material reciclado?

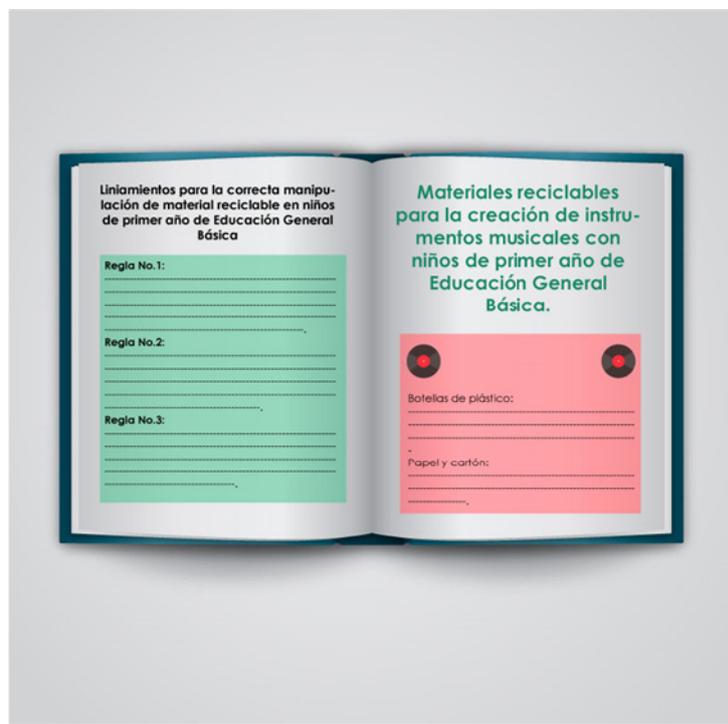


Para más información encuétranos en:
www.facebook.com/Musiciarte



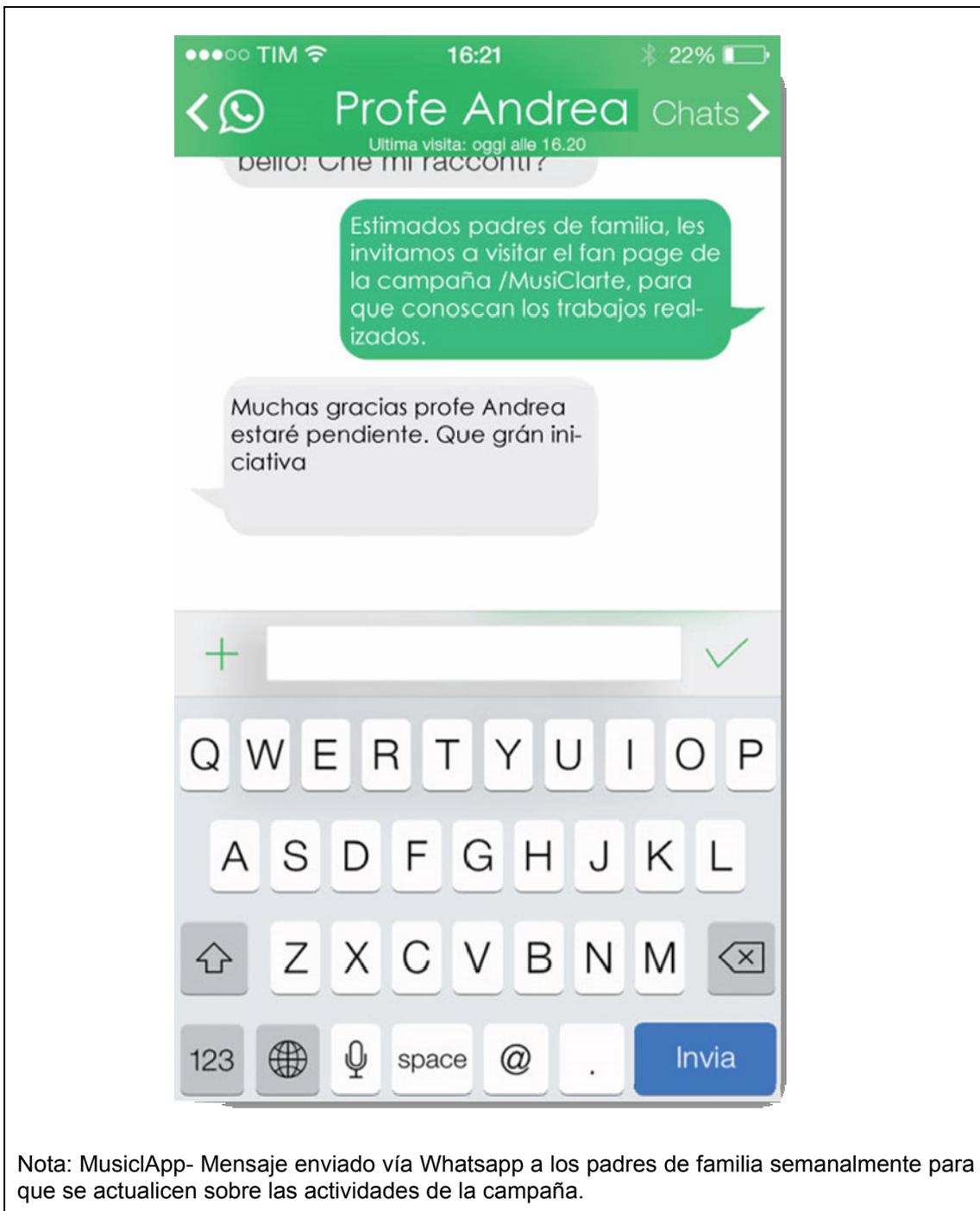
Nota: Flyer Informativo que será entregado en los principales eventos que realiza la Institución.

ANEXO 17



Nota: Manual Verde Musical - Guía para el docente sobre la correcta utilización de material reciclable

ANEXO 18



Nota: MusiclApp- Mensaje enviado vía Whatsapp a los padres de familia semanalmente para que se actualicen sobre las actividades de la campaña.

ANEXO 19



Nota: Canal Youtube de la campaña Musiciarte donde se postearán los videos tutoriales.

ANEXO 20



Nota: Videos Animados presentados dentro de las aulas de clase de primer año.

ANEXO 21



Nota: Galería de arte de los instrumentos realizados por los niños de primer año.

ANEXO 22



Nota: Roll Up de la campaña *Musiclarte*

ANEXO 23



Nota: Mural de sugerencias para niños de primer año.

ANEXO 24

Encuesta padres de familia U.E. S. S. C. C Rumipamba



Encuesta Padres de Familia

1. Cuál es el sexo de usted?

Femenino

Masculino

2. En general, ¿con qué frecuencia ha recibido información referente a la campaña?

Casi siempre

Usualmente

A veces

Rara vez

Casi nunca

3. En general, ¿con qué frecuencia requiere ayuda de otras personas o de un servicio de tutoría para poder entender mejor el material asignado en clase?

Casi siempre

Usualmente

A veces

Rara vez

Casi nunca

4. En general, ¿qué tan puntual llega a clase?

Casi siempre

Usualmente

A veces

Rara vez

Casi nunca

Nota: Encuestas enviadas a docentes y padres para medir la eficiencia y eficacia de las herramientas comunicacionales durante la campaña.

ANEXO 25



Nota: Show artístico participativo del grupo Tomback en el teatro de la Institución.

ANEXO 26



Nota: Reuniones interactivas con los padres de familia de primer año de Educación General Básica.

ANEXO 27



Nota: Evento de presentación del Manual Verde Musical

ANEXO 28



Nota: Charlas brindadas por parte de expertos en el tema de reciclaje y creación de instrumentos con este material.

ANEXO 29



Nota: Auditoría realizada por representantes del Ministerio de Educación para validar el cumplimiento del proyecto y certificar su Charlas brindadas por parte de expertos en el tema de reciclaje y creación de instrumentos con este material.



Nota: Artículo creado por niños, docentes y directivos de la Unidad Educativa referente al reciclaje y la creación de instrumentos musicales con material reciclado. Publicación en un diario local.

ANEXO 31



ANEXO 32



Nota: Gigantografías en la sección básica y sección secundaria.