	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	Código <b>F-AC-DBL-007</b>	Fecha <b>10-04-2012</b>	Revisión <b>A</b>
Dependencia <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	Aprobado <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		Pág. <b>i(70)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	YESSICA MARÍA LUCAS LÓPEZ, JUAN CAMILO ALSINA CORREA		
FACULTAD	EDUCACIÓN ARTE Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	CLAUDIA MARCELA DURAN CHINCHILLA		
TÍTULO DE LA TESIS	ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA INCENTIVAR LA CONSERVACIÓN Y CUIDADO DEL AGUA EN OCAÑA NORTE DE SANTANDER		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p style="text-align: center;">PARA LA CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE INCENTIVE LA CONSERVACIÓN Y EL CUIDADO DEL AGUA EN OCAÑA NORTE DE SANTANDER, SE HIZO NECESARIO REALIZAR UN SPOT AUDIOVISUAL PARA PROYECTARLOS EN LOS DIFERENTES MEDIOS TELEVISIVOS DE LA CIUDAD, ASÍ MISMO, SE CREÓ TRES SPOT RADIALES; CON LA APERTURA DE LAS REDES SOCIALES E INTERACTUANDO CON LA COMUNIDAD VIRTUAL, SE LE DABA CUMPLIMIENTO AL OBJETIVO GENERAL DE ESTE TRABAJO DE INTERVENCIÓN</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 78	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA INCENTIVAR LA  
CONSERVACIÓN Y CUIDADO DEL AGUA EN OCAÑA NORTE DE SANTANDER

AUTORES:

YESSICA MARÍA LUCAS LÓPEZ

JUAN CAMILO ALSINA CORREA

Trabajo de Grado para optar el Título de Comunicador Social

Director:

CLAUDIA MARCELA DURAN CHINCHILLA

Especialista en práctica pedagógica universitaria

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTE Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

agosto de 2017

## Índice

<b>Capítulo 1. Estrategias comunicativas para incentivar la conservación y cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander.</b> .....	1
1.1 Problema .....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	1
1.3 Formulación del problema .....	2
1.4 Justificación .....	3
1.5 Objetivos .....	4
1.5.1 Objetivo general .....	4
1.6 Delimitación.....	4
1.6.1 Delimitación espacial .....	4
1.6.2 Delimitación temporal.....	5
1.6.3 Delimitación conceptual.....	5
<b>Capítulo 2. Marco referencial.....</b>	<b>6</b>
2.1 Antecedentes Investigativos.....	6
2.2 Marco Histórico .....	7
2.2.1 Marco histórico a nivel mundial.....	7
2.2.2 Marco histórico a nivel nacional .....	10
2.2.3 Marco histórico a nivel regional y local.....	11
2.3 Marco contextual .....	13
2.4 Marco conceptual.....	16
2.5 Marco legal .....	20
<b>Capítulo 3. Diseño metodológico .....</b>	<b>24</b>
3.1 Tipo de Investigación.....	24
3.2 Población.....	24
3.3 Técnica e instrumento de recolección de información .....	26
3.4 Análisis de la información .....	27

<b>Capítulo 4. Presentación de resultados</b> .....	28
4.1 Factores generadores.....	28
4.2 Diseño de estrategias comunicativas .....	36
4.2.1 Creando conciencia sobre el cuidado y el uso del agua.....	36
4.2.2 Actividades.....	38
4.3 Implementación de estrategia .....	46
<b>Capítulo 5 Conclusión</b> .....	51
Recomendaciones .....	53
Referencias .....	54
Apéndice.....	56

**Lista de Tablas**

Tabla 1. Muestra de población	25
Tabla 2. Recursos financieros y recursos humanos	35
Tabla 3. Spot televisivo guion técnico	43

**Lista de Figuras**

Figura 1 Al cepillarse Usted .....	28
Figura 2 Al Lavar los platos .....	29
Figura 3 Con qué frecuencia riega agua a las plantas.....	30
Figura 4 cada cuanto lava los andenes de la casa .....	31
Figura 5 Tiene Vehículo .....	32
Figura 6 Al ducharse, usted .....	33
Figura 7 Usted qué medio de comunicación consume .....	34
Figura 8 Tiene acceso a las redes sociales.....	35

# **Capítulo 1. Estrategias comunicativas para incentivar la conservación y cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander.**

## **1.1 Problema**

Disminución del caudal del río Algodonal de Ocaña Norte de Santander

## **1.2 Planteamiento del problema**

El agua es uno de los elementos de la naturaleza que requiere del cuidado por parte de todos los individuos tanto por su uso como por su vital importancia para su existencia. Sólo una pequeña proporción de toda el agua existente en nuestro planeta está conformada por agua dulce, que es la que se utiliza para el consumo humano, y esta pequeña cantidad está siendo amenazada en virtud de la contaminación acelerada. A través del tiempo y de los hechos preocupantes sobre la interpretación y el uso del agua, la humanidad se ha polarizado; unos toman el interés por la identificación cultural y educativa y otros que son apáticos al acertado conocimiento del mismo, por el instinto social que lleva la historia.

Los datos suministrados por CORPONOR (Corporación Autónoma de la Frontera Nororiental) dice, que el caudal de río Algodonal no tiene una medida exacta, esto se debe a diversos factores, cuando estamos en tiempos de veranos se ha registrado un caudal mínimo de 615 litros por segundos, registrado hace 35 años, se aproxima un caudal medio de 1.300 litros por segundos y por último se ha registrado un caudal máximo de 13.000 litros por segundos, esto también varía por el uso que se le da al río, cuando se utiliza para regar los cultivos o cuando la comunidad aledaña arroja escombros.

En el país una de las problemáticas es el mal uso del agua, debido a esto se suman los malos hábitos en la actividad diaria de las personas, en estos casos viene siendo en el aseo personal, y la limpieza, entre otros.

En el caso de estudio, Ocaña Norte de Santander, es frecuente observar que las familias hacen uso indebido del preciado líquido, a esto se le suman los malos hábitos en la actividad diaria de las personas, algunos de ellos son: lavado de coches, las casas y andenes, sin ningún control moderado del agua, aseo de dientes, afeitarse, lavado de platos y ducharse con la llave abierta, entre otros.

Desde las anteriores apreciaciones, se hace necesario intervenir esta situación, para ello, se plantea la realización de una estrategia comunicativa la cual pretende incentivar a la comunidad Ocañera, en el buen uso del agua y por lo tanto en un futuro, evitar la generación de pérdidas y escasez del preciado líquido; el cual constituye una fuente de vida para la humanidad y del cual, tal como se expresó en párrafos anteriores ha tenido una disminución preocupante para la sociedad Ocañera.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Qué estrategias comunicativas se pueden hacer para la conservación y cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander?



## 1.4 Justificación

El agua, un compuesto extraordinariamente simple, es sin embargo una sustancia de características tan excepcionales y únicas que sin ella sería imposible la vida. El ser humano tiene necesidad de agua para realizar sus funciones vitales, para preparar y cocinarlos alimentos, para la higiene y los usos domésticos, para regar los campos, para la industria, para las centrales de energía: en una palabra, vivir. Las interacciones dinámicas entre el cambio climático y los recursos de agua dulce en tierra están estrechamente vinculadas a la disponibilidad de agua de buena calidad para el consumo humano. Actualmente, al menos la mitad de la población mundial depende del agua subterránea para un consumo de agua seguro. A partir de la actual previsión de crecimiento urbano se espera que hacia 2050 la demanda haya aumentado un 55 %, de modo que deberemos gestionar con prudencia el consumo futuro. De tal manera, se hace necesario conocer cuán importante es cuidar y preservar el agua, porque trae beneficios en diferentes sentidos y aspectos de la vida, como son: ambientalmente contribuye con el medio ambiente a conservar la naturaleza y vital líquido, socialmente se crea la conciencia del cuidado y la preservación del agua y así se difundiría la cultura del cuidado a las próximas generaciones; así mismo, económicamente permite ahorrar dinero a los usuarios por el pago de los consumos.

A través de la estrategia comunicativa, se busca que en pro del conocimiento y la conservación la comunidad conozca, valore y le dé la importancia que tiene el buen uso del recurso fundamental como el agua.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo general**

Diseñar una estrategia comunicativa que incentive la conservación y el cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

Determinar los factores generadores del mal uso del agua en Ocaña Norte de Santander.

Establecer las estrategias comunicativas para la conservación y cuidado del agua en Ocaña norte de Santander.

Implementar las estrategias comunicativas creadas para la conservación y cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander.

## **1.6 Delimitación**

### **1.6.1 Delimitación espacial**

Esta investigación del uso y ahorro del agua se abordará en la población de la ciudad de Ocaña, Norte De Santander.

### **1.6.2 Delimitación temporal**

El tiempo en el cuál se realizará esta investigación será de 12 semanas a partir de la aprobación del proyecto.

### **1.6.3 Delimitación conceptual**

Para esta investigación se abordaran los siguientes conceptos: ahorro del agua, estrategia comunicativa, participación, integración social, cultura, cultura ambiental.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Antecedentes Investigativos.

En cuanto a estudios realizados que permiten tener mayor claridad en lo relacionado al tema a estudiar se puede mencionar:

A nivel Mundial se puede destacar: investigación realizada por Silvia Marchegiani sobre la tecnología tradicional, gestión de recursos y conciencia social: las minas de agua de Riudoms, Universidad Politécnica de Catalunya. 2010. En la cual se diseñaron estrategias comunicativas para generar conciencia regional en cuanto al uso del agua.

A nivel regional se puede destacar el estudio realizado por Hernando Antonio López Quiroz, Janeth Quintero Pérez, Titulado Oferta y demanda hídrica de la microcuenca Juan Sánchez del municipio de Ocaña, Norte de Santander Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. 2012. Este estudio, que se realizó en la parte alta, media y baja del cauce de la microcuenca “Juan Sánchez”, con el fin de mostrar el estado actual del afluente, nos muestra que demos crear conciencia con el líquido vital, para cuidar y crear la cultura del ahorro del agua en la ciudad de Ocaña.

Así mismo se puede establecer un programa de ahorro y uso eficiente del agua para la empresa de servicios públicos asociación de amigos usuarios del acueducto independiente de Ocaña “Adamiuanin E.S.P” en el sector de ciudad norte del municipio de Ocaña Norte de Santander trabajo realizado por Elibaned Alba Rojas, Johana Patricia García Cuadros. Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. 2014.

## 2.2 Marco Histórico

### 2.2.1 Marco histórico a nivel mundial

Según Rodríguez (2016):

Los primeros textos sobre **estrategia** surgen en el siglo V a.C en Grecia. Se puede señalar como los primeros autores que hacen uso de este término a Herodoto y Jenofonte. Pero la estrategia como actividad no aparece hasta al s. XVIII en Europa y es en 1843 cuando la palabra “estrategia” es registrada por la Real Academia Española. La palabra “estrategia” surge en un ámbito militar, castrense, ligado a la guerra.

Se debe destacar dos líneas de pensamiento: por un lado estaba Occidente (Grecia), que defendía que la guerra había que ganarla por medio de la fuerza. Por otro lado a Oriente (China), que evitaba la guerra por encima de todo. La guerra había que ganarla con inteligencia. No se puede pasar por aquí sin nombrar a Sun-tzu, con su fantástico libro “El arte de la guerra”. Sun-tzu (Oriente) afirmaba que había que hacer uso de la astucia, la maniobra y el cálculo, siempre que podía evitarse el choque armado, debíamos evitarlo. Dentro de la línea Oriental también se encuentra a Japón, con su “arte de la ventaja”. Para ellos lo principal era el secreto y la discreción. El enemigo no debía de percatarse de nuestros pasos.

De la misma manera, el mismo autor continúa explicando:

En la línea Occidental se puede destacar a Aineas el Táctico, que escribió el primer tratado de estrategia occidental “Cómo sobrevivir sitiado”. También fueron muy importantes en esta línea de pensamiento los trabajos de Maquiavelo, que dio a la estrategia un factor racional y político. Para él la guerra era un hecho necesario para el estado. Dentro de la línea occidental podemos destacar también a Clausewitz. Concebía la estrategia como concepción: “Estrategia es el empleo de la batalla para ganar la guerra”, mientras que para Jomini era conducción: “La estrategia indica el camino que conduce a la batalla y cuando hay que batirse”.

Pero estas dos grandes líneas de pensamiento (Oriental/Occidental-Inteligencia/fuerza) se unen a principios del s.XIX. Salen del ámbito castrense y se aplican a otras áreas de actividad social en las que se producían situaciones conflictivas y había que tomar decisiones problemáticas en situación de riesgo e incertidumbre. Domina la inteligencia. Aplicación de la estrategia a otros ámbitos de competencia sin violencia necesaria.

Pero el término estrategia todavía seguía ligado al paradigma militar. No será hasta los años 40 que se sitúe a la estrategia en un campo científico, con la “Teoría de los juegos” de Von Neumann y Morgenstern (1944), que forma parte de la Teoría de la Decisión (tomar decisiones ante incertidumbre estructurada).

Al inicio del siglo XXI, especialmente en los países en desarrollo, cerca de 2600 millones de personas en el mundo (2 de cada 5) se ven privadas de un saneamiento adecuado y 1000 millones de personas carecen de acceso a agua apta para el consumo humano. Organizaciones de cooperación internacional y docenas de gobiernos han definido este tema como una prioridad, debido al impacto negativo que tiene a nivel mundial, especialmente en la salud de grupos vulnerables, como es el caso de casi 2 millones de niños que mueren cada año debido a la falta de un vaso de agua limpia y un inodoro.

Además de solucionar los retos de infraestructura e inversiones requeridas para mejorar la cobertura y los servicios de agua y saneamiento, esta realidad obliga a explorar mecanismos de participación que faciliten involucrar los diversos actores sociales en la prestación de los servicios. En este contexto, la adecuada implementación de procesos de comunicación puede facilitar una participación más activa y comprometida de actores relevantes en la provisión de servicios básicos de agua y saneamiento.

La Comunicación para el Desarrollo (CpD) juega un importante rol en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de programas de agua y saneamiento, especialmente en lo concerniente a la creación de un entorno propicio para el diálogo político y público, la consulta y participación de diversos stakeholders, la construcción de

consensos, la gestión y diseminación del conocimiento, la promoción de cambios de actitudes y comportamientos en poblaciones meta, y el fortalecimiento de procesos de gobernabilidad en el sector.

El interés en el rol que la CpD juega en el sector de agua y saneamiento se entrelaza cada vez más con los procesos de reforma, sobre todo en lo referido a estimular el debate público y consultas con los diversos grupos de actores, así como el fortalecimiento de procesos de participación comunitaria para generar cambios de comportamiento para el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y garantizar la sostenibilidad de las iniciativas. Aunque se han dado pasos importantes en América Latina hacia la participación e inclusión de la sociedad civil en los procesos de tomas de decisión en el sector, aún es necesario explorar el rol estratégico de la comunicación en mejorar la gobernabilidad a través de la promoción y facilitación de un diálogo entre gobiernos y ciudadanos y la construcción de una relación centrada en la transparencia, confianza y credibilidad.

No es posible negar la necesidad de la institucionalización administrativa en la gestión del agua y saneamiento. Sin embargo, para otros la importancia de los factores políticos y de generación de consensos que rodean este tema está primero.

Así se ha entendido, por ejemplo, en Uruguay, donde más del 60% de las personas que votaron en las elecciones presidenciales de 2004 también dijo “Sí” a la reforma constitucional que impide la privatización del agua en el futuro. También en un estudio en México, se observa que el agua y saneamiento es parte fundamental del juego democrático, ya que plantea como alternativa a las tendencias privatizadoras un modelo de gestión local y participativo en el que las comunidades elaboren y ejecuten, en coordinación con las instancias públicas competentes, las políticas relacionadas con la protección, conservación y uso equitativo sostenible y sustentable del recurso ; y en el Foro Mundial del Agua, celebrado en México el año 2006, que a la par de la necesidad de aumentar la calidad en la gestión técnica del recurso agua, enfatiza la necesidad de fortalecimiento de la gestión local reconociendo la naturaleza política del tema.

### 2.2.2 Marco histórico a nivel nacional

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (2016):

Aproximadamente 1.800 millones de habitantes del mundo entero en el año 2.050 se encontrarán en crisis debido a la creciente demanda del recurso hídrico (se proyecta una población mundial de 9.000 millones de habitantes). En el futuro la demanda del recurso hídrico crecerá a medida que la población aumente, al mismo tiempo éstos permanecerán estables en términos de la cantidad disponible, pero decrecerá la calidad del agua causado por la contaminación sobre el uso del recurso, amenazando la salud humana y el funcionamiento de los sistemas acuáticos, reduciendo así la disponibilidad e incrementando la competencia por agua de calidad (Global Water Partnership, 2.000).

El Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM 2.010) afirma que el país cuenta en general con una riqueza hídrica, tanto superficial como subterránea; aunque no está distribuida espacial y temporalmente de forma homogénea, en la mayoría de su territorio las condiciones hidrológicas, climáticas y topográficas garantizan una oferta de agua y una densa red hidrográfica. Sin embargo, en las regiones y municipios, en la mayoría de los casos, no se cuentan con políticas, metodologías e instrumentos claros de ordenamiento para el uso de los recursos hídricos.

Para prevenir una degradación continua de los recursos hídricos, se ha promovido una estrategia holística, conocida como Gestión Integral de Recursos Hídricos (GIRH), ésta busca asegurar un uso óptimo y sostenible del agua para el desarrollo económico y social, mientras se protege y mejora el valor ecológico del ambiente (GWP, 2.000). La GIRH es necesaria para combatir la escasez de agua y el incremento de la contaminación, el cual permite incorporar un gran número de métodos y técnicas, entre ellas el uso eficiente y ahorro de agua.

El uso eficiente del agua plantea varios desafíos, entre ellos, una implicación directa hacia el seguimiento continuo y la evaluación del desempeño en el tiempo. Medir es la



clave en cualquier acción de uso eficiente de agua, de esta manera se conoce la realidad y se establecen modelos para predecir y planear mejor el futuro, mediante una visión integral.

En este sentido, y, debido a que el edificio de la Facultad de Ciencias Ambientales y la Universidad Tecnológica de Pereira no cuenta con la información primaria referente a la dotación por usuario como tampoco con la tipificación de los usuarios finales del agua; se hace necesario caracterizar los hábitos de consumo e identificar aquellas actividades en las que existe un consumo excesivo del recurso, con el fin de generar herramientas tanto tecnológicas como de conducta o comportamiento social, que conduzcan a la reducción o prevención de fugas en la red al igual que a un cambio en la actitud de la población frente al consumo. Algunas investigaciones, desarrolladas por la Municipalidad de Zaragoza y Fundación Ecología y Desarrollo en 2.010, plantean que el consumo de agua en centros educativos puede llegar a 5 L/usuario-día. La Universidad Tecnológica de Pereira posee un consumo promedio de 16,64 L/usuario-día (Plan de Manejo Ambiental UTP, 2009), consumo superior al propuesto por la investigación.

Otro aspecto a tener en cuenta es el costo mensual del servicio de agua, pues un metro cúbico (m<sup>3</sup>) en el año 2.011 valía \$1.155, y en alcantarillado \$953 por m<sup>3</sup> (Aguas y Aguas de Pereira, 2.011), así la factura de consumo mensual para la Universidad Tecnológica de Pereira es de \$7 464.428.

### **2.2.3 Marco histórico a nivel regional y local**

El agua es uno de los recursos naturales más valiosos para la humanidad, lo que explica también por qué hay tantos conflictos alrededor de su uso y manejo. La Agenda del Agua es un ejercicio participativo para mejorar la gestión del recurso hídrico en el departamento de Norte de Santander: un ejercicio participativo, abierto, transparente y enfocado hacia la equidad y la buena gobernanza. GIZ Colombia (deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), a través de su programa CERCAPAZ (Cooperación entre el Estado y Sociedad Civil para el Desarrollo de la Paz), apoya esta iniciativa. El

acompañamiento de CERCAPAZ es parte de sus trabajos para desarrollar la paz y prevenir crisis en Colombia. Los conflictos sociales alrededor de recursos naturales conflictos socio ambientales, son un aspecto importante de la conflictividad de la sociedad colombiana. Por tanto, el mejoramiento de la gobernanza de recursos naturales es clave para prevenir y transformar conflictos en este ámbito. La Agenda del Agua es parte de este camino hacia una sociedad más equitativa y pacífica que se desarrolle en armonía con la naturaleza. Esperamos que esta publicación sirva para difundir las lecciones aprendidas en el marco de la Agenda del Agua.

Aspectos importantes de la problemática del agua son la planificación y ejecución individual y aislada de proyectos por los actores públicos y privados del departamento. Lo anterior ocasiona que existan múltiples acciones e inversiones desarticuladas e información dispersa y poco confiable sobre la gestión del recurso.

Buscando alternativas, se reunieron diversas instituciones públicas y privadas en mayo de 2008 y acordaron desarrollar una agenda para la gestión del agua en el Norte de Santander, la cual se concibe como un mecanismo no formal de encuentro y diálogo.

El objetivo de dicha iniciativa es armonizar las acciones de los actores, mejorar su relacionamiento y generar confianza. A través de la firma de un acuerdo de voluntades, se plantea conformar una red de cooperación para la ejecución de proyectos y acciones integrales, debidamente concertadas y garantizar la disponibilidad del agua equitativamente.

Como resultado del trabajo interinstitucional para el período 2008 al 2011 se ha trabajado en tres líneas fundamentales: (1) Democratización de la información, (2) Observatorio del agua y (3) Formulación de proyectos estratégicos.

Durante los años 2010 y 2011, la Agenda ha estado apoyando los procesos para la formulación del Plan Departamental de Desarrollo Forestal, el fortalecimiento de las capacidades de los Consejos de Cuencas de los ríos Pamplonita y Zulia —actores claves de los Planes de Manejo y Ordenamiento de Cuencas— y el proceso multiactor Santurbán-Sisavita.

### **2.3 Marco contextual**

La ciudad de Ocaña fue fundada en 14 de diciembre de 1570, por el capitán Francisco Fernández de Contreras, como parte del tercer proyecto poblador del oriente, patrocinado por la Audiencia y el Cabildo de Pamplona, la fundación tuvo por objeto la búsqueda de una vía que comunicara el núcleo urbano de Pamplona con el mar Caribe y el interior del Nuevo Reino.

Ocaña es la segunda ciudad más importante en el departamento Norte de Santander. Esta ciudad está ubicada en la zona nororiental y está conectada por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta.

Poblacionalmente, se constituye como el segundo municipio del departamento después de Cúcuta con 97.479 habitantes (a 2014) incluida el área rural. La extensión territorial es de 460 km cuadrados, que representa el 2,2% del departamento.

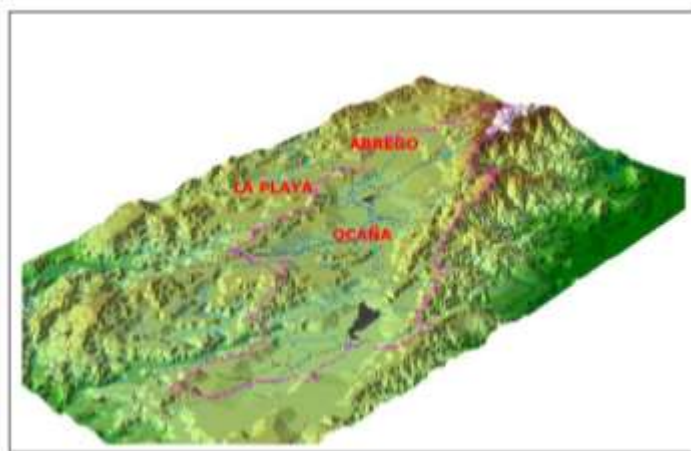
El municipio de Ocaña se divide en 18 corregimientos: Otaré (antes Borotaré y luego Brotaré), Quebrada de la Esperanza, Mariquita, El Puente, Las Lizcas, Espíritu Santo, El Palmar, Venadillo, Las Chircas, Llano de los Trigos, Aguas Claras, La Floresta, Portachuelo, La Ermita, Agua de la Virgen, Buenavista, Pueblo Nuevo, Cerro de las Flores. Por su parte el casco urbano se divide en 6 comunas: Comuna 1 central: José Eusebio Caro (1.07 Km<sup>2</sup>), Comuna 2 nor-oriental: Cristo Rey (1.51 Km<sup>2</sup>), Comuna 3 sur-oriental: Olaya Herrera (2.63 Km<sup>2</sup>), Comuna 4 sur-occidental: Adolfo Milanés (1.07 Km<sup>2</sup>), Comuna 5: Francisco Fernández de Contreras (1.14 Km<sup>2</sup>), Comuna 6: Ciudadela Norte (0.80 Km<sup>2</sup>).

Geográficamente Ocaña se encuentra sobre la cordillera oriental andina, la rodona montañas que alcanzan los 2.600 msnm. Su temperatura promedio es de 22 °C y dista de Cúcuta 218 km. Se encuentra entre los límites de Norte de Santander y Cesar.

### **Hidrografía**

El suelo Ocañero está regado por el Río Catatumbo, río Algodonal, Río tejo y por varias quebradas, El Catatumbo: nace con el nombre de Oroque, en la serranía de Jurisdicciones, en una rama de la Cordillera Oriental del municipio de Ábrego en una finca llamada antiguamente "Muela de Perro", hoy denominada "La María" donde está la laguna "Pan de Azúcar" de la que parte. Dos corrientes, la oriental llamada de "Las Doradillas" que se convierte en el Río Oroque y la occidental o de "Las Chorreras", que da vida al Río Frío, El Río Tejo. De seis y media leguas de largo, 20 km, recoge todas las aguas de la depresión ocañera e irriga el municipio. Durante varios siglos fue la principal fuente de agua potable de los ocañeros.

En este trabajo nos centraremos en el río Algodonal, donde se encuentra localizada como se observa en la figura 1 al occidente del departamento de Norte de Santander, Al norte limita con las cuencas de los Ríos Catatumbo y Río de Oro (departamento del Cesar), al sur y occidente limita con la cuenca del Río Lebrija Regidor, la cuenca del Río de Oro y la del Río San Alberto, estas dos últimas en el área de jurisdicción del departamento del Cesar, al oriente limita con la cuenca del Río Tarra.



*Figura 1.* Esquema de localización de la cuenca del Río Algodonal

### **Extensión**

El área total de la cuenca es de 74.639,8 hectáreas (has), correspondiente al 0,34% del territorio del departamento Norte de Santander, su longitud es de 62.7 kilómetros y su forma es alargada. Se encuentra entre los 950 metros sobre el nivel de mar, en la confluencia Ríos Tejo y Algodonal, y los 3.680 msnm en el extremo sur de la cuenta en el sector denominado Páramo de Jurisdicciones.

### **Delimitación**

La cuenca del Río Algodonal está delimitada por los divorcios topográficos y por el límite departamental en algunos sectores del occidente, correspondientes a los límites de los

municipios de Ábrego y Ocaña. En la figura 2, se muestra el modelo de elevación de la cuenca.



Figura 2. Modelo de elevación de la cuenca del Rio Algodonal

## 2.4 Marco conceptual

### ➤ Estrategias comunicativas

Según Williams, M (2016) y Burden, R. (2016):

La introducción de este concepto se dice que es una herramienta para lograr dicho objetivo establecido en algún documento o bien sea en los principios que mantiene el hombre, para lograr un cambio social, o llamar la atención de la población para mejorar el comportamiento de cada individuo en lo social.

Las estrategias comunicativas constituyen un grupo de estrategias de aprendizaje (los otros tres grupos son las estrategias cognitivas, las meta cognitivas y las socio afectivas). Consisten en todos aquellos mecanismos de los que se sirven los aprendientes para comunicarse eficazmente, superando las dificultades derivadas de su insuficiente dominio de la lengua meta.

Estas estrategias permiten al aprendiente mantener la comunicación en lugar de abandonarla ante dificultades imprevistas, proporcionándole así un mayor contacto con la L2 y más ocasiones de práctica y aprendizaje.

En las estrategias de los aprendientes, los autores distinguen entre las estrategias de evitación y las de compensación. Las primeras conducen a un empobrecimiento de la comunicación, puesto que el hablante, con el fin de evitarse problemas en el uso de la lengua o de cometer errores, renuncia a abordar determinados temas: o bien abandona total o parcialmente un tema

iniciado, o bien reduce el contenido de su mensaje. Las segundas consisten en la búsqueda de procedimientos alternativos, que permitan al hablante conseguir su propósito comunicativo: parafrasear, explicar mediante ejemplos, usar un término inventado que se considera comprensible por el receptor, etc.

Desde el punto de vista de las aplicaciones didácticas, las más importantes son las estrategias de compensación. Muchas de ellas son comunes a los procesos de comunicación entre nativos competentes: recurrir a claves extralingüísticas, ayudarse de los datos contextuales, pedir aclaraciones al interlocutor, etc., para asegurarse de la recta comprensión de los mensajes; paradójicamente, estas estrategias que el aprendiente aplica espontáneamente en su propia lengua quedan bloqueadas en el uso de una L2, especialmente en contextos de aprendizaje escolarizado. Las actuales propuestas didácticas introducen en los programas el reconocimiento de las estrategias comunicativas por parte de los aprendientes y la práctica de su aplicación.

Según Vital (2016):

Las estrategias comunicativas, en realidad, de este concepto que puede sin duda referirse a cuestiones muy finas y complejas, sólo tomaremos un rasgo: estrategias comunicativas será para nosotros la manera como un interlocutor organiza la información que quiere o debe transmitir. Por interlocutor entenderemos a todo aquel que asume una voz, sea como coparticipe en un dialogo, sea como narrador o como autor implícito de la novela.

### ➤ **Participación**

Según Edelston (2016), Harold (2016) y Kolodner (2016) lo definen de la siguiente manera

a) La emisión de opiniones a encuestadores que pretenden conocer las percepciones de la gente sobre sus necesidades, aunque no tengan injerencia en los programas y soluciones desarrolladas por los planificadores para satisfacerlas.

b) El conocimiento y derecho de los usuarios a aprobar o no las opciones presentadas por los expertos, aun cuando las objeciones no impliquen la reformulación total de la alternativa cuestionada.

c) La aceptación de proyectos urbanos por parte de los planificadores bajo condiciones de presión de los líderes de un grupo o comunidad, en cuyo caso la solución más que expresar las necesidades de los

usuarios mediante un proceso de coparticipación, es el resultado de la intimidación ejercida por un colectivo o por sus dirigentes.

Según Stringer (2016): la participación ha sido más una respuesta ciudadana en el campo de la planificación urbana que en otras áreas como la salud o la educación.

Según Linares (2016):

“La participación se relaciona con varios grados de incidencia: uno de ellos es el que ocurre a nivel de la conciencia individual, en el que el sujeto reconoce su derecho a participar y a ser tomado en cuenta; otro, el que se da a nivel grupal, que implica la conciencia de que se es parte de un grupo y se comparte la responsabilidad de lo que en él suceda, y otro más cuando existe la percepción de pertenencia a un ámbito más amplio, como puede ser la escuela, la comunidad y/o la sociedad.”

#### ➤ **Cultura**

La introducción de cultura es un valor que se encuentra infundado en los principios de cada persona en busca del bien, ya sea particular o general, protegiendo y conservando lo que ha sido mantenido por la antigüedad.

Según Tylor (2016):

“plantea que la cultura es: "aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias. El arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. Dentro de esta definición resalta la importancia de exponer los hechos históricos, pero no solamente como una sucesión de hechos, sino de la conexión de los acontecimientos. De otra parte plantea como los fenómenos naturales son hechos concretos que parten de una lógica dentro del orden causa y efecto.”

Según Kroeber (2016):

“Considera la cultura como "la mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos y



la conducta que provocan... es el producto especial y exclusivo del hombre, y es la cualidad que lo distingue en el cosmos."

Según Boas (2016):

"...todo lo que incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres."

Según Malinowsky (2016), plantea que la cultura: "incluye los artefactos, bienes procedimientos, técnicas, ideas, hábitos y valores heredados, el lenguaje, forma parte integral de la cultura, no es un sistema de herramientas, sino más bien un cuerpo de costumbres orales."

Según White (2016), planteó que "la cultura consiste en herramientas, implementos, vestimenta, ornamentos, costumbres, instituciones, creencias, juegos, obras de arte, lenguaje..."

### ➤ **Cultura ambiental**

La introducción de este término trata de mantener el cuidado del ambiente de forma satisfactoria, logrando de esta forma el cambio social y mejorando la contaminación en el planeta debido a que cada día nos azota de forma eficaz.

Según Rafaela Macías (2016):

“En la que se busca alcanzar un profundo conocimiento de la realidad e impulsa su transformación sociocultural con la participación de todos los actores sociales implicados, propone romper la separación sujeto-objeto, la distancia entre teoría y práctica y entre el saber y el actuar. Coloca al sujeto como productor de conocimientos en la reflexión de sí mismo y de

su realidad, para sobre esa base generar cambios en forma dinámica en el individuo y en su contexto sociocultural”.

Según Milton Santos (2016) define la cultura ambiental como “formas de comunicación del hombre y del grupo social con el universo, viéndola como una herencia, y como un reaprendizaje de las profundas relaciones entre el hombre y su medio”

## **2.5 Marco legal**

**Constitución política de Colombia 1991:** por lo cual se reglamenta los derechos colectivos y del ambiente.

**Artículo 79.** Es deber del estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines. A través de este artículo se reconoce el derecho de todas las personas de disfrutar de un ambiente sano.

**Artículo 80.** El estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación y su restauración, además controlará los factores de deterioro ambiental.

**Artículo 98 numeral 8.** Es deber de la persona y del ciudadano proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano.

**Artículo 334.** El estado intervendrá en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo en la producción, en la distribución y utilización de los bienes y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía y mejorar la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y la preservación de un ambiente sano.

- **ley 373 de 1997:** por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua.

**Artículo 1o. programa para el uso y ahorro del agua.**

Todo plan ambiental regional y municipal debe incorporar obligatoriamente un programa para el uso eficiente y ahorro del agua. Se entiende por programa para el uso eficiente y ahorro de agua el conjunto de proyectos y acciones que deben elaborar y adoptar las entidades encargadas de la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado, riego y drenaje, producción hidroeléctrica y demás usuarios del recurso hídrico.

Las Corporaciones Autónomas Regionales y demás autoridades ambientales encargadas del manejo, protección y control del recurso hídrico en su respectiva jurisdicción, aprobarán la implantación y ejecución de dichos programas en coordinación con otras corporaciones autónomas que compartan las fuentes que abastecen los diferentes usos.

**Artículo 2o. contenido del programa del uso y ahorro del agua.** El programa de uso eficiente y ahorro de agua, será quinquenal y deberá estar basado en el diagnóstico de la oferta hídrica de las fuentes de abastecimiento y la demanda de agua, y contener las metas anuales de reducción de pérdidas, las campañas educativas a la comunidad, la utilización de aguas superficiales, lluvias y subterráneas, los incentivos y otros aspectos que definan las Corporaciones Autónomas Regionales y demás autoridades ambientales, las

entidades prestadoras de los servicios de acueducto y alcantarillado, las que manejen proyectos de riego y drenaje, las hidroeléctricas y demás usuarios del recurso, que se consideren convenientes para el cumplimiento del programa.

- **Decreto 2811 de 1974.** Código nacional de los recursos naturales renovables y de protección al medio ambiente.

- **ley 99 de 1993.** Define el SINA y crea el ministerio del medio ambiente.

Consigna orientaciones sobre la ordenación y manejo de cuencas hidrográficas.

#### **Artículo 1.- Principios Generales Ambientales.**

La política ambiental colombiana seguirá los siguientes principios generales:  
El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.

En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.

La formulación de las políticas ambientales tendrá cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño

grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.

El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.

La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no Gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.

Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.

El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.

Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental - SINA- cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.

Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física.

## Capítulo 3. Diseño metodológico

### 3.1 Tipo de Investigación

En cuanto al tipo de investigación fue cuantitativo, con un enfoque descriptivo ya que permitió determinar la situación y así demostrar los rasgos más peculiares o diferenciadores a través de situaciones, costumbres y actitudes predominantes de las actividades diarias de las personas. Obteniendo como meta la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, para luego mostrar resumidamente la información de manera cuidadosa y así la posibilidad de haber analizado minuciosamente los resultados, con el fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyeron a la conservación y cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander.

### 3.2 Población

En el caso de la propuesta de investigación se acudió a la población total de la ciudad de Ocaña distribuido en núcleos familiares, el cual según datos suministrados por CENS, está clasificada según su estratificación de la siguiente manera:

Estrato 1 tiene una población de: 13.327

Estrato 2 tiene una población de: 11.744

Estrato 3 tiene una población de: 5.653

Estrato 4 tiene una población de: 1.305

Para un total de: 32.029 habitantes registrados en la base de datos de Centrales Eléctricas del Norte de Santander.

### Muestra

La muestra fue realizada de tipo probabilístico, por lo que fue requerido y se aplicó la fórmula estadística para la obtención de la misma

$$n = \frac{N \times (2)^2 \times p \times q}{(n-1) + (2)^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{32029(0.5 \times 0.5) (1.96)^2}{(32029) (0.07)^2 + \{[(1.96) \times 0.5 \times 0.5]\}}$$

$$n = \frac{32029 \times 0.25 \times 3.8416}{32029 \times 4.9 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{30760,6516}{156937,2 + 0,9604}$$

$$n = \frac{30760,6516}{156938,1604}$$

$$n = 196$$

$F/s = 0,61$

La sub-muestra determinó una población para cada estrato socioeconómico

Tabla 1  
*Muestra de población*

Estrato	Cantidad	Sub-muestra
1	13.327	81
2	11.744	72
3	5.653	34
4	1.305	09

*Nota: En esta tabla, se observó el orden de estratificación con su número respectivo de sus habitantes y su sub-muestra.*

### 3.3 Técnica e instrumento de recolección de información

En cuanto a la recolección de información en primera medida se recurrió a la observación, a través de ella se permitió reconocer algunas características y comportamientos de los habitantes de Ocaña en cuanto al recurso hídrico, de la misma manera se acudió a la encuesta con preguntas cerradas, este instrumento permitió conocer, detallar y hacer la respectiva caracterización de la población y así con el resultado, se establecieron las estrategias de comunicación particulares al caso de estudio.

Fue necesario abordar expertos que orientaron el diseño de estrategias comunicativas en el tema objeto de estudio.



### **3.4 Análisis de la información**

Una vez recolectados los datos proporcionados por las técnicas, se procedió al análisis estadístico respectivo. Los datos fueron tabulados y presentados en gráficas, el cual permitió realizar un diagnóstico del uso del agua en Ocaña, Norte de Santander.

## Capítulo 4. Presentación de resultados

### 4.1 Factores generadores

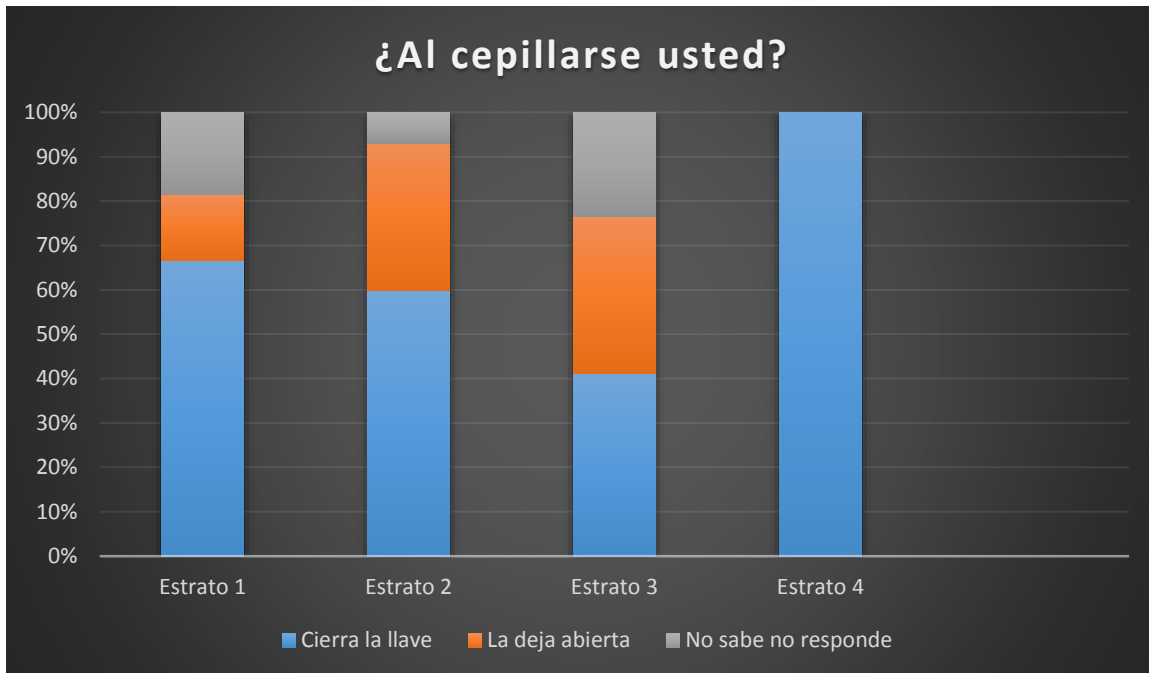


Figura 1 Al cepillarse Usted

Se puede evidenciar que a la población encuestada en los estratos socio económicos, bajo medio, informan que un más del 40% cierran la llave al cepillarse, y en un 30% dicen que la deja abierta, ocasionando un desperdicio del agua y evidenciando una falta de conciencia por la preservación de la misma y un 20% no saben o no responden, a diferencia del Estrato 4, en una población de 9 personas encuestadas, expresan que cierra la llave al cepillarse, mostrando una buena conducta y uso eficiente del agua.

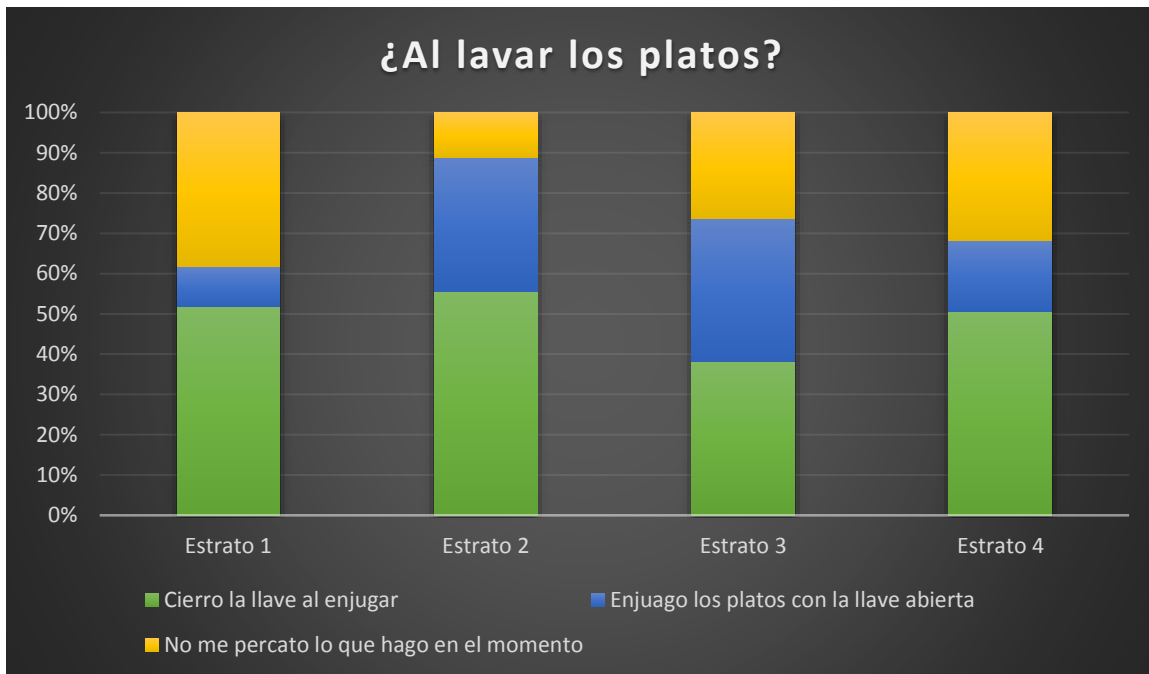


Figura 2 Al Lavar los platos

Se puede evidenciar que la población encuestada en los estratos socio económicos, bajo medio y alto evidencian, que más del 45% cierran la llave al enjuagar los platos, y el 30% dicen que enjuaga los platos con la llave abierta, ocasionando un desperdicio del agua y menos del 20% no se percatan de lo que hacen en el momento.

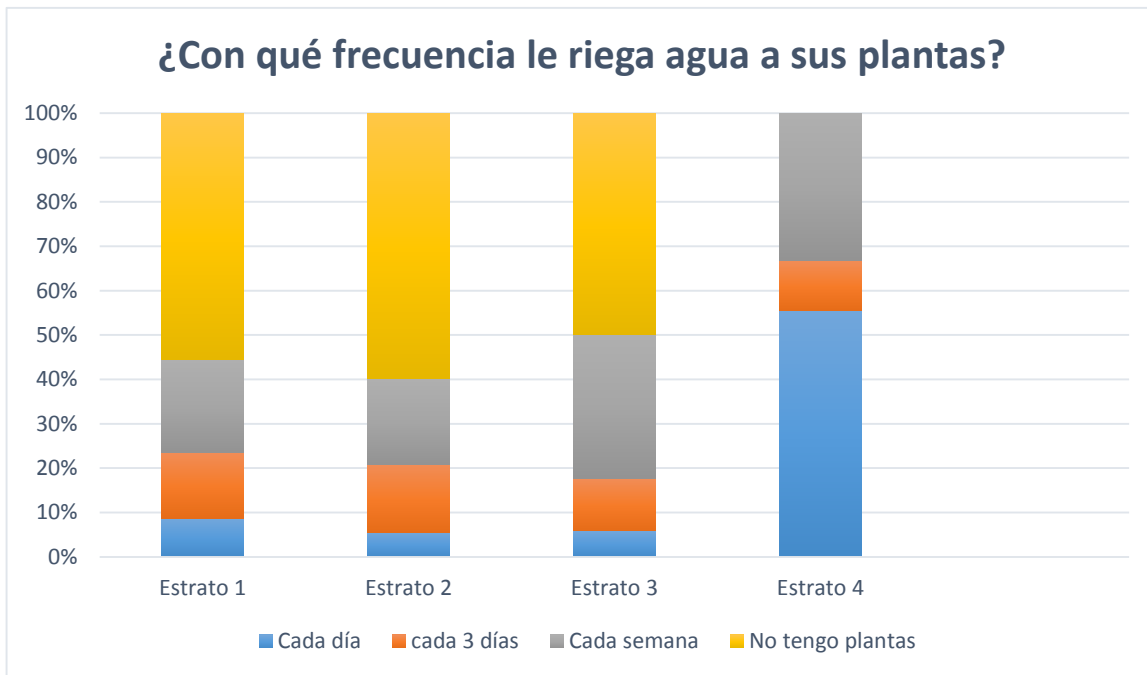


Figura 3 Con qué frecuencia riega agua a las plantas

Se puede evidenciar que la población encuestada en los estratos socio económicos, bajo medio manifiestan, que un porcentaje menor al 10% riegan las plantas cada día, en cambio el 13% informa que lo hace cada 3 días, para el 20% informa que lo hace cada semana y más del 50% expresa que no tiene plantas, seguido en el estrato 4, con una población encuestada de 9 personas, con una frecuencia de votos de 5, riega agua a sus plantas cada día, gastando una tasa alta de líquido vital.

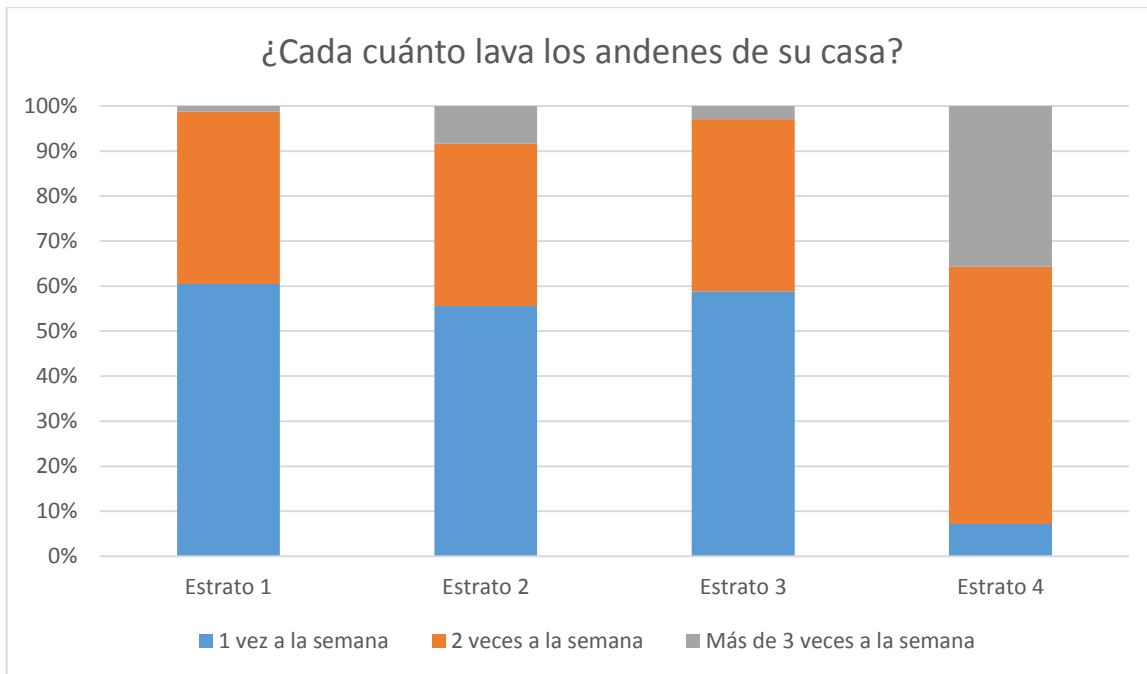


Figura 4 cada cuanto lava los andenes de la casa

Se puede evidenciar que la población encuestada en los estratos socio económicos, bajo medio responde, que más del 50% lavan los andenes de la casa una vez a la semana, en cambio el 22% informa que lo hacen 2 días a la semana, y menos del 10% informa que lo hace más de 3 veces a la semana y en el estrato 4, con una población encuestada de 9 personas, menos del 10% expreso que lo hace una vez la semana, el 50% informa que lava los andenes dos veces a la semana notando el desperdicio del agua y el 40% dijo que la frecuencia con que lavaba los andenes de su casa es más de 3 veces a la semana.

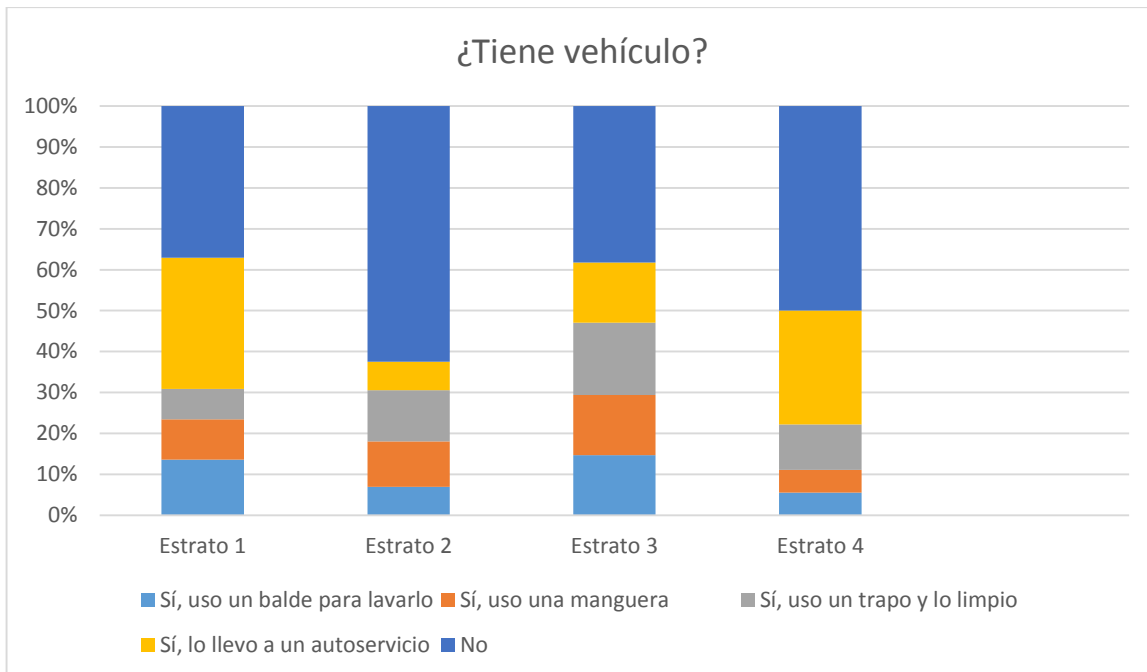


Figura 5 Tiene Vehículo

Se puede evidenciar que las poblaciones encuestadas en los estratos socio económico, bajo medio y alto aseguran, que el 30% tienen hábitos de usar un balde, una manguera o solo un trapo y limpiarlo ahorrando el uso del agua, el 40% expresa que lo llevan a un autoservicio generando mayor gasto del agua, y el 30% expreso que no tienen vehículo.

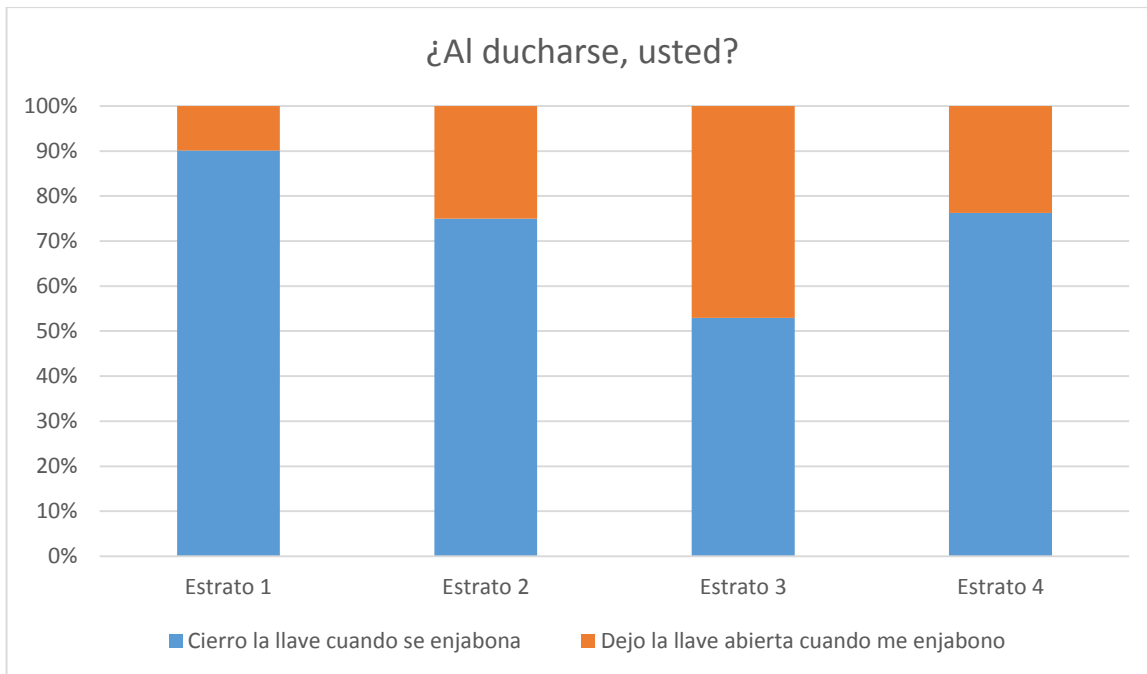


Figura 6 Al ducharse, usted

Se puede evidenciar que a las poblaciones encuestadas en los estratos socio económico, bajo medio y alto aseguran, que más del 50% cierran la llave cuando se enjabona y menos del 40% expresó que dejan la llave abierta al enjabonarse desperdiciando el vital líquido.

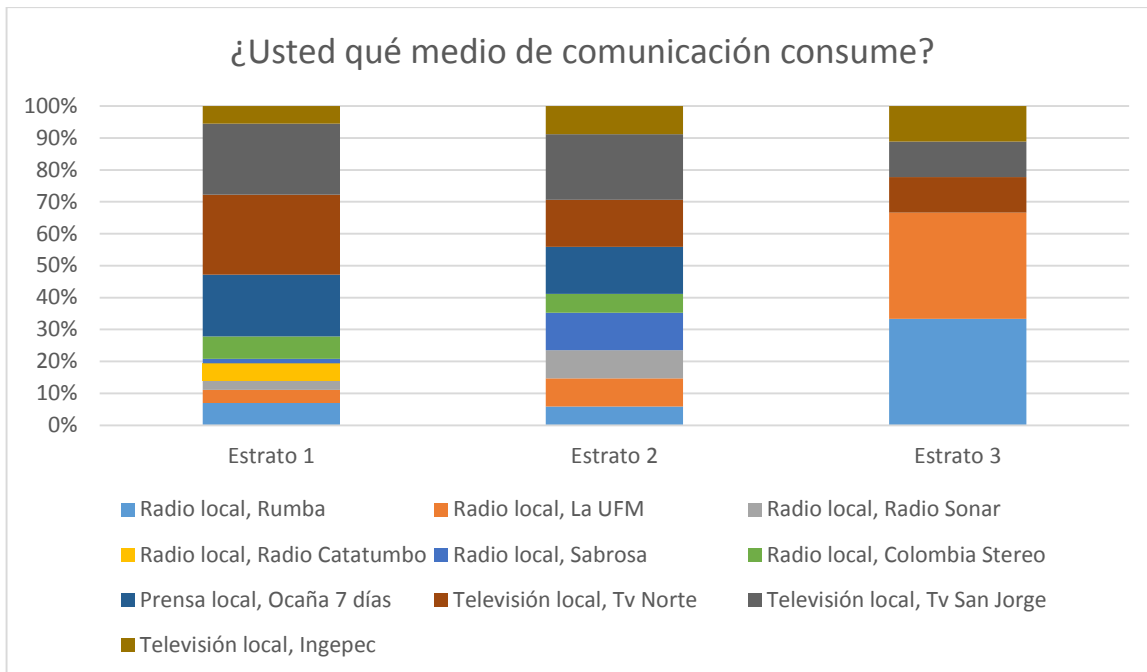


Figura 7 Usted qué medio de comunicación consume

Se puede evidenciar que las poblaciones encuestadas en los estratos socio económico bajo medio manifiesta, que los medios de comunicación de mayor consumo es radio, prensa y televisión que existen actualmente en Ocaña, Norte de Santander, teniendo una mayor aceptación los siguientes: radio local Rumba Stereo, prensa el Semanario Ocaña 7 Días, televisión de Canal Comunitario Tv San Jorge y Tv Norte



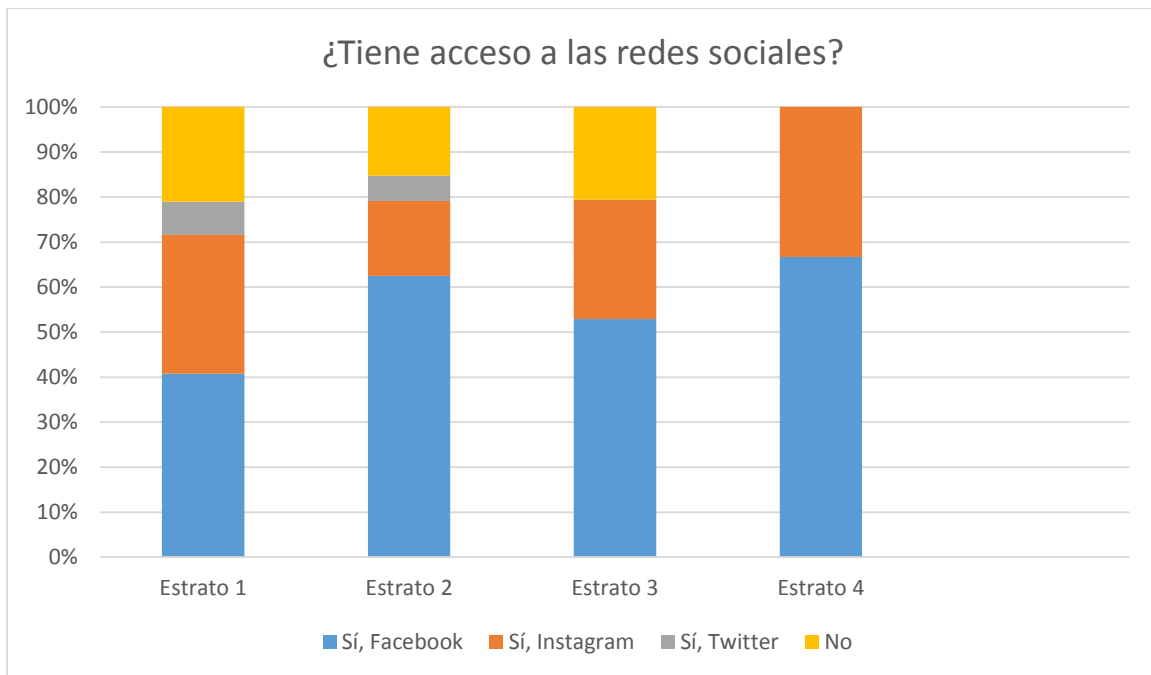


Figura 8 Tiene acceso a las redes sociales

Se puede evidenciar que las poblaciones encuestadas en los estratos socioeconómicos, bajo medio y alto aseguran, que más del 40% la red social la cual tienen mayor acceso es a Facebook, seguido de Instagram.

A partir de las encuestas se pudo establecer que los factores generadores de los cuales se evidencia el desperdicio del agua, se encuentra en las actividades diarias de la comunidad Ocañera, por ejemplo, al momento de cepillarse, lavar los platos, ducharse, entre otros.

En los estratos socioeconómico medio y bajo son los que demuestran mayor índice por la falta de conciencia en la preservación del vital líquido.

Las comunidades de los estratos bajos no solo son las que consumen más agua en la ciudad; también hacen parte de las familias que más la desperdician.

Como el servicio de agua no es tan caro y es permanente, no encuentran inconveniente alguno en desperdiciar el preciado líquido.

Es fácil detectar cómo las familias de mayores ingresos económicos ‘miden más el gasto’ a la hora de pagar las cuentas, que las personas de los sectores populares.

## **4.2 Diseño de estrategias comunicativas**

Para la realización de la estrategia comunicativa, se tuvo en cuenta los resultados que nos arrojó las encuestas realizadas a los diferentes estratos socio económico de la población. Partiendo de esos resultados y evidenciando los factores generadores del desperdicio de agua, realizamos tres spots radiales, un spot televisivo y la apertura de las redes sociales, todas estas actividades encaminadas para la conservación y cuidado del agua en Ocaña Norte de Santander.

### **4.2.1 Creando conciencia sobre el cuidado y el uso del agua**

**Objetivo:** implementar acciones comunicativas sobre el cuidado y el uso del agua en Ocaña de Norte de Santander.

Tabla 2  
*Recursos financieros y recursos humanos*

Detalle	Cantidad o actividad	Costos o responsables
Fotocopias	400	\$50.000
Impresiones (Diseños, trabajos, publicidad)	120	\$450.000
Transporte	Ida y vuelta a los lugares de desarrollo de la actividad	\$80.000
Asesoría	Personal externo que nos proporcionó ayuda para la realización de las actividades	\$100.000
Diagramación	Realización de diseños y línea gráfica	\$150.000
Total		\$830.000
Recurso humano	Diseño e implementación de la estrategia comunicativa para crear conciencia sobre el cuidado y el uso del agua en Ocaña Norte de Santander	Yessica Lucas Camilo Alsina
Directora de trabajo		Claudia Marcela Duran
Spot radial	Voz en off, edición y soporte en la postproducción	Idianes Miramón, Yessica Lucas, Camilo Alsina, Juan Esteban Trigos
Spot televisivo	Asistente de cámaras, colaboradores, desarrolladores	Laura García, Idianis Miramón, Yessica Lucas Camilo Alsina

*Nota: En esta tabla, se observó cuáles fueron los recursos económicos que se necesitaron para la realización de la campaña y el recurso humano que apoyó el proyecto.*

#### 4.2.2 Actividades

- **Campaña expectativa:**

Como primera medida, nuestro objetivo principal, fue crear expectativa en la ciudad de Ocaña, para ello se utilizó de unas vallas con el mensaje “tu salvación viene pronto” y teniendo una franja con un conteo regresivo de días, ubicadas en diferentes partes de la ciudad, tales como: una en el parque San Agustín, dos en el parque principal, una en el parque de Francisco y por último una en la entrada del barrio Primero de Mayo, estas vallas estuvieron ubicadas en la comunidad la cual esperaban la llegada de alguien pero no sabían de qué iba a tratar.

La valla tuvo una altura de dos metros contando las patas que la sostenía, por un metro de ancho, la tabla de madera donde estaba el mensaje tuvo un metro de alto.

La base de la valla fue pintada de color blanco, donde según la psicología del color nos dice que muestra pureza y optimismo, tomando como tal estos principios para decidir el color.

Tenía una silueta en forma de persona con tonos negros y la capa gris, queríamos transmitir que era una persona que iba a llegar a salvar algo. (Ver más fotografías en Anexos)



- **Campaña en la zona céntrica del municipio de Ocaña**

En el parque central se realizó la apertura oficial del personaje que se había creado de expectativa en las vallas; este personaje estuvo vestido como un superhéroe, revelando así la silueta que estuvo en la valla.

Con una capa, botas, antifaz y pantalón de color naranja, él expresa dinamismo, juventud, alegría y diversión, pues este color se utiliza en productos dirigidos a personas con actitud alegre, divertida y de pensamiento juvenil.

Parte del antifaz y el traje, fue de color azul, expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza, también demuestra verdad y armonía.

Yessica María Lucas y Juan Camilo Alsina estuvieron acompañando al superhéroe en todo momento, identificados con unas camisetas polo, estampadas con el rostro caricaturizado del personaje en la parte de adelante, y atrás con el personaje completo,

adicionalmente tenía las redes sociales habilitadas. Instagram: Super\_Agua y Facebook: @SuperAguaOca. (Ver más fotografías en Anexos).



- **Creación de la imagen caricaturizada del superhéroe:**

Para las fotos de perfil de las redes sociales y logo insignia se vio la necesidad de caricaturizar al personaje, para esto se usó los colores azul y naranja, lo que logró transmitir la libertad con la cual se podía expresar el superhéroe al momento de interactuar con el público objetivo, como también la calidez, el entusiasmo y la creatividad que muestra el color naranja. Así mismo, al momento de diseñar el logo y el personaje que queríamos, escogimos la idea de un súper héroe llamado súper agua, como sinónimo de un ser valiente y glorioso, comprometido a salvar el agua en Ocaña Norte de Santander, en el que incluimos una antifaz de tono naranja, el cual nos refleja diversión e innovación, el color azul de fondo para transmitir la calma que necesita para proteger y cuidar el uso del agua.



- **Redes sociales:**

Se abrió cuentas en dos de las mayores redes sociales que tuvieron más votos en la encuesta realizada, Instagram y Facebook.



*Fuente: [www.instagram.com/super\\_agua](http://www.instagram.com/super_agua)*



*Fuente: [www.facebook.com/SuperAguaOca](http://www.facebook.com/SuperAguaOca)*

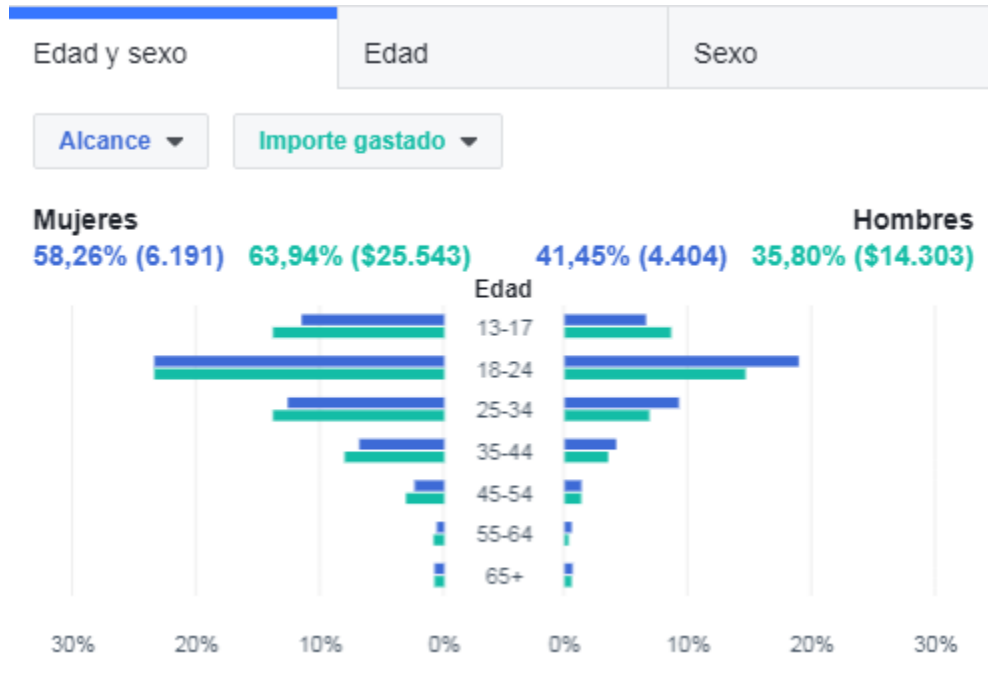
Esto se realizó con el fin de llegar a la comunidad virtual de Ocaña, todas las piezas gráficas que se estaba subiendo tenía la misma línea de diseño, mantenían un color azul claro, reflejando al agua, estaban compuestas por un mensaje que les transmitía la ideología de cuidar y conservar el agua, por último tenían el logo insignia del superhéroe.

Las publicaciones de estas imágenes eran los martes y viernes en ambas redes sociales. (Ver más imágenes en Anexos)





En Facebook se contrató pautas publicitarias para que el perfil abarcara a la mayor población posible en Ocaña Norte de Santander; se definió target, duración y presupuesto que se le aplicaría a cada campaña, arrojándonos un estimado de cuentas “Me gusta” iba a recibir la fan page y que alcance iba a tener cada publicación hecha.



Fuente: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

- **Spots radiales.**

**Ficha técnica:**

- Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
- Comunicación social
- Spot radiales para la campaña
- Fecha: 01/08/2017
- Realizadores: Juan Camilo Alsina y Yessica María Lucas López
- Duración total de los tres spots: 1 min 37 s

**Primer spot:**

**CONTROL:** cortina, se sostiene 3s y se esfuma

**COMIENZA:** “Ayúdame para que mi futuro...”

**TERMINA:** “...vivirás en un desierto mañana”

**DURACIÓN:** 32s

**Segundo spot:**

**CONTROL:** cortina, se sostiene 11s y se esfuma

**COMIENZA:** “una sola gota de aceite de motor...”

**TERMINA:** “...nos dará agua toda la vida”

**DURACIÓN:** 34s

**Tercer spot:**

**CONTROL:** cortina, se sostiene 3s y se esfuma

**COMIENZA:** “No dejes que el agua se vaya...”

**TERMINA:** “...está a punto de hacerlo”

**DURACIÓN:** 13s

- **El spot televisivo**

Tabla 3  
*Spot televisivo guion técnico*

Toma	Descripción	Sonido	Duración
T1. Plano detalle	Inicia el plano con una mujer en la ducha notando el desperdicio de agua al estar enjabonándose	Música de suspenso	11s
T2. Texto	“Cuando te bañas y te estas enjabonando ¿aún dejas la ducha abierta?”	Música de suspenso	5s
T3. Plano detalle	Segunda escena con una mujer Enjabonándose las manos	Música de suspenso	12s
T4. Texto	“El ahorro del agua requiere voluntad, porque se necesita un esfuerzo contaste para obtener resultados significativos”	Música de suspenso	4s
T5. Plano detalle	Tercera escena, una mujer lavando los platos, enjabonándolos sin cerrar el grifo	Música de suspenso	30s
T6. Texto	“Enjabone sus platos en una solatanda, no de uno en uno, así ahorrará hasta 25 litros de agua por enjuabe	Música de suspenso	5s
T7. Primerísimo primer plano	Sujeto hablando “Tomar agua nos da vida, tomar conciencia nos dará agua toda la vida”	Música de ambiente	6s
T8. Imagen	Logo de la U.F.P.S.O acompañado de una voz en off “Un campaña de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña”	Música de ambiente	3s
Duración total			1min 18s

*Nota: en esta tabla, evidenciamos el guion técnico utilizado para la realización del spot televisivo para la campaña de la creación de conciencia.*

Guion literario: cuando los seres humanos ingresan a la ducha y no tienen el sentido de que cada gota que se desperdicia es una gota menos que se utilizará para una generación en el futuro, es por esto, que una joven en la ducha, mientras se enjabona no cierra la llave, una falta de conciencia sobre la preservación del vital líquido, no es caso tan ajeno a las personas que se encuentran lavando las manos y practican lo mismo de dejar la llave abierta, son actos con gran impacto en el ambiente; después de disfrutar unos buenos alimentos preparados por las mejores manos del hogar, lo natural es limpiar todos los utensilios que fueron necesarios para la elaboración, es ahí donde vuelve y se comete el mismo error; “tomar agua nos da vida, tomar conciencia nos dará agua toda la vida”

#### **4.3 Implementación de estrategia**

- **Campaña expectativa:**

Para la creación de las vallas, nos dirigimos a una carpintería para asesorarnos de que tipo de madera debimos utilizar, tanto para pintarlas como para que estén en la intemperie. En la misma carpintería nos entregaron las cinco vallas de las medidas anteriormente mencionadas.

Se trasladaron a una vivienda, la cual nuestro punto de reunión para pintar cada valla; fue un trabajo de tres días, tanto en la pintada como en la elaboración de los gráficos utilizados en la valla.

Posteriormente, nos acercamos a la alcaldía municipal para gestionar los permisos necesarios para colocar las vallas en espacios públicos, para esto, nos dirigimos en primera

instancia a la Unidad Técnica Ambiental (U.T.A), ellos nos remiten a la Oficina de Espacio Público; explicándonos que era una campaña expectativa que íbamos a tener acerca de la creación de conciencia para el cuidado del agua, otorgándonos el permiso sin ningún costo.

Al otro día del permiso, trasladamos todas las vallas en un vehículo, instalando, una valla en la entrada del barrio 1 de Mayo, una valla en el parque San Agustín, dos vallas en el parque principal, una con vista a la calle 10 y la segunda con vista a la calle 11, la última fue instalada en el parque San Francisco.

Tres días después nos percatamos que las vallas las habían retirado, lo primero que se hizo fue indagar con la Policía Nacional, si ellos habían tomado posición de los elementos, dándonos una respuesta negativa, en seguida nos dirigimos a la alcaldía municipal, indagando en las oficinas si alguien tenía conocimiento de lo sucedido. Cuando preguntamos en la Oficina de Espacio Público nos manifiestan que los “carteles” tenía mensaje “religiosos”, y que nosotros no habíamos comunicado que el permiso era para eso, reaccionamos en seguida y con copia en la mano del permiso, donde textualmente decía “permiso para ubicación de las vallas en diferentes partes de la ciudad con tema a la conservación del cuidado y uso del agua, con un enfoque de expectación”, nos dirigimos a la Oficina de la U.T.A. quienes habían hecho el retiro de las vallas, los cuales también nos manifiestan lo mismo, porque la comunidad estaba algo “intrigada” por el mensaje.

Varias personas tomaron “ventaja” sobre lo sucedido, y distribuían la información religiosa entre los transeúntes, al momento de aclarar lo sucedido, ambas oficinas nos extienden las más sinceras disculpas por la forma de llevar los procesos de manera interna

entre la alcaldía, como forma de reivindicarse por lo sucedido se ofrecieron a colocar las vallas ellos mismos. (Ver más fotografías en Anexos).

- **Campaña en la zona céntrica en el municipio de Ocaña**

Para la elaboración del traje del súper héroe, fue necesario diseñar en Corel Draw el personaje, después de varios intentos, optamos por escoger al personaje con botas, capa y antifaz, seguido, nos pusimos en contacto con una costurera, llevando impreso la fotografía del diseño del héroe.

Se tenía proyectado realizar dicha actividad en los primeros días de enero, en aras de las actividades que se aproximaban por esos días, los carnavales municipales, por cuestiones personales de la costurera, la cual no nos hizo entrega del traje a tiempo, tocó aplazar la actividad para los últimos días del mes.

En el momento de llegar con el superhéroe al parque principal, fue de manera inmediata que las personas que se encontraban en el lugar se interesaran en lo que estábamos realizando; de la misma manera, al transitar por el parque acompañando al personaje con las camisetas que nos identificaban, nos acercábamos a las personas para distribuir el mensaje y entregarles unos stickers y un flyer para que llevaran el mensaje a sus casas, tanto niños como adultos se quisieron tomarse fotos con el personaje. (Ver más fotografías en Anexos.)

- **Redes sociales**

En Instagram, se empezó a seguir a los usuarios y se iban compartiendo las piezas gráficas todos los martes y viernes.

En Facebook, se pagó dos veces publicidad, arrojándose un alcance de 10.626 personas, un 58% siendo mujeres y 42% hombres, en un rango de edad de entre los 13 años a 65+ años. Siendo así la edad de 18-24 años más predominante; el importe gastado fue de \$39.950.

- **Spots radiales**

La pre producción se hizo 1 y 2 de febrero, con la creación de los guiones y la búsqueda de las personas que nos iban a servir de voces en off para grabarlas. La producción inició el 3 de febrero en el laboratorio de radio, que se encuentra en las instalaciones de la Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña, donde nos encontrábamos grabando y la consola falló mucho, el audio que recogía los micrófonos también era pésimo, nos tocó repetir muchas veces las líneas para poder dejar material grabado, el proceso de postproducción nos llevó todo el día 4, con la asesoría de Idianis María Miramón González, logramos sacar tres spot radiales, de buena calidad y excelente presentación auditiva.

- **Spot televisivo**

Para la realización del spot televisivo, se trabajó previamente en el guión, anotando las ideas claras de cómo se quería, los personajes que iban a trabajar de manera ficticia, los elementos, la información, y la duración de cada toma.

Seguido de reunirnos y hablar con las personas que nos iban apoyar en la grabación del video, nos dirigimos a la casa de una compañera a realizar el video, llevando satisfactoriamente todo lo que fue requerido. En postproducción se editó el video y con una duración final de 1 minuto con 18 segundos.

El vídeo se compartió en las redes sociales, transmitiendo de una manera interesante y fácil de entender lo que queríamos dar a conocer.



## Capítulo 5 Conclusión

De acuerdo a las diferentes investigaciones realizadas en el diseño de la estrategia comunicativa, se llegó a la conclusión de la importancia que requiere el elemento fundamental y de gran importancia para el desarrollo de la vida como es el agua.

En el pasado la aparente abundancia del agua en el mundo ha dado la impresión de que se trataba de un bien inagotable y ello condujo al hombre a derrocharla. En la actualidad el agua se considera como un recurso económico del mismo valor que los minerales, y que debe ser administrada racionalmente, por lo tanto, se determinaron los factores generadores del mal uso del agua en la comunidad Ocañera, ya que se desperdicia de manera cotidiana en las diferentes actividades diarias, a la hora de la ducha, el lavado de dientes, de lavar etc. Este mal hábito no es el único factor que afecta al agua, sino que también interviene la gran contaminación de agua en el planeta.

Siendo el agua, un motor clave que sostiene la vida misma, se transmitió información relevante y de interés a toda la comunidad Ocañera, niños jóvenes y adultos, con diferentes actividades didácticas, ilustrativas y audiovisuales, en algunos sectores estratégicos de la ciudad y en la web 2.0, específicamente en las redes sociales de Facebook, Instagram compartiendo información de algunos tips y revisiones que las personas pueden hacer en sus viviendas para evitar pérdidas significativas, enfocado en el cuidado y conservación del agua, las personas se mostraron receptivas y agradadas.

Como resultado de las labores realizadas, nos arrojó una alerta importante en dar prioridad al cuidado del preciado líquido, para generar sostenibilidad ambiental en nuestro municipio, con el propósito de fomentar la construcción de soluciones que inician en el

ahorro de cada persona, como cultura del agua y el no desperdicio en cada una de las actividades diarias.

También se debe tener en cuenta los consumos, realizar análisis detallados que permitan tomar decisiones razonables.

Finalmente, por parte de las autoridades, deben hacer ordenamiento del recurso hídrico, hacer planeación de acuerdo a la cantidad de agua real hoy en día, se permite que la ciudad crezca, pero no se tiene en cuenta si hay agua para tanta gente; de la misma manera apoyar e intervenir en capacitaciones significativas para la comunidad.

## Recomendaciones

Debido a la buena aceptación por parte de la comunidad en las redes sociales, proponemos seguir activas y oficializarlas, con el fin que la comunidad pueda obtener con mayor inmediatez información sobre las buenas prácticas en la preservación del agua.

Es necesario elaborar programas de capacitación y educación ambiental a todo nivel, niños, jóvenes y adultos, como mecanismo para incentivar a la comunidad a modificar sus conductas inadecuadas y así mismo orientarlos a localizar fugas de agua, para tomar medidas al respecto.

Debe haber una incorporación gradual y sostenida de la población y los gobiernos locales en acciones que desde el punto de partida pueda satisfacer las necesidades y el cuidado de las cuencas, lo fundamental, compra de áreas estratégicas para conservación, inversión social, ambiental y jornadas educativas constantes y permanentes en la preservación del recurso hídrico.

Medidas de protección ambiental, para orientar a conservar la naturaleza y el vital líquido, con el propósito de hacer compatibles el beneficio económico, permitiendo ahorrar dinero a los usuarios por el pago de los consumos; y socialmente conozcan, valoren y le den la importancia que tiene el buen uso del recurso fundamental como el agua.

## Referencias

- Boas. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>
- Burden, R. (2 de abril de 2016). *Cervantes*. Obtenido de Cervantes: [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/estratcom.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/estratcom.htm)
- Edelston. (2 de abril de 2016). *servicios2*. Obtenido de servicios2: <http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/psicologiaase/jornadacapacitacion/participacion.pdf>
- Harold. (2 de abril de 2016). *servicios2*. Obtenido de servicios2: <http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/psicologiaase/jornadacapacitacion/participacion.pdf>
- Kolodner. (2 de abril de 2016). *servicios2*. Obtenido de servicios2: <http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/psicologiaase/jornadacapacitacion/participacion.pdf>
- Kroeber. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>
- Linares. (2 de abril de 2016). *servicios2*. Obtenido de servicios2: <http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/psicologiaase/jornadacapacitacion/participacion.pdf>
- Macías, R. (2 de abril de 2016). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/cultura-ambiental-diagnostico-comunitario/>
- Malinowsky. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>
- O. A. (2 de abril de 2016). *repositorio*. Obtenido de repositorio: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2769/1/333912T866.pdf>
- Rodríguez Sánchez, R. (2 de abril de 2016). *Gestion*. Obtenido de Gestion.org: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/30047/los-inicios-de-la-estrategia/>
- Santos, M. (2 de abril de 2016). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/cultura-ambiental-diagnostico-comunitario/>
- Stringer. (2 de abril de 2016). *servicios2*. Obtenido de servicios2: <http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/psicologiaase/jornadacapacitacion/participacion.pdf>
- Tylor. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>

Vital Díaz, A. (2 de abril de 2016). *UNAM*. Obtenido de UNAM.

White. (2 de abril de 2016). *liceus*. Obtenido de liceus: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>

Williams, M. (2 de abril de 2016). *Cervantes*. Obtenido de Cervantes: [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/estratcom.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/estratcom.htm)

# Apéndice

**Encuesta****Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña****Facultad de Educación, Artes y Humanidades****Comunicación Social****Género:** M \_\_\_ F \_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_ **Estrato social:** \_\_\_\_\_

\*Se agradece responder con toda la sinceridad que sea necesaria, con el fin de poder establecer cuáles son los malos hábitos en la comunidad\*

**Objetivo:** Determinar los factores del mal uso del Agua en Ocaña Norte de Santander

1. ¿Al cepillarse, usted?
  - a) Cierra la llave
  - b) La deja abierta
  - c) No sabe/no responde
  
2. ¿Al lavar los platos?
  - a) Cierro la llave al enjuagar
  - b) Enjuago los platos con la llave abierta
  - c) No me percaté de lo que hago en el momento
  
3. ¿Con qué frecuencia le riega agua a sus plantas?
  - a) Cada día
  - b) Cada 3 días
  - c) Cada semana
  - d) No tengo plantas

4. ¿Cuándo lava los andenes de su casa usa de manera moderada el agua?

- a) Si
- b) No

5. ¿Tiene Vehículo?: Si:\_\_\_\_\_ No:\_\_\_\_\_

Si su respuesta fue si,

- a) Uso un balde para lavarlo
- b) Uso una manguera
- c) Uso un trapo y lo limpio
- d) Lo llevo a un autoservicio

6. ¿Al ducharse, usted?

- a) Cierro la llave cuando se enjabona
- b) Dejo la llave abierta cuando me enjabono

**Objetivo:** Establecer las estrategias comunicativas para la conservación y cuidado del agua en Ocaña norte de Santander.

1. ¿Usted qué medio de comunicación consume? Selección múltiple.

- a) Radio Local: ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- b) Prensa Local: ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- c) Televisión Local: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Tiene disponibilidad o acceso a redes sociales?

- a) Si ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
- b) No



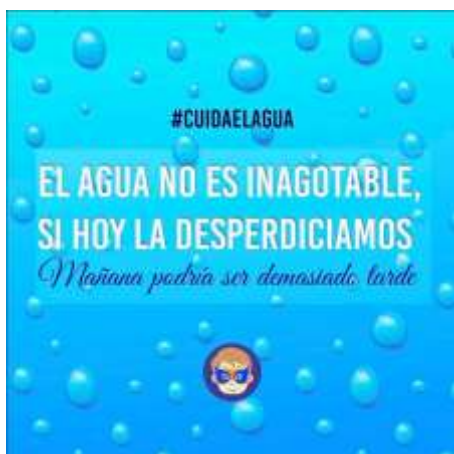
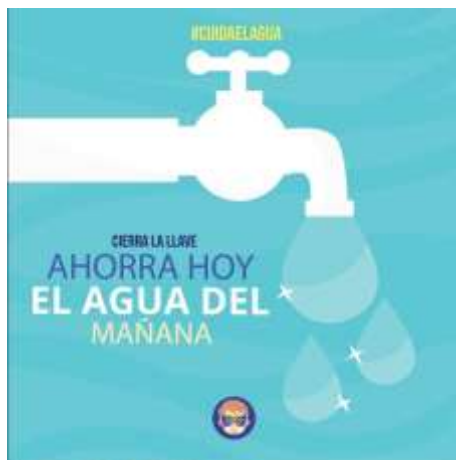
### Campaña expectativa



### Campaña en el parque



## Imágenes en las redes sociales



## **Spot radial y televisivo**

Ver anexo de los spots en adjunto en el CD'

Spot TV

Spot Radial 1

Spot Radial 2

Spot Radial 3