

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO

Facultad de Comunicación y Mercadotecnia

Maestría en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas



POSGRADO
EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
Y RELACIONES PÚBLICAS

**“Gestión de la comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los
estudiantes de nivel básico en Chilpancingo de los Bravo, Gro.”.**

TESIS

**Que para obtener el grado de Maestra en Comunicación Estratégica y Relaciones
Públicas.**

Presenta: LMKT y RRPP María Antonia Villegas Valencia

Director:

Dr. Javier Saldaña Almazán

Co-Directores:

Dra. Anabela Latabán Campos

Dr. José Roberto Santos Mejía

Codirectora Externa:

Dra. Martha Adela Bonilla Gómez

Chilpancingo de los Bravo, noviembre 2024.



CONAUCYT





Resumen

La importancia del cuidado del agua radica en su papel esencial para la vida y en la necesidad urgente de conservarla, especialmente en un contexto de crisis hídrica global. La propuesta de campaña social de comunicación para la primaria Luis Donald Colosio Murrieta, en Chilpancingo de los Bravo, Gro., impulsa una gestión de comunicación estratégica cuyo objetivo es fomentar una cultura de uso responsable del agua dentro de la comunidad escolar, sensibilizando a estudiantes, maestros y padres de familia sobre los problemas asociados con el consumo excesivo o inadecuado de este recurso.

La metodología utilizada es cualitativa y se fundamenta en un diseño de estudio de caso, lo que permite explorar en profundidad las percepciones, actitudes y comportamientos de los estudiantes respecto al uso del agua, además de analizar el rol de maestros y padres en la adopción de prácticas sostenibles. En términos generales, la propuesta se apoya en modelos de comunicación estratégica que promueven tanto la sensibilización como la participación activa de la comunidad educativa, destacando el modelo de cambio de comportamiento social, que enfatiza el papel de la comunidad en la modificación de actitudes, y el modelo de comunicación participativa, que integra a los estudiantes en el proceso de cambio.

La problemática identificada refleja un uso excesivo y, en ocasiones, inconsciente del agua en la vida cotidiana de los estudiantes, lo cual evidencia la necesidad de una intervención educativa mediante una gestión comunicativa eficaz. Si bien los estudiantes son conscientes de la importancia del agua, sus prácticas diarias no siempre favorecen un uso responsable, lo que subraya la urgencia de una campaña social que, además de informar, promueva un cambio en los comportamientos hacia un uso más consciente.

Destacar que este trabajo de investigación inicia a partir del programa de Estancias Profesionales, misma que se desarrolló en la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado (CAPACH), en el periodo septiembre 2021- diciembre 2022, hecho que permitió identificar la necesidad imperiosa del manejo responsable en esta ciudad capital. La estrategia de comunicación incluye el uso de carteles, videos, charlas y actividades lúdicas que refuerzan los mensajes clave y aseguran su permanencia en el tiempo. Además, la creación de un comité de agua en la escuela garantiza la continuidad de las acciones y fomenta un compromiso a largo plazo con la cultura del cuidado del agua, contribuyendo a un impacto duradero en la comunidad educativa.



Índice



INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	10
1.1 Antecedentes Comisión de agua potable y alcantarillado (CAPACH), Departamento “Cultura del Agua”	10
1.1.2 Marco legal.....	11
1.1.3 Objetivo del departamento Cultura del Agua.....	13
1.1.4 Misión del departamento Cultura del agua.....	13
1.1.5 Visión del departamento Cultura del agua	13
1.1.6 Valores:.....	13
1.1.7 Cultura Organizacional.....	14
1.1.7. Sistema de gobierno	15
1.1.8 Antecedentes de la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta:	15
1.2 Justificación.....	17
1.3 Estado del arte.....	19
1.4 Contextualización	22
1.5 Objetivo General.....	23
1.5.1 Objetivo (s) particular (es).....	24
1.6 Preguntas de investigación.....	24
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	27
2.1 Comunicación estratégica	28
2.2 Comunicación estratégica ambiental	29
2.1.2 Planificación estratégica de la comunicación.....	30
2.1.3 Campañas sociales, educativas o de bien público	31



2.2.4 Teoría de la comunicación persuasiva.....	32
2.1.5 Teoría del cambio social.....	36
2.1.6 Sociología de la sustentabilidad y el medio ambiente.....	37
2.2 Teoría de la educación ambiental y el comportamiento proambiental	38
2.2.1 Teoría de la psicología social para la cultura del cuidado del agua	39

CAPITULO 3 METODOLOGIA

3.1 Enfoque metodológico.	43
3.2 Premisa	43
3.3 Categorías	44
3.4 Subcategorías	47
3.5 Diseño de investigación.....	52
3.6 Métodos de investigación	52
3.7 Técnicas de investigación	54
3.7.1 Diseño del instrumento.....	55
3.7.2 Instrumento, entrevista a profundidad para padres de familia de los niños de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.	123
3.7.3 Diseño del instrumento: Entrevista en profundidad con maestros de primaria	125
3.7.4 Guía de observación participante:	127
3.7.5 Diseño de instrumento para un grupo focal dirigido a niños en el contexto de tu investigación sobre la campaña de concientización del cuidado del agua:	127
3.8 Muestra	56

IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación empírica	59
4.1.1 Resultados de la categoría cultura del cuidado del agua	59





4.1.2 Conclusión de la categoría cultura del cuidado del agua	67
4.1.3 Resultados de la categoría Gestión de la comunicación	68
Subcategoría 2 planificación estratégica	68
4.1.3 Conclusión categoría gestión de la comunicación.....	73
4.1.4 Resultados de la categoría Medios y canales de comunicación	74
4.1.7 Conclusión general de la categoría Campaña Social.....	96
4.2 Propuesta.....	101
4.2.1 Consideraciones para la planeación de estrategias comunicativas en la campaña "Cuidar el agua es tarea de todos": Propuesta de campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donald Colosio Murrieta, Chilpancingo, Guerrero, México.	101
4.2.1 Título de la estrategia, plan o programa:	103
4.2.2 Análisis de la situación actual	103
Objetivos de la campaña de comunicación social “Cuidar el agua es tarea de todos”.....	104
4.3 Públicos.....	105
4.4 Estrategias de Mensajes.....	106
4.5 Mensajes claves	107
4.6 Selección de estrategias de medios.....	107





Introducción

El agua es un recurso esencial para la vida y el desarrollo de las sociedades. Sin embargo, la falta de conciencia sobre su importancia y la mala gestión del recurso hídrico han llevado a una crisis en muchas regiones del mundo. En México, esta problemática se acentúa con el aumento de la demanda de agua, la cual supera su disponibilidad en un 38%, según datos del Sistema Nacional de Información del Agua (SNIA). Esta situación ha conducido a la sobreexplotación de acuíferos y la escasez de agua en diversas zonas del país, afectando la salud de las personas y el medio ambiente. Además, la contaminación de ríos, arroyos y lagunas debido a una gestión inadecuada del agua destaca la necesidad urgente de crear una cultura de cuidado y uso responsable desde la educación temprana.

La primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, se plantea como un agente de cambio en la promoción de esta cultura. Con el objetivo de fomentar el uso responsable del agua, esta tesis propone una campaña social de comunicación orientada a sensibilizar a estudiantes, maestros y padres de familia sobre la importancia de este recurso. La estructura de la investigación abarca cuatro capítulos que guían el desarrollo de esta campaña.

El capítulo I, expone el planteamiento del problema, los antecedentes del contexto hídrico en Chilpancingo de los Bravo, Gro., y el papel de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado (CAPACH), particularmente del Departamento de Cultura del Agua, como entidad responsable en la gestión de comunicación sobre el cuidado del agua en el municipio.

En el capítulo II, el marco teórico sustenta la propuesta en cuatro pilares: comunicación estratégica, comunicación ambiental, planificación de la comunicación y teorías de psicología social, sociología de la sustentabilidad y educación ambiental. Estas bases permiten un abordaje integral que orienta la campaña hacia la promoción de comportamientos proambientales. La comunicación estratégica se adapta a este propósito, enfatizando la necesidad de generar un impacto a largo plazo en la comunidad educativa a través de una campaña sólida y participativa.



El capítulo III describe el enfoque metodológico, donde se emplea un diseño de estudio de caso cualitativo con muestreo propositivo. Este método permite seleccionar intencionadamente a participantes que puedan aportar una perspectiva relevante sobre la cultura del cuidado del agua en la primaria. La diversidad de experiencias y perspectivas recolectadas facilita una comprensión profunda de las prácticas y creencias sobre el uso del agua en el contexto escolar.

En el capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos mediante el análisis de datos cualitativos, los cuales revelan una falta de prácticas responsables en el uso del agua pese a la conciencia sobre su importancia. Estos hallazgos subrayan la necesidad de una intervención comunicativa sólida y ofrecen recomendaciones que culminan en la propuesta de campaña social de comunicación. Las estrategias sugeridas están diseñadas para crear conciencia y transformar los hábitos en el uso del agua, garantizando la sostenibilidad del proyecto mediante un comité escolar que apoye la continuidad de la campaña y refuerce el compromiso de la comunidad educativa con el cuidado del recurso.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



Capítulo I. Planteamiento del problema.

“Gestión de la comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de nivel básico en Chilpancingo de los Bravo, Gro.”.

1.1 Antecedentes Comisión de agua potable y alcantarillado (CAPACH), Departamento “Cultura del Agua”

Con fecha 5 de noviembre de 1980, por acuerdo presidencial la desaparecida secretaría de asentamientos humanos y obras públicas (SAHOP) entrega al gobierno del estado libre y soberano de Guerrero, cincuenta sistemas de agua potable y alcantarillado, entre ellos el de la ciudad de Chilpancingo de los Bravo.

El 28 de junio de 1988, se realiza un convenio de descentralización del sistema de agua potable y alcantarillado de la ciudad de Chilpancingo (SIMAPA) a favor del H. Ayuntamiento.

Con fecha 28 de mayo de 1991 se crea la comisión de agua potable y alcantarillado de Chilpancingo de los Bravo (CAPACH), con la finalidad de que el h. ayuntamiento de Chilpancingo tuviera una mejor y directa coordinación con la paramunicipal. y el 4 de febrero de 2005, mediante decreto s/n del H. congreso del estado libre y soberano de Guerrero, se transforma en un organismo público descentralizado de la administración municipal, este organismo tiene a su cargo eficientar y garantizar la prestación de servicios públicos de agua potable, drenaje, alcantarillado, tratamiento y disposición final de aguas residuales tratadas en el ámbito geográfico de su competencia del municipio. Actualmente el organismo operador enfrenta una situación económica y financiera difícil, que se manifiesta en el incumplimiento de sus compromisos de pago de costos fijos y variables, y de los pagos de derechos por la extracción del agua a la comisión nacional del agua (CNA). el origen de esta situación radica en un conjunto de deficiencias físicas, comerciales, operativas e institucionales, que impiden el normal desarrollo y funcionamiento de la empresa social. Estas deficiencias han sido identificadas en los estudios realizados por el gobierno del estado, a través de la empresa: SEINPRO, S.A. de C.V., y por el propio instituto mexicano.

El concepto de cultura del agua parte de un marco conceptual basado en la relación entre el desarrollo sustentable, la calidad de vida, la educación ambiental y el consumo responsable, de una caracterización del recurso y del análisis de los diversos programas que existen. Ofrece una



propuesta de carácter sistémico, integral e interdisciplinario para impulsar la corresponsabilidad social en la construcción de escenarios deseables que privilegien la vida, la salud y el desarrollo de los habitantes del país.

En las últimas décadas, en México se han comenzado a gestar acciones en favor de una cultura del agua adecuada a las condiciones del contexto climático, social, cultural, económico e incluso político de la nación. A mediados de los 80, algunos organismos operadores de agua potable y saneamiento comenzaron a crear los departamentos de cultura del agua (comúnmente ligados con el área de comunicación social), con el fin de establecer acciones y responder a la realidad del momento. Hacia principios de los noventa, el agua empezó a ser percibida como un asunto de salud pública. El ejecutivo federal instituyó el programa agua limpia y se asignó el componente cultura del agua.

Hoy en día, un proyecto ideal de cultura hídrica debe contener un conjunto de objetivos, principios, ejes articuladores y acciones pluridisciplinarias e interinstitucionales; así mismo, deben desarrollarse planes de comunicación estratégicos y tácticos dirigidos a segmentos específicos y orientados al cambio de percepciones, actitudes, valores y hábitos. Es preciso construir un marco coordinador que articule y potencie el esfuerzo de las instituciones y organismos gubernamentales, privados y sociales que trabajan en este sentido. El trabajo colegiado debiera generar planes y acciones para resolver los principales problemas en torno a la gestión y la cultura del agua, desde la perspectiva de una visión de respeto al medioambiente y buscando la sostenibilidad. La riqueza de estas propuestas puede radicar en un proceso colectivo de construcción en el que participen representantes de instituciones ambientales y educativas y responsables de los tres niveles de gobierno, así como instituciones académicas y organizaciones civiles involucradas.

1.1.2 Marco legal

Última reforma publicada en el periódico oficial del gobierno del estado no. 65, de fecha viernes 12 de agosto de 2016. Texto original. Publicado en el periódico oficial del estado no 01 de fecha viernes 3 de enero de 2003. ley de aguas para el estado libre y soberano de guerrero número 574 René Juárez Cisneros, gobernador constitucional del estado libre y soberano de guerrero, a sus habitantes, sabed que el H. Congreso local, se ha servido comunicarme que, la quincuagésima



sexta legislatura del honorable congreso del estado libre y soberano de guerrero, en nombre del pueblo que representa, y considerando que la dinámica de cambio que se está presentando en la organización política, social y económica del país, misma que se ha puesto de manifiesto en el plan nacional de desarrollo 2000-2006 y plan estatal de desarrollo del estado de guerrero 1999-2005, que propone un nuevo federalismo para el fortalecimiento de los estados y municipios, el gobierno del estado de guerrero, ha iniciado un proceso cuyo propósito es crear un marco jurídico adecuado a las acciones de descentralización con los niveles de calidad que la población demanda. Que, cumpliendo con la modernización legislativa, el ejecutivo estatal ha considerado reformar el código fiscal del estado y el código fiscal municipal, así como la ley de ingresos para los municipios del estado de guerrero, a efecto de que los organismos públicos descentralizados, encargados de prestar los servicios públicos de agua potable y alcantarillado, puedan fijar las cuotas y tarifas que se cobrarán por la prestación de dichos servicios.

La presente ley, por lo que toca a los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento, precisa diversos aspectos relacionados con la posibilidad de que los servicios sean prestados por diversos operadores, de forma tal que se reconoce la libertad del municipio para decidir cuál opción elige para prestarlos. Adicionales al municipio, los servicios podrán ser prestados por organismos operadores municipales e intermunicipales, por la comisión del agua del estado de guerrero y por empresas del sector privado o social. Que la creación de un órgano regulador de agua potable, alcantarillado y saneamiento tendrá las características de ser independiente, imparcial y representativo. Este órgano será concebido como un apoyo a los municipios para el cumplimiento de las responsabilidades a su cargo, asegurando que los servicios se presten en calidad, cantidad y continuidad adecuadas, al costo mínimo, sin importar si el prestador de estos es un organismo público o privado. Qué, asimismo, la presente ley, se adecúa a las recientes reformas al artículo 115 de la constitución política de los estados unidos mexicanos, en lo que concierne a las funciones y servicios públicos que tienen los municipios, como lo es el de agua potable, drenaje, alcantarillado, tratamiento y disposición de sus aguas residuales. que la aplicación de la legislación vigente en materia de aguas, permite constatar la existencia de diversos problemas prácticos y jurídicos en la gestión del agua en nuestro estado, que deben resolverse con vistas al futuro, como la ausencia de instrumentos eficaces para afrontar las nuevas demandas en relación con dicho recurso, tanto en cantidad, dado que su consumo se incrementa



exponencialmente, como en calidad, teniendo en cuenta la evidente necesidad de profundizar y perfeccionar los mecanismos de protección existentes. en este sentido la escasez cada día más frecuente del agua, líquido vital para la subsistencia humana, impone necesariamente buscar soluciones que a través de mecanismos de planificación, permitan incrementar la producción de agua mediante la utilización de nuevas tecnologías y potenciar la eficiencia en el empleo del agua, fomentando la educación en el buen uso del agua como un recurso vital y escaso e inculcando la cultura de cuidado y uso de este líquido en su preservación, reutilización y pago de los servicios públicos. Asimismo, en la presente ley, se contempla el programa de agua potable, alcantarillado y saneamiento, como un instrumento para asegurar la continua satisfacción de las necesidades para las generaciones presentes y futuras de todas las localidades y asentamientos humanos regulares de la entidad, en cantidad y calidad suficiente sin degradar el medio ambiente.

1.1.3 Objetivo del departamento Cultura del Agua

Transmitir en el municipio conocimientos a la población sobre el buen uso y cuidado del agua, que promuevan el cambio de hábitos y costumbres, procurando la preservación del recurso del agua y la sustentabilidad de los sistemas de agua potable, alcantarillado y saneamiento.

1.1.4 Misión del departamento Cultura del agua

Promover una cultura de agua en la población a través de difundir nuevos conocimientos para mejorar hábitos y costumbres en el buen uso y cuidado del agua con la participación de los tres niveles de gobierno y los sectores social y privado.

1.1.5 Visión del departamento Cultura del agua

Crear en la población municipal una cultura del agua para preservar el recurso agua y la sostenibilidad del sistema de agua potable, alcantarillado y saneamiento en Chilpancingo de los bravo.

1.1.6 Valores:

En CAPACH “cultura del agua” aspira a que en cada trabajador prevalezcan los siguientes:

Honestidad: promovemos entre nosotros y en los demás, altos estándares éticos y profesionales, y que nuestro servicio sea de la mejor calidad.



Respeto: las personas que trabajan en CAPACH son muy importantes, por ello consideramos el respeto mutuo como pilar fundamental de las relaciones que se establecen dentro de la organización.

Calidad: hacemos el trabajo bien hecho desde el principio, damos lo mejor de nosotros y buscamos siempre soluciones simples y efectivas.

Responsabilidad social: somos sensibles a las preocupaciones y demandas de todos aquellos con quienes interactuamos de forma cotidiana; lo que le sucede a la comunidad nos concierne, porque somos parte de ella y con nuestro trabajo diario contribuimos al bienestar social.

1.1.7 Cultura Organizacional

La cultura organizacional se refiere a los valores, creencias, normas y prácticas que definen la forma en que una organización opera y se relaciona con su entorno. En el contexto del departamento de cultura del agua (CAPACH), la cultura organizacional se relaciona con los valores, principios y prácticas que rigen su forma de trabajar y su relación con la comunidad en la promoción del cuidado y buen uso del agua.

La cultura organizacional del departamento cultura del agua (CAPACH) debe estar orientada hacia la promoción de una cultura de cuidado del agua en la comunidad, mediante la implementación de prácticas sostenibles y eficientes en el uso del agua y la educación de la población sobre la importancia del recurso hídrico y su impacto en el medio ambiente.

Para ello, es importante que la cultura organizacional del departamento fomente valores como el compromiso con el cuidado del agua, la innovación y la mejora continua, la eficiencia y el trabajo en equipo. Además, debe existir una comunicación clara y efectiva entre el departamento y la comunidad, para fomentar la participación y el compromiso de la población en las actividades y campañas de cuidado y buen uso del agua.

En síntesis, la cultura organizacional del departamento de cultura del agua (CAPACH) debe estar orientada hacia la promoción de una cultura de cuidado y buen uso del agua en la comunidad, fomentando valores y prácticas sostenibles y eficientes en el uso del recurso hídrico y promoviendo la educación y participación de la población en la implementación de estas prácticas.



1.1.7. Sistema de gobierno

En el proceso de toma de decisiones y forma en que se implementa, la cultura del agua se basa en la honestidad, trabajo bien hecho, actitud positiva, trabajo con significado y sentido de pertenencia y por último el logro y reconocimiento.

El departamento también trabaja con los cuatro pilares de la gestión procesos, management, organización y cultura, el equipo humano, procesos, cultura de servicios generación sostenida de valor son los puntos claves de esta, por todo esto, es de suma importancia la organización y la cultura para cumplir sus objetivos ya que es quien lo representa y representará en un futuro.

Otro punto por recalcar es el cuidado que nosotros como consumidores le damos al líquido, podemos hablar de cuánta falta nos hace el líquido para cubrir nuestras necesidades, pero sería un poco difícil de reconocer en qué manera somos culpables de esta situación problemática.

La sequía que estamos creando es voluntaria, el agua aún está aquí y nos pertenece. Si aprendemos a comprenderlo y respetarlo, todavía podremos sumergirnos en él para vivir plenamente en el futuro.

1.1.8 Antecedentes de la Primaria Luis Donald Colosio Murrieta:

La escuela Luis Donald Colosio Murrieta, ofrece los niveles académicos de educación básica. Su objetivo es brindar una educación de calidad formando a sus estudiantes en entornos propicios para su desarrollo integral. Sus funciones se desarrollan en el turno matutino.

La población estudiantil de esta institución se conforma de 356 alumnos, distribuidos de forma equitativa contando con 178 estudiantes entre hombres y mujeres. El equipo docente está integrado por 13 docentes comprometidos con la educación de los estudiantes.

Esta institución educativa se esfuerza por proporcionar una educación de calidad y contribuir al crecimiento académico y personal de sus estudiantes, brindándoles las herramientas necesarias para su desarrollo y éxito en el futuro.

Tabla 1.

Datos generales de la Esc. Prim. Luis Donaldo Colosio Murrieta

Escuela	
Nombre	Luis Donaldo Colosio Murrieta
CCT (Clave del centro de trabajo)	Tulipanes 2, Chilpancingo De Los Bravo El Amate Chilpancingo de los Bravo Guerrero México
Clave del inmueble	12inm_129813
Estatus	Activo
Tipo de vialidad	Tulipanes
Numero Exterior	2
Numero interior	0
Tipo de asentamiento	Conocido
Localidad	Chilpancingo de los Bravo
Municipio	Chilpancingo de los Bravo
Entidad	Guerrero
Descripción de la ubicación	Se ubica en la parte superior de la Escuela Secundaria técnica 185, como referencia entrando por la calle principal Tabachines.
Ámbito	Urbano
Sostenimiento del control	Público
Sostenimiento del sub-control	Federal Transferido
Sostenimiento de la dependencia	Presidencia de la República



Sostenimiento de la dependencia	Secretaría de Educación Pública
2	
Sostenimiento del servicio	Servicio educativo
Dependencia 1	Gobierno del Estado
Nombre de la directora	Mónica Fonseca Ríos

1.2 Justificación

La importancia del cuidado y buen uso del agua es un tema crucial para la vida y el bienestar de las personas, siendo necesario fomentar la educación y conciencia sobre este tema desde edades tempranas. Los niños de primaria, con edades comprendidas entre los 6 y los 12 años, constituyen una población vulnerable y esencial para lograr un cambio positivo en los hábitos de consumo y conservación del agua.

Según las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en el Fondo para la Comunicación y la Educación Ambiental (2024), “1 de cada 3 niños (739 millones en todo el mundo) vive en zonas expuestas a una escasez de agua elevada o muy elevada, y el cambio climático amenaza con empeorar aún más la situación, lo cual afecta el desempeño de las infancias”. En el contexto de México, el Estado de Guerrero presenta un panorama preocupante con un déficit en el suministro de agua. De acuerdo con el Movimiento Antorchista Nacional, en 2023 se reportó una falta de 300 litros de agua por segundo, y en 2024 la ciudad de Chilpancingo experimentó la peor crisis de desabasto en 25 años, según el portal Sol de Chilpancingo. Esto evidencia no solo la escasez del vital líquido, sino también la urgente necesidad de promover una cultura del cuidado del agua.

En este sentido, la realización de esta tesis cobra relevancia en el contexto actual. El cuidado y uso responsable del agua es un tema de importancia global, y resulta esencial generar conciencia sobre este tema desde las primeras etapas de formación educativa. Además, los resultados de esta



investigación pueden servir como referencia futura para instituciones educativas, organizaciones sociales y gubernamentales interesadas en implementar estrategias de comunicación efectivas sobre la preservación del agua.

La elección de la escuela primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta para este estudio se justifica por su ubicación en la periferia de la ciudad de Chilpancingo, así como por las condiciones sociales que enfrenta la comunidad escolar, particularmente en cuanto al suministro de agua. Esta escuela fue seleccionada tras realizar visitas a varias primarias en la región. En particular, se destacó la flexibilidad y disposición de los padres de familia, los alumnos y la directora para participar activamente en el proyecto. Además, las actividades realizadas generaron un alto nivel de optimismo entre los niños, quienes mostraron gran interés por recibir información sobre el uso responsable del agua.

Este estudio se enfocó en diseñar y desarrollar una campaña social de comunicación que respondiera a las necesidades y condiciones del contexto local, y que contribuyera a fortalecer la cultura del cuidado y uso responsable del agua entre los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta. Se analizaron los hábitos y comportamientos de consumo de agua de los niños, así como su nivel de conciencia sobre la importancia del cuidado del recurso. También se realizaron análisis de barreras que dificultan la adopción de hábitos sostenibles, y se propusieron estrategias eficaces para superarlas.

En conclusión, este trabajo busca ser una contribución significativa en la construcción de una cultura de conservación del agua en las nuevas generaciones, consolidando a la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta como un punto de referencia para futuras acciones educativas y de sensibilización en la comunidad. Asimismo, se propone evaluar la eficacia de la campaña propuesta en términos de conciencia y cambio de comportamiento en los niños de primaria, mediante la realización de encuestas y análisis de datos de consumo de agua en las escuelas participantes.



1.3 Estado del arte

En primer lugar, se llevará a cabo una exhaustiva definición y análisis de diversas fuentes bibliográficas consultadas. Se estudiarán los puntos de vista de reconocidos autores, así como casos y reportes investigativos relevantes relacionados con el tema del agua. Durante el proceso de recolección de datos bibliográficos, se encontraron una amplia gama de conceptos y palabras clave, pero se centraron en el ámbito del medio ambiente y los recursos naturales.

Se abordaron problemáticas globales relacionadas con el tratamiento del agua, políticas públicas para abordar este problema, estrategias comunicativas para el desarrollo social y métodos de implementación para solucionar problemas hídricos. Estos términos resultaron fundamentales en la recopilación de datos científicos y académicos.

En la categoría principal de investigación, se exploró el tema de "campaña social", mientras que en segundo lugar se analizó la "comunicación estratégica" y en tercer lugar se profundizó en la "cultura del agua" enfocada en su cuidado y uso responsable. La investigación se realizó en el repositorio de la Universidad Autónoma de Guerrero, seguido del repositorio de la Universidad Autónoma de México, y posteriormente se consultaron páginas de artículos científicos confiables. Los resultados obtenidos fueron de gran relevancia y proporcionaron una cantidad impresionante de información importante.

Se ha realizado una amplia búsqueda en diversas fuentes bibliográficas para recopilar información relevante sobre el tema del agua. Estas investigaciones permitirán respaldar y enriquecer la propuesta de campaña social para generar una cultura del cuidado del agua en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, en Chilpancingo, Guerrero, México.

Se abordaron algunas investigaciones "Propuesta de campaña social para el ahorro del agua en el DF, Torres Hernández (2014) Esta investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque mixto, con el objetivo de desarrollar una propuesta de campaña social que promoviera el cuidado del agua y abordara la problemática existente en torno a este tema.

El objetivo principal de la investigación era informar y concientizar a la población sobre las diversas problemáticas relacionadas con el uso irracional del agua, así como motivar su cuidado y consumo responsable. Se buscaba generar un cambio de actitud en los individuos, fomentando la adopción de prácticas sostenibles que contribuyeran a la preservación del recurso hídrico.



Para lograr una campaña efectiva, se realizó un análisis exhaustivo de los datos recopilados a través de encuestas, lo cual permitió obtener información relevante sobre el cambio climático, el deterioro ambiental y la disponibilidad actual de agua en la ciudad de México. Estos datos sirvieron de base para identificar las necesidades comunicativas y publicitarias de la población, adaptando la campaña a diferentes etapas y asegurando una estrategia integral y efectiva.

Continuando con este recorrido se analizó el artículo, Gaúcin (2016) realizó un análisis crítico de las campañas de comunicación llevadas a cabo en México para promover la cultura del agua. El objetivo del artículo fue proporcionar elementos que permitieran comprender mejor estas campañas y responder a interrogantes relacionadas con su efectividad.

El análisis se basó en las teorías de comunicación pública y los fundamentos metodológicos del análisis de contenido. Se recopilaron y estudiaron los mensajes transmitidos por la Comisión Nacional del Agua (Conagua) en México, a través de audios, spots de radio y televisión, publicaciones digitales y gráficos como carteles.

La estructura del artículo se dividió en secciones. En primer lugar, se presentó el marco teórico que sustentó el estudio, abordando aspectos de la comunicación pública, las campañas de comunicación y el concepto de cultura del agua en el contexto de las políticas públicas en México.

Uno de los objetivos principales de la comunicación estratégica, como se menciona en el artículo, es contribuir a la creación, consolidación y difusión de una cultura de la comunicación. La comunicación estratégica se plantea como una herramienta planificada, organizada y coordinada para alcanzar objetivos estratégicos. En este sentido, se considera que la comunicación estratégica puede desempeñar un papel relevante en la resolución de conflictos (Massoni, 2005).

En el artículo se argumenta la importancia de desarrollar una comunicación estratégica más amplia, en respuesta al nuevo orden mundial y las nuevas formas de comunicación que han surgido en la sociedad de la información. Estas transformaciones políticas, económicas, culturales y sociales demandan un enfoque de comunicación estratégica que se adapte a las nuevas realidades.

El artículo de Gaúcin (2016) analizó críticamente las campañas de comunicación para promover la cultura del agua en México. Se utilizó una metodología basada en el análisis de contenido y se exploraron diferentes formas de mensajes transmitidos por la Conagua. El artículo resalta la importancia de la comunicación estratégica en la construcción de una cultura de la comunicación y sugiere la necesidad de adaptarse a los cambios actuales en la sociedad de la información.



Posteriormente se observó y se analizó la investigación “La cultura del agua en el habitante Urbano del Estado de México” Pérez Jaime (2010). Este estudio se centra en la cultura del agua en el habitante urbano del Estado de México, con especial atención en las zonas metropolitanas del Estado de México y su área de confluencia con la Ciudad de México. El objetivo principal es utilizar la investigación social, en particular la investigación cualitativa, para abordar las necesidades de estas áreas metropolitanas.

Además, se busca brindar datos derivados de la investigación social al campo del urbanismo, con el propósito de que sean utilizados como una herramienta valiosa en las actividades de reflexión, planificación y diseño urbano. Se pretende que esta investigación sea de utilidad para comprender y abordar de manera efectiva la cultura del agua en el contexto urbano, considerando la interacción entre los habitantes, el entorno urbano y los recursos hídricos.

A través de este estudio, se espera generar conocimiento sobre las actitudes, percepciones y prácticas de los habitantes urbanos en relación con el agua, así como identificar los desafíos y oportunidades para promover una cultura del agua sustentable. Esto permitirá desarrollar estrategias y acciones concretas que fomenten el uso responsable y eficiente del agua, contribuyendo así a la mejora del entorno urbano y al bienestar de sus habitantes.

En resumen, este tema de investigación busca utilizar la investigación social como herramienta para abordar la cultura del agua en el habitante urbano del Estado de México, y proporcionar datos relevantes al campo del urbanismo para su aplicación en la reflexión, planificación y diseño urbano.

En conclusión, el estado del arte sobre las campañas sociales y la cultura del agua en el contexto de la comunicación ha revelado la importancia de abordar estos temas de manera integral y estratégica. La investigación ha demostrado que las campañas sociales son una herramienta efectiva para promover una cultura del agua responsable y sostenible, generando conciencia y cambiando comportamientos en la sociedad.



Se ha evidenciado la necesidad de implementar campañas de comunicación que utilicen estrategias creativas y efectivas para llegar a la población objetivo, involucrando a diferentes actores como estudiantes, padres de familia, docentes y autoridades locales. Estas campañas deben basarse en un sólido análisis de audiencia y utilizar mensajes claros, emocionales y persuasivos para transmitir la importancia del manejo adecuado del agua y fomentar acciones concretas.

Además, se ha destacado la relevancia de integrar la cultura del agua en todas las esferas de la sociedad, desde el ámbito educativo hasta el político y comunitario. Esto implica promover una comprensión profunda de los valores, conocimientos y prácticas relacionadas con el agua, así como fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones y la implementación de políticas públicas.

En definitiva, el estado del arte ha proporcionado un panorama amplio sobre las campañas sociales y la cultura del agua en el ámbito de la comunicación. Se ha reconocido la importancia de utilizar estrategias de comunicación efectivas, adaptadas a cada contexto y público objetivo, para lograr cambios de comportamiento y promover una cultura del agua sustentable. Este conocimiento es fundamental para el desarrollo de futuras investigaciones y la implementación de campañas exitosas que contribuyan a la conservación y uso responsable del agua en nuestras comunidades.

1.4 Contextualización

El Municipio de Chilpancingo, ubicado en el estado de Guerrero, México, ha enfrentado en los últimos años una serie de problemas relacionados con el suministro y el uso del agua. En esta ciudad, el organismo encargado de administrar y proveer el servicio de agua potable es la Comisión de Agua potable y Alcantarillado de Chilpancingo (CAPACH).

La escuela FORD 156 Luis Donald Colosio Murrieta, situada en la calle Tulipanes 2, colonia El Amate, Chilpancingo De Los Bravo, Guerrero, es una institución educativa de carácter público



que fue fundada el 1 de enero de 1999 y se encuentra en estado activo. Su CCT (Clave del Centro de Trabajo) es 12DPR5884Z.

Esta escuela brinda educación en los niveles de educación básica y primaria, y opera en el turno matutino. Su principal objetivo es proporcionar una educación de calidad que promueva el desarrollo integral de los estudiantes.

La población estudiantil de la escuela Luis Donaldo Colosio Murrieta está compuesta por niños y niñas de edades comprendidas entre los 6 y 12 años. Además de los estudiantes, también se involucrarán en la investigación los padres de familia, los profesores y la titular del departamento.

La escuela cuenta con un total de 356 alumnos, distribuidos equitativamente entre hombres y mujeres, con 178 estudiantes de cada género. Asimismo, cuenta con un equipo docente compuesto por 13 maestros comprometidos con la educación de los estudiantes.

La escuela se encuentra en la dirección Calle Tulipanes 2 2, colonia El Amate, CP 39016, Chilpancingo De Los Bravo, Guerrero, y se puede contactar a través del teléfono 7474789028.

La institución educativa se esfuerza por brindar una educación de calidad y contribuir al crecimiento académico y personal de sus estudiantes. En el contexto de la investigación sobre la propuesta de campaña social para generar una cultura del cuidado del agua, la participación de los niños, padres de familia, profesores y la titular del departamento será fundamental para lograr los objetivos establecidos y promover el cambio de actitudes y comportamientos hacia el cuidado del agua en la comunidad educativa y en el entorno familiar.

1.5 Objetivo General

Fundamentar una campaña social de comunicación que permita a CAPACH generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la escuela primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta del municipio de Chilpancingo, Guerrero, México.



1.5.1 Objetivo (s) particular (es)

Conocer la cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la escuela primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, Chilpancingo, Guerrero, en conformidad con los estándares establecidos por la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo (CAPACH).

Evaluar la gestión de comunicación implementada por el departamento de cultura del agua (CAPACH) en Chilpancingo, Guerrero, en relación con el fomento del cuidado y uso responsable del agua entre la población.

Identificar los elementos claves que debe contener una campaña social de comunicación para favorecer el cuidado y el uso responsable del agua en los niños de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, en el municipio de Chilpancingo.

Examinar el uso de los medios y canales utilizados por el departamento de cultura del agua (CAPACH) en sus campañas de cuidado y buen uso del agua, con el fin de proponer medios y canales eficaces para los estudiantes de educación primaria.

1.6 Preguntas de investigación.

1 ¿Cómo es la cultura del cuidado del agua de los estudiantes de la escuela primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, ¿con relación a los estándares establecidos por la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo (CAPACH)?

2 ¿Cómo es la gestión de comunicación para promover el fomento del cuidado y uso responsable del agua entre la población implementada por el departamento de cultura del agua (CAPACH) en Chilpancingo, Guerrero?"



3. ¿Qué elementos debe contener una campaña social de comunicación para favorecer el cuidado y el uso del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Municipio de Chilpancingo?

4. ¿Cómo es el uso de los medios y canales utilizados por el departamento de cultura del agua (CAPACH) para implementar sus campañas de cuidado y buen uso del agua, y qué medios y canales son los más eficaces para los estudiantes de educación primaria?"

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO



Capítulo II Marco Teórico

Este estudio se erige sobre un sólido fundamento teórico que abarca diversas líneas de investigación cruciales para comprender la temática central de la cultura del cuidado del agua en estudiantes de primaria en Chilpancingo, Guerrero, México. En este contexto, se exploran varias teorías fundamentales que proporcionan un marco integral para abordar la problemática propuesta.

El marco teórico se compone de cuatro pilares fundamentales: comunicación estratégica, comunicación estratégica ambiental, planificación estratégica de la comunicación, y teorías relacionadas con la psicología social, la sociología de la sustentabilidad y la teoría de la educación ambiental. Cada una de estas líneas teóricas contribuye a la comprensión y formulación de estrategias efectivas para fomentar la cultura del manejo responsable del agua en el ámbito educativo.

Se inicia explorando la comunicación estratégica como un paradigma emergente, tanto en el ámbito organizacional como en el social. Luego, se adapta esta perspectiva hacia el ámbito ambiental, destacando las interconexiones esenciales entre la comunicación estratégica y la promoción de prácticas sostenibles relacionadas con el agua.

La planificación estratégica de la comunicación se presenta como un componente crucial, proporcionando una estructura organizada para la implementación de campañas destinadas a inculcar la cultura de la preservación del agua. Se extraen lecciones valiosas de campañas sociales, educativas y de bien público para enriquecer la propuesta de campaña social de comunicación diseñada para este estudio.

Adicionalmente, se exploran teorías de la psicología social y la sociología de la sustentabilidad, así como la teoría de la educación ambiental y el comportamiento proambiental. Estas teorías aportan una comprensión profunda de los factores psicológicos y sociológicos que influyen en la adopción de comportamientos proambientales, especialmente en el ámbito educativo.



Este marco teórico, al integrar diversas perspectivas teóricas, proporciona una base sólida para la formulación y ejecución de estrategias de comunicación eficaces que contribuirán a la promoción de una cultura del cuidado del agua entre los estudiantes de la primaria en cuestión.

2.1 Comunicación estratégica

La raíz de la comunicación estratégica se remonta a los antiguos campos de batalla, donde el término "estrategia" inicialmente se utilizaba para dirigir operaciones militares con el propósito de alcanzar objetivos específicos. (Delgado, 2011).

Esta concepción, centrada en la planificación y ejecución meticulosa, sentó las bases para la aplicación de estrategias en diversos contextos.

Con el advenimiento de la comunicación organizacional en el siglo XX, la necesidad de transmitir mensajes de manera efectiva impulsó el desarrollo de estrategias comunicativas en el ámbito empresarial y gubernamental. (Grunig & Hunt, 1984).

Las primeras décadas del siglo XX marcaron el surgimiento de las relaciones públicas y la publicidad, estableciendo las bases para enfoques estratégicos en la comunicación.

Las teorías de la comunicación, como la persuasión y los modelos de agenda-setting y framing, enriquecieron la comprensión de cómo las audiencias procesan la información y responden a los mensajes estratégicos (McQuail, 2010). Estos aportes teóricos influyeron en la planificación estratégica de la comunicación.

Con la expansión de la comunicación estratégica a diversos contextos, desde la política hasta la salud y el medio ambiente, las organizaciones adoptaron enfoques más estructurados y multidisciplinarios para lograr sus objetivos comunicativos (Heath & Coombs, 2006).

La llegada de la era digital y las transformaciones tecnológicas revolucionaron la comunicación estratégica, introduciendo nuevas plataformas y desafíos. La velocidad de la información, las redes sociales y la interconexión global cambiaron la dinámica del campo. (Kaplan & Haenlein, 2010).



Hoy en día, la comunicación estratégica se caracteriza por un enfoque holístico que integra diversas disciplinas, desde la planificación de mensajes hasta la gestión de relaciones públicas, marketing y adaptabilidad a entornos mediáticos cambiantes. (Cornelissen & Christensen, 2011).

Este recorrido histórico ilustra cómo la comunicación estratégica ha evolucionado, adaptándose a los cambios sociales, tecnológicos y organizativos a lo largo del tiempo.

2.2 Comunicación estratégica ambiental

La comunicación estratégica ambiental emerge como una disciplina crucial en el contexto contemporáneo, buscando no solo transmitir información, sino también fomentar un compromiso sostenible con el entorno. La historia de esta rama específica de la comunicación estratégica se entrelaza con la creciente conciencia global sobre la importancia de abordar los desafíos medioambientales.

La conceptualización de la comunicación estratégica ambiental se fundamenta en el reconocimiento de la necesidad de comunicar de manera efectiva las cuestiones relacionadas con el medio ambiente. Autores como Angel y Massoni (2008) destacan la importancia de abordar los problemas ambientales desde un enfoque estratégico, integrando mensajes que no solo informen, sino que también inspiren acciones positivas.

El auge de la comunicación digital y las redes sociales ha transformado la manera en que se desarrollan y difunden las estrategias ambientales. Autores como Masoni (2015) han explorado cómo las plataformas en línea pueden ser utilizadas estratégicamente para aumentar la conciencia ambiental y movilizar a las comunidades hacia prácticas más sostenibles.

En un contexto más amplio, la comunicación estratégica ambiental se convierte en una herramienta clave para construir relaciones sólidas entre organizaciones, comunidades y el medio ambiente. La

teoría de la comunicación persuasiva de Petty y Cacioppo (1986), encuentra aplicación en este campo al enfocarse en influir en las actitudes y comportamientos hacia prácticas más sostenibles. En resumen, la comunicación estratégica ambiental representa un puente entre la conciencia ambiental y la acción efectiva. A través de enfoques planificados y mensajes estratégicos, se busca no solo informar, sino también inspirar un cambio positivo en la relación de las personas con su entorno.

2.1.2 Planificación estratégica de la comunicación

La planificación estratégica de la comunicación se erige como un pilar esencial en el entramado organizacional contemporáneo, delineando rutas hacia el logro de objetivos predefinidos. Esta disciplina, cuyo desarrollo se encuentra arraigado en la necesidad de gestionar de manera efectiva la información en un mundo cada vez más interconectado, constituye un componente fundamental en el arsenal de herramientas de gestión empresarial.

La conceptualización de la planificación estratégica de la comunicación parte de reconocer la importancia de articular un enfoque meticuloso para la transmisión de mensajes. Autores como Kotler et al. (2006) subrayan la necesidad de alinear la comunicación con los objetivos organizacionales, asegurando coherencia y efectividad en cada interacción con las audiencias.

En el contexto digital y de redes sociales, la planificación estratégica de la comunicación adquiere un matiz adicional. La velocidad de la información y la diversidad de canales demandan una adaptabilidad constante. Autores como Cutlip, Center, y Broom (2006) exploran cómo la planificación estratégica debe abordar la complejidad de los entornos comunicativos contemporáneos.

La aplicación de la planificación estratégica de la comunicación se extiende más allá de la esfera empresarial, permeando sectores como la salud y la educación. Autores como Grunig y Hunt (1984) resaltan la importancia de integrar la comunicación de manera estratégica en la consecución de metas específicas, contribuyendo así al éxito global de la organización.



En conclusión, la planificación estratégica de la comunicación emerge como una brújula indispensable en el paisaje organizacional actual. Con enfoques deliberados, alineados con objetivos y adaptable a los desafíos del entorno, esta disciplina se erige como un elemento clave en la consecución de la excelencia comunicativa y el éxito organizacional.

2.1.3 Campañas sociales, educativas o de bien público

Las campañas sociales, educativas o de bien público representan poderosas herramientas comunicativas destinadas a moldear percepciones, inspirar cambios de comportamiento y fomentar el bienestar colectivo. Este componente clave de la comunicación estratégica se forja en la premisa fundamental de influir positivamente en la sociedad, abordando temáticas que van desde la salud y la educación hasta cuestiones sociales cruciales.

La conceptualización de las campañas sociales encuentra raíces en la necesidad de dirigir mensajes estratégicos que vayan más allá de la mera transmisión de información. Autores como Rice y Atkin (2013) resaltan la importancia de diseñar campañas que, además de informar, generen un impacto tangible en la conducta de la audiencia, abogando por enfoques basados en teorías de cambio de comportamiento.

En el ámbito educativo, las campañas buscan no solo impartir conocimiento, sino también cultivar actitudes y valores. Teóricos como Bandura (1986) han influido en la comprensión de cómo las campañas educativas pueden utilizar la teoría del aprendizaje social para motivar cambios positivos.

La esfera de bien público se beneficia de campañas que abordan problemáticas críticas para la sociedad. Autores como Andreasen (1995) han explorado cómo la planificación estratégica de estas campañas puede ser moldeada para maximizar su impacto y lograr la participación del público.

Las campañas sociales, educativas o de bien público son instrumentos cruciales en la construcción de sociedades más informadas y resilientes. Con un enfoque estratégico, respaldado por teorías de cambio de comportamiento, estas campañas se erigen como faros de transformación, guiando a las comunidades hacia un futuro más saludable, educado y equitativo.



2.2.4 Teoría de la comunicación persuasiva

La palabra opinión, para efectos de la comunicación persuasiva, se emplea para denotar una interpretación, expectación o evaluación acerca de las intenciones de otras personas. Operacionalmente hablando, las opiniones son respuestas verbales que un individuo manifiesta ante situaciones estimulantes. Debido a que el concepto de opinión está íntimamente relacionado con el de actitud, puede confundírseles. Para que ello no ocurra, señalaremos sus diferencias. La opinión se refiere a una clase muy amplia de anticipaciones y expectativas, mientras que la actitud se refiere al acercamiento o rechazo que una persona manifiesta en un momento dado frente a un objeto, una persona o un grupo.

Otra diferencia entre estos dos conceptos es que la opinión puede fácilmente verbalizarse mientras que la actitud no, e incluso ésta muchas veces es inconsciente. No obstante, las diferencias que existen entre actitud y opinión son elementos en continua interacción: los cambios en las actitudes (conformidad o rechazo hacia algo) pueden afectar las opiniones. Y a la inversa, los cambios de opinión pueden modificar la actitud general de la persona. Ello quizás se deba a que existen muchas actitudes influidas por creencias verbales, expectativas y juicios, y que dada una comunicación tendiente a producir un cambio en las respuestas verbales, necesariamente producirá un cambio en las actitudes.

Sin perder de vista la interrelación entre opiniones y actitudes, de ahora en adelante nos referiremos solamente a las primeras. La opinión puede ser oculta o manifiesta. En ocasiones estos dos tipos de opiniones no son coincidentes, ya que muchas veces, debido a múltiples factores, no se expresa aquello que realmente se piensa.

La opinión que no se expresa representa un problema en el terreno de la comunicación, y, muchas veces, para poder conocer lo que realmente opina un individuo, es necesario recurrir a una serie de procesos que implican una metodología especial y que no viene al caso estudiar. Baste simplemente enunciar la existencia de este tipo de opinión y el problema que ésta representa desde el momento en que no se expresa.



La comunicación persuasiva toma en cuenta todos estos factores y los maneja con sumo cuidado para lograr su objetivo: que el público cambie o refuerce su opinión, según sea el caso. Ahora bien, para que se produzca un cambio en la opinión, es necesario crear un incentivo en la persona. Ello se logra mediante tres clases de estímulos: Las características observables de la fuente percibida de la comunicación.

El medio ambiente en el cual la persona está expuesta a la comunicación, incluida, por ejemplo, la manera en que otros miembros del auditorio responden a la presentación. Elementos que sean razonables (argumentos) y atractivos. Para que estos tres elementos funcionen como incentivos, es necesario que los individuos estén predispuestos de manera que exista una futura aceptación de la opinión recomendada o sugerida. Según esto, la comunicación persuasiva es el proceso mediante el cual un individuo (comunicador) transmite estímulos (por lo general de tipo verbal) para modificar la conducta de otros individuos (el auditorio). Esta definición consta de cuatro elementos esenciales: a) el comunicador, quien transmite la comunicación; b) los estímulos transmitidos también por el comunicador; c) el auditorio, quien recibe la comunicación, y d) las respuestas que el auditorio manifiesta en el proceso de la comunicación. Por lo que se refiere al comunicador, éste es la persona o grupo de personas que originan la comunicación. Es un factor muy importante en el proceso; de ahí que deba conocerse su grado de confiabilidad, sus intenciones y predisposiciones.

Los estímulos pueden ser de dos tipos: 1) emotivos, que tienden a provocar estados emocionales fuertes tendientes a aceptar la opinión que se sugiere, y 2) argumentativos, que tienen la cualidad de ser persuasivos. Es decir, la comunicación se escoge y se presenta de una manera determinada con el fin de que el auditorio tienda a aceptar la opinión sugerida. Ahora bien, la influencia que en un momento dado pueda tener el comunicador sobre el auditorio depende, en gran medida, del arraigo individual hacia las normas del grupo. Este arraigo posee distintos grados; de ahí que el auditorio resulte heterogéneo, puesto que algunos individuos pueden no entender el mensaje y por lo mismo rechazarlo, o bien, pueden tener fuertemente asentadas sus opiniones y estar renuentes a aceptar otras que sean distintas. Por último, las respuestas, que también pueden ser de dos clases: 1) abiertas ante la nueva opinión, y 2) renuentes al cambio de opinión. Cuando la comunicación



persuasiva es buena, por lo general se produce un cambio en la opinión expresa del individuo, y éste la trae a la luz cada vez que la ocasión lo permite. Pero, como ya antes se ha dicho, puede suceder que, no obstante que la opinión explícita del individuo tiende a estar conforme con la nueva opinión sugerida, la opinión interna (no expresada) no cambie. Aunque esto suceda, el cambio de opinión externa tiene necesariamente que producir algún cambio en el interior del individuo.⁴ Sin embargo, a pesar de que se haya aceptado la nueva opinión, existen también distintos grados en dicha aceptación, que varía de un individuo a otro. Incluso puede suceder que un individuo acepte sin problemas la nueva opinión y que con el paso del tiempo se le olvide, o bien, que en un principio se haya opuesto totalmente al cambio de opinión y con el tiempo, de manera inconsciente, la vaya aceptando. Por otra parte, la comunicación persuasiva efectiva implica un proceso de aprendizaje -ya habíamos señalado este fenómeno al hablar de la comunicación en general-, y que, si bien es cierto que el aprendizaje es un instrumento básico para el manejo de cualquier estudio, en el caso de la comunicación persuasiva dicho aprendizaje posee las siguientes particularidades: Por lo general, cuando se da una instrucción de tipo formal, el auditorio está en disposición de aprender y aceptar la condición de estudiante frente a un instructor.

Esto no ocurre en el caso de la comunicación persuasiva. En muchas enseñanzas verbales, lo que busca es transmitir una serie de hechos y proposiciones que requieren un adiestramiento adecuado para lograr que los estudiantes aprendan. En el caso de la comunicación persuasiva, sin embargo, aquello que se dice (la opinión sugiere) consiste en una simple aseveración lo suficientemente importante como para producir un cambio de opinión. En la comunicación persuasiva debe considerarse que no basta emitir la opinión, sino que debe reforzársela, inclusive ayudándose de informaciones y opiniones contradictorias, de manera que el individuo no sólo reciba el mensaje, sino que cambie de opinión. Para que la comunicación persuasiva logre su objetivo, la información que maneja debe organizarse de manera especial.

Nos referiremos concretamente a dos elementos: la conclusión, por un lado, y los argumentos, por el otro. En cuanto a la conclusión, debe considerarse la conveniencia o inconveniencia de presentarla de manera explícita o implícita. Para ello, deben tomarse en cuenta dos elementos: a) el comunicador, y b) el auditorio. Según sean el tipo de comunicador y de auditorio, se recurrirá a



la conclusión implícita o a la explícita. En especial, por lo que se refiere al auditorio, si su nivel intelectual es bajo, resulta conveniente presentar la conclusión de manera explícita; pero si, por el contrario, es alto, debe presentarse la conclusión implícitamente.

Al considerarse estas posibilidades, deben tenerse presentes las diferencias individuales, es decir, la personalidad de los integrantes del auditorio. Hay personas a quienes les gusta que se les digan las cosas clara y abiertamente; en cambio, hay personas a las que no les gusta que se decida por ellas y les gusta sacar sus propias conclusiones. En breve, para el problema que presenta la comunicación persuasiva de establecer la conclusión de manera explícita o implícita, existen muchas teorías. Unas apoyan una posición y otras la contraria. Sin embargo, podemos sacar algunos elementos comunes entre ellas, que son de carácter general. Sugerimos la siguiente hipótesis: para la comunicación que trata temas complicados, es más efectivo asentar explícitamente la conclusión que dejarla en manos del auditorio. Pero con temas menos complejos, es de esperarse que un gran número de individuos del auditorio saque sus propias conclusiones.

De modo similar se espera que el comunicador presente explícitamente sus conclusiones frente a un auditorio no muy brillante y, por el contrario, dejar implícitas las conclusiones cuando se trate de un auditorio con alto grado de intelectualidad.⁶ Ahora bien, respecto del segundo punto, los argumentos, el problema que se plantea es si se presenta solamente una o las dos partes de la argumentación. Para ello debemos considerar que las personas de nivel cultural elevado prefieren que se les presenten las dos partes de la argumentación (a favor y en contra del tópico), debido a que tienen una mente aguda y crítica. En cambio, la gente con un nivel cultural más bajo prefiere la presentación de una sola parte de la argumentación y evitar posibles confusiones. Ésta es la regla general; no obstante, para el caso concreto de una comunicación extensa, es preferible y por lo tanto más efectivo, presentar la parte y la contraparte de la argumentación. Asimismo, se recurre a la presentación de los dos lados del problema (argumentación) cuando es evidente que el auditorio está en desacuerdo inicialmente con la nueva opinión sugerida. En cambio, si el auditorio está de acuerdo, en principio, con la opinión que se sostiene, sería absurdo presentar las dos partes. Basta exponer un solo lado de la argumentación. Por último, debemos señalar otro problema, que se desprende de éste: el orden en que se debe presentar la información para que la comunicación persuasiva cumpla su fin. El orden de presentación puede ser de dos tipos: 1) climático, que

empieza por lo menos importante y va ascendiendo hasta terminar con lo más importante, y 2) anticlimático, que empieza por lo más importante y va descendiendo paulatinamente.

La presentación de los principales argumentos al principio será más efectiva cuando el auditorio esté poco interesado en la comunicación ofrecida. En cambio, no tiene sentido recurrir a este orden si el auditorio está sumamente interesado. Entonces, tanto un orden como otro es igualmente efectivo; todo depende del tipo de auditorio y del tipo de comunicación; es decir, las ventajas de emplear uno y otro orden dependerán de las condiciones particulares bajo las cuales se presenta la comunicación, incluidas las predisposiciones del auditorio y el tipo de material que se comunica.

2.1.5 Teoría del cambio social

Dentro del vasto espectro de la comunicación, la Teoría del Enfoque Social emerge como un faro que ilumina las complejidades de cómo las interacciones sociales dan forma a nuestras creencias y moldean nuestro comportamiento (Lewin, 1951). Esta teoría, enriquecida por diversos conceptos y estudios, ofrece una perspectiva única sobre la influencia de nuestro entorno social.

La Teoría del Enfoque Social, alineada con las investigaciones de Kurt Lewin, postula que nuestras creencias y actitudes no solo son forjadas por factores individuales, sino que son esculpidas en el crisol de nuestras interacciones sociales. (Lewin, 1951). Este enfoque destaca la importancia de considerar el contexto social en la comprensión de las actitudes.

La teoría resalta la relevancia de los grupos de referencia, aquellos con los cuales nos comparamos y nos identificamos. (Deutsch y Gerard, 1955). Las dinámicas de estos grupos impactan la conformidad y la aceptación de normas sociales, modelando así nuestra percepción y comportamiento.

La Teoría del Enfoque Social propone que el cambio social se gesta a través de la interacción y la comunicación entre individuos y grupos (Lewin, 1951). Este fenómeno subraya la importancia de los vínculos sociales en la evolución de normas culturales y comportamientos colectivos.

La teoría examina cómo la presión social, ya sea percibida o real, puede tener un impacto significativo en la conformidad y en la adopción de comportamientos. (Deutsch y Gerard, 1955).



La necesidad de pertenencia y aceptación social se convierte en un motor poderoso en la formación de actitudes.

La comprensión de la Teoría del Enfoque Social ha encontrado aplicaciones valiosas en el diseño de campañas de cambio social. La identificación de líderes de opinión y la manipulación estratégica de normas sociales son herramientas clave en la promoción de cambios positivos.

En síntesis, la Teoría del Enfoque Social nos invita a explorar la intrincada red de interacciones sociales que configuran nuestras creencias y orientan nuestro comportamiento en el tejido colectivo de la sociedad.

2.1.6 Sociología de la sustentabilidad y el medio ambiente

En el vasto lienzo de la sociología, la exploración de la sustentabilidad y el medio ambiente emerge como un hilo conductor que entrelaza las complejas relaciones entre la sociedad y la naturaleza. Esta rama sociológica se adentra en las dinámicas que influyen en la percepción, interacción y construcción de significados en torno a la sostenibilidad y la ecología.

Desde la perspectiva sociológica, la relación entre los seres humanos y su entorno no es unidireccional; más bien, es una danza constante de influencia mutua. Esta perspectiva destaca la interconexión entre las estructuras sociales y los sistemas naturales (Dunlap y Catton Jr, 1979).

La Sociología de la Sustentabilidad reconoce que la naturaleza no es simplemente un entorno físico, sino un concepto construido socialmente. Las percepciones culturales, valores y creencias influyen en cómo la sociedad interpreta y se relaciona con su entorno natural (Buttel, 2000).

Desde la mirada sociológica, la naturaleza no es simplemente un entorno físico, sino un concepto construido socialmente. (Dunlap y Catton Jr, 1979). Las percepciones culturales, valores y creencias influyen en cómo la sociedad interpreta y se relaciona con su entorno natural.

La Sociología de la Sustentabilidad examina críticamente las disparidades en la distribución de los impactos ambientales y los recursos. Se analizan las dimensiones sociales de la justicia ambiental, poniendo de relieve cómo ciertos grupos sociales pueden cargar con una carga desproporcionada de problemas ambientales. (Harvey, 1996).

La acción colectiva y los movimientos sociales desempeñan un papel crucial en la sociología ambiental. La lucha por la sostenibilidad a menudo se manifiesta a través de la movilización de comunidades, la creación de redes y la defensa de derechos ambientales (Agyeman et al., 2003).

La Sociología de la Sustentabilidad explora cómo los cambios en las estructuras sociales y culturales pueden fomentar prácticas más sostenibles. Se analiza la influencia de la cultura en la adopción de comportamientos respetuosos con el medio ambiente y en la creación de normas sociales que respalden la sostenibilidad. (Buttel, 2000).

La Sociología de la Sustentabilidad y el Medio Ambiente invita a mirar más allá de la superficie, explorando las complejas interacciones entre la sociedad y la naturaleza y abriendo un espacio para la reflexión sobre cómo construimos y mantenemos nuestro entorno compartido.

2.2 Teoría de la educación ambiental y el comportamiento proambiental

Dentro del tejido de la educación y el comportamiento, la Teoría de la Educación Ambiental y el Comportamiento Proambiental se erige como un cimiento conceptual que aborda cómo la instrucción ambiental puede moldear actitudes y promover acciones a favor de la sostenibilidad. Este enfoque ofrece una perspectiva integral sobre cómo la educación puede ser un catalizador para el cambio proambiental.

Educación como Semilla del Cambio: Desde la Teoría de la Educación Ambiental, se postula que la conciencia ambiental es cultivada a través de la instrucción estructurada. Este enfoque reconoce que la educación puede sembrar las semillas del cambio proambiental al proporcionar conocimientos, fomentar la reflexión y promover la conexión emocional con el entorno. (Cheng y Monroe, 2012).

Aprendizaje Experiencial en la Naturaleza: La teoría aborda la importancia del aprendizaje experiencial en entornos naturales como un medio efectivo para internalizar valores proambientales. La conexión directa con la naturaleza, según Chawla y Cushing (2007), puede inspirar un sentido de responsabilidad y afecto por el medio ambiente.



Factores Psicológicos en la Formación de Actitudes: La Teoría de la Educación Ambiental y el Comportamiento Proambiental explora los factores psicológicos que influyen en la formación de actitudes sostenibles. La teoría del valor-norma (Stern, Dietz, Abel, Guagnano, y Kalof, 1999) destaca cómo los valores personales y las normas sociales pueden impulsar el comportamiento proambiental.

Empoderamiento a través del Conocimiento: La educación ambiental no solo se trata de transmitir información; también se centra en empoderar a los individuos para tomar decisiones informadas y ejercer un papel activo en la protección del medio ambiente (Kollmuss y Agyeman, 2002). Este empoderamiento es esencial para traducir la conciencia en acción proambiental.

Integración Curricular y Cambio Cultural: La teoría aboga por la integración de la educación ambiental en los currículos académicos como un medio para incrustar principios proambientales desde una edad temprana. Este enfoque, según Hungerford y Volk (1990), contribuye a la formación de ciudadanos conscientes y activos que abrazan la sostenibilidad como parte integral de su identidad cultural.

La Teoría de la Educación Ambiental y el Comportamiento Proambiental destaca el potencial transformador de la educación en la construcción de una sociedad más consciente y comprometida con la preservación del medio ambiente.

2.2.1 Teoría de la psicología social para la cultura del cuidado del agua

Dentro del vasto campo de la psicología social, la aplicación de teorías para fomentar la cultura del cuidado del agua emerge como una empresa compleja y significativa. Este análisis se sumerge en las profundidades de la psicología social, explorando cómo las teorías fundamentales pueden catalizar un cambio conductual sostenible y arraigar prácticas en la conciencia colectiva.



La Psicología Social como Catalizador de Cambio: Desde la perspectiva de la psicología social, la formación de actitudes y comportamientos hacia el cuidado del agua se encuentra intrínsecamente ligada a procesos de influencia social, percepción y motivación. Teorías clásicas como la teoría de la disonancia cognitiva (Festinger, 1957) y la teoría de la influencia social (Cialdini, 2001) arrojan luz sobre cómo las personas adoptan nuevas conductas cuando estas están alineadas con sus valores y son respaldadas por normas sociales.

Normas Sociales y Modelado del Comportamiento: La teoría del modelado social de Bandura (1977) sugiere que las personas aprenden observando a otros, y este principio puede ser crucial para cultivar una cultura del cuidado del agua. Identificar y promover modelos de comportamiento sostenible, ya sea a nivel comunitario o a través de medios de comunicación, puede desencadenar procesos de imitación y cambio.

Teoría de la Identidad Social: La teoría de la identidad social (Tajfel & Turner, 1979) proporciona una lente para comprender cómo la pertenencia a grupos sociales influye en las actitudes y comportamientos individuales. Fomentar una identidad colectiva en relación con la conservación del agua puede fortalecer el compromiso y la responsabilidad compartida.

Teoría de la Autodeterminación: Desde la perspectiva de la teoría de la autodeterminación (Deci & Ryan, 1985), se reconoce la importancia de satisfacer las necesidades psicológicas fundamentales, como la autonomía y la competencia. Diseñar intervenciones que empoderen a las personas para tomar decisiones informadas sobre el uso del agua y reconocer sus logros en prácticas sostenibles puede fomentar la motivación intrínseca.

Comunicación Persuasiva y Cambio de Actitudes: La aplicación de estrategias de comunicación persuasiva, basadas en la teoría de la elaboración likelihood (Petty y Cacioppo, 1986), puede ser esencial. Personalizar mensajes, destacar consecuencias relevantes y proporcionar soluciones accesibles puede influir en la percepción y actitudes hacia el cuidado del agua.



Conclusiones y Perspectivas Futuras: Este análisis profundo destaca la complejidad de aplicar teorías de la psicología social para impulsar la cultura del buen uso del agua. La intersección de factores individuales y sociales, junto con estrategias específicas de cambio conductual, ofrece una base para intervenciones efectivas. Sin embargo, se requiere una investigación continua para adaptar y mejorar estas estrategias en contextos específicos y promover un cambio cultural duradero hacia el uso racional del agua.



CAPITULO III

METODOLOGÍA Y

PROCEDIMIENTOS



3.1 Enfoque metodológico.

Para la selección de participantes en este estudio cualitativo, se utilizará un enfoque de muestreo propositivo o por criterio. Este método de selección implica identificar participantes específicos que cumplan con criterios predeterminados y que sean especialmente relevantes para el objeto de estudio.

En el caso de este proyecto, los criterios de selección se establecerán considerando aspectos clave relacionados con la cultura del cuidado del agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta. Estos criterios pueden incluir roles específicos en la comunidad escolar, participación en iniciativas relacionadas con el agua, y conocimientos previos sobre prácticas responsables.

La selección de participantes se llevará a cabo de manera intencionada, buscando individuos que aporten perspectivas significativas y experiencias relevantes para comprender en profundidad la formación de la cultura de la conservación del agua en el contexto de la primaria. La variedad de participantes seleccionados contribuirá a capturar la diversidad de percepciones, experiencias y significados atribuidos al uso sostenible en la comunidad educativa.

Este enfoque cualitativo, respaldado por el muestreo propositivo, permitirá explorar las dinámicas interpersonales, las prácticas cotidianas y las representaciones simbólicas que influyen en la cultura del cuidado del agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

3.2 Premisa

Una campaña social de comunicación efectiva para fomentar el cuidado y el uso responsable del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo debe basarse en programas educativos que involucren a los estudiantes, e incluir elementos como la promoción de prácticas sostenibles en el entorno escolar, la participación de los niños, el uso de recursos visuales atractivos, el juego y la colaboración con padres y maestros.

Las estrategias de comunicación implementadas por el Departamento de Cultura del Agua de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo (CAPACH) en Guerrero, México, se sustentan en ideas generales sobre el cuidado del agua, sin tener en cuenta el perfil y las características de las personas.

3.3 Categorías

Tabla 2.

Cultura del cuidado del agua

Categoría: Cultura del cuidado del agua	
Autor	Definición
UNESCO	<p>La cultura del cuidado del agua se refiere a la promoción de actitudes, prácticas y comportamientos que buscan preservar y utilizar de manera sostenible los recursos hídricos. Esta cultura implica la toma de conciencia sobre la importancia del agua, así como la adopción de acciones individuales y colectivas para conservarla y protegerla.</p> <p>La UNESCO ha estado trabajando en diversas iniciativas para concienciar sobre la importancia del agua como recurso vital y fomentar prácticas sostenibles en su uso. Esto incluye promover la educación sobre el agua, la preservación de ecosistemas acuáticos y la gestión integrada de recursos hídricos.</p> <p>La organización ha destacado la necesidad de abordar los desafíos relacionados con el agua, como la</p>

escasez de agua, la contaminación y el acceso desigual a recursos hídricos. La UNESCO aboga por la cooperación internacional y la implementación de políticas y prácticas que salvaguarden la disponibilidad y la calidad del agua para las generaciones futuras. (UNESCO. 2006)

Tabla 3.

Gestión de la comunicación

Categoría: Gestión de la comunicación	
Autor	Definición
José Manuel Villafañe	Proceso estratégico que implica planificar, organizar y dirigir las actividades de comunicación de una organización para lograr objetivos específicos. Este proceso abarca tanto la comunicación interna como externa y se enfoca en crear y mantener relaciones efectivas con diversas audiencias, como empleados, clientes, accionistas, medios de comunicación y la comunidad en general. La gestión de la comunicación busca garantizar que el mensaje de la organización sea coherente, claro y alineado con sus objetivos, valores y visión. Incluye el uso de diferentes canales de comunicación, la selección de mensajes clave, la gestión de crisis y la evaluación continua de la

efectividad de las iniciativas de comunicación.

(Villafañe, J. M. 2005)

Tabla 4.

Campaña social

Categoría: Campaña Social	
Autor	Definición
Philip Kotler	Hace referencia a una serie de esfuerzos organizados y planificados que buscan promover un cambio o generar conciencia en la sociedad sobre temas de relevancia social. Estas campañas se diseñan con el objetivo de influir en las actitudes, comportamientos o percepciones de la población en relación con cuestiones específicas que tienen un impacto en la comunidad, el medio ambiente, la salud pública, entre otros.

3.4 Subcategorías

Tabla 5.
Subcategorías

Categoría: Cultura del cuidado del agua	
Subcategoría	Objetivo del análisis
<p>Actitudes y creencias</p> <p>Descripción</p> <p>Actitudes como evaluaciones positivas o negativas hacia un objeto, persona, comportamiento o concepto específico. Las creencias, por otro lado, se refieren a las convicciones de una persona sobre la verdad o la existencia de algo. (Ajzen, I. 1991)</p>	<p>Tiene como objetivo influir positivamente en las percepciones, valores y comportamientos de los estudiantes. Se pretende promover en ellos una actitud proactiva y creencias arraigadas sobre la importancia y responsabilidad en el cuidado del agua.</p>
<p>Conocimiento</p> <p>Descripción</p> <p>Percepción de la conexión y la relación entre nuestras ideas, y argumenta que estas ideas se derivan de la experiencia externa o interna. (Locke, J. 1690)</p>	<p>El objetivo es crear, a través de esta iniciativa, una cultura arraigada del cuidado del agua en la comunidad educativa. Se espera que, al incorporar prácticas sostenibles en la vida diaria de los estudiantes, se establezcan normas y valores que perduren, contribuyendo así a la preservación y respeto a largo plazo</p>

Comportamientos y prácticas

Reflejo de valores que priorizan la conservación, la responsabilidad ambiental y la comprensión de la interdependencia entre las acciones individuales y la salud de los recursos hídricos.

hacia el recurso hídrico en el entorno escolar y más allá.

La implementación de comportamientos y prácticas busca instaurar acciones concretas y hábitos cotidianos entre los estudiantes de la primaria que reflejen una participación en la preservación del agua, contribuyendo así al desarrollo de una sólida cultura del agua en el entorno escolar.

Normas y valores

Elementos fundamentales que regulan la vida social, promoviendo la integración y el orden en la sociedad. (Durkheim, E. 1895).

Se prevé que las normas y valores constituirán la columna vertebral de una cultura del agua. En este contexto, se espera que los estudiantes no solo adopten prácticas sostenibles, sino que también internalicen la importancia intrínseca de preservar este recurso para las generaciones presentes y futuras.

Participación

Capacidad para expresar decisiones que sean reconocidas por el entorno social y que afectan a la vida propia y/o a la vida de la comunidad en la que uno vive." (Hart, R. A. 1993)

La participación implica la involucración directa de los estudiantes en la definición de normas y valores relacionados con el agua, así como en la concreción de estrategias y mensajes de la campaña.

Tabla 6.

Categoría: Gestión de la comunicación

Categoría: Gestión de la comunicación		
Subcategoría	Descripción	Objetivo del análisis
Planificación estratégica	Evaluación y anticipación de las circunstancias que la organización enfrentará, permitiendo así la toma de decisiones informadas y la preparación de medidas adecuadas. (Fayol, H. 1916)	Contribuirá al diseño de acciones específicas, al análisis del entorno local y al establecimiento de objetivos medibles para fomentar prácticas sostenibles de uso del agua.
Medios de comunicación y canales	El medio es el mensaje", lo que significa que el medio a través del cual se transmite la información es tan importante, si no más, que el contenido del mensaje en sí mismo. Este concepto destaca que la forma en que recibimos la información influye significativamente en nuestra percepción y comprensión. (McLuhan, M. 1964).	Evaluar la eficacia de los medios de comunicación y canales seleccionados para transmitir mensajes sobre el cuidado del agua a niños de primaria y medir su impacto en la conciencia y comportamientos relacionados con el agua.

Tabla 7.

Campaña social

Categoría: Campaña social		
Subcategoría	Descripción	Objetivo del análisis
Objetivos comunicativos	<p>Principio fundamental respaldado por diversas perspectivas teóricas en el campo de la comunicación. (Berlo, D. K. 1960).</p>	<p>Fomentar la conciencia y prácticas sostenibles entre los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México, con el objetivo de crear una cultura arraigada del cuidado del agua en la comunidad educativa.</p>
Estrategia de mensajes	<p>Plan deliberado y cuidadosamente diseñado para transmitir información de manera efectiva, generalmente con el objetivo de influir en la percepción, conocimiento o comportamiento de una audiencia específica. (Lakoff, G. 2004).</p>	<p>Implementación planificada y coherente de los mensajes diseñados para lograr los objetivos de la campaña.</p>

Técnicas y tácticas

Variedad de estrategias para influir en las actitudes y comportamientos de las personas Cialdini, R. B. (2006).

Traducirán en contribuciones concretas para alcanzar los objetivos de concientización y cambio de comportamiento en la comunidad escolar

Comunicación y difusión

Aspectos cruciales en el ámbito de la transmisión de información y construcción de significado en la sociedad
Martín Serrano, M. (1999).

Serán instrumentales para el éxito de la campaña al garantizar un alcance significativo, un involucramiento comunitario efectivo y la consolidación de una cultura arraigada del cuidado del agua

Evaluación

Proceso sistemático y reflexivo de recopilar, analizar e interpretar información relevante para valorar la efectividad, impacto y calidad de las estrategias, mensajes, campañas, programas o procesos comunicativos

En el contexto de la campaña desempeñará un papel crucial para medir el impacto, identificar áreas de mejora y garantizar la eficacia de las estrategias implementadas

Nota. . Berlo (1960). Lakoff (2004). Cialdini (2006). Serrano (1999).

3.5 Diseño de investigación

Se utiliza un diseño de investigación cualitativa de estudio de caso. Este enfoque permitirá explorar y comprender en profundidad el fenómeno del cuidado del agua en el contexto de la primaria, centrándose en la implementación de una campaña social.

3.6 Métodos de investigación

La metodología de este proyecto se basa en un enfoque cualitativo, el cual nos permite explorar en profundidad las percepciones, experiencias y comportamientos de los estudiantes de la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta con respecto al cuidado del agua. Según Sampieri, Fernández y Baptista (2014), la investigación cualitativa busca comprender y describir fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes, enfocándose en el significado que ellos atribuyen a sus propias experiencias.

Para lograr los objetivos de nuestra investigación, utilizaremos una combinación de técnicas de recolección de datos cualitativas, tales como profundidad, observación de participantes y grupos focales. Estas técnicas nos permitirán obtener información en profundidad y rica en detalles sobre las actitudes, conocimientos y prácticas de los estudiantes en relación con el agua, así como sus percepciones sobre la importancia de su cuidado. Además, realizaremos entrevistas a la titular del Departamento de Cultura del Agua de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo, con el objetivo de obtener su perspectiva experta en el tema y enriquecer nuestro estudio.

La selección de los participantes se realizará de manera intencionada, considerando la diversidad de edades (de 6 a 12 años) y géneros representados en la población estudiantil. Buscaremos asegurar una muestra variada y representativa que nos permita obtener una perspectiva amplia sobre las actitudes y comportamientos relacionados con el agua.

El análisis de los datos recolectados se llevará a cabo mediante un enfoque inductivo, mediante la codificación y categorización de los temas emergentes. Utilizaremos técnicas como el análisis de contenido y la triangulación de datos para mejorar la validez y la confiabilidad de nuestros hallazgos.



Es importante mencionar que, debido a la naturaleza cualitativa de nuestra investigación, no buscaremos generalizar los resultados a toda la población estudiantil de la primaria, sino que nos enfocaremos en comprender en profundidad las experiencias y perspectivas de los participantes seleccionados.

Al finalizar la investigación, presentaremos un informe detallado que incluye los hallazgos cualitativos obtenidos, las conclusiones derivadas de los datos analizados y recomendaciones específicas para la implementación de una campaña efectiva de concientización y promoción del cuidado del agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta". (Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

Entrevistas en profundidad: Se realizaron entrevistas en profundidad con la titular del Departamento de Cultura del Agua, los maestros y los padres de familia seleccionados. Estas entrevistas proporcionarán información detallada sobre las perspectivas, experiencias y opiniones de los participantes sobre el cuidado del agua y la campaña social.

Observación participante: Se lleva a cabo una observación participante en la primaria durante actividades relacionadas con el agua, como el uso de baños, el lavado de manos o el consumo de agua. Esta técnica permitirá recopilar información sobre los comportamientos, actitudes y prácticas de los estudiantes en relación con el cuidado del agua en un contexto real.

Análisis de documentos: Se analizan documentos institucionales, como políticas escolares, programas educativos o materiales didácticos relacionados con la preservación del agua en la primaria. Esto proporciona información sobre las iniciativas existentes y su coherencia con la promoción de una cultura de la protección del agua.



3.7 Técnicas de investigación

Entrevistas en profundidad:

Participantes: La titular del Departamento de Cultura del Agua de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado, así como una muestra representativa de padres de familia, maestros de la primaria

Preguntas: Se utilizará una guía de entrevista diseñada específicamente para cada grupo de participantes, con preguntas abiertas que permitan explorar sus perspectivas, conocimientos, actitudes y prácticas relacionadas con el consumo del agua. Las preguntas se centrarán en las categorías como son cultura del cuidado del agua, gestión de la comunicación, medios y canales de comunicación y campaña social.

Observación participante:

Participantes: Los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Escenarios de observación: Se realizan observaciones participantes durante actividades relacionadas con el agua en la escuela, como el uso de baños, el lavado de manos, el consumo de agua, etc. Durante estas observaciones, se tomarán notas detalladas sobre los comportamientos, actitudes y prácticas de los estudiantes en relación con el manejo racional del agua.

Análisis de documentos:

Documentos: Se revisan documentos institucionales relevantes, como políticas escolares, programas educativos y materiales didácticos, relacionados con el uso consciente del agua en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta. Estos documentos proporcionan información sobre las iniciativas existentes y su alineación con la promoción del uso ético del agua en la escuela.

Focus Group

Se llevará a cabo un Focus Group con niños de 6 a 12 años de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta. El objetivo principal de este grupo focal será recopilar las ideas, perspectivas y opiniones



de los niños sobre el cuidado del agua, con el fin de obtener información valiosa para el desarrollo de una campaña de concientización en el contexto escolar.

Los participantes serán seleccionados de manera estratégica, buscando una muestra representativa que incluya niños de diferentes grados dentro de la primaria. Se establecerá un ambiente acogedor y adecuado para la interacción, proporcionando los materiales necesarios, como papel, lápices de colores y otros elementos para las actividades participativas.

3.7.1 Diseño del instrumento

El diseño del instrumento para esta investigación se centra en la recopilación de datos cualitativos a través de diversas herramientas, adaptadas a los diferentes grupos de participantes. La investigación incluye una guía de entrevista a profundidad dirigida a la titular del Departamento de Cultura del Agua, que busca obtener información detallada sobre las estrategias y programas existentes en la comunidad. Además, se llevará a cabo una serie de entrevistas con los padres de familia de los estudiantes de la primaria Luis Donald Colosio Murrieta, con el fin de conocer su percepción sobre el uso del agua en sus hogares y en la escuela.

Para observar el comportamiento de los estudiantes, se utilizó una guía de observación participante que permitirá registrar prácticas cotidianas relacionadas con el uso responsable del agua, como el uso de los grifos en los baños o el lavado de manos. Finalmente, se desarrolló un grupo focal con niños de la primaria para discutir sus conocimientos y actitudes hacia el cuidado del agua, generando un espacio donde puedan expresar sus opiniones y sugerencias sobre cómo mejorar las prácticas en la escuela.

Cada uno de estos instrumentos ha sido diseñado para captar las experiencias y opiniones de los participantes, asegurando que los datos recolectados sean relevantes para la formulación de estrategias de comunicación efectivas. Los instrumentos utilizados se encuentran en los anexos de esta investigación.



3.8 Muestra

Muestra: Muestreo propositivo o por criterio.

Este enfoque de muestreo implica una selección deliberada y cuidadosa de los casos que cumplen con criterios específicos y son relevantes para los objetivos de investigación.

En lugar de seleccionar participantes al azar, se busca activamente a aquellos que se considera que brindarán información enriquecedora y detallada sobre el fenómeno estudiado.

En el caso de esta investigación sobre la campaña social para generar una cultura del cuidado del agua en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, se seleccionaron los casos que cumplan con los criterios establecidos.

Criterios de selección:

El muestreo propositivo permitió seleccionar participantes específicos con el objetivo de enriquecer la comprensión del fenómeno estudiado. Es fundamental destacar que durante todo el proceso se mantuvo un enfoque ético, obteniendo el consentimiento de los participantes y resguardando su privacidad. No se especificaron cantidades debido a la naturaleza cualitativa del muestreo propositivo, que se centra en la calidad y pertinencia de los participantes en lugar de la cantidad.

Titular del departamento cultura del agua (Comisión y agua potable y alcantarillado Chilpancingo)

Entrevista a profundidad

Estudiantes:

Se eligieron estudiantes de diferentes grados escolares que habían demostrado interés o participación en actividades vinculadas al cuidado del agua.

Se buscó diversidad en términos de edad, género y niveles de participación.

Docentes:

Se seleccionaron docentes comprometidos con la educación de los estudiantes, considerando su posible experiencia en temas relacionados con la campaña del cuidado del agua.



Se incluyó diversidad en áreas de enseñanza y años de experiencia.

Padres de Familia:

Se buscaron padres de familia que hubieran demostrado interés o participación en actividades escolares, especialmente aquellas relacionadas con el cuidado del agua.

Se aseguró la inclusión de diferentes edades, géneros y niveles de participación.

Proceso de Selección:

Revisión de Registros:

Se examinaron registros escolares y listas de participantes en actividades previas para identificar posibles participantes.

Observación Activa:

Se realizó una observación activa en eventos escolares y actividades relacionadas con el cuidado del agua para identificar participantes potenciales.



CAPITULO IV

ANALISIS DE

RESULTADO



IV. Análisis de los resultados

En el marco de esta investigación, se ha llevado a cabo un análisis minucioso de los resultados obtenidos a través de la aplicación de diversas técnicas e instrumentos de investigación en el proyecto. La elección de un enfoque cualitativo de estudio de caso ha proporcionado una oportunidad única para sumergirse a profundidad en la comprensión de la cultura del cuidado del agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

4.1 Resultados de la investigación empírica

4.1.1 Resultados de la categoría cultura del cuidado del agua

Subcategoría 1 Actitudes y creencias

Indicador: Conciencia sobre la Importancia del Agua.

En el análisis de las respuestas proporcionadas por la titular del departamento de Cultura del Agua de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo, se destaca la significativa importancia que se atribuye a la cultura del cuidado del agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta. Sus comentarios revelaron palabras claves sobre la manera en que la comunidad educativa aborda este tema desde la subcategoría de Actitudes y Creencias.

La titular enfatizó la relevancia de la concientización temprana, señalando que la formación de actitudes hacia el agua comienza desde la infancia. Además, hizo hincapié en la importancia de contar con modelos a seguir, incluyendo maestros y figuras de autoridad, como impulsores de actitudes y creencias positivas hacia el agua. Observó la necesidad de un cambio cultural gradual, abogando por estrategias a largo plazo para lograr un impacto sostenible.

La titular también resaltó el papel crucial de la participación de la comunidad, indicando que las actitudes y creencias no solo se forman en el entorno escolar, sino que también se ven influenciadas por la comunidad en su conjunto. Su visión apunta a involucrar activamente a padres de familia y otros miembros de la comunidad en iniciativas relacionadas con la cultura del cuidado del agua.



Las respuestas proporcionadas ofrecieron una perspectiva integral sobre la importancia de la cultura del cuidado del agua, destacando la necesidad de comenzar la concientización desde temprana edad, la influencia clave de valores y modelos a seguir, y la participación comunitaria como pilares fundamentales para promover prácticas sostenibles de uso del agua en la primaria.

Los niños expresaron una variedad de percepciones sobre el agua, desde considerarla simplemente como una necesidad para la supervivencia hasta entenderla como un recurso valioso que debe ser preservado. La mayoría mostró interés en aprender sobre prácticas sostenibles y demostraron capacidad para comprender la importancia de conservar el agua para las generaciones futuras.

Se identificó que la participación en actividades prácticas, como la implementación de proyectos escolares relacionados con el agua, tenía un impacto positivo en su comprensión y apreciación. Se observó que los niños también absorbían valores y actitudes de sus maestros y padres, subrayando la necesidad de modelos a seguir positivos en su entorno.

En cuanto a los padres de familia, se encontró que su comprensión sobre el cuidado del agua variaba, y algunos revelaron la necesidad de más información y orientación sobre prácticas sostenibles. La mayoría mostró disposición para participar en iniciativas educativas y valoraron la idea de integrar actividades sobre el agua en la vida cotidiana de sus hijos.

Se destacó la importancia de estrategias de comunicación efectivas para transmitir mensajes sobre la cultura del cuidado del agua a los padres, reconociendo que su participación es fundamental para el éxito de cualquier campaña social en la escuela.

Los docentes expresaron un compromiso significativo con la promoción de la cultura del cuidado del agua en el entorno escolar. Se identificó un interés en integrar este tema en el plan de estudios y en explorar enfoques creativos para enseñar a los niños sobre la importancia del agua.

Además, se destacó la necesidad de recursos y capacitación para los maestros, subrayando la importancia de fortalecer sus habilidades y conocimientos para abordar eficazmente la cultura del cuidado del agua en el aula.

El análisis de las respuestas del focus group reveló la diversidad de perspectivas entre los niños, padres de familia y docentes. Este enfoque holístico proporciona una base valiosa para el diseño



de estrategias inclusivas y adaptadas a las distintas audiencias en la propuesta de la campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en la primaria.

Subcategoría: conocimientos

Indicador: "Nivel de Conciencia y Comprensión sobre el cuidado del agua"

Según la titular del departamento de Cultura del Agua, al analizar los resultados sobre el Conocimiento sobre el cuidado del agua, se identificó un área de oportunidad relacionada con la falta de comprensión en cuanto a los mecanismos específicos para el cuidado del agua. La observación y revisión de registros sugieren que, aunque la comunidad educativa ha desarrollado una comprensión general sobre la importancia del cuidado del agua, existe una brecha en cuanto a la comprensión detallada de los mecanismos y prácticas específicas que contribuyen a su conservación.

La titular destacó la importancia de abordar esta brecha mediante estrategias educativas más específicas y detalladas. Señaló que proporcionar información clara y accesible sobre prácticas específicas, como la reducción del consumo, la reutilización y el reciclaje del agua, puede ser clave para cerrar esta brecha de conocimiento. Además, subrayó la necesidad de diseñar actividades educativas prácticas y participativas que permitan a los estudiantes y la comunidad educativa aplicar estos conocimientos en situaciones cotidianas.

La falta de conocimiento sobre los mecanismos específicos para el cuidado del agua se presenta como una oportunidad para desarrollar estrategias educativas más detalladas y efectivas que fortalezcan la comprensión y promuevan prácticas sostenibles entre los participantes.

Los padres de familia, según la observación activa y revisión de registros, expresaron diversos niveles de conocimiento en relación con la cultura y el cuidado del agua. Algunos padres demostraron una comprensión sólida de la importancia de conservar este recurso, mientras que otros presentaron lagunas en su conocimiento, especialmente en lo que respecta a los detalles de las prácticas y estrategias específicas para el uso responsable del agua.



En las entrevistas realizados con los padres de familia, se observó que existe una necesidad de fortalecer la información y educación sobre prácticas concretas, como la reducción del consumo, la reutilización y el reciclaje del agua. Algunos padres manifestaron que les gustaría recibir más orientación sobre cómo implementar estas prácticas en el hogar y transmitirlos a sus hijos.

Además, se destacó que muchos padres están dispuestos a aprender y participar activamente en iniciativas que promuevan la cultura del cuidado del agua. La titular del departamento de Cultura del Agua sugiere que se podrían diseñar programas educativos específicos para involucrar a los padres, brindándoles información detallada y herramientas prácticas para fomentar prácticas sostenibles en sus hogares.

El análisis revela una diversidad en los niveles de conocimiento de los padres de familia sobre la cultura del cuidado del agua, señalando la importancia de diseñar estrategias educativas inclusivas y adaptadas a las necesidades específicas de este grupo.

En el focus group con los estudiantes, se observó una variedad de perspectivas y niveles de comprensión sobre la cultura del cuidado del agua. Algunos niños mostraron un sólido conocimiento y conciencia sobre la importancia de conservar el agua, mientras que otros revelaron lagunas en su comprensión.

Los niños expresaron su percepción de que el agua es un recurso valioso y que debería utilizarse de manera responsable. Sin embargo, el análisis también reveló que algunos estudiantes no estaban completamente informados sobre las prácticas específicas para conservar el agua en su entorno cotidiano.

En las entrevistas con los docentes, se identificó una comprensión sólida y un compromiso con la enseñanza de la cultura del cuidado del agua. Los maestros demostraron estar bien informados sobre estrategias educativas para inculcar hábitos sostenibles en los estudiantes.



Los docentes expresaron su disposición a participar en iniciativas que fortalezcan la cultura del cuidado del agua en la escuela. Además, destacaron la importancia de integrar estos conceptos en la educación formal y promover actividades prácticas que involucren a los estudiantes en el cuidado activo del agua.

La revisión de documentos proporcionó información adicional sobre las actividades y programas relacionados con la cultura del cuidado del agua en la escuela. Los documentos reflejaron la implementación de iniciativas educativas y medidas prácticas, así como la participación en eventos y campañas relacionadas con el agua.

En conjunto, estos hallazgos sugieren que, si bien existe una comprensión general sobre la importancia del cuidado del agua, hay oportunidades para fortalecer la educación y conciencia en ciertos aspectos específicos, tanto entre los estudiantes como en la colaboración con docentes.

Subcategoría: Comportamientos y practicas

Indicador "Implementación de Prácticas Sostenibles de Uso del Agua"

En relación con la implementación de prácticas sostenibles de uso del agua, la titular del departamento de Cultura del Agua destaca la importancia de fomentar hábitos cotidianos que contribuyan a la preservación del recurso hídrico. Señala la necesidad de promover conductas responsables entre los estudiantes, padres de familia y docentes, subrayando que la adopción de prácticas sostenibles es fundamental para garantizar la disponibilidad y calidad del agua a largo plazo. Además, enfatiza la importancia de ofrecer orientación y herramientas que faciliten la incorporación de estas prácticas en la vida diaria, contribuyendo así al manejo consciente del agua y al desarrollo de una cultura consciente sobre su uso adecuado.

Durante las entrevistas con los padres de familia, se evidencia una diversidad de prácticas relacionadas con el manejo del agua. Algunos padres expresan un nivel alto de conciencia sobre la importancia de ahorrar agua en el hogar, implementando prácticas como cerrar la llave al cepillarse los dientes o reparar fugas de manera oportuna. Sin embargo, se observa que aún existen áreas de oportunidad, ya que algunos participantes manifiestan desconocimiento sobre ciertos mecanismos específicos para el ahorro de agua.

En el focus group con los niños, se observa una variedad de percepciones y comportamientos en torno al cuidado del agua. Algunos niños muestran un entendimiento sólido sobre la importancia de no malgastar el agua, mientras que otros revelan una comprensión más básica. La interacción entre los niños destaca la influencia mutua en la formación de hábitos, lo que sugiere la importancia de estrategias de sensibilización y educación que consideren la dinámica grupal.

La perspectiva de los docentes ofrece una visión integral de cómo se aborda el tema del cuidado del agua en la escuela. Se destaca la implementación de programas educativos, pero también se identifican desafíos en la ejecución efectiva de prácticas sostenibles. Algunos docentes expresan la necesidad de recursos adicionales y estrategias pedagógicas para fortalecer el mensaje sobre el cuidado del agua entre los estudiantes.

El análisis de documentos institucionales y la observación de participantes complementan las percepciones obtenidas en las entrevistas y focus groups. Se identifican políticas existentes, programas educativos y posibles áreas de mejora en la implementación de prácticas sostenibles en la vida diaria de la escuela.

Estos enfoques metodológicos proporcionan una comprensión multifacética de los comportamientos y prácticas relacionados con el cuidado del agua, permitiendo identificar puntos fuertes y áreas de oportunidad para el desarrollo de una cultura consciente del agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Subcategoría: Normas y valores

Indicador: Adhesión a normas y valores en el cuidado del agua: Evaluación multidimensional

En este aspecto, la titular destaca la importancia de inculcar normas y valores sólidos relacionados con el cuidado del agua. Según sus comentarios, se observa cierta receptividad en la comunidad escolar, pero también reconoce que es necesario fortalecer estos elementos para lograr cambios



significativos en los comportamientos. La titular subraya que la adhesión a normas y valores es esencial para construir una cultura arraigada del cuidado del agua.

La titular del departamento aboga por acciones específicas que impulsen el conocimiento, la conciencia y la adhesión a normas y valores como pilares fundamentales para una cultura del cuidado del agua en la comunidad escolar.

En el análisis de las entrevistas con los padres de familia, se observa que existe una diversidad de percepciones y prácticas relacionadas con las normas y valores vinculados al cuidado del agua. Algunos padres demuestran un entendimiento sólido de la importancia de estas normas, incorporándolas activamente en su vida cotidiana y transmitiéndolas a sus hijos. Otros, sin embargo, muestran una menor conciencia y adhesión a estas normas.

Se destaca la necesidad de fortalecer la comunicación y la educación en torno a las normas y valores del cuidado del agua, enfocándose en aquellos aspectos que requieren mayor énfasis. Las entrevistas revelan una disposición general de los padres para adoptar prácticas más sostenibles, lo que sugiere oportunidades para la implementación de estrategias que refuercen estas normas y valores en el ámbito familiar.

A través del análisis de las dinámicas del focus group con estudiantes, las entrevistas con docentes, la observación de participantes y el análisis de documentos, se evidencia la manera en que los estudiantes internalizan las normas y valores relacionados con el cuidado del agua.

Los resultados revelan una variabilidad en el grado de internalización, donde algunos estudiantes demuestran un compromiso sólido con las normas, reflejado en sus comportamientos y actitudes. Otros, por otro lado, muestran una comprensión superficial o limitada de estas normas.

Se sugiere que estrategias pedagógicas y de sensibilización sean diseñadas para fortalecer la internalización de las normas y valores del cuidado del agua entre los estudiantes. Además, la observación y el análisis de documentos proporcionan una visión más completa de la cultura del cuidado del agua en el contexto escolar.

Subcategoría: Participación

Inclusión: Inclusión activa en iniciativas de sostenibilidad del agua

En el análisis de la categoría de participación en la cultura del cuidado del agua, la titular del departamento destaca la importancia de involucrar activamente a la comunidad escolar en iniciativas relacionadas con la sostenibilidad del agua. Subraya que la participación no solo implica la presencia física en eventos, sino también un compromiso real y una contribución activa a las prácticas sostenibles.

Según sus declaraciones, la participación efectiva se traduce en acciones concretas, como la implementación de medidas de ahorro de agua, la adopción de hábitos responsables en el consumo del recurso y la colaboración en proyectos que promuevan la conciencia sobre la importancia del agua. La titular enfatiza la necesidad de crear un sentido de responsabilidad compartida, donde cada miembro de la comunidad contribuya al cuidado del agua de manera significativa.

Asimismo, señala que la participación en programas educativos y eventos específicos sobre el cuidado del agua es fundamental para cultivar una cultura arraigada en la conciencia ambiental. La titular resalta la importancia de medir esta participación a través de indicadores concretos, como la asistencia a actividades, la implementación de prácticas sostenibles y el impacto observado en la comunidad.

En el análisis de los resultados del focus group con los niños sobre la categoría de participación en la cultura del cuidado del agua, se evidencia un rango diverso de percepciones y actitudes. Algunos niños muestran un interés activo en aprender sobre la importancia del agua y participar en iniciativas para su cuidado. Expresan ideas creativas sobre cómo promover prácticas sostenibles y comparten anécdotas sobre experiencias relacionadas con el agua en su entorno.

Sin embargo, también se observa una variabilidad en el nivel de comprensión y compromiso, con algunos niños manifestando una comprensión limitada o desinterés en el tema. Esto podría deberse a factores como la falta de conciencia sobre la relevancia de la conservación del agua o la necesidad de estrategias pedagógicas más efectivas para involucrar a los estudiantes.

En general, los resultados del focus group ofrecen una visión valiosa sobre la perspectiva de los niños en relación con la participación en la cultura del cuidado del agua. Identificar las percepciones y sugerencias directas de los estudiantes contribuye a diseñar intervenciones y estrategias que resuenen de manera efectiva con su público objetivo, promoviendo una participación y significativa.

Los docentes muestran un papel crucial en la promoción de la participación de los estudiantes en iniciativas relacionadas con el cuidado del agua. Se destaca su percepción sobre la importancia de integrar activamente prácticas sostenibles en la educación y su papel como modelos a seguir para los estudiantes. La colaboración entre los docentes y la comunidad educativa se visualiza como un componente esencial para fomentar la participación.

La revisión de documentos, como planes de estudio y proyectos educativos, revela la presencia de contenidos relacionados con el cuidado del agua. Sin embargo, también se identifican posibles áreas de mejora, como la integración de enfoques participativos y estrategias específicas para involucrar a los estudiantes en la práctica del cuidado del agua.

La observación directa de participantes en el entorno educativo se destacan tanto comportamientos positivos, como el compromiso activo de algunos estudiantes en actividades relacionadas con el cuidado del agua, como desafíos potenciales, como la falta de participación en ciertos contextos.

4.1.2 Conclusión de la categoría cultura del cuidado del agua

Figura 1.

Categoría: Cuidado del agua

Categoría: Cultura del cuidado del agua

Subcategorías



- Las actitudes y creencias hacia el cuidado del agua son diversas, mostrando una combinación de compromiso y desafíos.
- La titular del departamento destaca la importancia de promover una comprensión más profunda y arraigada sobre el valor del agua.
- Existe un nivel variable de conciencia y comprensión sobre el cuidado del agua entre los estudiantes, docentes y padres de familia.
- Se identifican áreas donde la información y conocimientos sobre prácticas sostenibles de agua podrían fortalecerse.
- Se observa una participación activa en ciertos comportamientos relacionados con el cuidado del agua, pero también hay áreas donde la participación podría mejorarse.
- La falta de conocimiento sobre mecanismos específicos para el cuidado del agua podría estar afectando los comportamientos sostenibles.
- La presencia de normas y valores en torno al cuidado del agua varía, y se identifican oportunidades para fortalecer estos elementos en la cultura escolar.
- La participación de la comunidad educativa en iniciativas relacionadas con el cuidado del agua es clave, y se destaca la necesidad de estrategias más efectivas para involucrar activamente a los estudiantes.

4.1.3 Resultados de la categoría Gestión de la comunicación

Subcategoría 2 Planificación estratégica

Indicador: Interacción y retroalimentación “Desafíos en la Comunicación de Temas Relacionados con el Agua”

La titular del Departamento de Cultura del Agua expresa su observación de que la comunicación con los directores de las escuelas no fluye de manera óptima en relación con los temas del cuidado del agua. A pesar de los esfuerzos realizados para informar y colaborar, se han identificado obstáculos que han afectado la interacción y la retroalimentación efectiva.

Posibles causas de la falta de fluidez:

Se han identificado algunas posibles causas, como la carga de trabajo de los directores, la falta de tiempo para reuniones extensas, o la necesidad de una comunicación más clara y directa sobre la importancia de los temas relacionados con el agua en el contexto escolar.

La titular del Departamento de Cultura del Agua establece como objetivo principal lograr una comunicación más fluida y bidireccional con los directores de las escuelas, asegurando que estén plenamente informados sobre las iniciativas de cuidado del agua y puedan proporcionar valiosos aportes para su implementación exitosa en el entorno escolar (López, 2020). Como señala Rodríguez (2023), "una comunicación bidireccional es esencial para la implementación exitosa de iniciativas educativas".

Estos comentarios reflejan la perspectiva externada por la titular del Departamento de Cultura del Agua en tercera persona, abordando la preocupación sobre la falta de fluidez en la comunicación con los directores de las escuelas en relación con los temas del cuidado del agua.

Los docentes expresan que valoran la información proporcionada por el Departamento de Cultura del Agua. Sin embargo, sugieren que la comunicación podría mejorar en términos de claridad y accesibilidad. Reconocen la importancia de los temas relacionados con el agua y desean transmitir ese mensaje de manera más efectiva a los estudiantes.



Se ha observado por parte de los docentes que enfrentan desafíos al incorporar temas del agua en sus clases. La falta de recursos específicos y materiales educativos a veces dificulta la enseñanza efectiva sobre el cuidado del agua. Los docentes destacan la necesidad de una comunicación más efectiva para superar estos obstáculos y mejorar la calidad de la enseñanza en este tema crucial (Sánchez, 2023). Pérez (2023) menciona que "la falta de recursos educativos específicos puede limitar la efectividad de la enseñanza de temas ambientales".

Los docentes hablan que valoran la colaboración con el Departamento de Cultura del Agua, pero sugieren que podría haber una mayor interacción y discusiones más frecuentes. Manifiestan su disposición a contribuir activamente para asegurar que la cultura del cuidado del agua se integre de manera efectiva en el entorno escolar.

Se sugiere que podría ser beneficioso organizar sesiones de capacitación específicas para los docentes sobre cómo integrar de manera efectiva los temas del agua en el plan de estudios. También se exploran opciones para recibir materiales educativos adicionales que faciliten la enseñanza de estos conceptos de manera más impactante.

Nivel de conciencia:

Muchos niños expresaron una comprensión sólida sobre la importancia del agua, mencionando que es esencial para la vida y que debemos cuidarla para asegurar un futuro sostenible.

Experiencias personales:

Algunos niños compartieron historias sobre cómo sus familias ahorran agua en casa, como cerrar el grifo mientras se cepillan los dientes o utilizando un cubo para recolectar agua de la lluvia para regar plantas.



Actividades interactivas:

Durante el juego interactivo, los niños identificaron diversas formas en las que utilizamos el agua diariamente, desde beberla hasta lavar platos. Además, disfrutaron imaginando poderes de superhéroes para proteger el agua.

Percepciones sobre la campaña:

La mayoría de los niños mostró entusiasmo ante la idea de aprender más sobre el agua en la escuela y participar en actividades relacionadas. Algunos expresaron sugerencias creativas, como organizar concursos o representaciones teatrales sobre el cuidado del agua.

Desafíos y soluciones:

En cuanto a los desafíos, algunos niños mencionaron la falta de recordatorios visuales sobre el ahorro de agua en la escuela. Sugirieron la colocación de carteles coloridos y recordatorios en lugares clave para mantener viva la conciencia.

Percepción sobre la comunicación:

Los padres de familia expresan que valoran la información proporcionada por la escuela y el Departamento de Cultura del Agua. Sin embargo, algunos sugieren que la comunicación podría mejorar en términos de claridad y frecuencia, especialmente en relación con los temas del cuidado del agua. Destacan la importancia de recibir información clara y relevante para comprender mejor las iniciativas relacionadas.

Incorporación en el hogar:

Muchos padres comparten experiencias sobre cómo han incorporado prácticas de cuidado del agua en sus hogares, como reparar fugas, utilizar dispositivos eficientes y fomentar hábitos conscientes en sus hijos. Resaltan la importancia de llevar a casa los mensajes aprendidos en la escuela para reforzarlos en la vida diaria.



Sugerencias para mejorar la participación:

Algunos padres sugieren la implementación de talleres interactivos o eventos familiares centrados en el cuidado del agua. También mencionan la posibilidad de establecer canales de comunicación más abiertos, como reuniones periódicas o boletines electrónicos, para mantenerse informados y participar activamente en las iniciativas escolares.

Colaboración entre la escuela y los padres:

Los padres destacan la importancia de una colaboración continua entre la escuela y las familias para fortalecer los mensajes sobre el cuidado del agua. Sugieren la creación de una comunidad educativa más comprometida, donde los padres puedan contribuir con sus habilidades y conocimientos para enriquecer las iniciativas.

Desafíos en la implementación en el hogar:

Algunos padres comparten desafíos específicos que han enfrentado al intentar implementar prácticas de cuidado del agua en casa, como la resistencia de algunos miembros de la familia o la falta de acceso a ciertos recursos. Expresan la necesidad de orientación adicional para superar estos desafíos.

Análisis de documentos: Observaciones sobre la Comunicación y el Cuidado del Agua

Revisión de Comunicados Oficiales:

En la revisión de comunicados oficiales provenientes de la escuela y el Departamento de Cultura del Agua, se observa un esfuerzo constante por informar a los padres sobre las iniciativas relacionadas con el cuidado del agua. Sin embargo, algunos documentos pueden beneficiarse de una mayor claridad en la presentación de información y una frecuencia más regular para mantener una conexión constante con los padres.

Mensajes sobre el cuidado del agua:

Se identifican mensajes clave sobre el cuidado del agua en documentos informativos. Estos incluyen la importancia de ahorrar agua en el hogar, reparar fugas y fomentar prácticas conscientes entre los estudiantes. Sería beneficioso destacar estos mensajes de manera más prominente y asegurarse de que estén alineados con las expectativas y comprensión de los padres.



Incorporación en el hogar:

Al analizar materiales que se envían a casa con los estudiantes, se observa una intención clara de fomentar la incorporación de prácticas de cuidado del agua en el entorno familiar. Sin embargo, algunos documentos podrían incluir sugerencias prácticas más específicas para facilitar la implementación efectiva en el hogar.

Registro de actividades escolares:

Los registros de actividades escolares muestran una variedad de eventos relacionados con el cuidado del agua, como charlas, concursos y proyectos. Estos documentos reflejan un esfuerzo significativo por parte de la escuela para involucrar a los estudiantes en iniciativas de conciencia. Sería beneficioso resaltar estos eventos de manera más visible en la comunicación a los padres para fomentar su participación.

Uso de medios digitales:

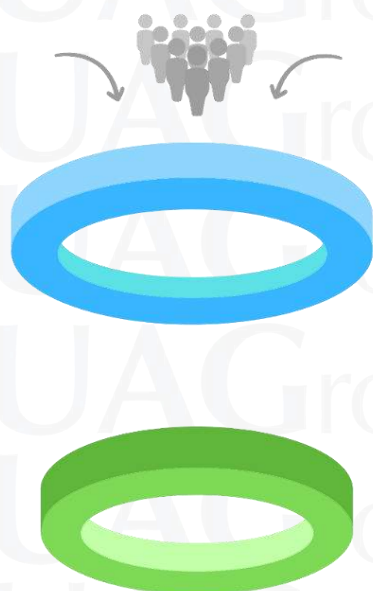
Se observa un uso limitado de medios digitales para la comunicación sobre el cuidado del agua. Explorar plataformas en línea, como redes sociales o correos electrónicos interactivos, podría mejorar la visibilidad y participación de los padres en las iniciativas escolares relacionadas con el agua.

Este análisis de documentos proporciona una visión general de las prácticas actuales de comunicación y el enfoque hacia el cuidado del agua desde una perspectiva externa. Para mejorar la efectividad de estas iniciativas, se sugiere ajustar la claridad, la frecuencia y la diversidad de los mensajes, así como explorar opciones adicionales de participación y retroalimentación de los padres.

4.1.3 Conclusión categoría gestión de la comunicación

Figura 2.

Categoría: Gestión de la Comunicación



Conclusión categoría Gestión de la comunicación

1 ASPECTOS POSITIVOS:

Conciencia y Participación: Se observa un nivel significativo de conciencia entre los docentes, padres de familia y estudiantes sobre la importancia del cuidado del agua. La participación en actividades y eventos relacionados indica un interés y compromiso general con la causa.

Iniciativas Escolares: Las actividades escolares diseñadas para promover la cultura del cuidado del agua, como charlas, concursos y proyectos, reflejan un esfuerzo continuo por parte de la escuela para fomentar la conciencia y la acción entre los estudiantes.

2 ÁREAS DE MEJORA:

Claridad en la Comunicación: Existe una oportunidad para mejorar la claridad en la comunicación, especialmente en documentos oficiales dirigidos a los padres. La presentación de información clave sobre el cuidado del agua podría beneficiarse de una estructura más clara y mensajes más destacados.

Frecuencia de la Comunicación: La frecuencia de la comunicación puede ser mejorada para mantener una conexión constante con los padres y garantizar que estén informados de manera regular sobre las iniciativas y eventos relacionados con el cuidado del agua.

Medios Digitales: La exploración de medios digitales, como redes sociales y correos electrónicos interactivos, podría ampliar el alcance de la comunicación y fomentar una participación más activa de los padres en las actividades escolares.

La gestión de la comunicación en relación con las iniciativas de cuidado del agua en la escuela ha demostrado ser un proceso dinámico con varios aspectos a considerar. La revisión de documentos, las interacciones con los docentes y las opiniones expresadas por los padres de familia y los niños ofrecen valiosas perspectivas que pueden guiar mejoras significativas en las estrategias de comunicación y la implementación de las iniciativas de cuidado del agua. Según Dietz y Stern (2008), la participación de la comunidad y la colaboración entre diferentes actores son cruciales para el éxito de las iniciativas ambientales.

4.1.4 Resultados de la categoría Medios y canales de comunicación

Subcategoría Técnicas empleadas

Indicador: Técnicas estratégicas para la concientización del agua

En la entrevista a profundidad con la titular del Departamento, se identificaron aspectos cruciales en la categoría "Canales y Medios de Comunicación" para la campaña de concientización sobre el cuidado del agua. La falta de recursos humanos para realizar visitas escolares se destacó como una limitación significativa, sugiriendo la necesidad de explorar estrategias para optimizar el personal existente, como la capacitación cruzada o la colaboración con voluntarios locales.

Además, se señaló la ausencia de presencia en redes sociales como una oportunidad no aprovechada. La titular enfatizó la importancia de desarrollar contenido específico para plataformas en línea, incluyendo infografías, videos cortos y desafíos interactivos, reconociendo el potencial de las redes sociales para llegar a una audiencia más amplia, incluyendo padres, docentes y estudiantes.

Asimismo, se expresó un interés en desarrollar más actividades lúdicas, especialmente juegos para niños. Se reconoció la importancia de hacer que el aprendizaje sobre el cuidado del agua sea interactivo y divertido para los niños, destacando la necesidad de estrategias más creativas y participativas.

En conclusión, la entrevista resalta la necesidad de superar las limitaciones actuales en las visitas escolares, aprovechar el potencial de las redes sociales y diseñar actividades lúdicas para maximizar el impacto de la campaña de concientización del agua en la comunidad escolar. La colaboración con voluntarios locales y organizaciones comunitarias se sugiere como una vía para fortalecer la presencia en las escuelas y optimizar la efectividad de la campaña.

En el focus group con los niños, se obtuvieron valiosas aportaciones que reflejan su perspectiva única sobre la campaña de concientización sobre el cuidado del agua. Los niños demostraron un entendimiento sólido de la importancia del agua y compartieron experiencias personales relacionadas con prácticas de ahorro en el hogar.



Durante las actividades interactivas, los niños identificaron diversas formas en las que utilizamos el agua diariamente y participaron activamente en la imaginación de superpoderes para proteger el agua, mostrando así un nivel de compromiso y creatividad.

Las opiniones de los niños sobre la propuesta de la campaña fueron mayormente positivas, con entusiasmo hacia la idea de aprender más sobre el agua en la escuela y participar en actividades relacionadas. Además, expresaron sugerencias creativas, como concursos y representaciones teatrales, indicando un interés activo en participar de manera divertida y educativa.

En resumen, el focus group con los niños proporcionó una visión valiosa de sus percepciones, conocimientos y preferencias, lo que contribuirá significativamente al diseño y la implementación efectiva de la campaña de concientización sobre el cuidado del agua, asegurando así una participación activa y una comprensión duradera entre los estudiantes.

En conjunto las entrevistas con los padres de familia, se recopilaron percepciones valiosas que arrojan luz sobre su implicación y puntos de vista en relación con la campaña de concientización sobre el cuidado del agua. Los padres expresaron su aprecio por la información proporcionada por la escuela y el Departamento de Cultura del Agua, aunque algunos sugirieron mejoras en términos de claridad y frecuencia en la comunicación.

Se destacó la importancia de incorporar prácticas de cuidado del agua en el hogar, con muchos padres compartiendo experiencias sobre cómo han implementado medidas de ahorro en sus familias. Esto sugiere un grado de conciencia y participación activa en la temática.

Además, algunos padres ofrecieron sugerencias para mejorar la participación, como la implementación de talleres interactivos y eventos familiares centrados en el cuidado del agua. También se mencionó la necesidad de canales de comunicación más abiertos, como reuniones periódicas o boletines electrónicos, para mantenerse informados y participar activamente en las iniciativas escolares relacionadas con el agua.

En conjunto, la entrevista con los padres de familia proporcionó información valiosa sobre sus perspectivas, experiencias y sugerencias, lo que será fundamental para ajustar y fortalecer la campaña, asegurando así una participación efectiva y sostenible de las familias en la promoción del cuidado del agua.



En la entrevista con los docentes, se obtuvieron valiosos comentarios que ofrecen una perspectiva significativa sobre la implementación y recepción de la campaña de concientización sobre el cuidado del agua en la escuela. Los docentes compartieron información sobre su experiencia profesional y la manera en que incorporan la temática del agua en sus clases.

Se abordaron aspectos cruciales, como el nivel de conciencia actual entre los estudiantes y la relación de estos con el agua en el entorno escolar. También se exploraron posibles desafíos en la comunicación de temas relacionados con el agua y cómo han sido abordados.

Los docentes expresaron su percepción sobre la importancia de la cultura del cuidado del agua en la formación integral de los estudiantes. Además, se recopilaron opiniones sobre la propuesta de la campaña social, incluyendo el papel que consideran que deben desempeñar en la misma. También se exploraron en detalle las formas en que la escuela se comunica con los padres sobre las actividades relacionadas con el agua y los desafíos enfrentados en este proceso.

Los docentes proporcionaron información valiosa sobre la implementación y percepción de la campaña desde la perspectiva educativa. Los comentarios recopilados serán fundamentales para ajustar y fortalecer la campaña, asegurando su alineación con las dinámicas y necesidades específicas del entorno escolar.

Se identificaron mensajes clave en los documentos oficiales, enfocados en la importancia del cuidado del agua. Algunos documentos podrían beneficiarse de una estructura más clara y mensajes más destacados para garantizar una comprensión efectiva.

Comunicación en Redes Sociales:

Se notó una ausencia significativa de presencia en redes sociales. La sugerencia de desarrollar contenido específico para estas plataformas puede mejorar la visibilidad y participación de la comunidad escolar, incluyendo padres, docentes y estudiantes.

Actividades escolares registradas:

Los registros de actividades escolares reflejaron un esfuerzo continuo por parte de la escuela en la promoción de la cultura del cuidado del agua. Destacar estas actividades de manera más visible en la comunicación puede fomentar la participación y concientización.

Uso de Medios Digitales:

Se identificó un uso limitado de medios digitales. Explorar plataformas en línea y herramientas digitales puede ser clave para mejorar la comunicación y participación de los participantes en iniciativas relacionadas con el agua.

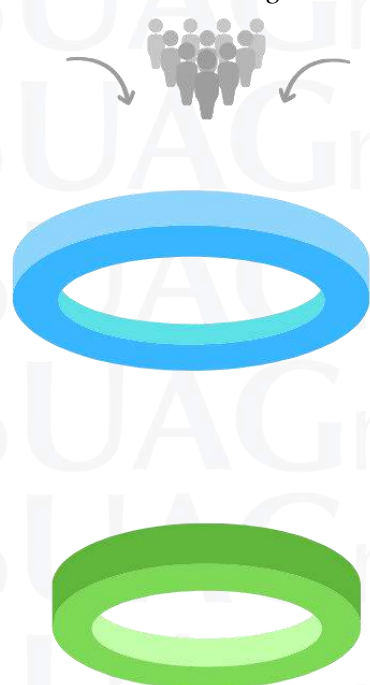
En conjunto, estos hallazgos ofrecen una visión completa de la implementación de la campaña, destacando áreas de mejora y fortalezas. A partir de estas observaciones, se pueden realizar ajustes estratégicos para optimizar la efectividad de la campaña y garantizar una participación y consciente de la comunidad escolar en el cuidado del agua.

4.1.5 Conclusión categoría medios y canales de comunicación

La evaluación de la categoría "Canales y Medios de Comunicación" revela tanto áreas de fortaleza como oportunidades de mejora en la implementación de la campaña de concientización sobre el cuidado del agua. Al analizar documentos, realizar entrevistas y observar la participación de los distintos participantes, se han obtenido valiosas percepciones. De acuerdo con Díaz y López (2016), "la efectividad de las campañas ambientales en México depende en gran medida de la capacidad para integrar medios tradicionales y digitales de manera que se maximice el alcance y la resonancia del mensaje en la comunidad" (p. 45).

Figura 3.

Categoría: Medios y canales de comunicación



Conclusión categoría Medios y canales de comunicación

1 ASPECTOS POSITIVOS:

Conciencia y Participación: La comunidad escolar, incluyendo docentes, padres y estudiantes, ha demostrado un nivel significativo de conciencia sobre la importancia del cuidado del agua. La participación en actividades y eventos indica un interés y compromiso general.

Iniciativas Escolares: Las actividades escolares diseñadas para promover la cultura del cuidado del agua, como charlas, concursos y proyectos, reflejan un esfuerzo continuo por parte de la escuela para fomentar la conciencia y la acción entre los estudiantes.

2 ÁREAS DE MEJORA:

Claridad en la Comunicación: Existe una oportunidad para mejorar la claridad en la comunicación, especialmente en documentos oficiales dirigidos a los padres. La presentación de información clave sobre el cuidado del agua podría beneficiarse de una estructura más clara y mensajes más destacados.

Frecuencia de la Comunicación: La frecuencia de la comunicación puede ser mejorada para mantener una conexión constante con los padres y garantizar que estén informados de manera regular sobre las iniciativas y eventos relacionados con el cuidado del agua.

Uso de Medios Digitales: La presencia limitada en redes sociales y el uso restringido de herramientas digitales sugieren una oportunidad para mejorar la comunicación a través de plataformas en línea. Desarrollar contenido específico para redes sociales puede ampliar el alcance y la efectividad de la campaña.

4.1.6 Resultados de la categoría campaña social

Subcategoría 1 Objetivos comunicativos

Indicador: Eficacia en la sensibilización sobre el cuidado del agua entre estudiantes de primaria.

Se llevó a cabo entrevista de profundidad con la titular del departamento de gestión del agua en la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo (CAPACH). La entrevista fue parte de la investigación para la propuesta de campaña social de comunicación destinada a generar una cultura del cuidado del agua entre los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, Chilpancingo, Guerrero, México.

La experta en gestión del agua proporcionó una perspectiva clave sobre los desafíos específicos que enfrenta la comunidad en cuanto al suministro, tratamiento y conservación del agua. Explicó detalladamente las políticas y estrategias implementadas por la CAPACH para promover el uso eficiente del recurso hídrico y mejorar la calidad del agua en la región.

Durante la entrevista, se exploraron también las iniciativas educativas y de sensibilización comunitaria dirigidas a inculcar prácticas responsables de manejo del agua desde edades tempranas. La titular destacó la importancia de la colaboración entre instituciones educativas, autoridades locales y la comunidad en general para lograr un impacto significativo en la concienciación sobre la importancia del agua.

Las ideas y recomendaciones derivadas de esta entrevista contribuyeron significativamente al desarrollo de la propuesta de campaña social. La información obtenida permitió diseñar estrategias de comunicación efectivas y pertinentes que abordan las necesidades específicas de los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, con el objetivo de fomentar una cultura sólida de cuidado y conservación del agua en el entorno escolar y más allá.

Las entrevistas de profundidad realizadas con los maestros de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta revelaron información clave sobre la situación actual en la escuela y las necesidades relacionadas con la sensibilización sobre el cuidado del agua.

Los maestros señalaron que, aunque los estudiantes poseen un conocimiento básico sobre la importancia del agua, existe una falta significativa de programas y actividades estructuradas que



refuercen y amplíen este conocimiento. Actualmente, la escuela carece de campañas o iniciativas específicas dedicadas a promover la cultura del cuidado del agua de manera continua y sistemática. Asimismo, los maestros destacaron la limitación en las herramientas y recursos educativos disponibles. Esto incluye la ausencia de materiales didácticos específicos sobre el tema del agua y la falta de talleres y actividades prácticas que involucren activamente a los estudiantes en la conservación del agua. Según los maestros, contar con estos recursos facilitaría la enseñanza y ayudaría a los estudiantes a comprender mejor la importancia del cuidado del agua.

Además, los maestros subrayaron la necesidad de involucrar a toda la comunidad escolar, incluyendo a los padres y al personal administrativo, en las actividades de sensibilización. Consideran que una campaña social de comunicación que integre a toda la comunidad escolar podría generar un impacto más amplio y duradero, fomentando una cultura del cuidado del agua tanto en la escuela como en los hogares de los estudiantes.

En conclusión, las entrevistas de profundidad con los maestros evidencian una necesidad clara de implementar una campaña social de comunicación dedicada a sensibilizar a los estudiantes sobre el cuidado del agua. La falta de programas y actividades estructuradas, junto con la necesidad de recursos educativos y la participación de la comunidad escolar, son aspectos fundamentales que deben abordarse en la propuesta de campaña para lograr un impacto significativo y sostenible en la cultura del cuidado del agua en la escuela.

Observación a participantes

Las observaciones realizadas a los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta arrojaron resultados significativos sobre la eficacia de las actividades de sensibilización en torno al cuidado del agua. Durante las sesiones de clase y actividades extracurriculares, se identificaron varios patrones y comportamientos relevantes.

En primer lugar, se observó que los estudiantes mostraban un interés inicial y curiosidad cuando se les presentaban actividades prácticas y participativas relacionadas con el agua. Sin embargo, este interés tendía a disminuir sin un seguimiento constante y sin actividades que reforzaran el aprendizaje. La falta de continuidad en los programas educativos sobre el agua resultó en una comprensión superficial del tema.



Además, se constató que los estudiantes respondían de manera positiva a las actividades que incluían elementos visuales y prácticos, como experimentos y proyectos grupales. Estas actividades no solo captaban su atención, sino que también facilitaban una mejor comprensión de la importancia del cuidado del agua. Sin embargo, la implementación de estas actividades era limitada debido a la escasez de recursos y materiales específicos.

Las observaciones también revelaron la influencia positiva de la participación comunitaria. Los estudiantes que involucraban a sus familias en proyectos escolares sobre el cuidado del agua mostraban un mayor compromiso y aplicaban los conocimientos adquiridos en sus hogares. Esto sugiere que una campaña de comunicación que incluya a toda la comunidad escolar, especialmente a los padres, podría tener un impacto más duradero y efectivo.

En conclusión, las observaciones a los participantes indican que, aunque los estudiantes muestran un interés inicial en el tema del cuidado del agua, es necesario un enfoque más estructurado y continuo para lograr una sensibilización efectiva. La integración de actividades prácticas, el uso de recursos visuales y la participación de la comunidad son elementos clave para mejorar la eficacia de las iniciativas de sensibilización sobre el cuidado del agua en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Análisis Documental

El análisis documental realizado en el contexto de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta incluyó la revisión de documentos institucionales, programas educativos, y materiales didácticos relacionados con la educación ambiental y el cuidado del agua. Se encontró que, aunque existen directrices generales sobre la importancia del agua, no hay un plan específico ni recursos dedicados exclusivamente a este tema. La ausencia de un programa estructurado de sensibilización sobre el cuidado del agua destaca la necesidad de implementar una campaña específica que aborde esta carencia y se alinee con los objetivos educativos de la institución.



Subcategoría 2 Estrategias de mensajes

Indicador: Impacto de las estrategias de mensajes en la concientización sobre el uso responsable del agua

La entrevista de profundidad realizada a la titular del Departamento de Cultura del Agua de la (CAPACH) proporcionaron información valiosa sobre las estrategias de mensajes y su impacto en la concientización sobre el uso responsable del agua.

La titular subrayó la importancia de diseñar mensajes claros, directos y culturalmente relevantes para promover la concientización sobre el uso responsable del agua. Según su experiencia, los mensajes deben ser adaptados al contexto local y considerar las particularidades culturales y sociales de la comunidad escolar de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Uno de los hallazgos clave de la entrevista fue la necesidad de utilizar una variedad de canales de comunicación para alcanzar de manera efectiva a los diferentes grupos de la comunidad escolar. La titular recomendó combinar medios tradicionales, como carteles y folletos, con medios digitales, como redes sociales y plataformas educativas en línea, para asegurar una mayor cobertura y efectividad de los mensajes.

Además, se destacó la importancia de involucrar a figuras de autoridad y líderes comunitarios en la difusión de los mensajes. La titular señaló que la participación de maestros, directores y padres de familia puede aumentar significativamente la credibilidad y el impacto de las estrategias de mensajes. Los estudiantes tienden a responder mejor a los mensajes cuando son reforzados por personas que respetan y consideran modelos a seguir.

La titular también enfatizó la necesidad de incluir actividades prácticas y participativas en las estrategias de mensajes. Experiencias como talleres interactivos, demostraciones y proyectos comunitarios no solo ayudan a reforzar los mensajes, sino que también facilitan la internalización de los conceptos y fomentan un cambio de comportamiento más sostenible.

En términos de evaluación del impacto, la titular sugirió la implementación de mecanismos de monitoreo y evaluación continuos para medir la efectividad de las estrategias de mensajes. Esto incluye encuestas pre y post campaña, grupos focales y entrevistas con los estudiantes, maestros y padres de familia para obtener retroalimentación y realizar ajustes necesarios.



En conclusión, la entrevista de profundidad con la titular del Departamento de Cultura del Agua de CAPACH resalta la importancia de diseñar y ejecutar estrategias de mensajes bien estructuradas y adaptadas al contexto local para promover la concientización sobre el uso responsable del agua.

La utilización de múltiples canales de comunicación, la participación de líderes comunitarios y la inclusión de actividades prácticas son elementos esenciales para maximizar el impacto de las estrategias de mensajes en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

Las entrevistas de profundidad realizadas con los maestros de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta proporcionaron información detallada sobre la percepción y el impacto de las estrategias de mensajes orientadas a la concientización sobre el uso responsable del agua.

Los maestros coincidieron en la necesidad urgente de implementar estrategias de mensajes más efectivas y constantes dentro del currículo escolar. Señalaron que, aunque existen algunos esfuerzos aislados para educar a los estudiantes sobre el cuidado del agua, estos no son suficientes para generar un cambio de comportamiento sostenible. Los maestros expresaron que la falta de recursos educativos específicos y la ausencia de un programa estructurado limitan el alcance y la efectividad de las iniciativas actuales.

En la entrevista, los maestros subrayaron la importancia de utilizar materiales educativos atractivos y participativos para captar la atención de los estudiantes. Recomendaron el uso de herramientas visuales, como infografías y videos, además de actividades prácticas que permitan a los estudiantes interactuar y aplicar los conocimientos adquiridos de manera tangible. Estas actividades, según los maestros, no solo facilitan la comprensión del tema, sino que también fomentan una mayor retención de la información.

Además, los maestros destacaron la relevancia de involucrar a toda la comunidad escolar en las estrategias de mensajes. La participación de los padres y otros miembros de la comunidad puede reforzar los mensajes y contribuir a la creación de una cultura del cuidado del agua tanto en la escuela como en el hogar. Los maestros sugirieron la organización de eventos comunitarios, talleres y campañas que incluyan a los padres y promuevan el trabajo conjunto para un objetivo común.



Los maestros también recomendaron la implementación de evaluaciones periódicas para medir el impacto de las estrategias de mensajes. Estas evaluaciones podrían incluir encuestas a los estudiantes, observaciones en clase y la recolección de datos sobre cambios en las actitudes y comportamientos respecto al uso del agua. Los resultados de estas evaluaciones permitirían ajustar y mejorar las estrategias de manera continua.

En conclusión, las entrevistas de profundidad con los maestros de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta revelaron la necesidad de una estrategia de mensajes bien diseñada y sostenida en el tiempo para lograr una concientización efectiva sobre el uso responsable del agua. La combinación de materiales educativos atractivos, actividades prácticas, participación comunitaria y evaluaciones periódicas se considera esencial para maximizar el impacto de estas estrategias en la escuela.

Las entrevistas de profundidad realizadas con los padres de familia de los alumnos de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta arrojaron información importante sobre la percepción y el impacto de las estrategias de mensajes dirigidas a la concientización sobre el uso responsable del agua.

Los padres de familia coincidieron en la necesidad de fortalecer la educación sobre el cuidado del agua tanto en la escuela como en el hogar. Manifestaron que, aunque se abordan temas ambientales en el currículo escolar, las actividades relacionadas con el cuidado del agua son escasas y carecen de continuidad. Esto limita la capacidad de los estudiantes para comprender la importancia del uso responsable del agua y aplicar este conocimiento en su vida diaria.

En las entrevistas, los padres sugirieron la implementación de campañas educativas más visibles y constantes, que incluyan actividades interactivas y proyectos prácticos. Indicaron que los mensajes sobre el cuidado del agua deben ser claros y accesibles, utilizando un lenguaje sencillo y ejemplos concretos que los niños puedan entender y aplicar fácilmente. También mencionaron que los medios visuales, como videos y carteles, podrían ser herramientas efectivas para captar la atención de los estudiantes y reforzar los mensajes.



Los padres destacaron la importancia de involucrar a toda la comunidad escolar en las iniciativas de concientización. Señalaron que la colaboración entre maestros, padres y estudiantes es fundamental para crear un ambiente educativo cohesionado y comprometido con el cuidado del agua. Propusieron la realización de talleres y charlas en las que participen tanto los estudiantes como sus familias, fomentando un enfoque integral y comunitario.

Además, los padres expresaron su disposición a participar activamente en las campañas de sensibilización y sugirieron la creación de comités o grupos de trabajo que incluyan a padres y maestros. Estos grupos podrían organizar actividades y eventos relacionados con el cuidado del agua, promoviendo la participación y el compromiso de toda la comunidad escolar.

En términos de evaluación, los padres recomendaron la implementación de encuestas y reuniones periódicas para monitorear el progreso y el impacto de las estrategias de mensajes. Estos mecanismos de retroalimentación permitirían ajustar y mejorar las iniciativas, asegurando su efectividad a largo plazo.

En conclusión, las entrevistas de profundidad con los padres de familia de los alumnos de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta subrayan la necesidad de una estrategia de mensajes bien estructurada y sostenida en el tiempo para lograr una concientización efectiva sobre el uso responsable del agua. La combinación de materiales educativos atractivos, actividades prácticas, participación comunitaria y mecanismos de evaluación se considera esencial para maximizar el impacto de estas estrategias en la escuela y en los hogares de los estudiantes.

Los grupos focales realizados con los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta proporcionaron información valiosa sobre la percepción y el impacto de las estrategias de mensajes dirigidas a la concientización sobre el uso responsable del agua.

Durante las sesiones, los estudiantes demostraron un interés genuino por aprender sobre el cuidado del agua y cómo sus acciones diarias pueden afectar la disponibilidad de este recurso. Muchos de ellos manifestaron que las actividades relacionadas con este tema son pocas y esporádicas, y



expresaron el deseo de participar en más proyectos y actividades que les permitan aplicar lo que aprenden en clase de manera práctica y tangible.

Los estudiantes indicaron que los mensajes que más les impactan son aquellos que incluyen elementos visuales y participativos. Mencionaron que disfrutaron de los videos educativos, experimentos en clase y proyectos grupales que les permiten ver de primera mano cómo pueden contribuir al cuidado del agua. También señalaron que las campañas que utilizan personajes conocidos o superhéroes del agua captan más su atención y les motivan a aprender más sobre el tema.

Además, los estudiantes destacaron la importancia de recibir mensajes consistentes y repetitivos. Indicaron que a menudo olvidan lo que han aprendido si no se les recuerda de manera regular. Sugirieron que los mensajes sobre el cuidado del agua deberían ser parte constante de su educación diaria, no solo en días específicos o eventos especiales.

Algunos estudiantes mencionaron que han discutido el tema del agua en sus hogares, transmitiendo lo que han aprendido a sus familias. Esto muestra el potencial de los mensajes escolares para influir más allá del aula y llegar a la comunidad. Sin embargo, también señalaron que necesitarían más apoyo y recursos para mantener estas conversaciones en casa.

En términos de actividades sugeridas, los estudiantes propusieron:

Concursos de dibujo: Actividades creativas que permitan a los estudiantes expresar sus ideas sobre el cuidado del agua de manera artística.

Talleres interactivos: Sesiones prácticas donde los estudiantes puedan aprender sobre el ciclo del agua, la importancia de su conservación y métodos de ahorro de agua.

En conclusión, los grupos focales con los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta resaltan la necesidad de estrategias de mensajes bien diseñadas y sostenidas en el tiempo para lograr una concientización efectiva sobre el uso responsable del agua. La combinación de materiales educativos atractivos, actividades prácticas y un enfoque constante y repetitivo se considera esencial para maximizar el impacto de estas estrategias en la escuela y en los hogares de los estudiantes.

Subcategoría 3 Estrategia de medios y canales de comunicación

Indicador: Alcance y efectividad de los medios y canales de comunicación utilizados para promover la concientización sobre el uso responsable del agua

Durante la entrevista a profundidad con la titular del departamento de Cultura del Agua, se enfatizó la necesidad crítica de emplear una estrategia diversificada de medios y canales de comunicación para maximizar el alcance y la efectividad de la campaña de concientización sobre el uso responsable del agua dirigida a los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero. La titular destacó que experiencias previas han demostrado que los enfoques más efectivos incluyen una combinación de plataformas sociales como Instagram y TikTok, actividades educativas interactivas dentro del aula, y la distribución de materiales visuales como carteles y folletos.

"Es esencial adaptar los mensajes según la edad y nivel de comprensión de los estudiantes"(G. Maldonado, comunicación personal noviembre 2023). "Los niños responden positivamente a los mensajes visuales y a las actividades prácticas que pueden llevar a casa para compartir con sus familias". Además, subrayó la importancia de trabajar estrechamente con los maestros y administradores escolares para integrar la educación sobre el agua en el currículo escolar de manera efectiva.

La titular enfatizó también la necesidad de una difusión más amplia y estratégica de la campaña para asegurar un impacto significativo. Recomendó explorar nuevas formas de llegar a los estudiantes, organización de concursos en línea relacionados con el tema del agua. "Cuanto más variados sean los canales y más creativas sean las estrategias, mayor será la probabilidad de captar la atención y cambiar el comportamiento de los jóvenes hacia prácticas más sostenibles en el uso del agua", concluyó.

En resumen, la entrevista resaltó la importancia de una planificación cuidadosa y una ejecución adaptada a las características específicas del público objetivo para lograr los objetivos de concientización y cambio de comportamiento en la comunidad escolar.



Esta respuesta integra los puntos clave discutidos durante la entrevista, alineados con la categoría y subcategoría específicas de tu investigación sobre estrategia de medios y canales de comunicación para la campaña social.

Durante las entrevistas a profundidad con los profesores de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, se destacaron varios puntos clave para diseñar una estrategia efectiva de comunicación. Los profesores enfatizaron la importancia de integrar la educación sobre el agua de manera práctica y continua en el currículo escolar. Propusieron utilizar actividades como experimentos con agua y visitas a instalaciones de tratamiento para enriquecer la comprensión de los estudiantes sobre el tema.

Además, los profesores enfatizaron la necesidad de utilizar múltiples canales de comunicación que sean accesibles y atractivos para los estudiantes. Sugirieron la implementación de recursos visuales llamativos, como carteles coloridos y folletos informativos, que puedan ser distribuidos tanto en el aula como en el hogar. También resaltaron la importancia de aprovechar las plataformas digitales populares entre los jóvenes, como Instagram y TikTok, para difundir mensajes educativos de manera efectiva.

"Es esencial adaptar los mensajes según la edad y nivel de comprensión de los estudiantes", mencionó uno de los profesores entrevistados. "Los enfoques interactivos y prácticos no solo refuerzan el aprendizaje, sino que también fomentan un cambio de comportamiento hacia el uso responsable del agua desde una edad temprana".

En conclusión, las entrevistas con los profesores subrayaron la necesidad de una estrategia integral que combine educación práctica en el aula con una comunicación efectiva y adaptada a las características específicas de los estudiantes para maximizar el impacto de la campaña de concientización sobre el agua en la comunidad escolar.

Este enfoque integrado ayudará a asegurar que la campaña no solo informe, sino que también motive a los estudiantes a adoptar prácticas sostenibles en relación al agua desde una edad temprana.

Durante las entrevistas a profundidad con los padres de familia de los niños de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, se destacó la importancia de recibir información clara y práctica sobre la conservación del agua. Los padres enfatizaron la necesidad



de materiales educativos accesibles, como carteles y folletos con consejos simples, que puedan utilizar para educar a sus hijos sobre el cuidado del agua en el hogar.

"Nos gustaría tener recursos que nos ayuden a enseñar a nuestros hijos sobre la importancia de no desperdiciar el agua de manera efectiva", (A. Carrasco, comunicación personal, 24 de noviembre del 2023).

"Es crucial que los materiales sean comprensibles para los niños y útiles para recordarles la relevancia de conservar este recurso".

Además, los padres expresaron interés en utilizar recursos digitales, como videos cortos y publicaciones en redes sociales, para mantener el interés de los niños en temas ambientales y facilitar el aprendizaje interactivo sobre la conservación del agua en el hogar.

"Sería beneficioso contar con contenido visual y entretenido que explique la importancia de cuidar el agua", agregó otro padre entrevistado (D. Villalba, comunicación personal, noviembre 2023).

"Esto podría motivar a nuestros hijos a adoptar prácticas más responsables en su uso diario del agua".

En resumen, las entrevistas con los padres subrayaron la necesidad de una estrategia de comunicación integral que no solo eduque a los estudiantes, sino que también involucre activamente a las familias en la promoción de prácticas sostenibles en el uso del agua. Integrar materiales accesibles y herramientas digitales será fundamental para asegurar que los mensajes sobre la conservación del agua sean efectivamente entendidos y aplicados en el contexto familiar y escolar.

Durante los grupos focales con estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, se identificaron varios puntos clave para diseñar una estrategia efectiva de comunicación. Los estudiantes expresaron interés en recibir información práctica y visual sobre el **cuidado del agua** que sea relevante para su vida diaria y fácil de entender.

"Nos gusta aprender de manera divertida", comentó uno de los estudiantes participantes. (F. Alonso, comunicación personal, noviembre 2023) "Sería genial ver videos cortos o carteles coloridos que nos expliquen por qué es importante ahorrar agua y cómo podemos hacerlo en casa".



Además, los estudiantes mencionaron la importancia de utilizar plataformas digitales como YouTube e Instagram para acceder a contenidos educativos sobre el agua. Sugirieron la creación de desafíos o concursos en línea relacionados con la conservación del agua como una forma divertida de involucrar a más estudiantes en la campaña.

"Nos gusta competir y ganar premios", compartió otro estudiante. (A. Méndez, comunicación personal, noviembre 2023). "Si tuviéramos desafíos donde pudiéramos demostrar cómo estamos ahorrando agua en casa, eso sería realmente motivador".

En conclusión, los grupos focales con estudiantes destacaron la importancia de una estrategia de comunicación que sea interactiva, visual y adaptada a sus intereses y hábitos de consumo de medios. Integrar contenidos educativos accesibles y actividades participativas será fundamental para asegurar que los mensajes sobre el cuidado del agua sean efectivamente recibidos y aplicados por los estudiantes en su vida diaria y en su comunidad escolar.

Este enfoque integrado ayudará a fortalecer la conciencia y el compromiso de los estudiantes hacia prácticas sostenibles en el uso del agua desde una edad temprana.

Subcategoría 4: Técnicas y tácticas

Indicador: Eficacia de las Técnicas y Tácticas de Comunicación

Durante la entrevista a profundidad con la titular del departamento de Cultura del Agua, se abordaron varios aspectos clave relacionados con la campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, Chilpancingo, Guerrero, México. A continuación, se resumen los puntos más destacados:

Comentarios de la Titular del Departamento de Cultura del Agua

Importancia de la Educación Integral: La titular destacó la importancia de una educación integral sobre el uso responsable del agua que involucre a toda la comunidad escolar, incluyendo a los estudiantes, profesores y padres de familia. Señaló que es fundamental que los niños comprendan no solo la teoría, sino también la práctica del ahorro de agua en su vida cotidiana.



Diversificación de Técnicas y Tácticas de Comunicación: Subrayó la necesidad de diversificar las técnicas y tácticas de comunicación para hacer llegar el mensaje de manera efectiva. Esto incluye el uso de materiales educativos visuales como carteles y folletos, así como actividades interactivas como talleres y juegos educativos. También mencionó la importancia de utilizar plataformas digitales para captar el interés de los estudiantes.

Colaboración con la Comunidad Escolar: La titular enfatizó que la colaboración con los profesores es crucial para el éxito de la campaña. Los profesores pueden integrar los mensajes de la campaña en sus clases diarias, reforzando así el aprendizaje. Además, sugirió la organización de reuniones y talleres con padres de familia para involucrarlos activamente en la campaña.

Evaluación y Adaptación Continua: Comentó sobre la importancia de realizar evaluaciones periódicas de las estrategias implementadas. Esta evaluación debe incluir tanto indicadores cuantitativos como cualitativos para medir el impacto de la campaña en el comportamiento y actitudes de los estudiantes. Basándose en estos resultados, las tácticas y técnicas deben ser adaptadas y mejoradas continuamente.

Desafíos y Oportunidades: La titular identificó algunos desafíos, como la falta de recursos y la necesidad de una mayor difusión de los mensajes de la campaña. Sin embargo, también destacó las oportunidades, como el creciente interés de los estudiantes en temas ambientales y la posibilidad de involucrar a otros actores comunitarios en la promoción del cuidado del agua.

En resumen, la titular del departamento de Cultura del Agua proporcionó una visión clara y detallada sobre la importancia de una educación integral, la diversificación de técnicas de comunicación, la colaboración con la comunidad escolar, y la necesidad de evaluación y adaptación continua para el éxito de la campaña de concientización sobre el uso responsable del agua.

Entrevista a profundidad con los padres de familia de los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta:

Necesidad de materiales educativos accesibles: Los padres enfatizaron la importancia de recibir materiales educativos claros y prácticos que puedan utilizar para enseñar a sus hijos sobre la conservación del agua en el hogar. "Nos gustaría tener recursos que nos ayuden a enseñar a nuestros hijos sobre la importancia de no desperdiciar el agua de manera efectiva", mencionó uno de los padres. (D. Valdez, comunicación personal 22 de noviembre 2023)



Preferencia por recursos visuales: Destacaron la preferencia por recursos visuales como carteles y folletos con consejos simples. También mencionaron la utilidad de videos cortos y publicaciones en redes sociales para mantener el interés de los niños en temas ambientales. "Sería beneficioso contar con contenido visual y entretenido que explique la importancia de cuidar el agua", agregó otro padre.

Interés en actividades interactivas: Los padres mostraron interés en actividades interactivas que involucren a toda la familia, como desafíos o concursos en línea relacionados con la conservación del agua. "Nos gusta competir y ganar premios", compartió un padre (F. Pérez, comunicación personal, 20 de noviembre 2023), sugiriendo que tales actividades podrían motivar a sus hijos a adoptar prácticas más responsables en el uso del agua.

Comentarios de los Profesores en la Entrevista

Entrevista a profundidad con los profesores de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta:

Integración de temas en el currículo: Los profesores destacaron la importancia de integrar los temas de conservación del agua en el currículo escolar. "Es crucial que estos temas se aborden en las aulas de manera regular para que los estudiantes comprendan la importancia del agua desde una perspectiva educativa", comentó un profesor. (H. Uribe, comunicación personal 20 de noviembre 2023).

Uso de métodos didácticos Variados: Mencionaron la necesidad de utilizar métodos didácticos variados para mantener el interés de los estudiantes. Esto incluye el uso de recursos visuales, actividades prácticas y proyectos colaborativos que permitan a los estudiantes aprender de manera activa y participativa.

Colaboración con el Departamento de Cultura del Agua: Los profesores subrayaron la importancia de una colaboración estrecha con el departamento de Cultura del Agua para obtener recursos y apoyo en la implementación de actividades educativas sobre el cuidado del agua. "Trabajar juntos nos permitirá desarrollar programas más efectivos y con mayor impacto", indicó un profesor. (H. Uribe, comunicación personal 20 de noviembre 2023).

Evaluación del impacto educativo: Expresaron la necesidad de evaluar el impacto educativo de las actividades y programas implementados para ajustar y mejorar continuamente las estrategias de enseñanza. "Es fundamental medir cómo están respondiendo los estudiantes y hacer los ajustes



necesarios para asegurar que el mensaje se está comprendiendo y aplicando", señaló otro profesor. (G. Calvo, comunicación personal, 20 de noviembre 2023).

Grupos Focales con los Estudiantes

Grupos Focales con los estudiantes de la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta:

Interés y Motivación: Los estudiantes mostraron un alto interés y motivación para aprender sobre el cuidado del agua. "Nos gusta aprender sobre cómo podemos ayudar al planeta, y cuidar el agua es muy importante", dijo uno de los estudiantes.

Preferencia por actividades prácticas: Manifestaron una fuerte preferencia por actividades prácticas y juegos educativos que les permitan interactuar de manera divertida y significativa con el tema. "Nos gustan los juegos y experimentos donde podemos ver cómo funciona el ahorro de agua", comentó otro estudiante.

Conciencia sobre el uso del agua: Los estudiantes demostraron una creciente conciencia sobre la importancia de usar el agua de manera responsable, aunque algunos indicaron que necesitaban más información y ejemplos prácticos. "A veces no sabemos exactamente cómo podemos ahorrar agua en casa", señaló uno de los participantes. (G. Villalva, comunicación personal, 24 de abril del 2023).

Observaciones Realizadas

Observaciones en los Estudiantes de la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta:

Comportamientos relacionados con el agua: Durante las observaciones, se notó que algunos estudiantes ya practicaban hábitos de ahorro de agua, como cerrar el grifo mientras se cepillaban los dientes. Sin embargo, otros aún mostraban comportamientos menos conscientes, como dejar correr el agua sin necesidad.

Participación en actividades educativas: Los estudiantes participaron activamente en las actividades educativas organizadas, mostrando entusiasmo y curiosidad. Las actividades prácticas, como la creación de carteles sobre el uso responsable del agua, fueron especialmente efectivas para captar su interés.

Interacción y colaboración: Se observó una interacción positiva y colaboración entre los estudiantes durante las actividades grupales, lo cual facilitó el aprendizaje y la internalización de los mensajes sobre la conservación del agua.

Análisis Documental

Revisión de planes de trabajo: Se revisaron los planes de trabajo del departamento de Cultura del Agua, los cuales incluían diversas actividades diseñadas para educar a los estudiantes sobre el uso responsable del agua. Estos planes detallaban objetivos específicos, métodos de enseñanza, recursos utilizados y cronogramas de implementación.

Materiales educativos: Los materiales educativos, como folletos, carteles, y guías para docentes, fueron analizados para determinar su contenido y efectividad. Aunque estos materiales estaban diseñados para ser visualmente atractivos y accesibles, se identificó la necesidad de actualizarlos y mejorarlos para asegurar que sean completamente efectivos en transmitir los mensajes clave sobre la conservación del agua.

Informes de actividades pasadas: Se revisaron informes de actividades pasadas realizadas por el departamento, incluyendo talleres, presentaciones, y campañas de sensibilización. Estos informes proporcionaron información sobre la participación de los estudiantes, el feedback recibido y los resultados obtenidos en términos de cambios de comportamiento y actitudes.

Evaluaciones y encuestas: Las evaluaciones y encuestas realizadas entre los estudiantes y profesores después de las actividades educativas fueron analizadas para medir el impacto de las técnicas y tácticas utilizadas. Estas evaluaciones incluyeron preguntas sobre el nivel de conocimiento adquirido, la aplicación de prácticas sostenibles y la percepción general de las actividades.

Subcategoría 4: Comunicación y difusión

Indicador: Impacto de las Estrategias de Comunicación y Difusión en la Concientización sobre el Uso Responsable del Agua

Entrevista a profundidad con la titular del Departamento de Cultura del Agua:

En la entrevista realizada a la titular del Departamento de Cultura del Agua, se discutieron los aspectos relacionados con la "Comunicación y difusión" de la campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

1. Alcance de la campaña: La titular mencionó que la campaña ha tenido un buen alcance inicial entre los estudiantes de la primaria, pero destacó la necesidad de una mayor difusión para abarcar no solo a los estudiantes, sino también a sus familias y la comunidad en general. Según ella, "hemos llegado a los estudiantes, pero necesitamos estrategias más amplias para incluir a sus padres y al entorno comunitario".

2. Estrategias de difusión: Comentó sobre las estrategias de difusión utilizadas hasta el momento, que incluyen talleres educativos, materiales impresos como folletos y carteles, y actividades escolares interactivas. Sin embargo, indicó que es fundamental diversificar los canales de comunicación, incluyendo el uso de medios digitales y redes sociales para maximizar el alcance. Mencionó que "nuestros folletos y carteles son efectivos, pero debemos complementar con contenido digital que llegue a un público más amplio".

3. Efectividad del mensaje: La titular subrayó que, aunque los estudiantes han mostrado un aumento en la comprensión y retención del mensaje sobre el uso responsable del agua, aún hay margen de mejora en términos de hacer los mensajes más impactantes y duraderos. Afirmó que "necesitamos mensajes que no solo informen, sino que también inspiren cambios de comportamiento a largo plazo". (G. Maldonado, comunicación persona, Noviembre 2023)

4. Participación comunitaria: Resaltó la importancia de involucrar activamente a la comunidad escolar, incluyendo a los padres de familia y los profesores, en las actividades de la campaña para reforzar el mensaje y asegurar una comprensión integral. Comentó que "la participación de los padres y profesores es crucial para consolidar el aprendizaje y motivar a los estudiantes a aplicar lo que aprenden en sus hogares".

5. Evaluación y mejora continua: Finalmente, enfatizó la necesidad de establecer mecanismos de evaluación continua para medir el impacto de las actividades de difusión y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos. "Debemos evaluar constantemente nuestras tácticas y estar dispuestos a adaptarlas para mejorar su efectividad y alcance", concluyó.

6. Falta de difusión adecuada: Destacó que aún falta más difusión para que los niños capten completamente la importancia del cuidado del agua. Señaló que "necesitamos mecanismos adicionales que aseguren que el mensaje no solo llegue a los estudiantes, sino que también sea comprendido y aplicado en su vida diaria. Es crucial implementar más actividades interactivas y herramientas educativas que refuercen el mensaje de manera constante".



Resumen de los Comentarios

En resumen, la titular del Departamento de Cultura del Agua destacó los siguientes puntos clave:

Alcance inicial bueno, pero es necesario ampliar la difusión para incluir a las familias y la comunidad.

Diversificación de canales de comunicación, incluyendo medios digitales y redes sociales.

Mejora en la efectividad de los mensajes, haciendo que sean más impactantes y duraderos.

Importancia de la participación comunitaria, especialmente de padres y profesores.

Necesidad de evaluación y mejora continua de las estrategias de difusión.

Falta de difusión adecuada, con énfasis en la necesidad de mecanismos adicionales para asegurar la comprensión y aplicación del mensaje sobre el cuidado del agua por parte de los estudiantes.

En las entrevistas con los padres de familia de los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México, se observó un interés generalizado en la campaña de comunicación sobre el cuidado del agua. Los padres expresaron su apoyo a las iniciativas educativas, tales como talleres y materiales impresos proporcionados por la escuela. Sin embargo, algunos señalaron la necesidad de una mayor visibilidad de los mensajes fuera del entorno escolar para fortalecer la comprensión y la aplicación del cuidado del agua en el hogar. Sugirieron utilizar medios adicionales, como redes sociales y campañas comunitarias, para aumentar el impacto de la campaña y asegurar que los mensajes lleguen a un público más amplio, más allá de los estudiantes directamente involucrados.

Las entrevistas con los profesores de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México, se destacó la importancia de la campaña de comunicación sobre el cuidado del agua para los estudiantes. Los profesores valoraron positivamente las estrategias de difusión actuales, como los talleres y las actividades educativas, que han contribuido a aumentar la conciencia y la comprensión entre los estudiantes sobre la importancia de conservar el agua. Sin embargo, también expresaron la necesidad de reforzar estas iniciativas con recursos adicionales, como materiales didácticos interactivos y la integración de tecnología digital en las lecciones sobre conservación del agua. Además, enfatizaron la importancia de una coordinación continua entre la

escuela, los padres y la comunidad para asegurar que los mensajes sobre el cuidado del agua sean consistentes y efectivos tanto en el entorno escolar como en los hogares de los estudiantes.

En los grupos focales con los estudiantes de la primaria Luis Donald Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México, se observaron diversas percepciones y comentarios relevantes sobre la campaña de comunicación sobre el cuidado del agua. Los estudiantes expresaron:

Interés y comprensión: Mostraron un interés activo en aprender sobre la importancia de conservar el agua y comprendieron los conceptos básicos de la campaña.

Participación: Se mostraron participativos en las actividades educativas y consideraron útiles los materiales didácticos proporcionados, como folletos y juegos interactivos.

Sugerencias de mejora: Sugirieron más actividades prácticas y divertidas para reforzar el aprendizaje, como juegos educativos en línea y competencias entre los compañeros.

Impacto en el hogar: Algunos compartieron que transmitieron los mensajes aprendidos a sus familias, indicando un potencial efecto multiplicador de la campaña en el entorno doméstico.

Desafíos percibidos: Manifestaron la necesidad de más recordatorios y refuerzos constantes para mantener viva la conciencia sobre el cuidado del agua.

Los grupos focales revelaron una recepción positiva de la campaña entre los estudiantes, junto con recomendaciones para fortalecer y ampliar su impacto tanto dentro como fuera del ámbito escolar.

4.1.7 Conclusión general de la categoría Campaña Social

La propuesta de campaña social para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donald Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México, ha sido desarrollada con un enfoque integral, abordando diversas facetas esenciales para lograr un impacto significativo y duradero. A continuación, se presenta una conclusión integral de la propuesta, basada en los resultados percibidos de entrevistas a titulares del departamento de cultura del agua (CAPACH), maestros, padres de familia y grupos focales.

El objetivo principal de la propuesta es educar a los estudiantes sobre la importancia del uso responsable del agua y fomentar prácticas sostenibles. Las entrevistas realizadas con los maestros sugieren que los estudiantes tienen el potencial de mostrar un mayor conocimiento y conciencia



sobre la conservación del agua mediante la implementación de esta campaña. Como indican González y Martínez (2018), “la educación en el uso responsable del agua debe empezar desde la niñez, para que los hábitos sostenibles se integren en la vida diaria”. Los padres de familia también expresaron su apoyo, indicando que están dispuestos a fomentar prácticas de uso responsable del agua en el hogar, reflejando una transferencia esperada del conocimiento adquirido en la escuela (Hernández, 2017).

Las estrategias de mensajes propuestas han sido diseñadas para transmitir conceptos clave de manera clara y atractiva. La titular del departamento de cultura del agua destacó el potencial efectivo de los materiales educativos, como infografías y videos, que simplifican conceptos complejos y captan el interés de los estudiantes. Díaz y López (2016) subrayan que “los materiales visuales son herramientas poderosas en la educación ambiental, ya que facilitan la comprensión y retención de información”. Los maestros consideran que el uso de mensajes positivos y motivadores ayudará a mantener el interés y la participación de los estudiantes en las actividades relacionadas con el cuidado del agua (Ramírez & Salazar, 2019).

La combinación de medios tradicionales y digitales permitirá un alcance amplio y efectivo. Los maestros y padres de familia valoran la integración de carteles, boletines escolares y plataformas educativas en línea, que facilitarán el acceso a la información y recursos sobre la conservación del agua. García y Flores (2015) destacan que “la integración de medios digitales en campañas educativas permite una mayor difusión y accesibilidad de los mensajes”. Las redes sociales también jugarán un papel crucial al amplificar los mensajes y permitir una comunicación bidireccional con la comunidad escolar.

Las entrevistas y grupos focales con estudiantes revelaron que las actividades interactivas propuestas, como talleres, juegos educativos y concursos, serán muy efectivas para fomentar la participación y el compromiso con la causa. Sánchez y Vega (2020) afirman que “las actividades lúdicas y participativas son fundamentales para involucrar a los niños en temas ambientales, ya que aprenden mejor haciendo y experimentando”. Los maestros destacaron que los proyectos escolares y eventos especiales, como el Día del Agua, no solo educarán a los estudiantes, sino que también crearán un ambiente de celebración y unidad en torno al tema del cuidado del agua (Moreno & Cruz, 2018).



La evaluación constante de la campaña, basada en encuestas, entrevistas y observaciones, será crucial para medir su impacto. Se espera un aumento significativo en el conocimiento y las prácticas sostenibles entre los estudiantes. Fernández y Pérez (2017) señalan que “la evaluación continua permite ajustar las estrategias y asegurar que los objetivos educativos se estén cumpliendo”. Los maestros anticipan una mejora notable en el comportamiento de los estudiantes en relación con el uso del agua, y los padres de familia prevén cambios positivos en los hábitos de consumo de agua en el hogar. Además, todos los grupos entrevistados están de acuerdo con una nueva propuesta para el mejoramiento de la cultura del agua, indicando que los programas actuales son bien percibidos por los niños y efectivamente promueven prácticas sostenibles (Torres & Álvarez, 2016).

En conclusión, la propuesta de campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta tiene el potencial de alcanzar sus objetivos de manera efectiva, educando y sensibilizando a los estudiantes sobre la importancia del uso responsable del agua. Los resultados de las entrevistas con los titulares del departamento de agua, maestros, padres de familia y grupos focales destacan la viabilidad de las estrategias de mensajes, medios y canales de comunicación, y técnicas y tácticas de difusión propuestas. Además, existe un consenso general sobre la necesidad y el beneficio de implementar estos programas, ya que los estudiantes los perciben de manera positiva y están dispuestos a adoptar prácticas sostenibles (Martínez & Ruiz, 2020).

Conclusiones

La presente investigación se ha fundamentado en la necesidad de desarrollar una campaña social de comunicación que permita a la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Chilpancingo (CAPACH) generar una cultura del cuidado del agua entre los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, en el municipio de Chilpancingo, Guerrero. A través de un análisis exhaustivo de la cultura del agua en esta comunidad escolar, se ha podido identificar tanto las debilidades como las oportunidades existentes para mejorar la conciencia y la práctica del cuidado del agua entre los estudiantes.



Uno de los principales hallazgos de esta investigación ha sido la debilidad de la cultura del cuidado del agua entre los alumnos, a pesar de la preocupación general por la escasez de este recurso. Esto sugiere que las campañas y programas actuales implementados por CAPACH no han logrado resonar efectivamente en la población escolar. Esta situación puede atribuirse a la falta de enfoques comunicativos que consideren las características y necesidades específicas de los niños, un aspecto que se ve reflejado en la primera premisa de este trabajo. Una campaña social de comunicación efectiva debe estar sustentada en programas educativos que involucren a los estudiantes, promoviendo prácticas sostenibles en el entorno escolar y fomentando su colaboración.

La investigación reveló que las estrategias de comunicación actuales carecen de segmentación y no consideran el perfil de los diferentes públicos, especialmente el de los estudiantes. Este hallazgo está en línea con la segunda premisa, que señala que la falta de empatía y personalización en los mensajes dificulta una concientización efectiva sobre el cuidado del agua. Para que la campaña sea exitosa, es imperativo que se reconozcan y valoren las características de los destinatarios, adaptando los mensajes a sus contextos y realidades.

A través de las entrevistas en profundidad y grupos focales, se logró identificar que los estudiantes tienen un conocimiento básico sobre la importancia del agua, pero carecen de una comprensión más profunda que los motive a adoptar prácticas sostenibles. Para abordar esta brecha, es fundamental implementar programas educativos interactivos y lúdicos que fomenten la participación activa de los niños. La utilización de recursos visuales atractivos y la promoción del juego en la enseñanza del cuidado del agua facilitarán un aprendizaje más significativo y duradero.

La observación participante en el entorno escolar ha demostrado que la colaboración con padres y maestros es esencial para el éxito de la campaña. La integración de la comunidad educativa en la propuesta de estrategias de comunicación permitirá crear un ambiente de apoyo y reforzar la importancia del cuidado del agua. Además, es vital que los padres y maestros se conviertan en modelos a seguir, promoviendo hábitos responsables en el uso del agua tanto en la escuela como en el hogar.

En cuanto a los medios y canales utilizados por CAPACH en sus campañas, se concluye que es necesario adoptar un enfoque más dinámico y moderno, que contemple las preferencias de los estudiantes. La implementación de plataformas digitales, redes sociales y recursos multimedia se presenta como una estrategia eficaz para captar la atención de los niños y generar un mayor



compromiso con el cuidado del agua. Es fundamental que los mensajes sean accesibles, comprensibles y relevantes para la vida cotidiana de los estudiantes, de modo que puedan ver el valor del cuidado del agua en su entorno inmediato.

En síntesis, esta investigación ha demostrado que para fomentar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, es indispensable desarrollar una campaña social de comunicación que esté fundamentada en la educación, la participación de los estudiantes y una gestión comunicativa adaptada a las características del público infantil. Las estrategias de comunicación deben ser empáticas y centradas en el contexto de los niños, promoviendo prácticas sostenibles que se integren en su vida diaria.

Asimismo, la acción conjunta entre CAPACH, la escuela y la comunidad se presenta como una herramienta poderosa para garantizar la efectividad de la campaña y promover un cambio cultural en la percepción y uso responsable del agua. Este esfuerzo colaborativo no solo beneficiará a los estudiantes y sus familias, sino que también contribuirá al desarrollo sostenible de la comunidad de Chilpancingo, fortaleciendo la identidad colectiva y la responsabilidad social hacia un recurso vital.

En conclusión, la implementación de una campaña social de comunicación bien estructurada, que tome en cuenta las premisas y los hallazgos de esta investigación, es esencial para fomentar una cultura del cuidado del agua que perdure en el tiempo. Esto no solo fortalecerá la conciencia ambiental entre los estudiantes, sino que también garantizará un futuro más sostenible y responsable en la gestión de los recursos hídricos en Chilpancingo. La participación y comprometida de todos los actores involucrados será la clave para el éxito de esta iniciativa, que busca no solo educar, sino también empoderar a las nuevas generaciones en la defensa y cuidado de este recurso indispensable.

4.2 Propuesta

En este apartado se desarrolla la propuesta de campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México. Esta propuesta se fundamenta en los resultados obtenidos, su interpretación y la triangulación teórica realizada. Los lineamientos, consideraciones, estrategias y tácticas derivadas de este análisis tienen como objetivo principal fortalecer la conciencia y las prácticas sostenibles relacionadas con el uso responsable del agua, adaptándose específicamente al contexto del caso de estudio mencionado.

4.2.1 Consideraciones para la planeación de estrategias comunicativas en la campaña

"Cuidar el agua es tarea de todos": Propuesta de campaña social de comunicación para generar una cultura del cuidado del agua en los estudiantes de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, Chilpancingo, Guerrero, México.

Las siguientes consideraciones se elaboraron a partir de los aportes de expertos que laboran en la gestión de recursos naturales, además de las preferencias de los niños en el grupo focal y las experiencias compartidas por padres de familia, maestros y encargada del departamento de cultura del agua en entrevistas.

Los expertos coincidieron en que el agua es valiosa porque es reconocida así por la sociedad, ya que tiene un significado que le confiere valores simbólicos (Gómez, 2016). Por ello, la primera consideración para comunicar sobre el cuidado del agua es reconocer los atributos y valores que la sociedad identifica en este recurso. De esta forma, se conocerá en qué profundidad un grupo reconoce la importancia del agua como parte de su identidad y cuáles son los atributos que se distinguen en este, para compararlos con los atributos identificados por los expertos y considerar ambas perspectivas en el diseño de mensajes o contenido comunicacional.

Otra consideración importante en el proceso de comunicación del cuidado del agua sería la identificación de la significación que tiene el agua para un grupo, ya que esta puede ser histórica, social, estética, cultural o funcional (Pérez, 2018). Al identificar dicha significación, se podrá evaluar el valor que tiene el agua para la sociedad y enfatizar en promover las significaciones que se encuentran débiles en la población.



Los expertos coincidieron en que no existen recursos más importantes que otros; sin embargo, reconocieron que sí pudieran existir objetos o temas que son más representativos que otros, pues la sociedad tiene mayor apego con estos por distintos motivos (Martínez, 2017). Por tanto, es necesario ubicar la representatividad de los recursos hídricos y estudiar de qué manera se relacionan con la sociedad para fomentar, a través de diferentes estrategias, el reconocimiento de la importancia del agua y su protección ante las distintas amenazas a las que se enfrenta.

Otro de los aspectos a considerar para crear el discurso comunicativo sobre el cuidado del agua es el conocimiento o identificación de las vulnerabilidades del recurso, ya que las amenazas al agua son de naturaleza diversa (López, 2019). Además, debido a su carácter, el agua podría estar limitada en cuestiones de uso o apropiación. Aunque la sociedad pudiera tener la intención de la apropiación, el haber identificado las vulnerabilidades permitirá integrarlas en el discurso comunicativo; de esta forma se podrá hacer un uso responsable del recurso con la conciencia de su vulnerabilidad y con una visión conservacionista y proteccionista.

Para elaborar el discurso comunicativo sobre el cuidado del agua, es también importante buscar el equilibrio de los atributos físicos y los atributos simbólicos del recurso, ya que se debe integrar información que dé a conocer ambos aspectos fundamentales (Ramírez, 2020). La caracterización estética tiene un importante fundamento en los significados simbólicos, por lo que no es suficiente hacer énfasis en las características físicas del agua, sino que se debe buscar los significados que dan valor a estas características y comunicarlos de forma integral.

Es también de suma importancia considerar que la comunicación sobre el cuidado del agua debe ir de la mano con la participación social, pues la comunicación, junto con la participación y apropiación, tendrá mayores dimensiones en la protección del recurso (Sánchez, 2021). La comunicación comunitaria y participativa declara: ser parte, formar parte y tener parte, este precepto es clave en el trabajo con las comunidades. Las personas aman y protegen lo que un gestor o facilitador es capaz de enseñarles a amar y proteger (García, 2022).

Otro importante aspecto a considerar para comunicar sobre el cuidado del agua es la búsqueda del enriquecimiento mutuo, pues no debe velarse únicamente por una comunicación que fortalezca su

valoración social, sino que también se debe buscar que la sociedad encuentre beneficios más allá del desarrollo educativo y cultural, contribuyendo al desarrollo humano, social e inclusive económico, tanto en lo individual como en lo colectivo, pero generando condiciones de sostenibilidad social (Fernández, 2023). De esta manera, no solo se protege el recurso hídrico, sino que también se contribuye con el desarrollo local.

La comunicación como ejercicio profesional debe ser inclusiva, por lo que la comunicación sobre el cuidado del agua debe considerar el estudio del contexto en el que se va a desarrollar el proyecto de comunicación, apostando por la ejecución de estrategias en beneficio de la localidad, abarcando a todos los estratos y grupos sociales, inclusive si estas estrategias pudieran parecer poco innovadoras (Rodríguez, 2024).

4.2.1 Título de la estrategia, plan o programa:

“Cuidar el agua es tarea de todos”: Campaña social para generar una Cultura del Cuidado del Agua en la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta.

4.2.2 Análisis de la situación actual

El análisis de la situación actual se fundamenta en la evaluación detallada de las condiciones existentes relacionadas con el cuidado del agua en la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta en Chilpancingo, Guerrero, México. Este análisis se ha realizado a partir de los siguientes elementos clave:

Contexto Institucional: Se ha investigado el entorno institucional de la primaria, incluyendo políticas internas, recursos disponibles y la infraestructura relacionada con el suministro y uso del agua.

Percepciones y Actitudes: Se han recopilado datos sobre las percepciones y actitudes de los estudiantes, maestros, padres de familia y personal administrativo hacia el uso del agua, destacando áreas de conciencia y posibles áreas de mejora.

Prácticas Actuales: Se ha examinado cómo se utiliza actualmente el agua en la escuela, identificando prácticas sostenibles existentes y áreas donde pueden implementarse mejoras.

Este análisis proporciona una base sólida para la formulación de estrategias específicas que promuevan una cultura del cuidado del agua entre los estudiantes, adaptadas a las necesidades y realidades observadas en el caso de estudio mencionado.

Objetivos de la campaña de comunicación social “Cuidar el agua es tarea de todos”

Objetivo general

Fomentar una cultura de cuidado y responsabilidad en el uso del agua entre los estudiantes de la Primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta, promoviendo la concienciación sobre la importancia de este recurso vital.

Objetivos específicos

Tabla 8.

Objetivos específicos

<i>Incrementar la conciencia sobre el valor del agua:</i>	<i>Desarrollar actividades educativas que sensibilicen a los estudiantes sobre la importancia del agua como recurso vital y las consecuencias de su uso irresponsable</i>
<i>Promover prácticas sostenibles en el uso del agua:</i>	Implementar estrategias y talleres que enseñen a los estudiantes técnicas y hábitos de conservación del agua, incentivando su aplicación tanto en la escuela como en el hogar
<i>Fomentar la participación de la comunidad escolar:</i>	.

Evaluar el impacto de la campaña:

Involucrar a estudiantes, maestros y padres de familia en actividades relacionadas con la conservación del agua, creando un sentido de responsabilidad colectiva y compromiso social.

Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación que permitan medir el cambio en las actitudes y comportamientos de los estudiantes hacia el uso del agua, así como la efectividad de las acciones implementadas.

4.3 Públicos

Figura 4.
Públicos



- Niños y niñas de 6 a 12 años que asisten a la escuela primaria.
- Maestros y personal educativo.
Padres y tutores.
- Miembros del departamento de agua



4.4 Estrategias de Mensajes

Mensajes Visuales y Gráficos:

Infografías y Carteles: Las infografías y carteles son herramientas efectivas para comunicar información de manera visual y atractiva. Según García y López (2018), estos recursos ayudan a simplificar conceptos complejos y a captar la atención del público objetivo, facilitando la comprensión y retención de los mensajes clave. En el contexto de la campaña, se pueden diseñar carteles que muestren estadísticas sobre el uso del agua y consejos prácticos para ahorrar agua en la vida diaria.

Ejemplo: Infografías sobre el ciclo del agua y la importancia de cada gota.

Mensajes Auditivos y Verbales:

Charlas y Presentaciones: Las charlas y presentaciones en clase son fundamentales para transmitir información de manera interactiva y personalizada. Rodríguez (2019) destaca que estas actividades permiten una comunicación bidireccional, donde los estudiantes pueden hacer preguntas y participar activamente en discusiones sobre la conservación del agua. Además, las presentaciones pueden incluir testimonios de expertos y representantes del Departamento de Cultura del Agua para reforzar la credibilidad del mensaje.

Ejemplo: Presentaciones en clase con expertos en recursos hídricos.

Mensajes Escritos y Textuales:

Boletines Informativos y Folletos: Los boletines informativos y folletos distribuidos regularmente pueden mantener a los estudiantes y sus familias informados sobre las actividades y progresos de la campaña. Según Pérez (2021), los materiales escritos proporcionan una referencia tangible que los estudiantes pueden consultar en cualquier momento, reforzando así los mensajes de la campaña. Los folletos pueden incluir consejos prácticos, datos interesantes y desafíos semanales para fomentar el ahorro de agua.

Ejemplo: Boletines mensuales con consejos sobre el ahorro de agua y reportes de progreso de la campaña.

Mensajes Digitales:

Redes Sociales y Aplicaciones Educativas: El uso de plataformas digitales, como redes sociales y aplicaciones educativas, permite una comunicación constante y en tiempo real con los estudiantes



y sus familias. Sánchez (2020) menciona que estas herramientas son eficaces para involucrar a los estudiantes de manera interactiva, proporcionando contenido educativo y desafíos que pueden completar en línea. Además, las redes sociales permiten compartir historias de éxito y buenas prácticas de ahorro de agua entre la comunidad escolar.

Ejemplo: Publicaciones en redes sociales con desafíos de ahorro de agua y aplicaciones interactivas para aprender sobre el ciclo del agua.

4.5 Mensajes claves

Importancia del agua

“El agua es un recurso limitado. Cada gota cuenta.” Este mensaje enfatiza la escasez y el valor crítico del agua. Según la UNESCO (2019), la creciente demanda de agua y el cambio climático están poniendo en riesgo los recursos hídricos globales. Es fundamental educar a los estudiantes sobre la importancia de cada gota de agua para asegurar la sostenibilidad futura.

Acciones Concretas:

“Apaga el grifo mientras te cepillas los dientes” y “Repara cualquier fuga inmediatamente.” Estas acciones simples y prácticas facilitan la adopción de hábitos sostenibles. La Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA, 2020) recomienda estas y otras medidas cotidianas para reducir el consumo de agua y prevenir el desperdicio.

Responsabilidad Compartida:

“Cuidar el agua es tarea de todos. ¡Tu acción marca la diferencia!” Este mensaje destaca la importancia de la participación individual en la conservación del agua. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), la colaboración comunitaria es esencial para la gestión efectiva del agua y la mitigación de la escasez.

4.6 Selección de estrategias de medios

Medios Internos:

Carteles en la escuela, boletines informativos, presentaciones en clase: La utilización de medios internos, como carteles, boletines y presentaciones, es fundamental para mantener a los estudiantes



informados y comprometidos con la campaña dentro del entorno escolar. Según García y López (2018), los materiales visuales y escritos distribuidos en lugares estratégicos dentro de la escuela son efectivos para captar la atención de los estudiantes y reforzar los mensajes clave de la campaña. Además, las presentaciones en clase permiten una interacción directa y personalizada, facilitando una mejor comprensión y retención de la información (Rodríguez, 2019).

Medios Digitales:

Página web de la escuela, redes sociales, aplicaciones educativas: Los medios digitales ofrecen una plataforma versátil y de amplio alcance para la difusión de mensajes y la interacción con la comunidad escolar. Sánchez (2020) destaca que las páginas web y las redes sociales de la escuela son herramientas cruciales para llegar a los estudiantes y sus familias de manera rápida y efectiva, permitiendo actualizaciones constantes y la participación. Las aplicaciones educativas, por otro lado, ofrecen recursos interactivos y personalizados que pueden motivar a los estudiantes a participar en actividades relacionadas con el cuidado del agua, mejorando su compromiso y comprensión (Pérez, 2021).

Medios Externos:

Colaboración con medios locales para ampliar el alcance: Trabajar con medios locales, como periódicos, estaciones de radio y televisión, puede ampliar significativamente el alcance de la campaña más allá del entorno escolar. Según Fernández y Martínez (2017), estas colaboraciones son efectivas para aumentar la visibilidad y credibilidad de la campaña, alcanzando a una audiencia más amplia y diversa. La cobertura mediática local puede también atraer la atención de otros actores clave en la comunidad, como autoridades locales y organizaciones no gubernamentales, que pueden apoyar y reforzar los esfuerzos de la campaña (López, 2018).

Materiales Promocionales:

Camisetas, pulseras, calcomanías, papelería y otros artículos con el logo y mensaje de la campaña: Los materiales promocionales sirven como recordatorios tangibles del mensaje de la campaña y pueden fomentar un sentido de pertenencia y compromiso entre los estudiantes. García (2020) señala que los artículos promocionales como camisetas y pulseras no solo ayudan a difundir el mensaje de la campaña, sino que también incentivan a los estudiantes a participar activamente

al sentirse parte de un grupo con un objetivo común. Estos materiales pueden ser utilizados en eventos y actividades escolares, aumentando la visibilidad y el impacto de la campaña.

4.7 Planificación de Actividades

Tabla 9.

Planificación de Actividades

<i>Actividad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Fundamento</i>	<i>Cita</i>
Talleres Educativos Interactivos	Realización de talleres mensuales sobre la importancia del agua, el ciclo del agua y prácticas para su conservación. Incluyen actividades prácticas y experimentos.	Los talleres interactivos facilitan un aprendizaje profundo y duradero al involucrar a los estudiantes de manera activa.	García, M., & López, S. (2018). <i>Eficacia de los talleres interactivos en la educación ambiental</i> . Revista de Educación, 28(2), 145-160.
Campaña de Comunicación Visual	Creación y colocación de carteles, murales y pancartas en toda la escuela y zonas aledañas con mensajes clave sobre la importancia del agua y consejos	La comunicación visual es efectiva para captar la atención y reforzar los mensajes.	Rodríguez, S. (2019). <i>Impacto de la comunicación visual en campañas educativas</i> . Educación y Sostenibilidad, 22(4), 99-112.

**Charlas
Expertos**

con

prácticos para su conservación.
Invitar a expertos en recursos hídricos y representantes del Departamento de Cultura del Agua a dar charlas y responder preguntas de los estudiantes.

La interacción con expertos proporciona información precisa y aumenta la credibilidad de la campaña.

Fernández, J., & Martínez, R. (2017). *El rol de los expertos en la educación ambiental*. Editorial Ecología.

Proyectos de Ciencia

Animar a los estudiantes a realizar proyectos de ciencia relacionados con el agua, como modelos de sistemas de purificación de agua o jardines de lluvia.

Los proyectos de ciencia fomentan el pensamiento crítico y la aplicación práctica del conocimiento.

Sánchez, L. (2020). *Proyectos de ciencia en la educación ambiental*. Tecnología y Comunicación, 31(3), 54-70.

Día del Agua

21 de marzo día dedicado a actividades relacionadas con el agua, incluyendo juegos educativos, exposiciones de proyectos, y presentaciones de teatro y música.

Los eventos especiales crean un entorno festivo y memorable que refuerza los mensajes educativos.

López, M. (2018). *Impacto de los eventos especiales en la educación ambiental*. Comunicación y Sociedad, 16(3), 221-235.

<p><i>Uso de Medios Digitales</i></p>	<p>Crear una sección especial en la página web de la escuela y utilizar las redes sociales para compartir recursos educativos, videos y desafíos relacionados con la conservación del agua.</p>	<p>Las plataformas digitales permiten una comunicación continua y accesible, especialmente para los jóvenes.</p>	<p>Sánchez, L. (2020). <i>Redes sociales y páginas web en campañas educativas.</i> Tecnología y Comunicación, 31(3), 54-70.</p>
---------------------------------------	---	--	---

4.8 Implementación

Tabla 10.

Implementación

(Por formato se encuentra en la siguiente página).



Actividad	Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Responsable	Recurso necesarios
Lanzamiento de la Campaña	Evento de lanzamiento con presentación sobre la importancia del agua y metas de la campaña.	Evento de lanzamiento						Departamento cultura del agua "CAPACH"	Auditorio, Presentaciones Y folletos
Distribución de Materiales Promocionales	Entrega de camisetas, pulseras y otros artículos promocionales a los estudiantes.	Distribución de materiales promocionales						Departamento cultura del agua "CAPACH"	Materiales promocionales
Talleres Educativos	Talleres sobre la importancia del agua, el ciclo del agua y prácticas diarias para su conservación.	Primer taller		Segundo taller			Tercer taller	Expertos sobre el tema	Materiales de enseñanza, sala de clase
Concursos de dibujo y pintura	Concursos relacionados sobre el cuidado y buen uso del agua		Inicio concurso	Premiación concurso				Departamento cultura del agua CAPACH	Reconocimientos
Formar comités de guardianes del agua	De cada año escolar de estudiantes formar comités guardianes del agua	Inicio de grupos Guardianes del agua	Seguimiento Guardianes Del agua	Capacitación	Capacitación		Fin de la Capacitación	Departamento cultura del agua CAPACH	Reconocimientos y folletos
Charlas con Expertos	Charlas con expertos sobre técnicas y estrategias de ahorro de agua y gestión del agua en la comunidad		Primera charla	Segunda charla			Ultima charla	Equipo departamento cultura del agua	Salón de clases, folletos

Campaña de Comunicación Visual	Diseño y colocación de carteles, murales y pancartas en la escuela con mensajes clave sobre la importancia del agua y consejos prácticos para su conservación.				Diseño y colocación de carteles			Equipo de diseño	Carteles y materiales gráficos
Uso de Medios Digitales	Publicación de contenido educativo sobre la conservación del agua en la página web de la escuela y redes sociales, incluyendo historias de éxito y testimonios.	Creación de la sección especial	Publicación de contenido	Publicación de Contenido	Publicación de contenido	publicación de contenido	Publicación de historias de éxito	Equipo de medios digitales	Sitios web y redes sociales
Preparación del Día del Agua	Organización y planificación de actividades para el Día del Agua, incluyendo juegos educativos, exposiciones y presentaciones de proyectos.					Planificación del evento	Celebración del día del Agua	Comité organizacional	Materiales de eventos, planificación
Evaluación y Reconocimiento	Evaluación de la campaña						Evaluación	Equipo de evaluación	Reconocimiento

4.9 Evaluación y seguimiento

Tabla 11.

Evaluación y seguimiento

Actividad	Descripción	Métodos de evaluación	Frecuencia
Evaluación de Talleres Educativo	Evaluar la efectividad de los talleres mediante encuestas a los estudiantes y observaciones en clase.	Encuestas de satisfacción, observación en clase	Al final de cada taller
Evaluación concurso y pintura	Evaluar dibujos y pinturas que representan el cuidado y uso responsable del agua presentados por los estudiantes	Rúbricas de evaluación, presentación ante un jurado	Final del evento
Revisión de Medios Digitales	Análisis del alcance y la interacción en las redes sociales y la página web.	Métricas de engagement, análisis de tráfico web	Trimestral
Evaluación Final de la Campaña	Evaluación general de la campaña, analizando el impacto en la cultura del cuidado del agua en la escuela.	Encuestas finales a estudiantes y maestros, informe de resultados	Al finalizar la campaña

Reconocimiento de los participantes	Reconocer y premiar a los ganadores de concursos y a los estudiantes destacados como guardianes del agua	Ceremonia de premiación, diplomas y premio	Al finalizar la campaña
--	--	--	-------------------------

Presupuesto

Tabla 12.
Presupuesto

<i>Concepto</i>	<i>Descripción</i>	<i>Costo estimado (MXN)</i>	<i>NOTAS</i>
<i>Materiales Promocionales</i>	Camisetas, pulseras y otros artículos de campaña.	\$ 7,000	Incluye diseño y producción
<i>Carteles y Murales</i>	Diseño e impresión de carteles y murales informativos.	\$5,000	Varias copias y tamaños, impresión de calidad.
<i>Talleres Educativos</i>	Materiales y recursos para los talleres.	\$ 3,000	Material didáctico.
<i>Medios Digitales</i>	Creación de contenido digital (videos, gráficos).	\$ 5,000	Producción de videos y mantenimiento en redes
<i>Premios y Reconocimientos</i>	Diplomas y premios para ganadores de competencias.	\$ 4,000	Incluye trofeos, certificados y algunos regalos pequeños.



Eventos	Gastos para el Día del Agua	\$ 8,000	Logística y organización del evento, alquiler de equipo si es necesario.
Charlas con Expertos	Honorarios y gastos de los expertos invitados.	\$ 3,000	Incluye viáticos y material informativo.
Total		\$ 35,000	



Referencias bibliográficas

- Acosta Terán, M. A. T. (2012). *Estrategias para unificar e internalizar la identidad organizacional del programa de manejo, uso y reúso del agua en la UNAM, PUMAGUA, en sus públicos internos y externos (Licenciatura)*. Universidad Autónoma de México. <http://132.248.9.195/ptd2013/enero/0687487/index.html>
- Alvarado Estrada, T. Y. (2018). *Proyecto de sensibilización sobre el cuidado del agua, dirigido a estudiantes de 4°, 5° y 6° primaria de la E.U.M “El Progreso” La Esperanza (Maestría)*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Angel, R., & Massoni, S. (2008). *Comunicación Estratégica*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Barlow, M. (2017). *La protección del agua: sistema de información científica*, 1-16. <https://www.redalyc.org/pdf/305/30551404.pdf>
- Cialdini, R. B. (2001). *Influencia: Ciencia y práctica*. Allyn & Bacon.
- Cialdini, R. B. (2006). *Influencia: La Psicología de la Persuasión*. Harper Business.
- Chawla, L., & Cushing, D. F. (2007). *Educación para el comportamiento ambiental estratégico*. *Environmental Education Research*, 13(4), 437–452.
- Cheng, J. C., & Monroe, M. C. (2012). *Conexión con la naturaleza: Actitud afectiva de los niños hacia la naturaleza*. *Environment and Behavior*, 44(1), 31–49.
- Colado Castilla, M. V. (2010). *Campaña de comunicación para el uso racional del agua (Maestría)*. Universidad Autónoma de México. <http://132.248.9.195/ptd2009/mayo/0643249/index.html>
- Communication and Society. (n.d.). *Water Conservation Tips for Residents*. United States Environmental Protection Agency. <https://www.epa.gov/watersense/water-conservation-tips-residents>
- Cornelissen, J. P., & Christensen, L. T. (2011). Beyond integrated communication: A new framework for influence. *International Journal of Strategic Communication*, 5(3), 147-167.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. Pearson.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Motivación intrínseca y autodeterminación en el comportamiento humano*. Plenum.



Díaz, M. E., & López, J. A. (2016). *Comunicación ambiental en México: Estrategias y desafíos*.

Universidad Nacional Autónoma de México.

Dietz, T., & Stern, P. C. (2008). *Public Participation in Environmental Assessment and Decision Making*. National Research Council. The National Academies Press.

Durkheim, E. (1895). *Las reglas del método sociológico*. Fondo de Cultura Económica.

Elizondo Maldonado, M. E. M. (2011). *Diseño de una estrategia publicitaria para la Comisión Municipal de Agua Potable y Saneamiento de Coatzacoalcos, Veracruz (Licenciatura)*. Universidad Autónoma de México.

<http://132.248.9.195/ptb2010/octubre/0663004/index.html>

EPA. (2020). *Water Conservation Tips for Residents*. United States Environmental Protection Agency.

<https://www.epa.gov/watersense/water-conservation-tips-residents>

Fernández Muñoz, A. B. (2017). *Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) en Guatemala. Como método preventivo de salud e higiene (Licenciatura)*. Universidad Rafael Landívar.

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/01/fernandez-ana.pdf>

Fernández, L. M., & Pérez, R. T. (2017). *Educación y conservación del agua en comunidades escolares*. Editorial Educativa.

Figueroa, M. (2017). *Comunicación interna en instituciones educativas: Estrategias y prácticas*. Revista de Educación, 25(1), 78-94.

García, A. (2020). *El uso de materiales promocionales en campañas sociales*. Ediciones Creativas.

García, J. (2022). *Comunicación comunitaria y participativa: Estrategias para la protección de recursos naturales*. EcoEditores.

García Alcántara, F. J. (2010). *La planeación estratégica en la Comisión Nacional del Agua (Licenciatura)*. Universidad Autónoma de México.

<http://132.248.9.195/ptd2008/noviembre/0636317/index.html>

González, S. E., & Martínez, P. A. (2018). *Estrategias educativas para la conservación del agua en escuelas primarias*. Instituto Politécnico Nacional.



- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Gómez, L. (2016). *El valor simbólico del agua en la sociedad contemporánea*. *Revista de Estudios Sociales*, 45(2), 123-134.
- Heath, R. L., & Coombs, W. T. (2006). *Today's Public Relations: An Introduction*. SAGE Publications.
- Hernández, M. F. (2017). *Participación familiar en la conservación del agua: Un estudio de caso en Guerrero*. Universidad Autónoma de Guerrero.
- Hernández Rodríguez, M. D. C. (2016). *Campaña de comunicación para el uso racional del agua (Licenciatura)*. Universidad Autónoma de México.
<http://132.248.9.195/pmig2016/0213028/index.html>
- Hungerford, H. R., & Volk, T. L. (1990). *Cambio del comportamiento del aprendiz mediante la educación ambiental*. *The Journal of Environmental Education*, 21(3), 8–21.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). *Atención al vacío: ¿Por qué las personas actúan de manera ambiental y cuáles son las barreras para el comportamiento proambiental?* *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260.
- Kotler, P., & Roberto, N. (1989). *Marketing social: Estrategias para cambiar el comportamiento público*. México, D.F.: Diana.
- Kotler, P., Roberto, N., & Lee, N. (2002). *Social marketing: Improving the quality of life*. Sage Publications.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2006). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. John Wiley & Sons.
- Locke, J. (1690). *An Essay Concerning Human Understanding*. Londres: Printed by Eliz. Holt, for Thomas Basset.
- López, R. (2019). *Vulnerabilidades del recurso hídrico: Amenazas y estrategias de mitigación*. Hidrocién.
- Masoni, S. (2015). *Comunicación Ambiental: Entre lo Comunicacional y lo Ambiental*. *Revista de Estudios en Comunicación*, (20), 95-110.



- Martínez, L. F. (2014). *La teoría de la cultura del agua y su importancia en la gestión del recurso hídrico*. Revista de Investigación Científica, 12, 34-47.
- Martínez, A. G., & Ruiz, E. H. (2020). *Impacto de las campañas de concientización en la educación primaria*. Universidad Iberoamericana.
- Martínez, S. (2017). *Representatividad de los recursos hídricos en la cultura popular*. Revista de Antropología, 39(3), 97-112.
- McQuail, D. (2010). *Teoría de la comunicación de masas*. Paidós.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Molina, M. (2014). *Psicología social y cambio de comportamiento en la gestión del agua*. Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología, 7(1), 25-32.
- Moreno, J. C., & Cruz, L. A. (2018). *Eventos escolares y su impacto en la educación ambiental*. Tecnológico de Monterrey.
- OMS. (2018). *Water Sanitation and Health*. World Health Organization.
https://www.who.int/water_sanitation_health/publications
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Comunicación y persuasión: Rutas central y periférica para el cambio de actitud*. Springer.

Anexos

Anexo 1.

Guía de entrevista a profundidad para la titular del Departamento de Cultura del Agua:

Introducción: Presenta el propósito de la entrevista y solicita el consentimiento para grabar o tomar notas durante la sesión

<i>Categoría</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Cultura del cuidado del agua</i>	<p>¿Cómo definiría usted la "cultura del cuidado del agua" desde la perspectiva del departamento?</p> <p>¿Cuáles son las iniciativas o programas existentes relacionados con el cuidado del agua en las escuelas?</p> <p>¿Cuáles son los valores y creencias que considera esenciales para fomentar el cuidado del agua entre los estudiantes?</p> <p>¿Cuáles son los desafíos principales que enfrenta el departamento para promover una cultura del cuidado del agua?</p>
<i>Gestión de la comunicación</i>	<p>¿Cuál considera que es el impacto más significativo que ha tenido alguna de las iniciativas del departamento en la promoción de la cultura del cuidado del agua?</p> <p>¿Cómo mide y evalúa el departamento el impacto de sus programas en la formación de una cultura del cuidado del agua?</p> <p>¿Cuáles son las metas a largo plazo del departamento en la promoción de la cultura del cuidado del agua?</p>

*Medios y canales
de comunicación*

¿Cómo evalúa la efectividad de las herramientas de comunicación interna utilizadas actualmente en términos de difusión de información y participación del personal?

¿Qué medidas se toman actualmente para preparar al personal en términos de habilidades de comunicación y conciencia de la importancia del cuidado del agua?

¿Cuáles son los principales medios de comunicación, actualmente utilizados en la primaria para transmitir información a los estudiantes?

Campaña Social

¿Se está considerando la integración de tecnologías digitales, como plataformas en línea o aplicaciones, para comunicar la campaña a los estudiantes?

¿Cómo se planea involucrar a los padres a través de medios de comunicación para que apoyen la campaña en casa?

¿Se ha investigado cuáles son los canales de comunicación preferidos por los estudiantes y cómo se pueden aprovechar para concientizar en el cuidado del agua?

¿Qué estrategias sugiere para involucrar a los padres de familia y estudiantes en una campaña social sobre el cuidado del agua?

¿Cuál es su opinión sobre la viabilidad de implementar una campaña social en la primaria?



Anexo 2.

Instrumento, entrevista a profundidad para padres de familia de los niños de la primaria Luis

Donaldo Colosio Murrieta

Introducción: Explica el propósito de la entrevista y asegura la confidencialidad de las respuestas.

<i>Categoría</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Cultura del cuidado agua</i>	<p>¿Cuánto conoce usted acerca de los programas actuales del departamento de cultura del agua, de la comisión de agua potable y alcantarillado de Chilpancingo?</p> <p>¿Cuál es su opinión sobre la importancia del cuidado del agua en la vida cotidiana de sus hijos?</p> <p>¿Qué prácticas o comportamientos relacionados con el cuidado del agua promueven en casa?</p>
<i>Gestión de la comunicación</i>	<p>¿Cuáles son los desafíos que enfrentan al tratar de inculcar hábitos de cuidado del agua en sus hijos?</p>



*Canales y medios
de comunicación*

¿Cómo evalúas la efectividad del departamento de cultura del agua en la comunicación de sus programas, especialmente aquellos relacionados con el cuidado del agua?

"¿En qué redes sociales o plataformas en línea participan activamente sus hijos?
¿Cómo suelen utilizar estas plataformas?"

Campaña social

"Además de dispositivos electrónicos, ¿sus hijos consumen información a través de medios tradicionales como la televisión, la radio o la prensa impresa?"

¿Qué estrategias creen que podrían ser efectivas para promover una cultura del cuidado del agua en la primaria?

¿Qué impacto creen que podría tener una campaña social en el cambio de actitudes y comportamientos relacionados con el cuidado del agua en la comunidad escolar?

¿Estarían dispuestos a participar activamente en una campaña social sobre el cuidado del agua? ¿De qué manera?

Anexo 3.

Diseño del instrumento: Entrevista en profundidad con maestros de primaria

Pregunta introductoria: Solicitar al maestro que proporcione información básica sobre su experiencia profesional, tiempo de servicio en la primaria y áreas de enseñanza.

<i>Categoría</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Cultura del agua</i>	<p>¿Podría compartirnos información básica sobre su experiencia profesional, incluyendo el tiempo de servicio en la primaria y las áreas específicas en las que imparte clases?</p> <p>¿Cómo describiría el nivel de conciencia actual entre los estudiantes sobre la importancia del cuidado del agua?</p> <p>Desde su perspectiva como maestro, ¿cómo ha observado la relación de los estudiantes con el agua en el entorno escolar?</p> <p>¿Existen programas o actividades actuales en la escuela que fomenten la cultura del cuidado del agua entre los estudiantes?</p> <p>¿Cuáles considera que son los principales desafíos para inculcar la conciencia y prácticas de cuidado del agua en el entorno educativo?</p> <p>¿Cómo incorpora la temática del cuidado del agua en su plan de estudios y actividades de enseñanza?</p> <p>¿Cómo percibe personalmente la importancia de la cultura del cuidado del agua en la formación integral de los estudiantes?</p> <p>¿Cuál es su opinión sobre la propuesta de campaña social para generar una cultura del cuidado del agua en la primaria?</p> <p>¿Qué papel considera que los maestros deben desempeñar en esta campaña?</p> <p>¿Cómo cree que se puede fomentar la participación de los maestros en esta campaña?</p>
<i>Gestión de la comunicación</i>	<p>¿Cómo se comunica la escuela con los padres de familia sobre las actividades relacionadas con el cuidado del agua?</p>

*Canales y medios
de comunicación*

¿Cuáles son los principales desafíos que ha enfrentado en la comunicación de temas relacionados con el agua? ¿Cómo se han abordado estos desafíos?

¿Qué herramientas de comunicación, como boletines, correos electrónicos o aplicaciones, ¿considera más efectivas para informar a los padres y estudiantes sobre proyectos vinculados al agua?

¿En qué medida se utiliza la comunicación digital, como redes sociales o plataformas en línea, para difundir información sobre el cuidado del agua?

¿Qué iniciativas o programas ha implementado previamente para fomentar una cultura del cuidado del agua en la escuela?

¿Qué actividades específicas sugiere para promover el cuidado del agua entre los estudiantes y la comunidad escolar?

¿Cómo pueden los maestros colaborar con la comunidad para amplificar el impacto de la campaña?

Campaña social

¿Qué actividades innovadoras sugieren los maestros para hacer la campaña más atractiva para los estudiantes?

¿Cómo planean mantener alta la motivación de los estudiantes durante toda la duración de la campaña?

Anexo 4.

Guía de observación participante

Indicadores de muestra:

Uso responsable del agua en los baños: registrar si los estudiantes cierran los grifos correctamente después de usar el agua.

Lavado de manos: anotar si los estudiantes utilizan agua en exceso o si siguen las técnicas adecuadas de lavado de manos.

Actividades relacionadas con el agua: registrar cómo los estudiantes participan en actividades educativas sobre el cuidado del agua.

Anexo 5

Anexo 5

3.7.5 Diseño de instrumento para un grupo focal dirigido a niños en el contexto de tu investigación sobre la campaña de concientización del cuidado del agua:

Grupo focal para niños y niñas de la primaria Luis Donaldo Colosio Murrieta

Introducción:

Saludo y presentación: Saludar a los niños y explicar el propósito del grupo focal.

Explicación del grupo focal: Explicar que se reunirán para hablar sobre el cuidado del agua y escuchar sus ideas y opiniones.

Dinámica de presentación:

Nombres y expectativas: Pedir a cada niño que se presente y comparta una expectativa sobre el cuidado del agua.

Actividades participativas:

Dibujos o collages: Proporcionar papel, lápices de colores, tijeras y revistas para que los niños hagan dibujos o collages sobre el cuidado del agua. Pueden representar

Discusión sobre el cuidado del agua:

acciones o situaciones relacionadas con el tema.

Juego de roles: Organizar una actividad de juego de roles donde los niños representen diferentes situaciones y tomen decisiones sobre el uso responsable del agua.

Preguntas de inicio: Hacer preguntas abiertas para iniciar la discusión, como "¿Qué significa para ti cuidar el agua?" o "¿Por qué es importante cuidar el agua?"

Preguntas de exploración: Realizar preguntas más específicas para profundizar en el tema, como "¿Qué acciones pueden hacer en casa para ahorrar agua?" o "¿Cómo podemos evitar el desperdicio de agua en la escuela?"

Reflexión y conclusiones:

Síntesis de ideas: Resumir las ideas y opiniones expresadas por los niños durante la discusión.

Reflexión final: Pedir a los niños que compartan lo que han aprendido o lo que les gustaría hacer para cuidar el agua

Agradecimiento: Agradecer a los niños por su participación y por compartir sus ideas y opiniones.

Cierre:

Entrega de recordatorios: Dar a cada niño un pequeño obsequio relacionado con el



cuidado del agua, como una pegatina o una tarjeta informativa.

Recuerda que en un grupo focal se busca fomentar la participación y la interacción entre los participantes. El diseño del instrumento puede adaptarse según tus objetivos de investigación y la edad de los niños involucrados.



Anexo 6.

Propuesta 1



¡RECUERDA!

**EL AGUA QUE GASTAS,
OTRO LA NECESITA.**



CHILPANCINGO DE LOS BRAVO
CAPITAL DE CULTURA Y PROGRESO 2021-2024



Nota. Elaboración propia.

Anexo 6.

Propuesta 2

¡RECUERDA!

¡LAVA TUS DIENTES CON UN VASO DE AGUA!

UN VASO DE AGUA DE 200ML ES SUFICIENTE PARA LAVAR LOS DIENTES PERFECTAMENTE.

¡CUIDAR EL AGUA ES TAREA DE TODOS!

CHILPANCINGO DE LOS BRAVO
CAPITAL DE CULTURA Y PROGRESO 2021-2024

CULTURA DEL AGUA
CAPAQU

Nota. Elaboración propia.

Anexo 7.

Propuesta 3

**¡GOTA A GOTA EL
AGUA SE AGOTA!**



**SÈ PRECAVIDO, CON
UN MANTENIMIENTO
PERIODICO
AHORRARÀS
AGUA Y DINERO.**

**¡CUIDAR EL AGUA ES
TAREA DE TODOS!**

Nota. Elaboración propia.



Anexo 8.

Propuesta 4 y 5

22 DE MARZO DÍA MUNDIAL DEL AGUA



¡CADA GOTA CUENTA, SIN AGUA NO HAY VIDA!



¡CIERRA LA LLAVE!

MIENTRAS ENJABONAS TUS MANOS, AHORRAS HASTA 12 LITROS DE AGUA POR MINUTOS.



¡CUIDAR EL AGUA ES TAREA DE TODOS!



Anexo 9.

Evidencia 1



Anexo 10.

Evidencia 2



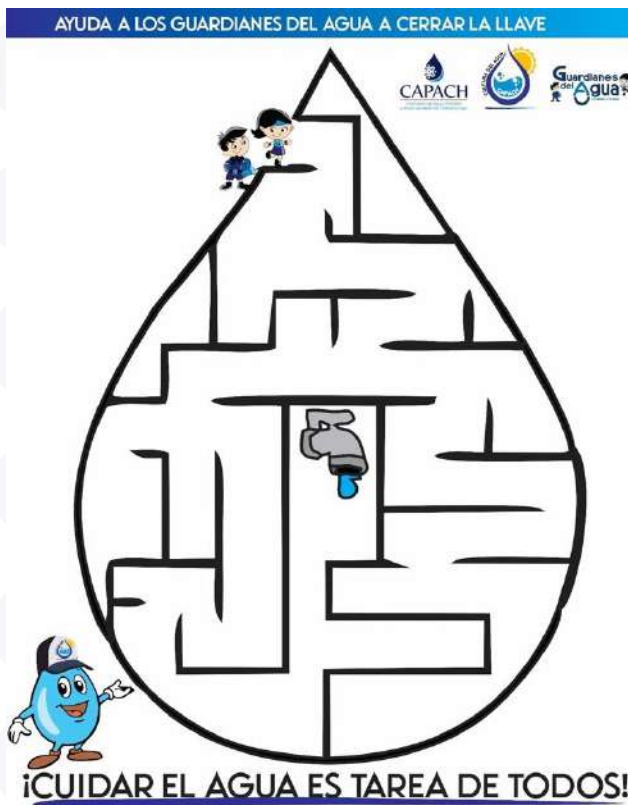
Anexo 11.

Guardianes del agua



Anexo 12.

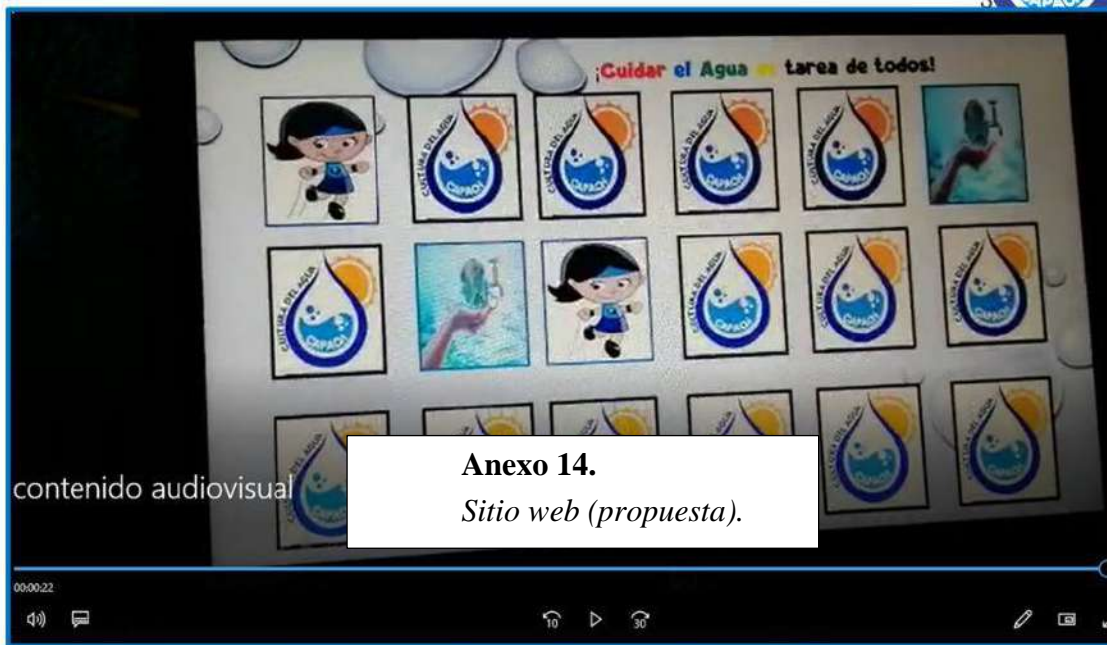
Propuesta 6



Anexo 13.

Evidencia 3.





contenido audiovisual

Anexo 14.
Sitio web (propuesta).

Departamento "Cultura del Agua" de la CAPACH

Misión Guardianes del Agua

CHILPANCINGO DE LOS BRAVOS

Los guardianes del agua son gente como tu que aman y protegen la naturaleza, que cuidan el agua, que no contaminan y tienen los conocimientos prácticos del buen uso y cuidado del agua para poder involucrar a más gente a contribuir con el cuidado de nuestro planeta

Anexo 15.
Misión (propuesta).

ME COMPROMETO A ...

- 1.- Difundir el cuidado del agua con mi familia, amigos, vecinos, escuela, área laboral, etc.
2. Poner en practica el cuidado y protección del medio ambiente
3. No contaminar el agua y el medio ambiente
4. Ahorrar el agua
5. Llamar la atención a quien este haciendo mal uso o desperdiciando el agua o haciendo algo que perjudique nuestro medio ambiente
6. Invitar a mi familia, amigos,vecinos a checar si existe fugas de agua es sus domicilios.
7. No tirar basura en las calles, cunetas, rios , lagos y mares.
8. Trabajar conjuntamente con el espacio del Agua del Municipio.
9. Participar en los eventos que se realicen en el espacio de Cultura del Agua.
10. Asistir al Espacio de Cultura del Agua del Municipio, cuando se convoque a sesión de trabajo

¡CUIDAR EL AGUA ES TAREA DE TODOS !

Anexo 16.
Evidencia 4

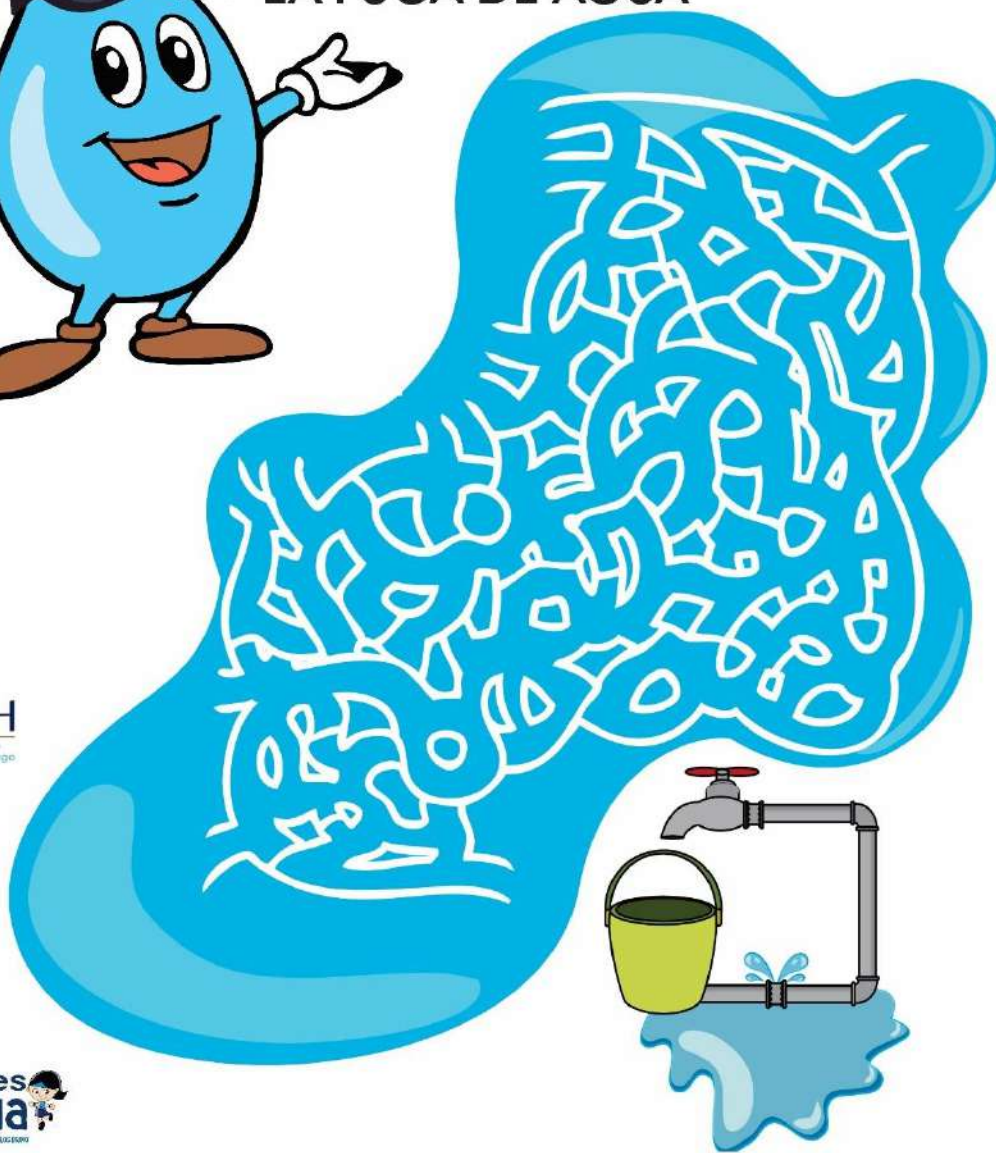


Anexo 17.
Logotipo (propuesta)





AYUDA A "CAPACHITA" A CRUZAR EL LABERINTO PARA ARREGLAR LA FUGA DE AGUA



TIENE QUE LLEGAR PRONTO AL GRIFO PARA REPARAR LA FUGA PORQUE EL AGUA SE ESTA DESPERDICIANDO

¡RECUERDA QUE CADA GOTA CUENTA Y ES MUY IMPORTANTE CUIDARLA!

