

En la Universidad del Norte se ha venido emprendiendo múltiples proyectos amigables con el medio ambiente. No obstante, los obstáculos comunicativos a la hora de informar a la población universitaria sobre los proyectos son la raíz del problema. Esto se ve reflejado en el poco interés y participación que manifiestan los estudiantes, funcionarios y demás miembros de la institución hacia los proyectos verdes. La escasa popularidad de los proyectos limita el crecimiento de los mismos; además los proyectos verdes no tienen visibilidad en el entorno universitario y no se destacan entre las obras grises.

¿DE QUÉ MANERA SE PODRÍA PROMOVER Y VISUALIZAR LOS PROYECTOS VERDES EN LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Visibilizar los proyectos verdes de la Universidad del Norte en los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de esta misma, para incrementar el interés y la participación activa de la comunidad uninorteña en los mismos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Conocer los distintos emprendimientos y proyectos de sostenibilidad ambiental que implementa la Universidad del Norte al interior del campus y por fuera de este.
- 2 Identificar las falencias de comunicación a la hora de divulgar y promover los proyectos ambientales en la universidad.
- 3 Diseñar estrategias comunicativas que mejoren los medios informativos de los proyectos verdes de la institución, para el conocimiento de estos en la población universitaria.

La pertinencia de llevarla a cabo esta investigación radica en la situación medio ambiental crítica que experimentamos y que necesita del esfuerzo de todos. Las iniciativas de la universidad para contribuir en la mejora de esta necesidad, debería ser apoyada por un mayor número de su población. Con estas iniciativas se busca promover la cultura ecológica y que las personas conecten con la necesidad medio ambiental. Al ampliar la comunicación de estos trabajos se genera una mayor involucración de la comunidad universitaria.

ESQUEMA

MARCO REFERENCIAL

NORMAS

La ley 115 de 1994, Ley General de Educación. En su artículo 23, la educación ambiental se establece como un área obligatoria y fundamental necesaria en el proyecto de Educativo Institucional, además, "uno de los fines de la educación tendiente a la adquisición de una cultura ecológica" (ley N 115, 1994). Esta ley es reforzada En El (decreto N 1337, 1978), "que reglamenta la implementación de la Educación ecológica y la preservación ambiental en el sector educativo en Colombia".

CONTEXTO

Investigación de contexto universitario enmarcada en el campus de la Universidad del Norte. Ubicada en La parte norte de la ciudad de Barranquilla

ANTECEDENTES

La primera investigación corresponde a J Navarro (2006): Los proyectos Ecocampus como iniciativas universitarias en materia de educación ambiental y sostenibilidad. El proyecto aula de sostenibilidad de la Universidad de Sevilla. En esta investigación se realizó una revisión documental sobre las problemáticas medioambientales que aquejan la población de esa universidad. Una segunda investigación es la realizada por D Guerrero (2017), quien realizó el: Segundo informe de involucramiento Pacto Global. En este informe que contó con la colaboración de diversos miembros de la comunidad universitaria

CONCEPTOS CLAVES

Medio ambiente y problemas ambientales: Es el espacio que está constituido por todo lo vivo y no vivo que existe en el medio contextual en el que estamos (planeta tierra), este tiene un equilibrio entre los individuos bióticos y abióticos relacionados en el entorno. Los problemas ambientales llegan cuando se pierde este equilibrio

Las redes sociales y el cambio drásticamente la comunicación moderna: Las redes sociales en la era moderna son espacios para interactuar y comunicarse hasta el punto de poder llegar a generar gran impacto en el día a día de cada quien. La comunicación moderna está llena de múltiples cambios.

Identidad Redes sociales adolescentes: Los adolescentes de hoy en día se identifican con las redes sociales

Conciencia ambiental y Educación Ambiental incorporada en el sistema educativo: La pertenencia ambiental es fundamental para la educación Según Acebal (2010), "la educación ambiental pretende el cambio en las personas para mejorar su interacción ambiental"

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación en este caso va en torno a la metodología descriptiva de naturaleza analítica. Se añade a este estudio el carácter de acción comunicativa. Con enfoque cualitativo.

DISEÑO

El diseño de la investigación es de tipo transeccional descriptiva

POBLACIÓN

En este caso población está constituida por los estudiantes de pregrado en Comunicación Social y periodismo en la Universidad del Norte, Barranquilla. Son: 852

MUESTRA

Se trata el 5 % de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo matriculados en pregrado de la Universidad del Norte. 40 estudiantes aprox.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Observación, con instrumento ficha de observación
Y La entrevista a profundidad, con instrumento cuestionario de preguntas.

PROCEDIMIENTO

Partiendo de la primera recolección de información a través de la página web de Uninorte, la sesión de Ecocampus para los antecedentes informativos. Se logró identificar las falencias de la universidad en la promoción a la visibilidad de los proyectos verdes. Después se determinan los factores a observar para identificar que causantes inciden en la problemática, estos factores son: Que tanto los estudiantes están enterados de los eventos o los proyectos ambientales de la universidad, que tanto lo comparten o promocionan los post (en Instagram) para la visibilización de los proyectos, que tanto lo promocionan los directivos universitarios y las organizaciones medioambientales de la universidad sus actividades por medio de redes sociales. Posteriormente realizaremos entrevistas a profundidad a 3 agentes de gran importancia para la investigación. Finalmente se analizan los resultados de la recolección de información para realizar una propuesta comunicativa en pro de la mejora de la situación en Uninorte.

RESULTADOS

1. Los estudiantes de Comunicación social desconocen la existencia de las páginas de Instagram de Ecocampus
2. La pag oficial de bienestar Uninorte, conoce la existencia de la pag de Ecocampus, pero interactúa poco con ella.
3. Ecocampus tiene fallos en la promoción de sus eventos en la pag de Instagram
4. Los pocos estudiantes que participan no promocionan o comparten los eventos.
5. Las redes sociales de Ecocampus son prácticamente nuevas, por lo que son principiantes en el asunto.
6. Los directivos no han tomado medidas para mejorar los fallos comunicativos de las organizaciones medioambientales de la misma.
7. A pesar de que los estudiantes estén enterados de las problemáticas ambientales no son participes activos del cuidado de este.
8. La universidad no cuenta con una amplia educación ambiental

DATOS DEL CONTACTO

Daniela Utria Gutierrez
Estudiante de Comunicación Social y Periodismo
CC 1140898598
3022310316
2020