

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15	
			VERSIÓN	01	
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN			FECHA	12/12/2016
				PÁGINA	1 de 111
1.1. ELABORÓ	1.2. REVISÓ	1.3. APROBÓ			
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad			

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): ANGIE NATALIA

APELLIDOS: NARANJO MEDINA

NOMBRE(S): ANGELICA VANESSA

APELLIDOS: GELVEZ GUERRERO

NOMBRE(S): DILANY YIRLEY

APELLIDOS: GONZALEZ VERBEL

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): ERWIN LEONARDO

APELLIDOS: JACOME CASTILLA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN DE CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023

Estrategia enfocada a la generación de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas de cenabastos a través de actividades digitales y de intervención, que permitieron la correcta adaptación del estudio a las necesidades y contexto de la población. Todo bajo el enfoque de la IAP intervención acción participativa y cambio social.

PALABRAS CLAVES: estrategia comunicativa, conciencia ambiental, aprendizaje.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 111

PLANOS: X

ILUSTRACIONES: 9

CD ROOM: 1

IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN
DE CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL
MERCADO DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023

ANGIE NATALIA NARANJO MEDINA
ANGELICA VANESSA GELVEZ GUERRERO
DILANY YIRLEY GONZALEZ VERBEL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2024

IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN
DE CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL
MERCADO DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023

ANGIE NATALIA NARANJO MEDINA
ANGELICA VANESSA GELVEZ GUERRERO
DILANY YIRLEY GONZALEZ VERBEL

TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO DE GRADO EN EL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL

ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA
DIRECTOR

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2024

ACTA DE SUSTENTACION DE UN PROYECTO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL

FECHA: San José de Cúcuta, 1 de Marzo de 2024

LUGAR: Sala de Imagen segundo Piso Edificio de Comunicación Social

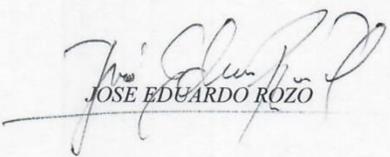
Título del trabajo de grado: "IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA LA GENERACIÓN DE CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADO DE CENABASTOS, PERIODO 2022-2023",

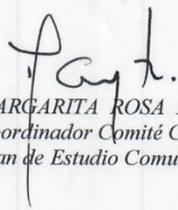
Director (a): ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA
Comunicador Social
Mg. En Comunicación Desarrollo y Cambio Social

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	CALIFICACION	A.M.L
ANGELICA VANESSA GELVEZ GUERRERO	1331268	4.1	APROBADO
ANGIE NATALIA NARANJO MEDINA	1331274	4.1	APROBADO
DILANY YIRLEY GONZALEZ VERBEL	1331386	4.1	APROBADO


HECTOR PEDROZO NARVAEZ


YORMARY ANDREA GARCIA


JOSE EDUARDO ROZO


MARGARITA ROSA PEÑALOZA DURAN
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social

Índice de contenido

Introducción	8
1. Problema	11
1.1. Título	11
1.2. Descripción del problema	11
1.3. Formulación del problema.....	14
1.4. Objetivos.....	14
1.4.1. Objetivo general	14
1.4.2. Objetivos Específicos	15
1.5. Justificación	15
2. Marco referencial	18
2.1. Antecedentes.....	18
2.1.1. Internacionales.....	18
2.1.2. Nacionales	31
2.1.3. Locales.....	40
2.2. Bases teóricas	48
2.2.1. Comunicación – Comunicación para el cambio social.....	48
2.2.2. Estrategias comunicativas	50
2.2.3. Conciencia ambiental	52
2.2.4. Competencias ambientales	54
2.2.5. El Medio Ambiente y sociedad	56
2.2.6. Herramientas Comunicativas.....	57
2.3. Bases conceptuales	58
2.3.1. Los Residuos Sólidos	58
2.4. Marco Contextual	61
2.5. Marco Legal.....	64
3. Diseño metodológico	67
3.1. Paradigma – socio crítico	67
3.2. Método.....	67
3.3. Actores.....	69
3.4. Muestra y Técnica de muestreo	70
3.4.1. Fuentes y procedimientos para la recolección de información.....	72
4. Resultados	74
4.1. Implementación de la estrategia “Ecomunica”	74
4.1.1. Fase Digital.....	76
4.1.1.1. Material gráfico	77
4.1.1.1.1. Infografía acciones para cuidar el medio ambiente.....	77
4.1.1.1.2. Infografía beneficios de cuidar el medio ambiente	78

4.1.1.1.3. Infografía ¿cómo hacer compostaje?.....	81
4.1.1.2. Material Audiovisual	83
4.1.1.2.1. Reel.....	83
4.1.1.2.2. Cortometraje raje	84
4.1.2. Fase de intervención	85
4.2. Evaluación	87
4.2.1. Análisis de Encuesta.....	88
4.2.2. Análisis actividad conciencia y reciclaje.....	92
5. Conclusiones.....	99
6. Recomendaciones.....	101
Referencias bibliográficas.....	102
Anexos.....	108

Lista de tablas

Tabla 1 actores	70
Tabla 2 Etapas de la investigación	74
Tabla 3 Resultados de la actividad conciencia y reciclaje	92

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Estructura Ecomunica	65
Ilustración 2 infografía acciones para cuidar el medio ambiente	68
Ilustración 3 infografía beneficios de cuidar el medio ambiente	70
Ilustración 4 infografía sobre composta	72
Ilustración 5 ¿La actividad realizada por las investigadoras fue de su agrado?	78
Ilustración 6 ¿Considera importante que los jóvenes se interesen por el cuidado del medio ambiente?	78
Ilustración 7 Aprendió algo de las visitas realizadas por las investigadoras?	79
Ilustración 8 ¿Considera que es importante la educación ambiental a cualquier edad?	79
Ilustración 9 ¿Sería de beneficio que se le sigan suministrando bolsas de colores para la correcta clasificación de los residuos que su local genera?	80

Lista de anexos

Anexo 1: Validación de instrumentos	109
Anexo 2: Carta de Cenabastos	110
Anexo 3: Entrega material gráfico a administración de Cenabastos	111
Anexo 4: Entrega material audiovisual a administración de Cenabastos	112

Introducción

El presente proyecto hace parte de la iniciativa titulada, “diseño de una estrategia comunicativa para generar conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de Cenabastos, 2022-2023” la cual se realizó en dos etapas, correspondiendo el actual texto a la segunda parte, donde, se desarrolló la debida implementación y evaluación de la estrategia.

Así mismo, es importante resaltar que ante la preocupación que genera el avance progresivo de la contaminación ambiental y el deterioro de los recursos naturales, que afecta sectores comerciales como Cenabastos se hizo necesario generar un proceso de investigación y extensión desde la comunicación para abordar y plantear alternativas de solución a estas problemáticas. Por esto, el grupo investigador estableció que la adecuada gestión de los residuos sólidos se ha convertido en un factor significativo para construir un futuro sostenible.

De la misma manera, esta investigación se sumergió en el corazón de la problemática, iniciando por la descripción y formulación del problema donde se establecen objetivos como determinar el proceso para desarrollo de las actividades en el marco de la implementación de la estrategia comunicativa para la generación de conciencia ambiental.

A cumplir dentro del proyecto justificando de esta manera la necesidad de realizarlo.

Posteriormente se realizó el marco referencial incluyendo apartados como antecedentes internacionales, nacionales y locales, marco teórico, conceptual, contextual y legal. En los cuales se exponen bases y sustentos teóricos como Gumucio Dagon , Amparo Cadavid, Jorge Huergo, William James, entre otros. Donde, son complementados con conceptos de residuos sólidos,

archivos legales como el artículo 79 de la constitución colombiana de 1991 y de lugar para dar luz a la comprensión del problema planteado.

Ahora bien, desde la parte metodológica se hizo referencia de los elementos utilizados para la implementación de la investigación en el campo de estudio, donde se amplió a aspectos como paradigma socio crítico, método cualitativo con uso de herramientas como la observación, entrevistas y encuestas, actores y/o población objeto de estudio, muestra y técnica de muestreo encaminados hacia la generación de conciencia ambiental.

En tal sentido, centrándose en los resultados de la implementación de una estrategia comunicativa dirigida a los comerciantes minoristas de CENABASTOS, específicamente los galpones de frutas y verduras. Se realizó un enfoque comunicativo y adaptado a las necesidades del entorno donde se encuentran los vendedores. De la misma forma, se informó y motivó a los comerciantes para que adopten prácticas efectivas de separación de residuos sólidos a través de la estrategia que contiene dos fases:

La primera con enfoque hacia lo digital, que dio paso a un rápido acercamiento del conocimiento por la población mediante las diferentes herramientas tecnológicas que poseen. La segunda tuvo un enfoque hacia lo experimental, en el cual, posterior al conocimiento impartido se ve el desarrollo de los comerciantes frente al reciclaje.

Entre los actores clave en este desafío se encuentran los comerciantes minoristas de CENABASTOS, quienes desempeñan un papel fundamental en la cadena de suministro de productos esenciales para la canasta familiar de los ciudadanos. La generación masiva de residuos en esta área comercial demanda de una estrategia específica para fomentar la separación,

la correcta clasificación y el manejo responsable de los desechos. Por esto, fueron quienes protagonizaron los resultados que se obtuvieron por medio de una encuesta y una actividad llamada conciencia y reciclaje, que impulsó a los comerciantes a reciclar de la manera que ellos creían correcta. Esto con el fin de ver el conocimiento que obtuvieron, de la misma manera, se llegaron a múltiples conclusiones, no obstante, una de las más fuertes era la continua realización de talleres comunicativos digitales que promovieron la conciencia ambiental de la población.

1. Problema

1.4. Título

Implementación de una estrategia comunicativa para la generación de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de Cenabastos en la ciudad de Cúcuta, periodo 2022-2023.

1.5. Descripción del problema

La contaminación por desechos sólidos es una de las tantas causas del cambio climático en el mundo entero, la quema de desechos y el uso de diversos químicos para la trata de residuos ha creado un aumento en el efecto invernadero. Asimismo, las quemas forestales y el mal manejo de las basuras ocasionan que enfermedades como lo mencionó el último reporte de la (Organización Mundial de la Salud OMS, como se citó en ministerio de salud, 2021, párr. 3) “se estima que aproximadamente el 58% de las muertes prematuras relacionadas con la contaminación atmosférica se debieron a cardiopatías isquémicas y accidentes cerebrovasculares.”

En un intento por hallar solución a esta problemática se han venido implementando diferentes maneras para reducir la contaminación, por ende, uno de los aspectos esenciales en el buen manejo de los residuos sólidos es el reciclaje, práctica que se convirtió en una de las principales alternativas para disminuir la contaminación actual y a futuro. No obstante, el proceso de reciclaje es muy bajo a comparación de la producción de residuos sólidos generada por diferentes áreas.

Cada año se recolecta en el mundo una cantidad estimada de 11.200 millones de toneladas de residuos sólidos, mientras que la desintegración de la proporción orgánica de estos residuos

sólidos contribuye aproximadamente al 5 % de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. (Naciones Unidas, 2019, párr. 1).

De la misma manera, en el contexto nacional, en Colombia la problemática ambiental se ha presentado durante años, trayendo consigo consecuencias para el territorio.

En Colombia, según estudio del Instituto Nacional de Salud (INS), se atribuye 17.549 muertes a factores de riesgo ambiental, siendo 15.681 muertes asociadas a la mala calidad del aire, principalmente con pérdidas causadas por enfermedad isquémica del corazón (EIC) y enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC). (Ministerio De Salud, 2021, párr. 1).

Lo anterior fue una clara evidencia que la falta de conciencia ambiental es inminente y preocupante. Por ende, se hizo énfasis no solo en las prácticas ambientales y en el cuidado hacia el medio ambiente, sino también en una formación que mejore las competencias en educación y conciencia ambiental de las personas, con el fin de mitigar el daño causado y cumplir con la meta establecida por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la cual plantea que para el año 2030 se debe alcanzar el 17.9% en el reciclaje y nueva utilización de los residuos sólidos del territorio colombiano (DANE, 2021).

En el caso del área metropolitana de Cúcuta según el estudio de la agencia de cooperación alemana GIZ y su aliado Copa (La Opinión, 2022, párr. 1) “solo un 3,6% de residuos sólidos que producen los hogares de Cúcuta se están transformando en otros elementos, lo que a su vez quiere decir que el 96,4% restante se están yendo a los rellenos sanitarios.”

Generó una preocupación inminente sobre el bajo nivel de porcentaje que realizaba el reciclaje como otro fin para los residuos sólidos, dio como resultado, la idea de generar una estrategia que

impulse y promueva la conciencia ambiental. Una de las bases que impulsó el estudio fue la siguiente:

En Cúcuta se producen cerca de 259.000 toneladas al año de residuos sólidos, de los cuales el 84% se podría aprovechar, teniendo en cuenta que el 57% de ellos son orgánicos (peladuras de frutas y verduras, sobras de comida, desperdicios de pescado, huesos, restos de carne entre otros) y 27% aprovechables (cartón, papel, plástico, metales y vidrio). (La Opinión, 2022, párr. 3).

Ahora bien, la falta de conciencia ambiental y el alto nivel de desechos sólidos es un problema en la ciudad de Cúcuta, el cual, según estudios mencionados anteriormente se puede manejar bajo la iniciativa del reciclaje, dando una posibilidad de mejorar a los ecosistemas y al medio ambiente en general de la ciudad, por lo tanto, CENABASTOS (Central de abastos de la ciudad), un mercado en donde se comercializa gran parte de los alimentos que se consumen en los hogares Cucuteños y su área metropolitana. Ha permanecido durante décadas en funcionamiento y actualmente posee una gran cantidad de personas que transitan por ella fue el punto de partida en este proyecto para empezar la iniciativa del reciclaje generando una conciencia ambiental en la población de muestra.

En la parte contextual, el área administrativa de CENABASTOS, manifestó en el Plan de Desarrollo Municipal “Cúcuta 2050 estrategia de todos” en la página 209, que en un día de mercado normal entran a la Central entre 5000 y 6000 personas, de las cuales alrededor de 2800 son comerciantes e ingresan aproximadamente 300 vehículos con alimentos. Es evidente que la cantidad de personas, son generadores de desechos que no son tratados de manera adecuada, lo que trae como consecuencia daños ambientales.

De la misma forma, en la parte de pensamiento general de este comercio, no se reconoció la problemática como tal debido a que existen organismo encargados de la misma. En visita realizada por el equipo de investigación a esta central se pudo observar que no es adecuado el manejo y tratamiento de la gran cantidad de residuos sólidos.

Lo anterior conllevó a una reflexión sobre la transformación con respecto a las malas prácticas en la disposición de los residuos. Según lo planteado, surgió la necesidad de realizar una intervención para generar conciencia ambiental en los comerciantes minoristas. Donde, se implementaron acciones encaminadas a lo que se denomina comunicación con el fin de contribuir a la reducción y mitigación de los efectos que tienen las basuras en el deterioro medio ambiental. Además, se buscó la alternativa más adecuada conforme al contexto del estudio, el cual, tuvo una pregunta que marcó el inicio del proceso del proyecto.

1.6. Formulación del problema

¿Cómo la implementación de una estrategia comunicativa contribuye a la generación de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de CENABASTOS, periodo 2022-2023 a través de una estrategia comunicativa?

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Implementar una estrategia comunicativa para la generación de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de Cenabastos, periodo 2022-2023.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Determinar el proceso para la desarrollo de las actividades en el marco de la implementación de la estrategia comunicativa para la generación de conciencia ambiental.
- Evaluar la estrategia comunicativa ejecutada para mejorar el nivel de conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de CENABASTOS de San José de Cúcuta.

1.8. Justificación

Comprender el problema de contaminación por residuos sólidos es trascendental para formar comunidades sostenibles que sean capaces de mantener y promover un ambiente sano. Para ello se tuvo que estudiar la problemática y sus respectivos efectos ante la premisa de comunidades sostenibles.

Durante el desarrollo del estudio, se identificó por medio de entrevistas y encuestas realizadas en el diagnóstico del proyecto la importancia de cuidar el medio ambiente donde nos desarrollamos, el cual, afecta de manera directa a la población. Haciendo énfasis en los beneficios de cuidar el entorno, con mayor razón debido a que, hacen parte de un establecimiento comercial, que abarca la parte de alimentos.

Es por esto que, para alcanzar una estabilidad ambiental, se tuvo que emplear pasos que aportaran al accionar de cada persona, de tal manera, que fue indispensable implementar una estrategia efectiva que promovió ese sentido de pertenencia con el ambiente.

Por esto, nació la necesidad de enfocar el proyecto en uno de los puntos de comercio más grande de la ciudad de Cúcuta, un mercado que diariamente visitan las personas en busca de productos alimentarios. Sin embargo, se evidenció la mala actitud de los mismos comerciantes a la hora de ubicar residuos sólidos.

Por lo tanto, se empezó a cuestionar qué nivel de conciencia ambiental podrían tener las personas y desde esta investigación se priorizó a la comunidad, donde se comprendió el comportamiento de los comerciantes y que, a través de acciones estratégicas estas personas se percataron de la importancia del cuidado ambiental, esto con el fin de demostrar que la comunicación es una herramienta que permite la efectividad de la transformación social.

Añadiendo que, el derecho a estar en un ambiente sano indica que se deben atender los puntos de concentración social en los que la contaminación es alta y más en un sitio donde constantemente se manejan alimentos de primera necesidad, lo que conllevó a una segunda cuestión y fue el bienestar de las personas, esto resaltó el valor de llevar a cabo esta investigación.

La tarea principal fue la generación de conciencia ambiental, no crearla sino por el contrario ilustrar al individuo a ser racional con el medio ambiente y así proteger el entorno en el cual se encuentra ubicado para notar un cambio en la parte ecológica además de influir en el flujo económico de este mercado central. Adicionalmente, el cambio de mentalidad de los mismos comerciantes fue el ejemplo educativo para las personas que diariamente visitan CENABASTOS.

La relevancia de la investigación radicó en promover la conciencia ambiental de los comerciantes del mercado CENABASTOS, a partir de la comunicación que se implementó desde diferentes dinámicas que contribuyen al cumplimiento de uno de los objetivos planteados.

En esta intervención comunitaria fue fundamental construir una estrategia sólida que permaneció y permitió transformar el pensamiento de las personas, donde, se espera que con el estudio realizado sea relevante en la investigación social y tomado de referencia para futuros proyectos. La dinámica en que se realizó esta estrategia se orientó hacia el entendimiento de los comerciantes mediante el uso de herramientas comunicativas, de esta manera se pudo adaptar a las necesidades de la comunidad promoviendo una comunicación encaminada al desarrollo.

La estrategia aportó avances puntuales a la parte estética, funcional y de salubridad de la población de muestra a implementar el proyecto. De la misma forma, se dejó como una base para siguientes estudios y/o investigaciones que se realicen dentro y fuera de la Universidad Francisco De Paula Santander, investigación la cual demostró y explicó el nivel de efectividad y complejidad al momento de trabajar desde la parte comunicacional con una comunidad como lo fue los comerciantes de Cenabastos. Añadiendo que, fue una experiencia significativa para las autoras del proyecto, dando como resultado bases suficientes para poder emplear una estrategia comunicativa con mayor precisión.

2. Marco referencial

2.1. Antecedentes

Los antecedentes seleccionados como base aportan de manera directa al proyecto de investigación, debido a la implementación de estrategias comunicativas y teorías orientadas al desarrollo, cambio social y participación comunitaria, adicionalmente los procesos para llevar a cabo intervenciones sociales y culturales determinan las diferentes metodologías y herramientas efectivas para generar un cambio positivo en la conciencia ambiental de los comerciantes.

Las 22 referencias seleccionadas se presentan en trabajos de pregrado, postgrado y artículos de investigación, los cuales se clasifican en nueve internacionales, seis nacionales y siete locales para una mejor cercanía con la problemática que se busca mitigar. En el establecimiento de estos estudios se tiene en cuenta conceptos claves relacionados a la comunicación como teoría central, junto a la conciencia y cultura ambiental.

2.1.1. Internacionales

El proyecto de grado **“Educomunicación y su impacto en la contaminación ambiental en el sector La Caleta del Cantón La Libertad”** fue realizado en el año 2022 en Ecuador. Esta iniciativa fue desarrollada por Reynaldo Joel Navarrete Quishpe, para optar al título de licenciado en comunicación, en la Universidad Estatal Península De Santa Elena. Este estudio analiza el comportamiento y con base a ello toda una opción para crear una cultura ambiental en el sector donde se realizó la investigación, en donde, por medio de múltiples estudios se llega a una conclusión fundamental para el desarrollo del mismo.

La metodología de este estudio fue con base al método descriptivo, documental, de manera cuanti-cualitativa (mixta), y los instrumentos utilizados fueron la encuesta y la entrevista,

validadas por juicios de expertos. En cuanto a los objetivos el general va conforme a Definir las estrategias comunicativas con componentes de educomunicación concienciando a las personas con respecto al cuidado del medio ambiente.

Los objetivos específicos son determinar la importancia del conocimiento de los efectos de la contaminación ambiental en el sector La Caleta. Identificar qué medios de comunicación ayudarían a la difusión y concientización para lograr una correcta educación ambiental en este sector. Diagnosticar qué propuestas comunicacionales basándose en la educomunicación son relevantes para la concientización del cuidado ambiental.

El proceso que se llevó a cabo para la investigación se compone de 4 capítulos fundamentales para su correcto desarrollo. El primero de ellos abarca toda la parte general en donde se expone la problemática y ahonda en ella de manera que permite una visión más amplia. El segundo capítulo representa toda la parte de los marcos en el cual se podrá entender el problema no solo desde el concepto y la teoría sino también de la parte legal. En el tercer capítulo se expone la metodología del proyecto y todo lo relacionado a estas, el último capítulo general es aquel proceso en el cual se reflejan los resultados.

En cuanto a los resultados se dividió en diversas partes, la primera correspondiente al procesamiento de la información, luego el análisis e interpretación de los resultados, así mismo, se realizó un análisis cuantitativo, y por último una discusión.

Todo esto dio como resultado la conclusión, la cual, va conforme a que la contaminación que se presenta no es por falta o deficiencia de conocimiento acerca de la temática, sino por el déficit de cultura que tienen las personas ante el tema. El aporte que brinda este proyecto genera no solo nuevas ideas y conceptos a tener en cuenta, sino también descarta una variable que muchas veces se le objeta el problema, el conocimiento, no es el factor idílico de la contaminación, es la cultura, actitudes y aptitudes de la sociedad en general.

Se realizó un proyecto de grado en La Paz, Bolivia, nombrado: **“Estrategia de comunicación educativa para promover el tratamiento adecuado de los residuos sólidos en la feria de Puente Vela del distrito 8 de ciudad de El Alto”**. El mismo se ejecutó en el año 2022 donde sus autores fueron Jacqueline Siñani Soria y Delia Cristina Vargas Huanca. Fue de carácter educativo e informativo, el cual permitió informar y socializar a los comerciantes sobre el tratamiento adecuado de los residuos sólidos.

El proyecto se fundamentó en el método cuali-cuantitativo debido a las características del problema que se estaba abordando. Se empleó un enfoque mixto a través del modelo combinado, ya que se complementaron durante todo el proceso diagnóstico. Este enfoque se utilizó con el modelo cualitativo predominante, en respuesta a las necesidades del contexto y a las características del problema donde era necesario el uso del método cualitativo. Esto se debió a que el objetivo era describir las cualidades que mostraban la realidad a través de datos, interpretaciones, análisis, experiencias, valores y percepciones.

El objetivo de la tesis fue que la campaña comunicacional fomentara hábitos de reciclaje y selección de basura entre los comerciantes de la Feria de Puente Vela del Distrito 8 de El Alto, con el objetivo de prevenir la contaminación ambiental en su entorno. Los objetivos específicos incluían fortalecer el conocimiento previo de los comerciantes sobre reciclaje y selección de basura, así como fomentar su participación activa a través de la difusión y socialización de una cartilla sobre la importancia de estas prácticas.

Para cumplir el objetivo del proyecto de grado se realizó los pasos adecuados cuya realización se acudió a verificar si es factible llevar a cabo talleres informativos, es por ello que se trabajó en tres etapas las cuales fueron: La primera etapa, elaboración de afiches y volantes; la segunda etapa, la elaboración de las cartillas educativas e informativas y la tercera etapa, la ejecución de los talleres.

En los resultados se evidenció que los comerciantes de la feria de Puente Vela, incluyendo a los vecinos y los compradores circunstanciales, han adoptado prácticas de discriminación de residuos sólidos, ya que los residuos orgánicos e inorgánicos están mezclados en lugar de estar separados. En este proceso, se lograron alcanzar los objetivos establecidos para el desarrollo de este trabajo de grado.

En conclusión, los comerciantes de la feria de Puente Vela adquirieron una mayor comprensión y práctica en el manejo de residuos sólidos, convirtiéndolo en un hábito tanto para la separación de residuos orgánicos e inorgánicos. Este cambio permitió que los comerciantes aplicaran activamente sus conocimientos, contribuyendo así a una prevención efectiva de la contaminación ambiental.

Este trabajo tiene un impacto significativo en la tesis, ya que habla sobre la comunicación educativa la cual puede motivar un cambio positivo en el comportamiento de las personas, fomentando la separación de residuos en origen, la reducción del uso de materiales desechables y la adopción de prácticas de reciclaje y reutilización, lo que contribuye a un entorno más saludable y sostenible para todos.

En el año 2020 en Quito, Ecuador, se realizó una investigación denominada **“Educación ambiental y Educomunicación: estrategias para implementar el reciclaje con estudiantes”** donde se buscó promover la responsabilidad social, abordar los desafíos ambientales presentes, estimular los emprendimientos que empleen materiales reciclados para generar ingresos y contribuir al empleo en las plantas de reciclaje que gestionan la disposición final de los desechos sólidos. Asimismo, una de las metas era fortalecer la conciencia ambiental de la sociedad.

El estudio se realizó mediante un enfoque descriptivo correlacional transversal no experimental. La muestra comprendió a 111 estudiantes de básica superior y bachillerato de la Unidad Educativa Gabriel Sánchez Luna, situada en la parroquia Cojitambo del cantón Azogues,

durante el ciclo académico 2019-2020. La selección de los participantes se llevó a cabo utilizando un método de muestreo aleatorio simple.

El objetivo de este estudio consistió en investigar y analizar la relación existente entre la educación ambiental y la Educomunicación como estrategias clave para promover y facilitar la práctica del reciclaje entre estudiantes de nivel de básica superior y bachillerato.

Esta investigación se centró en comprender cómo la combinación de la enseñanza de conceptos ambientales y el uso de técnicas de comunicación educativa puede influir en las actitudes, conocimientos y comportamientos de los estudiantes hacia el reciclaje. Se buscó proporcionar una base sólida para el diseño e implementación de programas educativos efectivos que fomenten una mayor conciencia ambiental y prácticas de reciclaje sostenibles en el contexto educativo.

Como resultado la mayoría de estudiantes encuestados estuvieron de acuerdo con las estrategias necesarias para fortalecer el reciclaje en la Unidad Educativa, conscientes del lema "aprender haciendo", se evidenció el interés por la reutilización del material reciclado. En donde, La prueba del Chi cuadrado fue la que determinó que las dos variables poseen completa relación se convirtieron en una hipótesis de tipo afirmativa, interpretando que cuando se emplean estrategias de Educomunicación de forma asertiva, estas pueden influir en promover el reciclaje ambiental.

Se concluyó que los estudiantes tienen conocimientos sobre reciclaje y prácticas ambientales, están dispuestos a participar en campañas de reciclaje y reconocen la importancia de la protección ambiental para la sociedad y su desarrollo personal. Sin embargo, se observa que, a pesar de su interés en proteger el medio ambiente, han participado poco en campañas de reciclaje en su escuela. Esto resalta la necesidad de fortalecer la educación ambiental, centrándose en el reciclaje y promoviendo la participación activa de toda la comunidad educativa.

La contribución en la investigación es que ofrece perspectivas importantes para la implementación efectiva de programas de reciclaje en entornos educativos y que se puedan aplicar en otro ámbito.

Ahora bien, el artículo de la revista **“Los objetivos de desarrollo sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental”**, hecho por Daniel Rodrigo Cano, María Josep Picó y Glenda Dimuro, se publicó en el año 2019. Esta investigación buscó analizar el papel de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas para la acción y la intervención social y ambiental con el fin de asegurar la seguridad hídrica, una energía limpia universal, y ecosistemas saludables y productivos.

La metodología empleada era mixta, es decir, cualitativa y cuantitativa, y sus principales instrumentos fueron la entrevista y la encuesta. Con estas técnicas empleadas, se llevó a cabo el análisis de contenido propuesto en este estudio, y se tuvo en cuenta las fases lógicas en este tipo de aproximaciones, además, se estableció un procedimiento que se ajustó a los objetivos planteados.

Como resultado del desarrollo de este artículo de investigación, se logró observar que la educomunicación ambiental permitió la mejora de fenómenos y problemáticas ambientales para la toma de decisiones adecuadas, la búsqueda de resolución de problemas reales, y el desarrollo de las capacidades intelectuales que, posibilitaron la formulación y la operación de soluciones con la intención de promover desarrollos para una visión crítica, que fuera capaz de poner el énfasis en los procesos y fomentar el desarrollo de competencias de los sujetos para la educación y formación de individuos con el fin de potenciar cambios de actitudes, valores, prácticas y comportamientos.

Quedó en evidencia la relación entre educación y comunicación, entendiéndose como el aprendizaje que ofrecen los medios y comunicación desde el uso de las tecnologías. La

generación de actitudes y aptitudes dio equilibrio entre el ser humano y el entorno, con la finalidad de participar en la integración de la educomunicación y las soluciones políticas, sociales, económicas, ambientales y éticas con la intención de prevenirlas y minimizarlas; mitigar a partir de la investigación capaz de gestionar problemáticas del entorno y para el ser humano.

Por lo que, este antecedente fue óptimo como referente a la temática que actualmente se está trabajando, la cual incidió en una estrategia comunicativa ambiental, pues la perspectiva comunicacional que se planteó en el presente artículo de investigación asumió un perfil fundamentado en la adquisición de conocimientos básicos y el pertinente conocimiento de información, además de nuevas propuestas comunicativas ante la necesaria educación ambiental a cargo de los medios digitales.

En cuanto a las estrategias de comunicación, este análisis se realizó bajo el énfasis en la comunidad. Para esto, se tuvo en cuenta el trabajo de grado titulado, **“Estrategia de comunicación ambiental en la comunidad de San Bartolomé Becerra, Antigua Guatemala.”** Este se desarrolló en el periodo de octubre del año 2018 para optar por el título de licenciatura en comunicación, en la Universidad de San Carlos ubicada en Guatemala, en cuál, se promovió el acceso de información a través de la comunicación para evitar contaminación ambiental en la población.

Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto fue realizado bajo la metodología cuantitativa con un enfoque exploratorio-descriptivo lo que permitió un análisis a la población dentro del trabajo de campo, también, se llegaron a conclusiones concretas en respuesta a la problemática. De la misma manera, las teorías empleadas en el documento sirvieron para un correcto desarrollo en las cuales la gestión ambiental y la comunicación fueron las principales, conforme a los objetivos presentes están directamente relacionados con todo el desarrollo. El objetivo general se

trata de generar una estrategia de comunicación para evitar la contaminación en este territorio y los objetivos específicos van en cuanto al proceso para lograrlo.

Este proceso se llevó a cabo por medio de recopilación información bibliográfica y realización de encuestas en muestras de población seleccionadas para obtener una visión global del problema de los desechos. Posteriormente, utilizando como apoyo técnicas de observación participativa, se analizaron los datos obtenidos y se extrajeron conclusiones adecuadas. Estos procesos contribuyeron a la conceptualización y desarrollo de una propuesta estratégica de comunicación ambiental que beneficiaría al pueblo de San Bartolomé Becerra.

Los resultados de la investigación a manera de síntesis van conforme a que la población posee una disposición para ayudar a disminuir la contaminación, sin embargo, hace falta un factor externo que los ayude a cambiar esos hábitos de manejo de residuos sólidos, añadiendo que se poseía el imaginario de que el trabajo de mantener limpia la comuna era parte del servicio de aseo y no de todos.

Con base a los resultados obtenidos se realizaron las conclusiones, la comunidad entiende y percibe la problemática, por esto, se mantiene dispuesta a recibir información para una mejora de esta, añadiendo que, la población en acompañamiento de los investigadores realizó una campaña social física para obtener capacitaciones conforme la temática y ubicaciones pertinentes para el correcto desecho y utilización de los residuos.

Los aportes que brinda esta tesis son contra los imaginarios o los pensamientos poco colectivos que posee la sociedad en cuanto al buen uso de los residuos sólidos, si una sociedad piensa que es tarea netamente del sector de limpieza es más difícil realizar un proceso adecuado de residuos, por ende, este factor es fundamental. Asimismo, después de superar este pensamiento por parte de la comuna se procede a realizar de manera correcta y consciente la estrategia de comunicación.

Por otro lado, la educomunicación juega un papel fundamental en la educación y capacitación de las personas respecto a la educación socio-ambiental, y esto se pudo corroborar en el proyecto investigativo **“Campaña de educomunicación para difundir el consumo responsable enfocado a las nuevas generaciones frente al mal uso de plástico”**, el cual fue realizado en el año 2018 en la ciudad Quito-Ecuador, por Nicole Santana y Nicole Rueda, para optar por el título de Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas. En tal sentido, habla de la contaminación por el uso desmedido del plástico y como atenta al bienestar del planeta tierra.

Se realizó a partir de una revisión teórica exhaustiva, basada en artículos científicos, textos escritos, libros y autores, el objetivo principal de esta investigación fue crear una campaña educomunicacional informativa para niños, jóvenes y adultos que empodere a tomar acciones en pro del medio ambiente y del cambio climático.

Como resultado se propuso un proyecto de intercambio educativo que facilitó a las nuevas generaciones comprender la importancia de las prácticas ambientales y buscar promover el consumo responsable del plástico y así mismo que ellos puedan seguir enseñando a su entorno a nuevos hábitos de consumo amigables con el medio ambiente.

De la misma forma, se puede concluir que es cierto que el ser humano se ve expuesto a un estilo de vida consumista, pero este como consumidor tiene la libertad de elegir cuándo y cómo hacerlo, es por esto a través de una estrategia comunicativa se buscó concienciar del daño que le hace el exceso de plástico al planeta tierra, siendo una herramienta fundamental para poder dar conocer un mensaje y expandirlo de una forma acertada.

El proyecto de grado **“Estrategias de comunicación para la generación de una cultura de limpieza en el barrio la Vicentina”** fue realizado en el año 2018 en la ciudad de Quito-Ecuador. Desarrollado por María José Chávez Yepes, para optar al título de licenciada en comunicación, este estudio propuso estrategias de comunicación para crear una cultura Limpieza en el distrito de

la Vicentina, por medio de las estrategias de comunicación se buscó Ayudar a renovar y mejorar los hábitos de los vecindarios y las calles del barrio la vicentina.

Se utilizó técnicas cuantitativas y cualitativas, se realizaron 148 encuestas en el barrio la Vicentina, este método cuantitativo ayudó a conocer la perspectiva de los residentes sobre la limpieza y el reciclaje, también se realizaron dos entrevistas como parte del método cualitativo y todas estas herramientas ayudaron a entender la problemática que sufre el sector, este proyecto tuvo como objetivo principal identificar los comportamientos que tienen los habitantes de la Vicentina con respecto a la limpieza y reciclaje y a través de estrategias de comunicación generar una cultura ambiental.

Los resultados de esta investigación arrojaron que los habitantes del sector no cuentan con una cultura de reciclaje que les permita separar y clasificar los residuos sólidos generados en sus casas o negocios, es por esto se debió implementar una estrategia comunicativa enfocada en generar nuevos hábitos y costumbres en los habitantes del barrio la Vicentina.

En tal sentido, se concluyó que la comunicación es la clave para crear una cultura ambiental favorable para el barrio la Vicentina, debe existir una comunicación adecuada entre la población, para que de esta manera puedan impulsar y ejecutar proyectos que contribuyan a mejorar la convivencia y la imagen del barrio, la participación de los habitantes del sector era fundamental para lograr obtener un cambio cultural.

Finalmente, este proyecto mostró lo importante que es la comunicación participativa como un medio gestor de un cambio, ya que a través de la comunicación participativa facilita la educación y promueve la reflexión y acción sobre los hechos y genera actitudes para mejorar la calidad de vida.

Además, las consecuencias producidas por la falta de conciencia ambiental generan implicaciones en los diferentes entornos de la sociedad, por ello el proyecto titulado **“Efecto de**

la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre cultura ambiental en los comerciantes de huanchaco – 2018” realizado por Jorge Tenorio e Ivan Terrones en el país de Perú, fue ejecutado con el objetivo de determinar los efectos causados mediante las estrategias comunicacionales para realizar un diagnóstico sobre los niveles de conocimiento inicial del medio ambiente y esto con el fin de mejorar o diseñar nuevas estrategias de comunicación que fueran efectivas en los comerciantes.

Se tuvieron en cuenta aportes teóricos tales como estrategias de comunicación de Kotler (1998), comunicación participativa de Sagua (2015), y paradigmas de cambio de comportamiento de Contreras (2000), que fueron base para la elaboración de esta investigación.

La metodología usada en este trabajo fue con un enfoque de investigación de tipo cuantitativo con un diseño pre experimental (test), el cual se ejecutó a 22 comerciantes del balneario que se tomaron como muestra para poder tratar los datos alcanzados por medio del apoyo de herramientas estadísticas.

Los resultados demostraron que se logró un efecto significativo en el proceso de aprendizaje de nuevos conocimientos siendo comprobado gracias a la aplicación de los instrumentos del pre y post test, dando como resultado, un puntaje considerable en cuanto a los conocimientos de educación ambiental y que está dentro de la escala de un resultado importante.

Se determinó que la aplicación de las diferentes estrategias mencionadas en el trabajo era eficaz porque sí logra un efecto significativo en el proceso de aprendizaje de nuevos conocimientos. De la misma manera, la metodología y los instrumentos utilizados sirvieron para saber que la Educación Ambiental, Agentes contaminantes y Gestión de residuos sólidos, eran las áreas de la Cultura Ambiental las cuales tendrán el deber de ser partícipes en las estrategias a aplicar.

La importancia de este trabajo para la investigación radicó en la posibilidad de trabajar con nuevos enfoques conceptuales y teorías como por ejemplo la comunicación participativa de Sagua (2015), que habló sobre el comportamiento del sujeto según el contexto en que se encuentre. Pero, específicamente un modelo comunitario el cual mencionó sobre la sensibilización y logró evidenciar una perspectiva ecológica con entidades en pro a la colectividad.

También, en la Universidad Nacional de Loja, Ecuador, se llevó a cabo un artículo llamado **“La Cultura ambiental desde la participación ciudadana para el desarrollo de la conciencia crítica en la ciudadanía Loja”** realizado por Aurita Gonzaga en el año 2018, propuso una alternativa sobre cómo mejorar la cultura ambiental en las personas y donde el objetivo general de la investigación fue lograr la formación de una cultura ambiental en los comerciantes del mercado “Gran Colombia” de Loja-Ecuador, por medio del manejo integral de los residuos sólidos generados en el territorio

Para el artículo se consideró a los teóricos Guerrero et al (2010) que señalan que el objetivo de la educación ambiental es alcanzar una formación de la participación ciudadana y la cultura ambiental en la protección del medio ambiente, para asegurar la preparación adecuada del aprendizaje de las comunidades locales en la gestión ambiental de esas regiones y no detener su crecimiento desarrollo.

La propuesta fue pensada desde una metodología cuantitativa y cualitativa dado que empleó métodos que contribuyen a ambas perspectivas metodológicas mediante procesos inductivos y deductivos con el empleo de las herramientas participativas de investigación acción-participación, que se constituye en una manera eficiente que garantiza la potenciación de procesos de participación de los implicados en la determinación, el desarrollo de conciencia crítica, y solución del problema. Se encuestaron a 30 comerciantes del mercado definidas por

sectores que corresponde a la venta de: cárnicos, frutas y verduras, prendas de vestir, venta de flores, y comida.

Como resultado, se permitió el desarrollo de la toma de conciencia crítica de los mercaderes sobre los problemas de su entorno, concretamente el dilema del mal manejo de residuos sólidos. Desde este punto de vista, en la investigación-acción-participación se evidenciaron cambios positivos en cuanto a la conciencia crítica, y se apreció la disposición a la participación en las tareas para solucionar los inconvenientes actuales y obstaculizar la contaminación de los lugares cercanos al mercado y la cultura ambiental de los comerciantes para solucionar este deterioro. En la conclusión de este artículo investigativo, la mayoría de los encuestados saben responder a las preguntas sobre el reciclaje y explicar su importancia.

2.1.2. Nacionales

El acercamiento desde la parte netamente ambiental es fundamental, más cuando se trata de una población similar a la estudiar en el proyecto. Por esto, el trabajo de grado titulado **“Proyecto estratégico de educación ambiental para trabajadores formales de la plaza de mercado”** se llevó a cabo en el 2020, en la ciudad de Girardot-Colombia por la Universidad Piloto de Colombia, desarrolló una problemática ambiental en la plaza de mercado de la ciudad, la cual, abarca todos los tipos de contaminación contrayendo así múltiples problemas para la zona, desde la salud hasta la economía del lugar.

Para esto se plantearon los siguientes objetivos, desarrollar espacios pedagógicos de educación y concienciación ambiental en los cuatro frentes de trabajo de la plaza, con la finalidad de promover e incentivar la cultura ambiental en un periodo de tiempo del 2030. La metodología empleada fue investigación acción participativa – IAP, lo que permite un monitoreo de las

actividades teniendo en cuenta el contexto de la población a estudiar. De la misma manera, las teorías empleadas en la tesis fueron el método de la Matriz Vester y la educación ambiental.

El desarrollo se dio en cuatro espacios estratégicos de educación ambiental: La Educación Ambiental como un espacio de apropiación consciente de un entorno laboral sostenible, La Seguridad y la Salud en el Trabajo, Saneamiento y Calidad de Vida en Plaza de Mercado, La Plaza de Mercado de Girardot, añadiendo el evento interinstitucional que se llamó primer basura challenge donde se convocó alrededor de 50 personas, con la finalidad de generar conciencia ambiental y buenas prácticas en los trabajadores.

Los resultados arrojados por la investigación a modo de síntesis van conforme a la problemática específica de que las personas que habitan esa zona no poseen un nivel mínimo de educación ambiental, por ende, el uso que se les brinda a los residuos sólidos es inadecuado, bajo este criterio se desarrollaron las estrategias planteadas en el párrafo anterior.

Acorde al desarrollo de la tesis sus conclusiones fueron precisas, la falta de escolaridad en las personas que trabajan en este mercado es fundamental para entender la situación ambiental de la localidad, en donde, se encontraba en un estado deplorable, no obstante los trabajadores accedieron a realizar un proceso de adquisición de conocimientos para el correcto trato de los residuos y un pensamiento distinto sobre la temática, todo esto fue llevado a cabo gracias al apoyo de diferentes instituciones que ayudaron al desarrollo del programa.

El aporte que brinda al proyecto se da cuanto a la cercanía de la población a estudiar, aunque, no posee la índole comunicativa, brinda una idea de cómo abordar a los trabajadores de una plaza de mercado desde la educación, y como desde la misma se puede lograr un cambio de actitud y pensamiento.

En Santuario, Antioquia, se realizó el **“Proyecto aplicado para implementar una estrategia comunicativa que busca educar a la comunidad del municipio del Santuario, Antioquia,**

para evitar que arroje basuras a las calles” donde se implementó en el año 2018 y fue elaborado por Mauricio Álvarez Betancur de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia del estudio es que a través de una conversación abierta en un espacio televisivo, se difundan concepciones claras apoyadas en la Comunicación Social y logren impactar positivamente a un gran número de personas y éstas a su vez, adquieran los conocimientos primordiales sobre el manejo adecuado de los residuos.

El enfoque metodológico adoptado para llevar a cabo la investigación fue el cualitativo, ya que permitió comprender a las personas a partir de sus acciones dentro de un contexto social y cultural. En el municipio de El Santuario, resultaba crucial que el investigador empleara esta herramienta para comprender por qué los habitantes habían desarrollado la práctica de arrojar basura a las vías, sin considerar el daño significativo que esto podía ocasionar.

Por otro lado, el objetivo principal era fomentar una mejor gestión de residuos en la comunidad de El Santuario a través de un programa de televisión, desalentando así el arrojado de basura en las calles. Los objetivos específicos incluían incentivar prácticas ambientalmente responsables, generar conciencia sobre el manejo de desechos y destacar las consecuencias ambientales y sociales del deterioro del entorno.

El trabajo de desarrollo siguiendo los siguientes capítulos. En el primer capítulo se analizó detalladamente la formulación del problema, los objetivos y la justificación, incluyendo la delimitación del alcance y las limitaciones, así como una descripción del contenido de la investigación. En el segundo capítulo, se abordó la parte operativa de la tesis, donde se desarrolló el método y el procedimiento utilizado para llevar a cabo la investigación de campo requerida. Se detallaron los lineamientos metodológicos utilizados, incluyendo el tipo y diseño de la investigación, los instrumentos de recolección de datos y las distintas fases de la metodología aplicada. Por último, en el tercer capítulo se presentaron los resultados de la investigación

obtenidos a través del procesamiento, análisis e interpretación de los datos recabados de la población estudiada.

En cuanto a los resultados, se observaron cambios valiosos y significativos en cuanto a los hábitos de los residentes de lanzar basura en las calles, esquinas y bases de postes de energía. Se notó que, de manera progresiva y constante, mostraban señales de haber aprendido sobre el manejo adecuado de residuos sólidos. Estos cambios fueron atribuidos al contenido educativo y pedagógico transmitido a través del canal local, el cual abordaba directamente esta problemática.

Las conclusiones señalaron cómo el proyecto aplicado tuvo el potencial de influir en las personas para que se produjera un cambio positivo. Esto incluyó promover una cultura adecuada de manejo de residuos sólidos, desalentando su arrojo en lugares no autorizados y contribuyendo a la creación y conservación de entornos más limpios.

La contribución de este estudio para el proyecto, radica en que la televisión puede ser una manera efectiva de concientizar a la comunidad sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar los desechos, así como de adoptar hábitos responsables en el manejo de la basura. Estos programas pueden proporcionar información valiosa sobre cómo separar los residuos, la importancia del reciclaje y la reducción del uso de productos desechables, entre otros temas relevantes.

El análisis de prácticas ambientales para obtener un medio ambiente sano y seguro es primordial y por esto, los colegios e instituciones educativas hacen parte del proceso. La tesis titulada **“Prácticas ambientales en la Institución Educativa Colegio Integrado sede A del municipio de Puerto Wilches fortalecidas a través de procesos educomunicativos”** en el año 2018 en Bucaramanga-Colombia por la Universidad Santo Tomás, la cual se especializa en dar un enfoque al análisis y fortalecimiento de las prácticas ambientales en la Institución Educativa Colegio Integrado Sede A del municipio de Puerto Wilches.

Para esto la metodología empleada fue cualitativa, con el fin de entender el pensamiento y las percepciones de la comunidad educativa conforme a las prácticas ambientales, a esto mismo, responden los objetivos planteados en el documento, implementar estrategias educomunicativas para el fortalecimiento de las prácticas ambientales en el colegio a través de talleres interactivo y uso de las TIC, fortalecido gracias a múltiples teorías implementadas como educomunicación, competencias comunicativas, servicios ambientales y ecoturismo, educación ambiental y eco pedagogía, desarrollo económico y medio ambiente, prácticas ambientales y cultura ecológica.

El desarrollo de todo el proceso interactivo, de conocimiento y comunicación, empezó por establecer una relación entre la educomunicación y educación ambiental, usando como instrumento una encuesta, a partir del diagnóstico se implementó una propuesta, la cual, se basa en la enseñanza de la problemática y la alfabetización por medio de desarrollo interactivo de talleres y uso de la tecnología que incentivan la cultura ambiental.

Los resultados arrojados por el diagnóstico aplicado dan a entender que la mayoría de las estudiantes consideran positivo tener conciencia ambiental, no obstante, no la poseen de la misma manera, aclaran que sería bueno desde la institución impartir estrategias que fomenten la parte ambiental, en donde el uso de la comunicación, talleres interactivo y utilidad de las TIC son las más adecuadas para el contexto.

Las conclusiones expresadas en el documento van más allá del mero diagnóstico empleado, en estas se tiene en cuenta el contexto académico y familiar de los estudiantes, para que la estrategia educomunicativa sea efectiva debe mejorar el contexto en el que se desarrollan los menores, aparte de esto el ejecutar los talleres sería un buen implemento que para el comienzo de una conciencia ambiental en el colegio.

La población y la situación que se presentan en el proyecto evidentemente van a ser diferentes a los proyectos de investigación que tomarán como base este trabajo, pero al tener en

cuenta dos factores fundamentales estos aportaran al desarrollo de las mismas, el contexto detrás de las personas que no ejercen prácticas ambientales son pilares que pocas veces son tenidos en cuenta, añadiendo que las estrategias son diseñadas bajo el marco de la comunicación, interacción y tecnología, demuestra una manera distinta de impartir la comunicación.

Añadiendo que el trabajo de formación a la cultura ambiental debe ser de la ciudad en general donde surja un interés por cuidar el medio ambiente, es por esto que La tesis titulada **“Estrategia educomunicativa para el fortalecimiento de la cultura ambiental en torno al manejo de residuos sólidos urbanos en la ciudad de Ibagué.”** realizada en el 2018, en la ciudad de Ibagué-Colombia por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Se dio la tarea de atender una problemática social presente en el territorio, el mal manejo de los residuos sólidos, para esto se seleccionó una muestra de la población de la ciudad, la comuna.

Atendiendo la problemática se realizaron sus principales objetivos que van conforme al diseño de una estrategia educomunicativa orientada al fortalecimiento de la cultura ambiental de los habitantes, con el objeto de un mejoramiento en la parte de residuos sólidos. Para lo que, se llevó a cabo una investigación de enfoque cualitativo y de tipo descriptivo, con metodología Investigación Acción Participativa (IAP) y sus teorías fueron: la Educomunicación como parte de las ideas de la pedagogía crítica y La educación ambiental.

En cuanto a los resultados que brinda el diagnóstico, muchas personas pertenecientes a la comuna han tenido enfermedades provocadas por la contaminación inminente, de la misma manera, el desconocimiento por el término “Residuos Sólidos” es bastante alto por lo que no tienen una base de escolaridad baja, pero, la población estuvo dispuesta a recibir capacitaciones para poder brindar un buen manejo de estas.

Estas se dieron bajo el ámbito comunicativo y educativo, en donde, se brindó un acompañamiento al momento de recibir la capacitación, este proceso se llevó a cabo bajo una comunicación bidireccional o interactiva, donde, las personas junto con el grupo de trabajo pensaron, plasmaron y realizaron las diferentes maneras en realizar las actividades, por esto la participación fue continua.

Las conclusiones que se llegaron con la investigación se dieron en cuanto a la necesidad de la educomunicación en la parte ambiental; como un factor fundamental para el buen desarrollo de una comunidad con falta en la conciencia o cultura ambiental. Asimismo, se identificó las diferentes maneras de enseñar a las personas a cuidar su localidad, esto trajo consigo que las personas logaran entender la necesidad de cambio.

El aporte que brinda este proyecto se basa en la capacidad de entender la comunicación como un factor esencial para lograr un cambio social. De la misma manera, el cómo se puede intervenir e instruir a una comunidad tan variada, por medio del uso de la participación; comunicación; educación y concientización.

En el marco de **“la comunicación estratégica para lograr una educación ambiental se involucra el reciclaje y tratamiento de aquellos residuos sólidos. En la calle 147 de Bogotá del 19 barrio Cedritos”** se hizo un proyecto de investigación con el fin de diseñar estrategias comunicativas para la concientización sobre el reciclaje.

Esto desde una metodología cualitativa usando instrumentos como entrevistas, diálogos y especialmente observación constante al sector para ejecutar una buena estrategia de concientización ambiental. Colombia produce miles de toneladas de basura a diario y solo un

pequeño porcentaje de personas se encargan de reciclar los productos que pueden llegar a reutilizarse.

Rescatar la cultura y poder optimizar las condiciones medioambientales del sector, a través de actividades que promuevan la conservación del ambiente, es el objetivo central de esta investigación. Además, en la ejecución de dichas actividades se mantiene una efectiva participación con la ciudadanía, la junta de acción comunal y la Alcaldía. Dentro de la verificación de estas estrategias, se reconoce una disminución visual de residuos en las calles, debido al buen manejo en los procesos comunicativos.

En dicha gestión de actividades por parte de las personas de la campaña, se creó #ECOLucionaCedritos, con el que se pretendía mejorar los procesos de comunicación y las dinámicas del cuidado ambiental. En esta investigación se mantiene relación con la empresa de basura LIME S.A., junta de acción comunal. Alcaldía, grupo de personas dispuestas a generar cambios y evidentemente el hashtag como herramienta diferencial.

Asimismo, el trabajo de grado titulado **“Estrategias para el fomento de la cultura ambiental en comunidades pesqueras caso Tubará, Atlántico, Colombia”** fue efectuado en el año 2020 en el territorio colombiano por Danitza Diaz y Melina Suarez, este se da con el fin de plantear estrategias que promuevan la cultura ambiental en las comunidades pesqueras del municipio de Tubará, se hizo identificando las características sociales, económicas y ambientales de las comunidades anteriormente mencionadas, también analizando las problemáticas ambientales del público objetivo y evaluando las estrategias que son compatibles para una excelente aplicabilidad.

Además, se tuvieron aportes teóricos tales como Gómez (2000), el cual define el término cultura ambiental como un desarrollo que evidencia la calidad de vida de la sociedad a sus condiciones de reales, por otro lado, Mata Segreda (2004), la explica como el reconocimiento por la vida que genera responsabilidad hacia su entorno y es de acción colectiva e individual; en cuanto a Severiche & Acevedo (2013) exponen que la cultura ambiental mantiene contacto directo con “el cuidado del medio ambiente” debido a esto estimula el equilibrio entre sociedad y naturaleza.

La metodología de la investigación fue de tipo exploratorio, las cuales se emplean cuando se quiere investigar un tema poco estudiado. El enfoque utilizado en el estudio es mixto, ya que combina la integración sistemática de dos técnicas, una de las cuales es cualitativa con énfasis en la estadística descriptiva. Para recopilar información se realizó una encuesta de tipo semiestructurada, compuesta por preguntas abiertas y categóricas enfocadas en las condiciones ambientales, económicas y sociales de la comunidad. También se usó la observación directa de la dinámica social y ecológica alrededor de tres playas. Una vez obtenida la información, se graficaron los resultados.

En los resultados se evidenciaron de manera directa los problemas ambientales, sociales y económicos que plantea la comunidad pesquera, y uno de estos problemas es el mal tratamiento de los residuos sólidos que recolectan los pescadores. En cuanto a los aspectos sociales y económicos, las personas se ven obligados a realizar diferentes oficios y trabajar hasta 24 horas continuas, debido a que los ingresos que reciben de la pesca no son suficientes para satisfacer sus necesidades básicas.

En conclusión, se puede decir que la formación y las actividades dinámicas son uno de los métodos más utilizados de educación y orientación sobre un objeto en particular, obteniendo muy buenos resultados. Así mismo, la educación ambiental es un pilar fundamental en la lucha contra

la contaminación en el mundo. En particular, se permitió el desarrollo de estrategias culturales y ambientales para dar solución a esas problemáticas identificadas, donde, la más relevante en las comunidades estuvo encaminada a la contaminación causada por los residuos sólidos.

Por ello, el aporte que da este proyecto es de Gómez (2000), el cual sostiene que la cultura ambiental es visible mediante las costumbres, vivencias y su entorno social. También se evidencio como apoyo que la cultura ambiental se ve afectada de acuerdo con las causas socioeconómicas que vive el individuo.

2.1.3. Locales

En vista a la necesidad de identificar estudios realizados en el área metropolitana de Cúcuta y sus alrededores que aportaran y ayudaran a la construcción del presente proyecto, se seleccionaron un total de 3 investigaciones que se acercan y abarcan la temática desde el índole comunicativo y ecológico.

El trabajo de grado **“Estrategia de valorización del uso de residuos orgánicos de las empresas afiliadas a Acodres capítulo Norte de Santander – Cúcuta”**, realizado en la Universidad Libre de Cúcuta por Castro Becerra Jhon Anderson en el 2023.

La investigación fue de tipo mixta y se centró en los residuos orgánicos producidos por los restaurantes, como los restos de comida y el aceite de cocina usado. La población objetivo consistió en 65 restaurantes afiliados, de los cuales se seleccionó una muestra de 25 para realizar un diagnóstico mediante encuestas y entrevistas. Estos métodos permitieron recopilar información para comprender el panorama actual y generar estrategias pertinentes. Se estimó la cantidad total de residuos producidos por los 65 restaurantes, se identificaron empresas interesadas en la compra de estos residuos y se desarrollaron estrategias innovadoras para abordar esta problemática y promover la sostenibilidad en el sector restaurantero de la región.

Como objetivo principal tuvo diseñar estrategias que apoyen la valorización de los residuos orgánicos generados por MiPymes de Cúcuta y afiliadas a Acodres (Asociación colombiana de restaurantes), La investigación reveló que mensualmente se generan aproximadamente 94,023 toneladas de residuos orgánicos sólidos y 4111,87 galones de aceite de cocina en los restaurantes afiliados a Acodres Capítulo Norte de Santander en Cúcuta.

La aplicación de estrategias para el aprovechamiento de residuos en los restaurantes afiliados a Acodres en Cúcuta no solo es imperativa desde el punto de vista ambiental, sino que también representa una oportunidad para mejorar la rentabilidad de los negocios y fortalecer la responsabilidad social corporativa.

El presente artículo de investigación llamado **“Estrategia de intervención en comunidades para la conservación del medio ambiente: una aproximación metodológica para la investigación social”** se realizó en el año 2021 y publicado por la Revista Redipe ahondan en una temática que incursiona en la relación de la comunicación y educación para sensibilizar a una sociedad conforme a las diferentes prácticas hacia el medio ambiente.

Los objetivos planteados se resumen a nivel general sobre el desarrollar estrategias educomunicativas participativas para la protección y conservación de los recursos naturales en instituciones educativas del Norte de Santander y adultos mayores asentados en la cuenca del Río Pamplonita. Prosiguiendo, se tuvo en cuenta autores y bases teóricas como: el cambio global por David Saurí y Martí Boada; perspectivas actuales de la educación por Moacir Gadotti; Pedagogía del oprimido por Paulo Freire, entre otras.

Asimismo, su metodología a emplear fue cualitativa donde primaron herramientas como la entrevista; historias de vida; experiencias personales; la observación participante y no

participante, añadiendo que, se resaltan teorías expresadas en el documento, (Kaplún, 2002)-la educación y la comunicación enfocada a lo ambiental fue una de ellas.

El desarrollo de este artículo permite entrever el proceso metodológico llevado a cabo, muestra una visión más cercana a la población estudiada, la cual tuvo lugar en 12 investigaciones; que permitieron no solo una idea precisa de la problemática, también de su contexto y origen, para entender completamente una población y sus problemas, se debe pensar como la misma. Para esto, las herramientas antes mencionadas fueron un punto clave para el efectivo desenlace de la investigación.

Posterior al proceso llevado se realizó su respectivo análisis, el cual brindó como resultado una guía metodológica, en donde se expresa la realización del proceso de sensibilización a través de diferentes estrategias que fomentaran la relación de las personas con el medio ambiente, así, se generan no solo cambios ecológicos sino sociales y de pensamiento.

A manera de conclusión se permitió un enlace entre el contexto; sociedad; medio ambiente y comunicación. Más allá de estar directamente relacionados con la problemática de investigación demuestran una realidad colombiana, la cual no solo depende de un factor, el cuidado del medio ambiente, sino de múltiples índoles relacionados. Se demostró que más allá del conocimiento que se puede dar por diferentes medios, la comunicación es clave para concientizar.

El entendimiento del poder de la comunicación y la educación es un factor que pocos toman como esencial. Sin embargo, es parte fundamental para comprender el contexto y sus necesidades; brindarles una solución adecuada. El artículo presente expuso una de las

posibilidades para emplear la comunicación con enfoque ambiental de manera correcta, en donde no solo se enfoca el problema, también la comunidad.

“La cultura ambiental se considera el conjunto de acciones que se realizan para lograr que la comunidad haga buen uso de los recursos naturales”, Cano (2019). Y para comprobarlo se sumerge en una investigación que tomó como objeto de estudio, la población campesina de la Vereda Pueblo Viejo del Corregimiento de Buenavista del municipio de Ocaña. Como parte de este proyecto, se pretende mejorar los comportamientos y actitudes de la población.

Además, con este proyecto se planteó fomentar habilidades, destrezas, valores y conocimientos que favorezcan una cultura de respeto al medio ambiente. Esto se logra a través de la interacción con la comunidad, en la que se implementen actividades que promuevan la importancia de mantener un ambiente sano y libre de contaminación. De manera que puedan comprender la idea de cuidar los recursos para asegurar un desarrollo en todos los aspectos.

Como parte de la investigación se tomó una metodología mixta, con instrumentos como; la encuesta y las entrevistas, con el fin de determinar aquella percepción que tiene la comunidad sobre temas ambientales. Un eje fundamental, fue diseñar una estrategia comunicativa que permita generar cultura ambiental para esta población, manteniendo como base, que desde la Educación Ambiental se puede crear una estable Cultura Ambiental.

Esta cultura pretende generar en las personas la posibilidad de cambiar o mejorar sus estilos de vida y comportamientos tomando responsabilidad con el medio ambiente que los rodea, pág. 18. Por lo tanto, como resultados se obtuvo que:

El 74 % de los residentes de la Vereda de Pueblo Viejo saben que es la contaminación, pero ignoran los efectos que esta causa, ya que hacen caso omiso para mantener un ambiente saludable; por otro lado, tenemos un 26% de la población que no saben que es la contaminación debido a su bajo nivel de educación y cultura. (Cano, Pág. 36.)

A través, de distintas actividades con la comunidad y por medio de otras técnicas de recolección de información, se logró determinar una de las causas principales que generan de cultura ambiental en los habitantes y es precisamente la falta de información y formación de temas ambientales. La cartilla diseñada de una manera dinámica y con gráficos que impacten visualmente fue la estrategia empleada para conseguir su objetivo principal.

El buen manejo de residuos sólidos es parte de la educación ambiental y esta educación se debe implementar en distintas poblaciones. Kelly Andrea Díaz Guzmán y Dalith Valera Blanco, plantean en el 2016 un proyecto enfocado en **“el diseño de una estrategia comunicativa para la educación ambiental en el mercado público de Ocaña, Norte de Santander”**. Una población que claramente tiene estrecha relación con lo que se plantea.

La comunicación y educación se consideran herramientas fundamentales que al emplearlas con buenas estrategias pueden contribuir a generar cambios en las acciones y hábitos en la sociedad. Con una metodología cualitativa acompañada de instrumentos como, el diario de campo y entrevistas, se llevó a cabo dicha investigación.

Teniendo en cuenta, que la industria cada vez lanza productos compuestos de más plásticos y demás materiales contaminantes y tóxicos, está en cada uno poder cambiar la manera de pensar y educar ambientalmente a las comunidades, darles a conocer los pasos que se deben tener en cuenta para aportar al planeta y generar estrategias de concientización es parte fundamental en este recorrido.

“El trabajo se ha basado en un planteamiento teórico que se puede aplicar en distintos escenarios de la educación ambiental” Pág. 51. Además, la cultura ambiental se considera un factor importante también en las personas que transitan el mercado público de Ocaña, es primordial promover el manejo de residuos sólidos. Estas estrategias fueron efectivas con la participación de todos los habitantes, organismos gubernamentales y educativos.

Siguiendo en la misma línea en el proyecto investigativo **“Formulación del plan de gestión integral de residuos sólidos del centro comercial Jardín Plaza de la ciudad de San José de Cúcuta”**, el cual se realizó en el año 2019 por Yeimar Fair Quintanilla Vargas, investigación en la cual se llevó a cabo un diagnóstico social para cada uno de los procesos y actividades realizadas en el centro comercial y así mismo se formularon estrategias que impulsen un adecuado manejo de los residuos y promuevan una cultura medio ambiental en los clientes del centro comercial.

La metodología empleada fue una investigación tipo cualitativa y cuantitativa pues se realizó un diagnóstico de la situación actual dada por la generación de residuos en el centro comercial, esta metodología permitió la implementación de estrategias para efectuar el plan de gestión integral, con el objetivo general de formular el plan de gestión integral de residuos sólidos del Centro Comercial Jardín Plaza de la Ciudad de Cúcuta bajo el marco de la Normativa ambiental colombiana vigente que tiene como propósito diseñar programas y estrategias que generen un adecuado manejo de los residuos.

Así mismo este proyecto dejó como resultado un balance positivo frente a la fase diagnóstica permitiendo analizar y registrar las prácticas actuales desarrolladas por el centro comercial en los diferentes componentes de la gestión integral de residuos sólidos como la generación de residuos, el almacenamiento y la disposición final de estos.

Se pudo concluir que, a partir de los resultados del diagnóstico realizado para cada componente de la gestión actual de residuos sólidos y los resultados obtenidos de la cantidad y composición de los residuos generados, se puede proponer un listado de programas y actividades que ayuden a generar conciencia ambiental en toda la comunidad Jardín plaza.

Esta investigación muestra la importancia y la utilidad de un diagnóstico social, ya que este aporta los elementos suficientes y necesarios para la explicación de la realidad social de cara a la transformación de las situaciones y el planteamiento de una estrategia que ayude a mitigar una problemática social como lo es la educación ambiental.

El proyecto de grado **“Capacitación en manejo de residuos sólidos a madres cabeza de familia del barrio Zulima tercera etapa, Municipio de San José de Cúcuta”**, elaborado por Villamizar Clavijo Nhora Milena y Vergel Ortiz Diego Felipe en el 2017. Tuvo como objetivo abordar la problemática del manejo inadecuado de residuos sólidos en el barrio Zulima tercera etapa, ubicado en el municipio de San José de Cúcuta, específicamente enfocándose en la capacitación de las madres cabeza de familia. La población objetivo fueron todas las mujeres residentes en la Urbanización Zulima tercera etapa.

Se reconoció que estas mujeres desempeñan un papel importante en la gestión de los residuos en sus hogares, por lo que su capacitación pudo tener un impacto significativo en la reducción de la contaminación ambiental y la promoción de prácticas de reciclaje.

Tuvo por objetivo investigar las necesidades de capacitación en manejo de residuos sólidos de las madres cabeza de familia del barrio Zulima tercera etapa, diseñar e implementar un programa de capacitación utilizando estrategias pedagógicas efectivas y así evaluar el impacto del programa de capacitación en el conocimiento y las prácticas de manejo de residuos sólidos de las participantes.

El estudio se llevó a cabo mediante una investigación mixta con enfoque cuantitativo, utilizando un instrumento tipo cuestionario como principal método de recolección de datos. Este cuestionario fue sometido a validación de contenido por medio de la técnica de juicio de expertos para así garantizar su fiabilidad y pertinencia.

Como resultado de este proyecto, se logró una mejora significativa en el conocimiento y las prácticas de manejo de residuos sólidos entre las madres cabeza de familia del barrio Zulima tercera etapa. Además, se identificaron los principales desafíos y oportunidades en la gestión de residuos sólidos en el contexto comunitario, y se propuso una estrategia pedagógica efectiva para abordarlos. Este estudio contribuye a la promoción de prácticas sostenibles de manejo de residuos sólidos a nivel local, con el potencial de impactar positivamente en la salud pública y el medio ambiente.

La tesis titulada **“Estrategias edu-comunicativas para fomentar una cultura ambiental en reciclaje en los estudiantes de grado 6^a C del colegio San Bartolomé en Cúcuta, Norte de Santander”**, realizado por Vargas Rivera Dumar Eduardo, Antolínez Lizcano Stephanie, Gallardo Páez Liliana Carolina de la Universidad De Pamplona en el año 2016.

El proyecto se originó de la necesidad de promover la educación ambiental y el reciclaje entre los estudiantes del grado sexto C del Colegio San Bartolomé de Cúcuta. Se reconoce la importancia de inculcar en la nueva generación una conciencia ambiental desde temprana edad, utilizando estrategias educomunicativas para lograr un cambio de actitud hacia el cuidado y respeto del medio ambiente. Tuvo como objetivo principal implementar estrategias para fomentar una cultura ambiental direccionada al reciclaje.

Primero se realizó un diagnóstico previo sobre la situación ambiental en el colegio, identificando la falta de una cultura en reciclaje entre los estudiantes, seguido se desarrolló una metodología de investigación mixta, utilizando encuestas y entrevistas como principales

herramientas de recolección de datos para finalmente implementar estrategias educomunicativas centradas en el uso de la radio, permitiendo a los estudiantes producir contenidos sobre reciclaje.

Dando como conclusión, lograr introducir a los estudiantes del grado sexto C en el lenguaje radiofónico y generar productos como cuñas y sociodramas sobre reciclaje, en los cuales los adolescentes fueron los protagonistas.

Finalmente, el análisis de antecedentes permite un acercamiento cognitivo con el proyecto de investigación de una manera indirecta, puesto que, a pesar de no ser totalmente idéntico a los documentos expuestos y analizados sirven como base, ya que, los aportes que estos brindan son de vital importancia, estos, no solo brindan una idea de la problemática, se encargan de demostrar las diferentes maneras de abordarlo en cuanto a sus consecuencias positivas y negativas, que serán tomadas en cuenta en el proyecto a realizar.

Desde la pertinencia hasta las poblaciones presentadas en estos anexos demuestran la manera en cómo la comunicación ha tenido un rol primordial en la índole ambiental, asimismo, los múltiples errores cometidos, son muestra clave de lo que puede fallar en una investigación y la manera de corregirlo, sin embargo, más allá de solo ser parte teórica se convierten en aprendizaje por medio de experiencias no vividas directamente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Comunicación – Comunicación para el cambio social

La comunicación para el cambio social nació del valor dialógico que se destaca del pensamiento humanístico y la importancia de la participación de las personas dentro del entorno social. Además, la comunicación para el cambio social favorece el desarrollo social desde los

principios de justicia, tolerancia, equidad y diversidad priorizando la participación de los ciudadanos.

Es por esto que, fue una base fundamental para la implementación de este estudio, fortaleciendo pensamientos y premisas como la de Dagron Gumucio (2011) en comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo que abarcan varias temáticas o índoles inmersos en el problema de residuos sólidos.

La comunicación para el desarrollo hacía énfasis en una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino pobre, y planteaba además la necesidad de establecer flujos de intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales y los técnicos y expertos institucionales. (Dagron Gumucio, 2011, p. 35).

Fue una premisa que se tuvo en cuenta conforme al estudio, puesto que, al ser un proyecto de índole hacia el cambio social, se ubicó en el uso de tecnologías que aportaron al flujo de intercambios de información entre los expertos institucionales en este caso las interventoras, y la comunidad que fueron los comerciantes minoristas del galpón azul de Cenabastos en el área de frutas, verduras y hortalizas.

Entendiendo que, aunque el cambio social sea una rama enfocada hacia diferentes actividades que fortalecen el conocimiento de las poblaciones o comunidades que lo necesiten por medio de la participación, se puede ver inmersas tecnologías que sirven como promotor del cambio en las comunidades. De la misma manera, como se menciona es necesario “la capacitación en técnicas de comunicación de los agentes de cambio y la producción de materiales apropiados para el contexto cultural. “(Gumucio, 2011, pp. 35-36).

Dando a comprender que el uso de las tecnologías como factor de cambio social no es suficiente sino está acompañado de personas capacitadas en el área comunicacional para que de esta manera sean ellas, quienes sepan cómo adaptar los procesos según el contexto sociocultural en donde se encuentran. Con el objeto de que sea más efectivo el proceso, no obstante, este se ve afectado si la población no se apropia de ella y de los contenidos comunicacionales, por lo que, para evitarlo se hacen procesos con la comunidad y/o población que garantizan el empoderamiento o cambio hacia el problema.

Los procesos pueden empezar con acercamientos que indiquen cuál método es mejor para los actores, “La capacidad de apropiación que desarrollen los actores involucrados define, en cada etapa del proceso, las características de la tecnología que debe usarse.” (Gumucio ,D., 2011, pág. 38).

2.2.2. Estrategias comunicativas

El desarrollo de procesos comunicativos permite la transformación de organizaciones y comunidades, ya que fortalece acciones claves en el proceso de cambio, además, su papel es fundamental en el proceso de direccionar un comportamiento en las personas.

Toro y Rodríguez (2001) entienden la comunicación como elemento constitutivo de producción cultural, es un proceso en el que se pone a circular, competir, colectivizar sentidos y significaciones que contribuyen a transformar conocimientos, valores y actitudes frente a la vida.

Por lo tanto, las estrategias comunicativas se convierten en herramientas orientadas a la transformación cultural de las sociedades y en este proyecto investigativo dichas estrategias

fundamentaron las dinámicas que sirvieron para que la comunidad de comerciantes de Cenabastos participaran del cambio que beneficia al ambiente y su entorno laboral.

En la propuesta de emplear una estrategia orientada a producir conciencia ambiental en los comerciantes, se tuvo en cuenta teorías que fundamentan la investigación y en la cual autores como Paulo Freire, Mario Kaplún y Jorge Huergo desempeñaron un rol significativo en el abordaje de la comunicación como eje central del diseño de la estrategia, asimismo, factores relacionados a la profundización de la educación ambiental y competencias ambientales que son esenciales en la intervención de comunidades.

En la investigación que se realizó la comunidad se adaptó a lo que los demás hacen y no se interesan por cambiar su pensamiento en bienestar del ambiente y entorno que lo rodean. Pero, este problema se da desde el proceso que han tenido, ya que, durante la formación escolar hay educadores que resaltan el tema ambiental, sin embargo, este proceso se convierte en lo que Freire denomina, “educación bancaria”, puesto que, el educando recibe la información de manera lineal sin realmente ejecutar acciones en la vida diaria que contribuyan a la formación que se le ha impartido.

El fin fue concientizar y para esto primero se tuvo que interiorizar las problemáticas y actuar frente a ellas, que la nueva educación liberadora sea partícipe de la sociedad crítica que adapte estrategias comunicativas para generar dicho cambio en el entorno. Este proyecto va encaminado a diseñar estrategias que se efectúen en un ambiente de participación y retroalimentación entre las encargadas de dirigir la investigación y las comunidades.

Huergo comenta sobre la importancia de conectar las nuevas tecnologías en la pedagogía y una de las formas de vincular comunicación y educación más generalizada es la que tiene que ver con el uso de los medios en educación. “En el nivel de las estrategias prácticas centradas en diversos modos de «usos de medios en educación», se enfrenta a una enorme fragmentación de

experiencias y a una multiplicidad caótica de prácticas, pero con una especie de «sentido preferente» o énfasis principal.” (Huergo, 2004, pág.33).

Para este proyecto investigativo fue fundamental determinar una base de comunicación participativa sólida con la población que se intervino, con la finalidad de implantar interés propio por la conciencia ambiental, donde, la estrategia llamada “Ecomunica” se realizó con énfasis a la parte comunicativa.

Dando así, una estrategia con índole digital y experimental, ambos propios de la rama comunicativa, que permitieron la debida implementación del estudio enfocado a adaptarse a las necesidades de la población.

La primera parte cumplió la función de informar por medios de comunicación y herramientas del uso cotidiano para fortalecer los conocimientos ya brindados en el pre diseño. La segunda se enfocó en el nivel de aprendizaje de los comerciantes ante experiencias cotidianas como ubicar los residuos de manera correcta.

La evaluación se hizo de manera virtual y presencial, donde se identificó que tan efectiva fue la estrategia comunicativa.

2.2.3. Conciencia ambiental

La conciencia ambiental es expresada por Febles (2004) como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente, se puede inferir entonces que la conciencia ambiental está directamente relacionada con la educación, es decir se debe educar para poder concientizar.

Desde este punto de vista la conciencia ambiental está relacionada con todos los factores psicológicos del hombre de modo que estos suponen la generación de actos pro ambientales, y

permiten al individuo asumir sus deberes ambientales y así puedan contribuir a la preservación del medio que los rodea.

Se entiende como conciencia el conocimiento o entendimiento que tiene el ser humano de conducirse en su entorno y de sí mismo, es decir de su propia existencia, la conciencia se considera un estado mental que sólo es asequible por el propio individuo y esto le permite interpretar y construir su realidad.

William James (1890) Define la conciencia como una función evolutiva que salvaguardaba una secuencia de experiencias concretas conscientes, por ende, es la capacidad de grabar en nuestra memoria lo que estamos viviendo en una secuencia temporal para poder prever el futuro.

Por lo tanto, se considera la conciencia como la acción que le permite al ser humano generar reflexiones a través del pensamiento y de esta manera realizar una consideración de sus actos y lograr establecer un lineamiento que permita encaminar sus actos y acciones.

Comúnmente este término se relaciona con la naturaleza y la representación de esta, como plantas, bosques, hábitats naturales, obteniendo así la idea que ambiente es solo el conjunto de elementos que se encuentran en la tierra olvidando así las relaciones que los seres humanos tienen entre sí y con su entorno.

Se entiende como ambiente al grupo de componentes naturales y sociales que componen la vida en la tierra, en otras palabras, es el entorno en el que las personas emergen, se desarrollan y prolongan sus vidas. Un ambiente consiste en organismos biológicos y físicos tales como animales, humanos y plantas, donde cada elemento natural o biológico está involucrado en el buen funcionamiento de dicho ambiente.

El concepto de Ambiente ha estado asociado casi siempre de manera exclusiva a los sistemas naturales, a la protección y a la conservación de los ecosistemas, vistos como las relaciones únicas entre los factores bióticos y abióticos, sin que medie un análisis o una reflexión sobre la incidencia

de los aspectos socioculturales, políticos y económicos en la dinámica de dichos sistemas naturales. (SINA, 2002 Pág. 33).

Cuando se habla de ambiente se debe tener claro que se refiere absolutamente a todo aquello que rodea, es decir va más allá de la relación del hombre con la naturaleza, los procesos culturales y los elementos que brinda la relación del hombre con todo lo que lo rodea.

2.2.4. Competencias ambientales

En cuanto al cómo se debe emplear de manera correcta las diferentes formas para cuidar, generar, promover y cultivar el medio ambiente se especula demasiado, lo que sí está establecido son las diferentes competencias u objetivos.

Es aquí donde la formación de competencias ambientales toma fuerza ante una problemática social, los malos tratos hacia el medio ambiente y lo que esto lleva a cabo, la extinción temprana del mismo. Es generado por múltiples factores, no obstante, una de las afecciones principales y más tratadas mundialmente es la contaminación, la cual durante años se ha clasificado de diferentes maneras como lo son: la quema de basuras, la contaminación hidráulica, pero la más común es por residuos sólidos.

Y para entender cómo toma fuerza la formación de competencias ambientales en el ámbito de la contaminación, se tuvo que entender el proceso mediante el cual se generan capacidades o competencias con la finalidad de reconocer los valores y conceptos generando actitudes necesarias, tendientes a comprender y apreciar la relación del ser humano y el medio ambiente.

Primero se identificó el concepto que según (Ortiz, 2009) Las Competencias dejan ver la habilidad, conocimientos, pensamientos, carácter que el sujeto deja ver, en sus tres dimensiones cognitivas, expresiva y afectivas.

Teniendo en cuenta lo anterior, se pudo deducir que las capacidades que genera una persona bajo las distintas competencias existentes, dan como resultado un sinfín de habilidades a poder realizar bajo las tres dimensiones, que a su vez se fusionan para crear un ser totalmente capaz. Asimismo, es importante entender cómo se realizaron las competencias desde la índole ambiental, por esto y más, fue necesario definir concretamente lo relacionado al medio ambiente.

El medio ambiente se define como “un sistema dinámico definido por las interacciones físicas, biológicas, sociales y culturales, percibidas o no, entre los seres humanos y los demás seres vivientes y todos los elementos del medio en el cual se desenvuelven, bien que estos elementos sean de carácter natural o sean transformados o creados por el hombre”. (La Política Nacional de Educación Ambiental, 2002, pág. 17).

Ahora para entender cómo funciona el ser humano bajo políticas más humanitarias y sensibles, fue imprescindible analizar cómo es como ciudadano teniendo en cuenta los valores, costumbres, y cultura de cada contexto.

La formación de competencias ciudadanas es entendida como la concepción de formación ciudadana de esta propuesta supone apoyar el desarrollo de las competencias y los conocimientos que necesitan niños, niñas y jóvenes del país para actuar de manera constructiva en la sociedad, de la misma manera participar activa y responsablemente en las decisiones de manera democrática, para resolver los conflictos y para respetar la diversidad humana, entre otros importantes, como proteger el medio ambiente. Según el ministerio de educación (2006).

Ahora al tener clara estas tres definiciones se puede entender que la formación de competencias ambientales es la generación de capacidades ciudadanas que por medio de sus distintas dimensiones cognitivas, expresivas y afectivas. Afectan de manera positiva al medio ambiente.

Cada definición aporte al entendimiento mucho más ameno de una definición que aún no está estipulada, no obstante, con la comprensión de las definiciones adecuadas se puede generar, entender y emplear el término de formación de competencias ambientales, en donde se encuentra inmersa no solo las habilidades que generan una competencia, ni el integrarse con el medio ambiente como ser pensante y sensible, ni tampoco el accionar basado en una cultura ciudadana, se puede entrever un trabajo en el cual cohesionan para formar una cultura basada en múltiples habilidades, acciones ciudadanas que impactan a la parte ambiental no simplemente de un contexto, también a nivel global.

2.2.5. El Medio Ambiente y sociedad

Un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la *sociedad* y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado. (Observatorio Económico latino americano, 2012, párr. 1).

Entendiendo, que la relación que tiene el medio ambiente con la sociedad va más allá de la mera convivencia entre ambas especies, llegando a comprender que es un sistema complejo.

Un sistema dinámico definido por las interacciones físicas, biológicas, sociales y culturales, percibidas o no, entre los seres humanos y los demás seres vivos y todos los elementos del medio en el cual se desenvuelven, bien que estos elementos sean de carácter natural o sean transformados o creados por el hombre (Política Nacional de Educación Ambiental, 2002, pág. 17).

Cohesionan con el valor de ser de índole natural y estar en constante cambio por factores internos a su ciclo o externos del mismo, donde se ve inmerso la intervención abrupta del ser humano.

De la misma forma el comprender como funciona la sociedad y el medio ambiente como una sola es tarea difícil, por esto que Christian Oltra (2005) lo sintetiza de manera breve en el artículo Modernización ecológica y sociedad del riesgo menciona lo siguiente “El modo de adaptación de una sociedad al ecosistema depende, en gran medida, de su tecnología, su conocimiento científico y de las relaciones sociales en que éstos se insertan.” (Oltra, 2005, pág. 135).

Brindando como información que la relación cambiante del medio ambiente y la sociedad no solo se refiere a pensamientos y acciones culturales puntualizadas, también incluye factores mucho más recientes y precisos como lo son las tecnologías y relaciones sociales.

Si bien es cierto que la tecnología afecta la relación del medio ambiente y las personas, esta es una opción u herramienta para mejorarla, por medio de diferentes estrategias que se imponga la misma sociedad con el objeto de mejorar la situación actual del medio ambiente, pero solo sucede si la población está dispuesta a utilizar estas herramientas a favor de su beneficio.

2.2.6. Herramientas Comunicativas

(Habermas, 2020) se encargó de construir la teoría de “La acción comunicativa”, donde abarcó los diferentes postulados para llegar a hacer una buena acción comunicativa lo que da como resultado una buena herramienta de comunicación.

De la misma manera, trato a grandes rasgos la tecnología como una influencia en la esfera pública y la comunicación, lo que permite que mediante el uso de tecnologías como los medios digitales sean de gran utilidad a la hora de fomentar un cambio en los hábitos de una comunidad, como es el caso, de esta estrategia comunicativa, puesto que, incluyo diferentes herramientas con la finalidad de brindar un enfoque digital y comunicativo que permite un mayor y fácil acceso de los comerciantes a la información debido a su practicidad e inmediatez.

Es por esto que en esta investigación el énfasis fue en el uso de herramientas comunicativas como lo menciona Habermas en la “teoría de acción comunicativa”; pues se relaciono de mejor manera con el campo de acción donde se llevó a cabo la investigación. Con la acción comunicativa como herramienta se buscó mediante el lenguaje y la interacción entender las posiciones de los comerciantes, teniendo presente el postulado de ideales normativos de comunicación que se mencionó con lo que mediante la veracidad y la sinceridad se encargan de crear un entendimiento auténtico en la población con respecto al buen manejo de los residuos sólidos, con lo que se pudo deducir que Jürgen es un autor importante para la investigación dado su conocimiento y aporte a la creación de entendimiento compartido.

2.2.7. Tratamiento De Residuos Sólidos

Para comprender de manera detallada el concepto de tratamiento de residuos sólidos fue imprescindible indagar en el contexto de lo que indica esta acción; los debidos lineamientos y clasificación de cada uno de ellos. De este modo, fue necesario realizar un filtro que segmento los términos de este apartado. Así es como se partió por aclarar lo que quiere decir el término individual.

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. Los Residuos Sólidos

Constituyen aquellos materiales desechados tras su vida útil, y que por lo general por sí solos carecen de valor económico. Se componen principalmente de desechos procedentes de materiales utilizados en la fabricación, transformación o utilización de bienes de consumo. Todos estos residuos sólidos, en su mayoría son susceptibles de ser aprovechados o transformados con un

correcto reciclado. Los principales "productores" de residuos sólidos son los ciudadanos de las grandes ciudades, con un porcentaje muy elevado, en especial por la poca conciencia del reciclaje que existe en la actualidad.

De la misma manera existen diferentes tipos de residuos sólidos, los cuales se clasifican en: Según la peligrosidad de los residuos, Según el origen de los residuos, Según su composición.

Según la peligrosidad de los residuos se encuentran:

Residuos Inertes: Son aquellos residuos que no experimentan transformaciones físicas, químicas o biológicas significativas. No son solubles, ni combustibles, ni reaccionan física ni químicamente de ninguna otra manera, ni son biodegradables, ni afectan negativamente a otras materias con las cuales entran en contacto de forma que pueda dar lugar a contaminación del medio ambiente o perjudicar la salud humana. Ejemplo; los residuos de la construcción.

Residuos Peligrosos: Son aquellos residuos que por sus características suponen un riesgo para los seres vivos y el medio ambiente. Ejemplos: Los residuos peligrosos son la mayoría de los aceites, los disolventes, los envases que han contenido sustancias peligrosas, los celulares, etc.

Residuos No Peligrosos: Se pueden definir como aquellos que no son ni inertes ni peligrosos. Así, por ejemplo, son residuos no peligrosos el plástico, el papel/cartón, o el metal, siempre que no estén contaminados por alguna sustancia peligrosa.

Según el origen de los residuos:

Residuos Domésticos: Son aquellos residuos generados en los hogares como consecuencia de las actividades domésticas. Se consideran también residuos domésticos los similares a los anteriores generados en servicios e industrias.

Residuos Industriales: Son residuos resultantes de los procesos de fabricación, de transformación, de utilización, de consumo, de limpieza o de mantenimiento generados por la actividad industrial.

Residuos De Construcción Y Demolición: Se consideran residuos de la construcción, de acuerdo con la normativa, aquellos residuos que se generan en una obra de construcción o demolición.

Residuos Agrícolas: Proceden de la agricultura, la ganadería, la pesca, las explotaciones forestales o la industria alimenticia.

Residuos Hospitalarios: Son aquellas sustancias, materiales, subproductos sólidos, líquidos, gaseosos, que son el resultado de una actividad ejercida por el generador; que se define como la persona natural o jurídica que produce residuos hospitalarios relacionados con la prestación de servicios de salud.

Residuo Electrónico O Raae: Se considera que un residuo electrónico es un aparato o artículo electrónico que ha sido desechado, después de su vida útil.

Según su composición:

Residuo Orgánico: Es todo desecho de origen biológico (desecho orgánico), que alguna vez estuvo vivo o fue parte de un ser vivo, por ejemplo: Carnes, lácteos, frutas, verduras incluidas todas las preparaciones de comida que se hacen en el hogar.

Residuo Inorgánico: Es todo desecho sin origen biológico, de índole industrial o de algún otro proceso artificial, por ejemplo: plásticos, telas sintéticas, recipientes de aluminio, etc.

Mezcla De Residuo: Se refiere a todos los desechos de residuos mezclados resultado de una combinación de materiales orgánicos e inorgánicos.

Residuo Peligroso: Se refiere a todo residuo, orgánico e inorgánico, que tiene potencial peligroso, por ejemplo: los residuos patógenos de los hospitales, agujas, reactivos, tintas de impresoras, recipientes contaminados con sangre, etc.

Todos los conceptos han sido tomados del documento oficial del ministerio de ambiente enfocado en gestión integral de residuos sólidos.

Así es como se partió por aclarar qué objeto cumple el tratamiento de residuos, cómo, cuándo y dónde es efectuado. Dicho esto, se pudo emplear una conceptualización factible para el entendimiento común, la cual especifica que un tratamiento de residuos es realizado para generar una normatividad en gestión ambiental que favorezca la salubridad del aire, suelo, agua, flora, fauna e individuos. Se basa en una actividad brindada por las entidades de aseo de carácter público y privado, que emplean procesos que intervienen en el estado inicial de los residuos los cuales implican alteración de características físicas, biológicas o químicas. En el margen de los beneficios considerados, son la separación de residuos sólidos en una composición individual para posteriormente tratarlos, así mismo, examinar su estado para posibilitar su recuperación, y en disposición final, como la acción de procesar o aislar en definitiva aquellos residuos aprovechables y no aprovechables.

2.4. Marco Contextual

En 1981 se conoció una asociación de economía mixta llamada Cenabastos S.A. lugar que fue construido con la intención de reubicar a los comerciantes mayoristas de alimentos perecederos y no perecederos ubicados en la avenida sexta. La iniciativa comenzó con el fin de crear un sector de abastecimiento de productos alimenticios para el área metropolitana de Cúcuta, tiempo después amplió su campo de distribución y acción a otros municipios del departamento Norte de Santander.

Por tal razón, su ubicación fue pensada estratégicamente debido a que se encuentra exactamente en el barrio Tasajero, a unos cuantos metros de la avenida Libertadores, la cual, se comunica con el aeropuerto internacional Camilo Daza y con la Zona Franca de la ciudad, además, es atravesado de sur a norte por la avenida los Urapos delimitando con el sector

mayorista de Cenabastos y con el sector minorista conocido como lo es la nueva sexta, que a su vez comunica con el anillo vial oriental que limita con el vecino país Venezuela.

Al estar ubicado apropiadamente para la distribución, compra y venta de productos, su comercio es clave por ello se divide en 2 grupos los cuales son; mayoristas y minoristas. Cuenta con una superficie de 22 hectáreas que comprenden zonas comunes de circulación, muelles y andenes de cargue y descargue y un total de 1886 locales. Los comerciantes mayoristas se localizan en 11 bodegas que cuentan con un total de 441 locales y un área construida de 1.800 metros cuadrados. De igual forma, también hay un comercio minorista con 532 locales en el “Galpón azul”, 757 puestos en el “Galpón amarillo” y 111 locales en el “Galpón carretas”. (Sistema de Información de Precios y Abastecimiento (SIPSA) y el boletín de Abastecimiento de Alimentos del DANE, 2012)

Al poseer variedad de productos en este lugar, es transitado constantemente debido a que en su mayoría son insumos indispensables de la canasta familiar. Según el Plan de Desarrollo Municipal “Cúcuta Estrategia de Todos 2050”. Pág. 216. En un día aproximadamente acuden a CENABASTOS entre 5.000 y 6.000 personas de las cuales una cifra estimada de 2.800 son comerciantes, esto hace que sea un lugar propenso a contaminación, por el flujo continuo de alimentos, personas, residuos líquidos y sólidos.

Como se mencionó anteriormente, al ser una zona comercial el tráfico de personas es evidenciado desde las horas de la madrugada hasta el mediodía, por ello la contaminación ambiental es un factor que se evidencia en el día a día de este sector. La manipulación de residuos de manera incorrecta puede conllevar a una consecuencia mayor al problema inicial.

Además, en la capital Nortesantandereana solo el 3,6% de los residuos sólidos se reutilizan según el estudio realizado por la agencia de cooperación alemana GIZ y su aliado GOPA Infra, aunque la mayoría de los desechos de las familias cucuteñas son orgánicos estos no se logran

desintegrar de manera correcta debido a la mezcla con otros elementos no orgánicos. La distribución incorrecta de los residuos sólidos genera mayor contaminación y evidencia la falta de conciencia ambiental en la sociedad.

No obstante, es el caso de CENABASTOS S.A, dado que el desorden, la basura, la equivocada distribución y recolección de los residuos sólidos es notoria; la causa de esta problemática es el incorrecto manejo de los residuos en los diferentes puntos de recolección de la zona por eso se evidencia un aspecto desagradable a la par de malos olores, los cuales causan a gran escala un efecto invernadero que puede ser perjudicial para la ciudad por la manipulación de alimentos que se ejecuta en el sector.

Al ser una zona propensa a contaminación y como se mencionaba con anterioridad por la situación de la comercialización de alimentos, fue de gran necesidad una orientación y concientización ambiental a los comerciantes que laboran en el sector debido a que son los que pasan la mayor parte del tiempo en Cenabastos.

Los comerciantes minoristas, son aquellos que conviven mayormente con los visitantes que ingresan a la zona, por tal motivo, la comunicación empleó un aspecto importante porque al implementar nuevas maneras de concientizar a los habitantes de la zona e ilustrar las maneras en las cuales se debe manipular los residuos sólidos de la manera correcta generaría una conciencia ambiental y así ayudaría a mitigar la falta de educación ambiental en los comerciantes y visitantes de la zona.

La comunicación fue la herramienta útil respecto al tema, debido a que se basó en la estrategia de formar personas con pensamiento crítico y racional, misma que permitió que las personas hicieran uso de la razón para generar un cambio, fue esta la estrategia central, puesto que no solo se dio una base sólida sobre un tema teórico, sino que se llevó a la práctica, es decir;

el proceso comunicacional el cual fue guiado facilitó la retención de conocimiento y convirtió la práctica en algo rutinario, es así como se busco lograr el hábito del reciclaje en los comerciantes.

Al convertir el conocimiento adquirido en una práctica cotidiana, inconscientemente el individuo logró generar una conciencia ambiental y esto conlleva a cambiar las rutinas de su entorno, junto con sus hábitos. Por ello, se reitera la selección de la población escogida, la cual son los comerciantes minoristas, llevando a cabo la concientización ambiental en los comerciantes se dio el paso importante donde genero en toda la población un cambio que creo beneficios en su entorno y al recibir ese cambio no solo los comerciantes fueron los beneficiados sino también aquellos clientes que concurren en este sector.

Para dar paso a un cambio, fue necesario conocer los habitantes que estuvieron involucrados y fueron apoyo de esta iniciativa, por ello la comunicación asertiva fue un eje principal el cual se evidencio a través de un diálogo en los instrumentos tales como las entrevistas, las que permitieron conocer historias, argumentos, críticas y establecer la estrategia comunicacional.

2.5. Marco Legal

En materia del marco legal, son distinguidas algunas leyes y decretos que respaldan el plan de gestión de residuos sólidos, implementando una normatividad ambiental proyectada hacia mitigar, prevenir y mejorar el impacto que ha generado un entorno con bajo nivel de cultura y conciencia ambiental, fortaleciendo las competencias ambientales desde el desempeño de capacidades a favor de un desarrollo sostenible.

Como lo es mencionado en el Artículo 79 de la Constitución Política de Colombia de 1991 “Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano”. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectar. Es deber del Estado proteger

la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines”.

Dicho esto, es necesario intervenir con una estrategia que permita el desarrollo de la conciencia ambiental a las comunidades, puesto que es un deber principal de toda sociedad conforme a dar un debido cuidado al entorno en donde se encuentran y transcurren. Por esto, mediante una específica selección, se toma como referencia el Decreto 838 de 2005. «Por medio del cual se reglamentan las disposiciones finales de residuos sólidos.» Este decreto funciona en pro a la ejecución del tratamiento y normatividad de desechos por parte de las entidades encargadas en cumplir con el objeto final de los residuos.

Ahora bien, el Decreto 1505 de 2003. «Por medio del cual se regula la gestión integral de residuos sólidos.» Comprende que la gestión integral de residuos sólidos compete en el proceso designado a clasificación de los anteriormente mencionados.

En la búsqueda de normativas ambientales se destaca la política ambiental implementada por el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), en la que tiene como fundamento el Desarrollo Humano Sostenible desde cinco objetivos básicos: Promover una nueva cultura de desarrollo, mejorar la calidad de vida, promover una producción limpia, desarrollar una gestión ambiental sostenible y orientar comportamientos poblacionales. La finalidad de estos es encontrar el bienestar de la población desde la armonía ambiental.

La calidad del entorno está directamente relacionada con el comportamiento poblacional y la participación ciudadana en los problemas ambientales, por lo tanto, las estrategias educativas son claves en el desarrollo.

El progreso de esta política nacional va de la mano con la importancia de la variable ambiental en los programas y proyectos de todos los sectores del estado y la sociedad. Adicionalmente, es

fundamental crear y fortalecer los espacios de diálogo y análisis con la sociedad civil, las organizaciones no gubernamentales.

“El Ministerio del Medio Ambiente como entidad líder del Sistema Nacional Ambiental (SINA), deberá formular las políticas, normas, criterios, estrategias y programas que respondan a esta visión. Las Corporaciones, las autoridades ambientales de los grandes centros urbanos y los entes territoriales desarrollarán y ejecutarán políticas regionales y locales específicas, en el marco de las políticas nacionales”. (CONPES 2750, 1994, pág. 9).

Es responsabilidad de los entes regionales la adopción de estas políticas orientadas a un impacto positivo ambiental desde la acción humana sobre el entorno. Puesto que en el artículo 8 del Decreto 2811 de 1974 se mencionan los factores que deterioran el ambiente, agregando que la acumulación o disposición inadecuada de residuos, basuras, desechos y desperdicios hace parte de la contaminación que atenta con la conservación de un ambiente estable.

3. Diseño metodológico

3.1. Paradigma – socio crítico

El paradigma socio-crítico nace de la crítica social y de la formación de conocimientos a partir de las necesidades de los grupos sociales, Popkewitz (1988) afirma que algunos de los principios del paradigma son: (a) conocer y comprender la realidad como praxis; (b) unir teoría y práctica, integrando conocimiento, acción y valores; (c) orientar el conocimiento hacia la emancipación y liberación del ser humano; y (d) proponer la integración de todos los participantes, incluyendo al investigador, en procesos de autorreflexión y de toma de decisiones consensuadas, las cuales se asumen de manera corresponsable.

3.2. Método

El enfoque desarrollado en esta investigación fue el cualitativo, puesto que, permitió conocer y tener un registro más detallado de las preconcepciones ubicadas en esta iniciativa, adicionalmente, se afirmó que el método posibilitó al investigador ahondar en las realidades que se viven en el lugar de estudio, lo cual, dio paso a la indagación del contexto desde una perspectiva social racional para encontrar diferentes significados. Este método fue acompañado de instrumentos cualitativos para la elaboración de la investigación, sin embargo, se complementó con la encuesta, herramienta originalmente del método cuantitativo, que en este proyecto funcionó para la recolección de información de carácter inicial.

En el proceso investigativo, la metodología cualitativa permitió conocer los trasfondos de cada historia, debido a que todo tiene una razón de ser. En este estudio resultó muy útil emplear la comunicación para relacionar al comerciante con temas ambientales, de manera que se amplió el conocimiento sobre las prácticas ambientales, por esto, la herramienta cualitativa en la investigación era más humana con las personas que suministran sus experiencias.

3.3 metodología – IAP (investigación acción participación)

La aplicación de metodologías de carácter no numérico permite dar diferentes enfoques a lo que la población quiera decir y dar a conocer. Leonor Buendía (1997) expresó que cuando se habla de investigación cualitativa no se refiere a una forma de recogida de datos sino a la opinión desde la perspectiva de la gente, asimismo, destacó como indispensable la investigación acción participativa (IAP), según (Borda, 1981, pág. 3) "se relaciona más con una actividad de investigación propia de la base popular sobre su realidad, que con una acción receptiva de investigaciones realizadas por élites de intelectuales ajenas a ellas. En la Investigación-Acción

Participativa, el científico social se enfrenta a la necesidad de compartir los objetivos y los métodos mismos con la base social. Ya no es investigación para "las masas, sino que surge de la base social misma".

La interacción con la población resultó ser más cercana y dio paso al conocimiento de herramientas tecnológicas como factor puntual de la implementación para los comerciantes, generó en los investigadores las bases para dar a conocer la estrategia comunicativa, esto de la mano con instrumentos relacionados con el trabajo de campo y parte digital.

Ahora bien, la investigación descriptiva fue idónea para el propósito de la estrategia comunicativa, teniendo en cuenta que se buscó incluir una serie de respuestas descriptivas por parte del objeto de estudio, en dominio cabe mencionar todo lo observado desde la mirada de un grupo social investigativo, por ejemplo, las conductas humanas de aquella población.

3.3. Actores

La población de estudio fue parte fundamental en el proceso investigativo, teniendo en cuenta esto, se seleccionaron los comerciantes del sector minorista del mercado de Cenabastos a partir de un muestreo, no probabilístico, por conveniencia. Según McMillan, James H. Schumacher, S. (2001), la técnica de muestreo por conveniencia es un método no probabilístico en el que se seleccionan individuos que tienen disponibilidad y accesibilidad para participar.

Además, la técnica anteriormente mencionada permitió abordar a la población desde su aprobación, flexibilidad, compromiso y honestidad. Inicialmente se realizó una recolección de datos que evidencian las respuestas de los comerciantes desde una visión más apuntada hacia la negligencia ambiental en comparación al desconocimiento de información de carácter ecológico,

por ello, se afirmó la importancia de emplear el método cualitativo a la población de estudio, debido a que el acceso a la fuente de información en este caso los comerciantes logran acceder de forma eficaz. Por lo tanto, del galpón minorista se seleccionaron 12 locales para participar en el proceso investigativo, ya que tenían voluntad y disponibilidad para ser parte de esta propuesta ambiental. Por parte de la administración, se contó con el apoyo del jefe operativo, el ingeniero de la planta de abono y vigilantes del galpón para suministrar información sobre Cenabastos y ofrecer acompañamiento para la ejecución del plan estratégico.

Tabla 1
actores

Número de local	Nombre del Local	Área	Galpón
H78	Doña Olga	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
I70	Georgina	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
I35	Jaime Sandoval	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
I34	Jaime Sandoval	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
D21	Maryuri Variedades	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
C19, C20	Maryuri Variedades	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
D117-118	Mis Tres Amores	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
F137	Frutas Y Verduras El Moreno	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
Pabellón 3	Verduras Freddy	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
D12, C13	Teo	Frutas, verduras y	Azul

		hortalizas	
G128-129	Doña Yolanda	Frutas, verduras y hortalizas	Azul
C125	Frutas Y Verduras Ceci Y Lizandro	Frutas, verduras y hortalizas	Azul

Fuente: Elaboración Propia

3.4. Muestra y Técnica de muestreo

En la construcción del presente proyecto de investigación, se determinó como estrategia de estudio la metodología cualitativa, que comprendió una técnica de muestreo “no probabilística - por conveniencia”, la cual, desde el puntual análisis en desarrollo, ha identificado una parte de la población principal a estudiar e intervenir. Por lo tanto, se delimitó la comunidad del galpón azul de frutas, verduras y hortalizas de Cenabastos Cúcuta, que fue seleccionada por su característica accesible.

Según James H. McMillan y Sally Schumacher (2001), la técnica de muestreo por conveniencia es un método no probabilístico en el que se seleccionan individuos que tienen disponibilidad y accesibilidad para participar.

El método de muestra no probabilística por conveniencia se distingue por realizar tal selección poblacional que permita operar con mayor facilidad sin la necesidad de conocer el número total o censo de la población del mercado Cenabastos.

El ejercicio por conveniencia fue llevado a cabo de manera veraz, contando con los comerciantes o trabajadores que aceptaron vincularse a la investigación. En este punto, se tuvo claridad de que las opiniones de los participantes son diversas, sin embargo, esta selección indicó más respuestas significativas de las esperadas.

De acuerdo con lo anterior, Hernández Sampieri (2003) menciona que las muestras no probabilísticas o muestras dirigidas se utilizan como una suposición en el método de selección informal. Estas muestras son empleadas en diversas investigaciones como soporte para deducir aquello que es observado de la población.

Es aquí en donde, visualizar la problemática en la zona, quiénes la causan, a quienes les afecta y cómo trabajar con esta comunidad para darle solución; traza el contexto de este estudio para las respectivas herramientas en secuencia.

Sin embargo, el estudio no fue abarcado en todo Cenabastos por el alto porcentaje de personas a intervenir, sino específicamente en el galpón “azul” minorista. De los cuales 12 colaboraron en la implementación y ejecución del proyecto. Participaron en las encuestas y evaluaciones dentro de la etapa de resultados.

3.4.1. Fuentes y procedimientos para la recolección de información

Para trazar una línea de partida sobre las herramientas conformadas como objetivos, anteriormente fue necesario realizar una búsqueda puntual de la secuencia que denota de principio a fin el desarrollo de un estudio comprometido en el análisis de las acciones sociales. En este proceso se utilizaron las fases de la metodología IAP ajustada a los objetivos específicos determinados en el proceso.

La observación fue un instrumento de todo el proceso de intervención, el cual, permitió obtener datos desde la visión del investigador o interventor. En este caso, en cuanto a una intervención, se pudo brindar atención especial al comportamiento que poseen las personas del mercado para entender el contexto, luego de manera más minuciosa se analizó los gestos y actitudes de los comerciantes que fueron plasmados en el capítulo de resultados.

Todo esto bajo el objetivo obtenido de obtener datos que no se pueden dar por medio de otros métodos. Asimismo, (Van Daler y Meyer, 1981 como se citó en Hurtado, I. y Toro, J. 2007, pág.66) considera que “la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; los hechos”.

De la misma forma, se necesitó una herramienta que verificó el nivel de efectividad del proceso ya culminado, para esto, se dio uso de una técnica muy puntual y precisa para la recolección de información, la cual, fue la encuesta.

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos para estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativos de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. Así lo menciona (García, F.,2003, pág. 1).

La encuesta permitió entender el nivel de conocimiento de la comunidad ante todo el proceso que se realizó en el estudio. De esta manera, se identificó el nivel de efectividad del proyecto en la población.

Los vendedores del área minorista de Cenabastos fueron quienes brindaron los datos, para el análisis del proceso ya realizado, donde, se hizo uso de herramientas y técnicas acorde al contexto y necesidad de la población.

Tabla 2
Etapas de la investigación

Etapas de la investigación	Público	Instrumentos
Implementación	Comerciantes minoristas	Material Gráfico Material Audiovisual Actividades dinámicas
Evaluación	Comerciantes minoristas	Encuesta Actividad Recolección

Fuente: elaboración propia

4. Resultados

4.1. Implementación de la estrategia “Ecomunica”

La estrategia se dividió en dos fases fundamentales que juntas conforman “Ecomunica”, la primera fase consistió en la parte digital que impulsa de manera rápida y didáctica todos los conocimientos impartidos durante la investigación usando herramientas comunicativas como lo mencionaba Jürgen Habermas (2020) en su “teoría de acción comunicativa” acerca del uso de la tecnología como influencia directa en la esfera pública o un público determinado (población de estudio) y la comunicación, teniendo esto en cuenta, dio como premisa que la utilización de una fase digital en una estrategia comunicativa fue una manera asertiva de brindar el conocimiento por medios de los diferentes canales comunicativos. Cubriendo la necesidad de poder acceder desde cualquier lugar y hora.

La segunda fase consistió en la parte experimental que demostró el nivel de participación y recordación de los comerciantes ante los conocimientos previamente adquiridos en el transcurso del estudio. Se basó en el cambio social que mencionó Dagron Gumucio (2011) en “comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo” específicamente en la comunicación para el desarrollo donde se promueve la educación de cualquier tema por medio de la participación de comunidades con diferentes herramientas comunicativas, como lo fue esta fase, la cual, consistió en la participación de los comerciantes minoristas en la actividad con el fin de obtener conocimiento.

Para entender de mejor manera cómo está estructurada la estrategia “Ecomunica” se presenta la siguiente imagen.

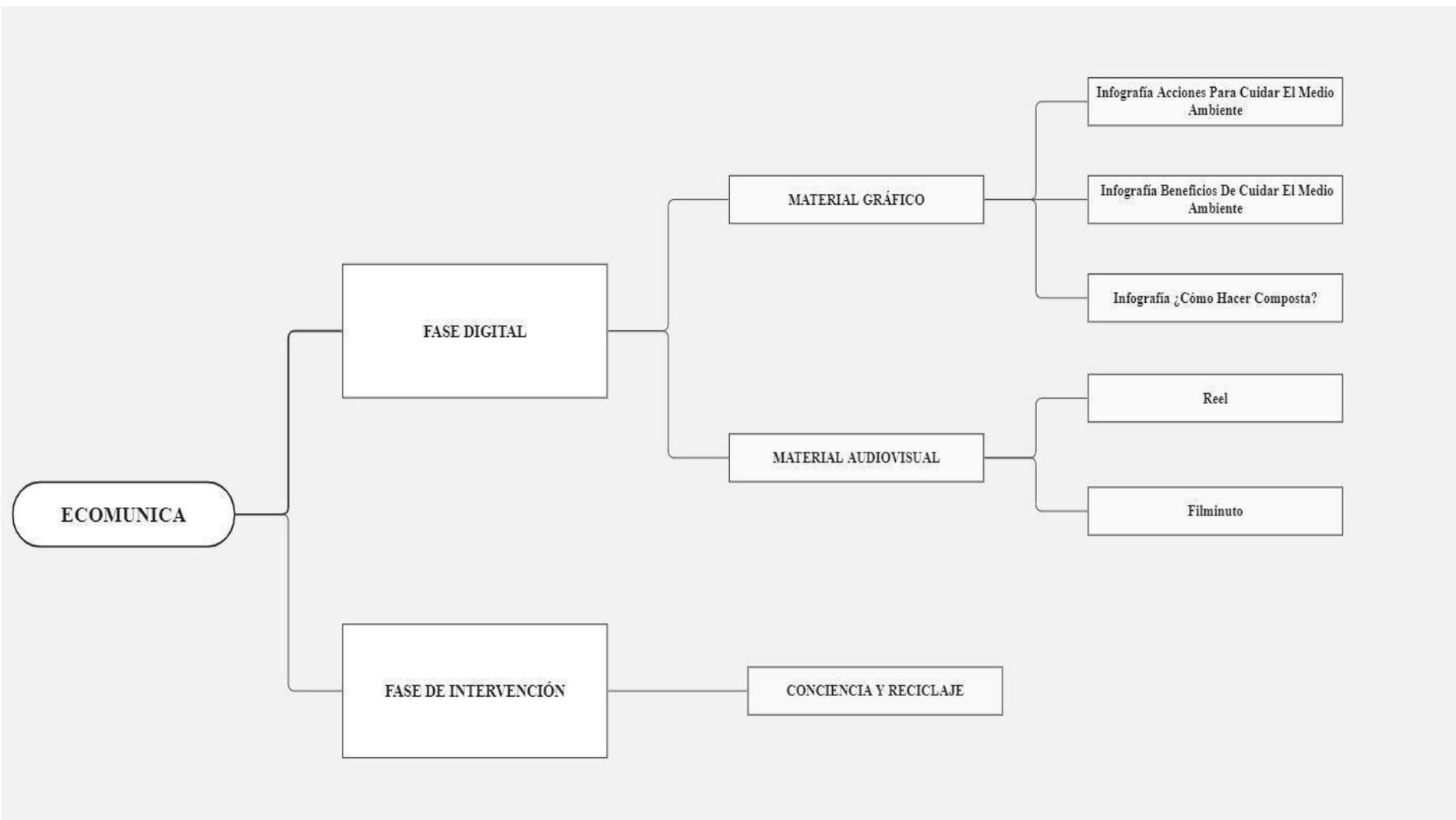


Ilustración 1
Estructura Ecomunica

Fuente: elaboración propia

4.2. 4.1.1. Fase Digital

En el proceso de la estrategia llamada “Ecomunica” difusión de conciencia verde, se evidenció gran atracción de los comerciantes por las redes sociales, en donde, se notó el interés por obtener el conocimiento a través de ellas, además se analizó de manera puntualizada una red social en específico para que el procedimiento fuera lo más efectivo posible, en cuestión de reconocimiento y accesibilidad por parte de la población estudiada como lo expresaron en los diagnósticos empleados en la fase del pre diseño.

Añadiendo que, las redes oficiales de CENABASTOS fueron una respuesta inmediata a los factores, puesto que, sirven de canal informativo diario a su comunidad, por lo tanto, una herramienta clave para la estrategia comunicativa es la difusión de material gráfico y audiovisual.

Es por esto que, se realizaron diferentes piezas gráficas y audiovisuales que aportan de manera significativa al proceso de conocimiento que llevan los comerciantes con la investigación reforzando la teoría de Jurgen Habermas (2011) en donde entiende que la acción comunicativa es una parte de la acción social, lo que la convierte en un factor determinante en el proceso de socialización. Ahora, esto es esencial para entender la importancia que tienen los medios de comunicación y sus herramientas en las masas y por consiguiente en la formación de “imágenes de mundo” de los sujetos, que no solo pueden ser imágenes sino también temas como es el caso del cuidado ambiental. Así mismo, se entregaron las piezas a la administración de Cenabastos para la debida publicación por medio de las redes sociales oficiales de la empresa, expuestos en los anexos 3 y 4.

4.2.1. 4.1.1.1. Material gráfico

En cuanto al contenido en el área digital de la estrategia Ecomunica, se divide en dos, piezas gráficas con una totalidad de 3 infografías que permiten de manera directa el compartimiento de diferente conocimiento sobre una misma temática acompañado de gráficos e imágenes que ayudan al procesamiento y recepción de la información de manera más precisa.

4.2.1.1. 4.1.1.1.1. Infografía acciones para cuidar el medio ambiente.

Material gráfico, el cual, se compone de acciones para cuidar de manera correcta el medio ambiente en donde se desarrolla la mayor parte del tiempo, con el objeto de mostrar de manera más puntual y grafica las diferentes opciones de aportar o ayudar de manera significativa, la principal razón de mostrar esta pieza en específico se debe a que el desconocimiento de las mismas es lo que causa un daño fundamental en la armonía ambiental de las comunidades, por esto, la importancia de plasmarlo de manera en donde pueda ser visto y entendido por la población de estudio. Así mismo, se utilizan colores que representan la estrategia “Ecomunica” y el logotipo de la central de abastos de Cúcuta con la finalidad de brindar una línea gráfica determinada para este tipo de material.

En cuanto al copy de la infografía para redes sociales es el siguiente: "Mucho se habla de cuidar el ambiente, pero, ¿ya conoces algunas de las acciones principales para hacerlo? Si aún no lo tienes claro por completo, no te preocupes aquí te mostramos 5 de ellas y cómo aplicarlas a

nuestro día a día     #concienciaambiental #Ecomunica

#estrategiacomunicativa #yocuidoelmedioambiente #centraldeabastoscucuta #CENABASTOS



ecomunica
Difusión de conciencia verde

5 ACCIONES PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE

- 1. CESTA O BOLSA VERDE**
Arroja aquí los residuos orgánicos, como: **restos de alimentos o cáscaras.** 
- 2. CESTA O BOLSA BLANCA**
Arroja aquí los residuos plásticos reciclables, como: **botellas y envases de alimentos.** 
- 3. CESTA O BOLSA NEGRA**
Arroja aquí los residuos NO reciclables, como: **pañales usados, productos de higiene personal o colillas de cigarrillo.** 
- 4. REDUCE EL USO DE PLÁSTICOS**
Opta por productos reutilizables en lugar de desechables, como **termos de agua rellenables y bolsas de tela.** 
- 5. HAZ PARTE DEL COMPOSTAJE**
Reduce la cantidad de desechos orgánicos enviados a VEOLIA, **compostando restos de alimentos y materiales orgánicos** para contribuir a la producción de abono natural. 

Separa tus residuos.
Reduce, reutiliza y recicla.

Ilustración 2
infografía acciones para cuidar el medio ambiente

4.2.1.2. 4.1.1.1.2. Infografía beneficios de cuidar el medio ambiente

Material gráfico, el cual consta de información sobre cuáles son los aspectos positivos o beneficios que tiene el cuidar el medio ambiente de manera correcta, con el objeto de evitar el constante aumento de la contaminación. Mostrando así, el lado positivo del reciclaje e impulsando a la población a realizarlo, con la finalidad de que, a futuro el mercado de

CENABASTOS se convierta en un ejemplo de conciencia ambiental para los demás mercados de la ciudad. Y demostrando que, con el reciclaje se aumenta la calidad de vida de las personas y su imagen ante la sociedad cucuteña.

De la misma manera, en la parte estructural de la infografía se utiliza una colorimetría conforme a la estrategia acompañada del logotipo de CENABASTOS, esto, para que se continúe un mismo estilo en todos los materiales gráficos presentados. En cuanto al copy de la infografía para redes sociales es el siguiente: El cuidar el medio ambiente trae múltiples beneficios a corto y largo plazo, los cuales, nos pueden salvar la vida, no esperes más tiempo para ser parte de la

comunidad que cuida y se cuida  #concienciaambiental #Ecomunica
#estrategiacomunicativa #yocuidoelmedioambiente #centraldeabastoscucuta

BENEFICIOS DE CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE



SOSTENIBILIDAD

Cuidar el medio ambiente asegura la disponibilidad de recursos para las generaciones futuras.



AHORRO DE ENERGIA

Prácticas ecológicas reducen el consumo de energía y disminuyen la huella de carbono.



CALIDAD DEL AIRE

Conservar el medio ambiente contribuye a un aire más limpio y saludable para todos.



AHORRO DE AGUA

Adoptar hábitos responsables ayuda a conservar este recurso vital.



BIENESTAR HUMANO

Un entorno natural saludable mejora la calidad de vida y el bienestar emocional.



¡TRANSFORMA TU MUNDO, CUIDA TU PLANETA!



*Ilustración 3
infografía beneficios de cuidar el medio ambiente*

4.2.1.3. 4.1.1.1.3. Infografía ¿cómo hacer compostaje?

Material gráfico, el cual, se basa en instrucciones sobre cómo reutilizar los desechos sólidos en aspectos de frutas, verduras y hortalizas. De esta manera, se obtiene provecho de los mismos como es el caso de la composta, generalmente las personas no reutilizan los residuos debido a la falta de información que poseen, es así, que se plasma una manera fácil y práctica para empezar a reciclar de manera responsable y que ayuda no solo al medio ambiente, sino también, es una ayuda para los comerciantes fortaleciendo la parte económica y comercial.

Por consiguiente, la infografía sigue la línea plasmada para el diseño de los materiales gráficos, donde, se prioriza la colorimetría ya establecida y el acompañamiento del logotipo de CENABASTOS.

En cuanto al copy de esta infografía para redes sociales es el siguiente: La composta o abono es una forma de reciclaje de residuos sólidos en casos de frutas verduras y hortalizas, la cual tiene un fuerte impacto no solo en el medio ambiente sino también a nivel económico, por eso, te enseñamos los pasos para realizar composta y poder aprovechar los residuos que

tenemos 🤗🌱♻️ #concienciaambiental #Ecomunica #estrategiacomunicativa
#yocuidoelmedioambiente #centraldeabastoscucuta

¿CÓMO REALIZAR COMPOSTA?



¿Qué es?

La composta es un abono natural de materiales orgánicos para mejorar el suelo y reducir desechos de manera eco-amigable.



¿Como hacer composta casera?



Existen varias formas, en su mayoría se elaboran en recipientes o fosas con orificios, en capas con materia orgánica, también en tierra o directamente en el suelo. En cualquier método es importante tener ventilación y humedad.

¿Como ayuda la composta casera al medio ambiente?

- Reducción de Residuos
- Menos Emisión de Gases
- Ciclo de Nutrientes
- Producción de Abono
- Sostenibilidad Ambiental



Pasos para hacer una composta casera

1. **Elige un lugar:** Encuentra un área en tu jardín.
2. **Base cafecita:** Pon hojas secas abajo.
3. **Capas alternas:** Añade restos de comida y más hojas secas.
4. **Remueve y riega:** Voltea ocasionalmente y mantenlo húmedo.
5. **Espera y usa:** En semanas o meses, tendrás compost para tu jardín.

ecomunica
Difusión de conciencia verde



Ilustración 4
infografía sobre composta

4.2.2. 4.1.1.2. Material Audiovisual

El material audiovisual es uno de los puntos claves de la estrategia “Ecomunica” puesto que, permite ver de manera sintetizada los diferentes procesos que se dieron en la investigación, estos se muestran como dos audiovisuales que se dividen específicamente en: un reel y un cortometraje.

Cada uno, con su objetivo ya trazado, pero que en conjunto permiten entrever la efectividad de la investigación, ya que, se muestra en diferentes escenas las acciones, pensamientos y actitudes de la población. Cabe destacar, que estos materiales de video son específicamente diseñados para redes sociales, por ende, poseen un formato ya establecido por las redes sociales, de la misma manera, se crearon con el pensamiento de una rápida retención en el espectador, por lo que, un tiempo no máximo a dos minutos es el adecuado.

4.2.2.1. 4.1.1.2.1. Reel

Este material audiovisual, es pensado con el objetivo de visualizar el desarrollo de los comerciantes en las diversas actividades realizadas durante toda la investigación, se seleccionaron en específico, las actividades o talleres en donde se evidencia mayor participación y/o interés de la población.

En concreto, actividades de intervención como lo fueron las del pre diseño de la estrategia y la implementación de “Ecomunica” en su fase experimental o de participación de los comerciantes. Las cuales, son puntualmente, tres actividades pre diseño y una de estrategia. Lo que, permite ver de forma significativa el avance de la población en cada uno de los talleres implementados, conjunto a la semiótica que genera en los comerciantes el proyecto de investigación.

En cuanto a la parte estructural, consta de mismo lineamiento ya establecido en el material gráfico para obtener una estética fija, el video consta de un tiempo total de “64 segundos”

acompañado de música que brinda un toque sentimental al producto, además, de diferentes cortinillas que identifican cada actividad.

El copy del reel es el siguiente: El incluirnos como comunidad puede generar acciones grandiosas, el aprendizaje acompañado de sonrisas y un buen fin es la muestra de que podemos empezar a ser parte de la solución a la contaminación 🗑️♻️🗑️ #Ecomunica #concienciambiental #yocuidoelmedioambiente #CENABASTOS.

Link del reel:

https://drive.google.com/file/d/1cNwI8tvhXpbI5MgDQZapFR_Uwj4HVtgL/view?usp=drive_link

4.2.2.2.4.1.1.2.2. Cortometraje

Es un archivo o documento audiovisual que consta de un audiovisual que puede abarcar hasta 20 minutos, con una temática en específico de manera creativa y que sea de recordación para espectadores, en este caso, haciendo alusión a la teoría de la comunicación presentada por (Habermas, 2020) impulsando el uso de herramientas comunicativas como lo es la estrategia Ecomunica, donde, el proceso ambiental que llevan los comerciantes con la investigación, es un punto clave, promoviendo de manera constante las capacidades obtenidas en lo largo de la investigación. Identificación de factores contaminantes, correcta recolección y reutilización de residuos sólidos, prevención de daños al entorno, entre otros. Son puntos clave que se evidencian en conjunto a los beneficios de los comerciantes al tener una buena conciencia ambiental con su entorno.

En cuanto a los actores del audiovisual, son los mismos comerciantes quienes tienen el protagonismo demostrando sus conocimientos y aprendizaje. Demostrando que los héroes o heroínas del medio ambiente son ellos mismos. La duración del cortometraje es aproximada a un

minuto y 28 segundos, en los cuales, se impulsa la conciencia ambiental en los participantes, recordando que no solo es tarea de quienes son encargados de la limpieza sino de todos.

El copy es el siguiente: Los avances son positivos, más cuando son hacia el medio ambiente, el galpón azul de Cenabastos ya realizó avances hacia el medio ambiente, que esperas para avanzar todos juntos hacia un futuro sostenible ☑️☑️ #Ecomunica #concienciaambiental #yoreciclo #CENABASTOS #cúcuta

Link del video:

https://drive.google.com/drive/folders/1vkQHjZ_3KVWCYO_csicxgX8dKri4HV1V

4.3. 4.1.2. Fase de intervención

Conforme al proceso de la investigación, surge la necesidad de crear una estrategia comunicativa que no solo está enfocada a lo digital, sino que se complementa con elementos del cambio social. Puesto que, aunque se genere contenido audiovisual y/o piezas gráficas que aporten y ayuden al conocimiento, se necesita tener la parte experimental inmersa en el transcurso de “Ecomunica”, ya que, facilita el entendimiento y aprendizaje de la población aumentando la probabilidad de mayor efectividad de la parte digital y viceversa.

Se realizó una actividad que certifica el nivel de aprendizaje de los comerciantes durante el proceso del proyecto de investigación, ahondando en las habilidades de los comerciantes frente a la correcta recolección y clasificación de residuos sólidos según su conciencia ambiental.

4.1.2.1. Conciencia y Reciclaje

Conciencia y reciclaje es una actividad que hace parte de “Ecomunica” la cual, tiene como finalidad verificar la capacidad que tienen los comerciantes del galpón azul de frutas, verduras y hortalizas de CENABASTOS, haciendo alusión a la teoría de Gumucio (2011) en la cual por medio de la participación de las personas se puede brindar conocimiento y analizar el

nivel de conocimiento obtenido por las masas a través de múltiples maneras de impartir información.

La participación fue por marcas, cabe aclarar que varios locales son del mismo dueño, por ende, se enumeraron como uno solo, teniendo esto en cuenta, la actividad fue desarrollada por un total de 12 marcas cada uno con un aproximado de 2 a 3 locales por cada marca.

Donde, se entregó a cada local del galpón minorista un paquete de 3 bolsas de 150 Litros, con tres colores distintivos de la correcta clasificación de residuos sólidos, los cuales, debían depositar de la manera en cómo los comerciantes creen correcto, cabe mencionar que en las actividades pre diseño a la estrategia se había explicado de manera didáctica esta temática.

Teniendo esto en cuenta, los tres colores de bolsas que se entregaron fueron los siguientes: verde, blanco y negro. Por lo cual, la bolsa de color negro corresponde a los residuos no reutilizables y no biodegradables como lo son: papel de envolturas, papel higiénico, servilletas, entre otros.

La bolsa de color verde corresponde a los residuos orgánicos como lo son: desechos de frutas y verduras, alimentos que ya son perecederos o de no consumo debido a que ya paso su lapso de tiempo, entre otros. Y la bolsa blanca corresponde a los residuos reutilizables como lo son: papel, cartón, plásticos, etc.

Mientras que, durante la entrega de las bolsas a las marcas se les recordaba su correcto uso, además, se aclaraba la hora de recogida de las bolsas para la terminación de la actividad con la finalidad de que durante la jornada de trabajo hiciera la respectiva clasificación.

4.2. Evaluación

El mercado de CENABASTOS es una central de mercado importante en la región nortesantandereana, donde las personas tienen sus locales de comercialización de productos básicos de la canasta familiar, sin embargo, en el afán diario se deja de lado la importancia de mantener limpia la zona de trabajo, esto desde el comportamiento propio de cada comerciante en sus locales, ese desinterés de accionar frente a la contaminación de residuos en la zona conlleva a la necesidad de generar acciones que permitieran el aprendizaje de los comerciantes minoristas sobre el cuidado ambiental y la correcta distribución de residuos sólidos.

Esto desde actividades factibles para la ejecución de los mismos comerciantes, es decir, ellos siendo protagonistas de su proceso de conciencia ambiental haciendo referencia a la teoría “comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo” por (Gumucio, 2011, pág. 37) donde mencionó lo siguiente, “La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes o producto” ante la premisa expuesta, se llegó a la conclusión de que la participación en conjunto a las diferentes herramientas tecnológicas y comunicativas dieron como resultado un cambio social dentro de la población de estudio, por ende, Ecomunica fue la estrategia que compuso el proyecto desde herramientas digitales y presenciales que captaron la atención de cada trabajador.

Este capítulo se presentan los resultados obtenidos en la etapa de implementación de la estrategia comunicativa denominada “Ecomunica” la cual se basó en dos partes, inicialmente se contó con una encuesta para conocer el nivel de satisfacción de los comerciantes minoristas de CENABASTOS específicamente el galpón azul de frutas y verduras. Por otra parte, la actividad 2 se basó en la entrega de bolsas para los diferentes residuos sólidos y evaluar qué tanto

comprenden los comerciantes sobre la correcta distribución observando lo que van agregando a cada bolsa. Para esto se realizó un análisis bajo diferentes teóricos ya mencionados en el documento como lo son Dagron gumucio, Jürgen Habermas, Paulo Freire.

4.4. 4.2.1. Análisis de Encuesta

La encuesta implementada se direccionó a conocer de manera directa el nivel de satisfacción de los comerciantes frente al proyecto Ecomunica y su opinión frente a la educación ambiental y la importancia de este tema en la sociedad. Constó de cinco preguntas con opciones de respuesta cerradas, en las que al comerciante se le facilitó en poco tiempo responder el cuestionario y en la cual participaron 12 locales del área minorista.

En la tabulación de los datos encontrados en la encuesta se evidenció que los comerciantes encuestados aseguraron de manera afirmativa la importancia del proyecto y que se empiece a difundir conciencia ambiental en todos los entornos sociales, lo que reflejó un resultado general positivo para la evaluación del proyecto implementado.



Ilustración 5
¿La actividad realizada por las investigadoras fue de su agrado?

En esta pregunta la intención fue conocer el nivel de satisfacción de los comerciantes minoristas, la cual arrojó un 100% de agrado con las actividades realizadas en el proyecto

Ecomunica, haciendo énfasis en la teoría de comunicación para el cambio social por (Gumucio, 2011, pág. 135), la cual, a grandes rasgos menciona que “La comunicación para el desarrollo, además de valorar el conocimiento local, entendía la necesidad de respetar las formas tradicionales de organización social y de fortalecerlas, para contar con un interlocutor válido y representativo.” acción que se realizó en la estrategia Ecomunica y que dio por resultado el agrado de la población por las diferentes actividades ejecutadas, reforzando lo mencionado por el teórico, puesto que, si las personas a intervenir no hubieran entendido el contexto de necesidades de las personas, los datos obtenidos serían distintos.



Ilustración 6

¿Considera importante que los jóvenes se interesen por el cuidado del medio ambiente?

En la zona minorista predominaron los comerciantes de edades desde 48 o más, por esto, se decidió preguntar si luego del proceso de socialización ambiental, consideran importante que estos temas de aprendizaje sean difundidos desde edades menores para generar iniciativa a los jóvenes del mundo. El 100% de los encuestados acertó en la importancia del cuidado ambiental, haciendo referencia a la teoría de (Oltra, 2005, pág 135) “El modo de adaptación de una sociedad al ecosistema depende, en gran medida, de su tecnología, su conocimiento científico y de las relaciones sociales en que éstos se insertan.” que abarca el medio ambiente y la relación con la sociedad, la importancia de que todas las personas desde cualquier edad se interesen por cuidar el medio ambiente es para que la adaptación de la sociedad al entorno en el que se encuentra no se

en años futuros una acción drástica, por el contrario, sea una adaptación por la que luchó durante años.



Ilustración 7
Aprendió algo de las visitas realizadas por las investigadoras?

Durante el proyecto y las actividades realizadas de la mano de los comerciantes minoristas se considera que se aprendió algo sobre el cuidado ambiental y su importancia, por ende, el 100% afirma que asimila parte de este tema ambiental, que refuerza la teoría de Jurgen Habermas (2020) quien habló acerca de la tecnología como una influencia en la esfera pública y la comunicación que a su vez fueron las herramientas comunicativas empleadas en la estrategia Ecomunica, las cuales, permitieron por medio de la adaptación el impartir conocimiento de manera que la población pudiera receptor de manera correcta, como se expone.

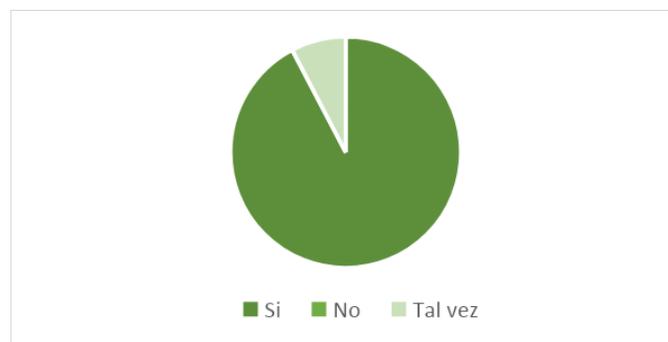


Ilustración 8
¿Considera que es importante la educación ambiental a cualquier edad?

En una pregunta enfocada en conocer la perspectiva de los comerciantes ante la idea de que la educación ambiental pertenezca a la formación de las personas de cualquier edad, el 92% considera que “Si” se debe implementar, por otro lado, el 8% de los encuestados consideran que “Tal vez” podría incluirse al sistema de formación.

Esto refuerza las teorías de William James (1980) acerca de la conciencia del ser humano como una secuencia de experiencias que brindan conocimiento para el futuro y la organización SINA (2002) que habló acerca del medio ambiente y lo entiende como todo lo que nos rodea incluyendo aspectos no tangibles, es por esto que el concepto de conciencia ambiental es la formación de las premisas ya especificadas en donde la secuencia de experiencias permiten evitar daños al entorno.

La importancia radicó en que las personas deben de ser educadas para la parte ambiental con el objeto de que la conciencia ambiental sea algo primordial y así evitar daños futuros al medio ambiente.



Ilustración 9
¿Sería de beneficio que se le sigan suministrando bolsas de colores para la correcta clasificación de los residuos que su local genera?

Es fundamental conocer lo que piensan los comerciantes respecto a la idea de suministrar bolsas de respectivos colores de separación de residuos (verde, blanco y negro) para sus locales

del galpón azul y en la encuesta se obtuvo un porcentaje del 100% frente a esta propuesta, ya que sería beneficioso para los mismos trabajadores en sus áreas de trabajo.

Los resultados de la encuesta fueron favorables respecto al impacto positivo del proyecto investigativo y la estrategia comunicativa implementada, sin embargo, para confirmar ese nivel de aceptación y aprendizaje, se optó por realizar una segunda actividad evaluativa de práctica en la que se puso a prueba lo que se les difundió y se analizó bajo el teórico Dagron Gumucio.

4.5.4.2.2. Análisis actividad conciencia y reciclaje

Como parte de la evaluación se decidió realizar una actividad práctica en la que los comerciantes reflejaran su nivel de conocimiento y de conciencia ambiental luego de recibir información en el proceso de implementación de la estrategia comunicativa. Esta actividad se basó en repartir a los locales del sector minorista, específicamente los lugares de frutas y verduras bolsas de residuos sólidos en sus tres colores (verde, blanco y negro) teniendo en cuenta que en la verde hay (residuos orgánicos aprovechables), en la blanca (residuos aprovechables, como el cartón, plástico papel o vidrio) y en la negra (residuos no aprovechables).

Para iniciar con la actividad se entregaron las bolsas a las 7:00 A.M y se debían recoger al medio día que culminan su jornada laboral, por ende, el personal de aseo estuvo al pendiente de recoger esas bolsas al final. Se entregaron 12 paquetes de bolsas a locales de frutas y verduras del galón azul (área minorista), al observar las bolsas al final de la jornada de encontró que:

Número de local	Evidencia	Observación
H78		<p>En el primer local en el que se repartió las bolsas al momento de recoger resultados se evidenció que en la bolsa verde se desechan los residuos orgánicos, en los que depositaron cáscaras de frutas y verduras. La bolsa verde tuvo un mayor uso, en la blanca depositaron otros residuos aprovechables y no aprovechables, mientras que la negra no tuvo ningún uso.</p>
I70		<p>En este segundo establecimiento se observa un correcto y mayor uso de la bolsa verde en la que depositaron cáscaras de verduras como la arveja, entre otras. En la bolsa blanca otros residuos como empaques, bolsas y demás, mientras que en la negra el uso fue nulo.</p>
I35		<p>Para este tercer local se evidencia el uso de las tres bolsas, en la verde depositaron solo residuo orgánico, en la blanca bolsas de plástico, envases y demás. Por otro lado, en la bolsa negra se observa una mínima cantidad de residuos entre envolturas.</p>
I34		<p>El uso de las bolsas verde y blanca es mayor, además, la separación de residuos en la verde es correcto, mientras que en la blanca hay tanto aprovechables como no aprovechables, por otro lado, la bolsa negra no tiene uso.</p>

<p>D21</p>		<p>En este local los comerciantes comentaron que no tenían tiempo para separar los residuos, por lo tanto, no hicieron uso de las bolsas. Además, comentaron que para ellos es mejor usar una sola bolsa para todo.</p>
<p>C20, C19</p>		<p>Este establecimiento también aseguró que no había tiempo para separar los residuos en cada bolsa, por ende, no hizo uso de estas.</p>
<p>D117, D118</p>		<p>En este local los comerciantes solo usaron la bolsa verde, solo con residuos orgánicos que generaba en mismo sitio, tales como, ramas de verduras y cáscaras.</p>
<p>F137</p>		<p>Para este establecimiento el uso de la bolsa negra es el común, por ende, la dejaron para depositar todos los residuos que generaban.</p>

<p>PABELLÓN 3</p>		<p>Asimismo, en este establecimiento sólo hicieron uso de la bolsa blanca en la que depositaron empaques, bolsas plásticas, entre otros residuos.</p>
<p>D12, C13</p>		<p>En el local 10 usaron las tres bolsas en. Cáscaras de verduras y bolsas plásticas se depositaron en la bolsa verde, la blanca la usaron para cartón y envases plásticos, mientras que en la negra solo una envoltura plástica, sin tener más uso.</p>
<p>G128, G129</p>		<p>Ninguna bolsa fue usada en este local, puesto que el comerciante decidió guardarlas para "echar basura" durante la semana.</p>

C125			<p>En el local número 12 se evidencia que no se usaron las bolsas y los residuos sólidos se dejaron a un lado del establecimiento. El comerciante afirma no tener tiempo para usar las bolsas.</p>
------	---	--	--

Tabla 3
Resultados de la actividad conciencia y reciclaje

Fuente: elaboración propia

Durante la etapa de evaluación práctica se observan diferentes situaciones que permiten cuestionar el nivel de apropiación y compromiso con el cuidado ambiental, además, el contraste con la participación y resultados de la encuesta, en la que respondieron asertivamente a todas las respuestas demostrando que es fructífero el proyecto y la formación ambiental, sin embargo, contrasta con la actividad práctica que hace referencia a la teoría de Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo por (Gumucio, 2011, pág. 37) “La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes o productos.” En el cual, se hace énfasis sobre la participación como una manera de obtener conocimiento colectivo en las diferentes actividades, como lo fue Conciencia Y Reciclaje, que además de impulsar el conocimiento a los actores por medio de experiencias, permitió a los investigadores obtener resultados puntuales acerca de la actividad que se realizó.

Por un lado, se destaca que ocho locales participaron depositando residuos en las bolsas repartidas, mientras que en los otros cuatro establecimientos los comerciantes no participaron usando ninguna bolsa y esto permitió reconocer el poco interés. Ahora, enfocando el análisis en los ocho comerciantes que participaron es notorio que todos comprendieron el uso de la bolsa verde y en esta depositaron la mayor cantidad de residuos orgánicos que generan sus locales, la bolsa blanca fue la segunda que se le pudo dar uso de otros residuos, estos mezclados (aprovechables y no aprovechables).

En un establecimiento se dividió de manera correcta los residuos aprovechables en la bolsa blanca, sin embargo, no se usó la bolsa negra y en general la bolsa negra fue la de menor uso, teniendo en cuenta que solo un comerciante la dejó para desechar todos los residuos sin tener que separarlos. Por otro lado, los demás comerciantes decidieron no usar ninguna de las bolsas repartidas y esto comentan ellos que es por falta de tiempo para separar los residuos.

Además, hay que tener en cuenta que en otros locales minoristas los comerciantes decidieron no recibir las bolsas ni participar en la actividad, afirmando que ellos no tenían necesidad de recoger la basura, ya que, el personal de aseo debía encargarse de esta labor.

Finalmente, la actividad evaluativa cumple un papel fundamental en la culminación del proyecto, ya que permitió comprender el accionar de los mismos comerciantes quienes participaron de inicio a fin en la estrategia comunicativa, específicamente en la etapa de evaluación práctica en la que demostraron el nivel de conciencia ambiental obtenido luego de una serie de actividades de socialización en temas ambientales.

5. Conclusiones

El diagnóstico realizado en el estudio demostró ser un punto clave conjunto con el proceso del pre diseño. Puesto que, permitió identificar de manera concreta las necesidades que tenía la comunidad ante la manera de percibir la información, dando paso a la flexibilidad y adaptabilidad del proyecto.

La administración de Cenabastos mostró un perfil empático ante el estudio, por ende, continuar con diversas investigaciones y procesos que aporten a un ambiente digno es posible dentro de esta comunidad a futuro.

Los fundamentos y bases teóricas implementadas dieron un acercamiento más puntual al entendimiento de la problemática estudiada, permitiendo a los autores del estudio una idea base en cuanto a ejecución más efectiva.

Se logró indagar en los conocimientos generales de la población, respecto al tema principal de la investigación: conciencia ambiental y reciclaje. Y se determinó que perciben el problema y sus efectos.

La importancia de la estrategia comunicativa “Ecomunica” radicó en el aprendizaje por medio de diferentes actividades y herramientas, la cual, fue evolucionando de manera constante en cuestión a la parte ambiental, donde, en un inicio el nivel de conciencia ambiental y conocimiento de la temática era muy bajo en contraste al que se encuentra actualmente, mostrando así que la comunidad es capaz de reciclar de manera correcta y entender la importancia de cuidar su entorno.

Si bien, el proyecto no generó una comunidad completamente pro activa e independiente para hacer procesos continuos hacia el reciclaje por su parte, dio como resultados las bases de lo

que es una comunidad con un nivel de conciencia ambiental promedio, por lo cual, puede ir en aumento con ayuda de la administración si se sigue realizando actividades que promuevan el cuidado al entorno.

Todo se realizó gracias a la utilización de diferentes herramientas comunicativas como lo fueron material gráfico, audiovisual, voz a voz, entre otros. Que facilitaron el aprendizaje del tema para la población de estudio, donde, permitió adaptarse de manera correcta a las dificultades de tiempo de los comerciantes, creando una estrategia “Ecomunica” personalizada para esta población.

Se notó una preferencia significativa por recibir la información o conocimiento a través de medios tecnológicos como lo son computadores, celulares, radios, pantallas, etc. Que usan las diferentes redes sociales, ya que, debido a su poca disponibilidad de tiempo es más fácil y beneficioso para la población y los encargados. Mostrando así, que la parte comunicativa y digital son un punto fuerte a tener en cuenta en el momento de ejecutar este tipo de proyectos en esta población puntual.

La ejecución de este proyecto de investigación brindó una mirada diferente sobre el debido cuidado del medio ambiente para los comerciantes y los administrativos del mercado de CENABASTOS, quienes entendieron lo primordial que es realizar este tipo de actividades para impulsar una mejor imagen del mercado ante la sociedad metropolitana de Cúcuta y los beneficios que se obtienen al seguir promoviendo los talleres a largo plazo.

6. Recomendaciones

Se recomienda articular esfuerzos interinstitucionales o Inter corporativos con diferentes empresas u organizaciones que apoyen o fortalezcan el proceso que se llevó a cabo para hacer de CENABASTOS un lugar u/o población con un buen nivel de conciencia ambiental para que se vea reflejado en acciones al futuro.

Es necesaria la participación activa de los comerciantes y los administrativos de modo que apoyen la continuidad del proyecto posterior a la evaluación para que se pueda seguir multiplicando las acciones y conocimiento dentro de todo el sector de CENABASTOS.

El presente proyecto de investigación debe ser tomado en cuenta como una base o punto de partida para la construcción de nuevos conocimientos, detección de falencias, y proyección de mejora. Pero para ello, debe realizarse un plan de continuidad como de convenio con múltiples empresas del área metropolitana de Cúcuta.

Es necesario seguir implementando estrategias comunicativas utilizando diferentes herramientas tecnológicas, con el objeto de continuar con el proceso ya establecido con los comerciantes y así evitar el olvido de los conocimientos, además, se hace énfasis en el factor digital y comunicativo puesto que, se descubrió ser factor clave en la capacidad de disposición y tiempo de la población de estudio que puede ser utilizado a favor en el futuro.

Se hace primordial el compromiso de todos los comerciantes, no solo la población de estudio, sino también todos los que componen CENABASTOS en conjunto con el área administrativa para dar continuidad a nuevos proyectos que se alimenten de datos y hallazgos para así establecer nuevas estrategias que fortalezcan la conciencia ambiental y el cuidado hacia el medio ambiente.

7. Referencias bibliográficas

AMBIENTAL, E. (2002). Política Nacional de Educación Ambiental SINA.

https://unica.edu.co/descargas/Politicasy/politica_educacion_ambiental%202002.pdf

Álvarez Betancur, M. (2018). *Proyecto aplicado para implementar una estrategia comunicativa que busca educar a la comunidad del municipio del Santuario, Antioquia, para evitar que arroje basuras a las calles*. Repositorio UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/23016/malvarezbe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banco Mundial. (2016). *Los desechos a nivel mundial crecerán un 70 % para 2050, a menos que se adopten medidas urgentes*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/09/20/global-waste-to-grow-by-70-percent-by-2050-unless-urgent-action-is-taken-world-bank-report>

Borda, Fals. (1981). *investigación acción participativa*. De Hernández, A. LA INVESTIGACION-ACCION PARTICIPATIVA Y LA PRODUCCION DEL CONOCIMIENTO.

<http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/a2n6/2-6-11.pdf>

Buendía Eisman, L., Colas Bravo, M. P., & Hernández Pina, F. (1997). *Métodos de investigación en psicopedagogía / Leonor Buendía Eisman...[et al.]*. McGraw-

Hill.https://indaga.ual.es/discovery/fulldisplay/alma991000185089704991/34CUBA_UAL:VUI

Cano, Y. (2019). *Estrategia comunicativa para generar una cultura ambiental en la población campesina de la vereda pueblo viejo del corregimiento de Buenavista del municipio de Ocaña*. (Trabajo de grado, Universidad Francisco de Paula Santander). Repositorio Institucional UFPS Seccional Ocaña.

<file:///C:/Users/Escritorio/Downloads/ante%20local%202.pdf>

Castro Becerra, J. A. (2023). *Estrategia de valorización del uso de residuos orgánicos de las empresas afiliadas a Acodres capítulo Norte de Santander – Cúcuta*. Repositorio Universidad Libre.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/26945/Monograf%C3%ADa%20Acodres%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chávez Yépez, M. J. (2018). *Estrategias de comunicación para la generación de una cultura de limpieza en el barrio La Vicentina* (Bachelor 's thesis, PUCE).

<http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2970813>

Constitución política de Colombia. Art 79. 1991, Colombia.

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-estrategicos/gestion-de-informacion-y-comunicacion/constitucion-politica/derechos/articulo->

[79.aspx#:~:text=Todas%20las%20personas%20tienen%20derecho,las%20decisiones%20que%20puedan%20afectarlo.](#)

CONPES 2750. (1994). Política Nacional ambiental salto social hacia el desarrollo humano sostenible.

Observatorio Ambiental de Cartagena de Indias. Pág., 9. <https://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2016/10/DOCUMENTO-CONPES-2750-DE-1994.pdf>

Dagron Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. In

Signo y Pensamiento (Vol. xxx, pp. 26-39). Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

DANE. (17 de mayo de 2022). Colombia genera 12 millones de toneladas de basura al año. *Portafolio*.

Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-genera-12-millones-de-toneladas-de-basura-al-ano-565581>

Departamento de Planeación Nacional. (2016). *Rellenos sanitarios de 321 municipios colapsarán en cinco años, advierte el DNP*. Obtenido de

<https://www.dnp.gov.co/Paginas/Rellenos-sanitarios-de-321-municipios-colapsar%C3%A1n-en-cinco-a%C3%B1os,-advier-te-el-DNP--.aspx>

Decreto 1505 de 2003 [Ministerio de Medio Ambiente]. Aprovechamiento en el marco de la Gestión Integral de Residuos Sólidos. 6 de junio de 2003.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8434>

Decreto 838 de 2005. Por el cual se establecen disposiciones de residuos sólidos. 23 de marzo de 2005.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=16123#:~:text=Dicta%20disposiciones%20para%20promover%20y,la%20tecnolog%C3%ADa%20de%20relleno%20sanitario.>

Díaz, K., Valera, D. (2016). Diseño de una estrategia comunicativa para la educación en el manejo de los

residuos sólidos en el mercado público de Ocaña, norte de Santander. Trabajo de grado, Universidad Francisco de Paula Santander). Repositorio Institucional UFPS Seccional Ocaña.

<file:///C:/Users/Escritorio/Downloads/ante%20local%201.pdf>

Díaz, D. Suarez, M. (2020) Estrategias para el fomento de la cultura ambiental en comunidades pesqueras

caso Tubará, Atlántico, Colombia (Trabajo de grado). Universidad de la Costa CUC.

Garcia, F. (2003, mayo 24). *La encuesta como técnica de investigación*.

ELSEVIER. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>

Fierro, Catriel. (2013). "Principios: la relevancia de William James en la enseñanza de la historia de la

psicología". *Eureka* (Asunción) en Línea, 10(1), 96-104. Recuperado em 19 de abril de 2023, de

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2220-90262013000100011&lng=pt&tlng=es.

- Ministerio De Educación. (2006). *ESTÁNDARES BÁSICOS DE COMPETENCIAS CIUDADANAS*.
Ministerio de Educación. https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-116042_archivo_pdf4.pdf
- Ministerio De Salud. (2021, 08 23). *Boletín de Prensa No 872 de 2021*. Colombia potencia de la vida.
<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Minsalud-comprometido-con-la-calidad-del-aire-.aspx#:~:text=Bogot%C3%A1%2C%2023%20de%20agosto%20de%202021.&text=El%20C3%BAItimo%20reporte%20de%20la,cardiopat%C3%ADas%20isqu%C3%A9micas%20y%20accidentes%20cerebrovasculares>
- Morales, L., Cabrera, J. (2020). Proyecto estratégico de educación ambiental para trabajadores formales de la plaza de mercado. (Trabajo de grado, universidad piloto de Colombia). Repositorio institucional universidad piloto de Colombia. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/7509>
- Naciones Unidas. (2019, 01 01). *Datos y cifras*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/actnow/facts-and-figures#:~:text=Becca%20McChaffie%2FUnsplash,-Residuos,de%20gases%20de%20efecto%20invernadero>
- Observatorio Económico latino americano. (2012, 01 01). *Medio Ambiente Y Economía*. Obela.
<https://www.obela.org/contenido/medio-ambiente-economia>
- Olga Lucia Montes Peñalosa, J. F. (2019). *Análisis de las Políticas Públicas ambientales y seguimiento al*. Cúcuta: Repositorio Unilibre.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17652/PAPER%20arcilla%20FINAL%20julio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Oltra, C. (2005). Modernización ecológica y sociedad del riesgo: *Hacia un análisis de las relaciones entre ciencia, medio ambiente y sociedad* (pp. 133-149). Papers: revista de sociología.
<https://raco.cat/index.php/Papers/article/view/40276>
- Superintendencia de Servicios Públicos y el Observatorio Metropolitano de Bucaramanga. (17 de junio de 2019). Solo se aprovecha el 2% de los residuos generados en el área metropolitana de Bucaramanga. *Vanguardia*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/solo-se-aprovecha-el-2-de-los-residuos-generados-en-el-area-metropolitana-de-bucaramanga-EJ1083060>
- Pérez, M. (2018) Estrategia de comunicación ambiental en la comunidad de San Bartolomé Becerra, antigua Guatemala / Saúl Eduardo Pérez Miranda. Tesis (Licenciado en Ciencias de la Comunicación) – USAC. Repositorio digital USAC. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1682.pdf
- Prada Rodríguez, E. (2013). Conciencia, concientización y educación ambiental: conceptos y relaciones. *Revista Temas*, (7), 231-244. <https://doi.org/https://doi.org/10.15332/rt.v0i7.585>
- Quintero, D. (30 de diciembre de 2008). Guías ambientalistas para la central de abastos S.A.
https://CENABASTOS.gov.co/guias_ambientales_CENABASTOS_sa.pdf

- Rodríguez, J. (2018). Estrategia educomunicativa para el fortalecimiento de la cultura ambiental en torno al manejo de residuos sólidos urbanos en la ciudad de Ibagué. (Tesis de maestría, UNAD). Repositorio institucional universidad nacional abierta y a distancia.
- RED Nacional de centrales de abastos. (2020). Central de Abastos de Cúcuta SA CENABASTOS. Obtenido de RED Nacional de centrales de abastos:
http://www.centralesdeabastos.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=655&Itemid=368
- Santana Villagrán, N. A., Rueda Rosero, I. N. (2019). Campaña de educomunicación para difundir el consumo responsable enfocado a las nuevas generaciones frente al mal uso de plástico (Bachelor 's thesis, Quito).
- Siñani Soria, J., & Vargas Huanca, D. C. (2022). *Estrategia de comunicación educativa para promover el tratamiento adecuado de los residuos sólidos en la feria de Puente Vela del distrito 8 de ciudad de El Alto*. Repositorio Institucional Universidad Mayor De San Andres.
<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/28103>
- Tamayo, L. (2016). Comunicación estratégica y de educación ambiental para el proceso de reciclaje y el tratamiento de las basuras caso de estudio: calle 147 de Bogotá, barrio Cedritos (trabajo de grado, Universidad Pontificia Javeriana). Repositorio Institucional Universidad Pontificia Javeriana.
<http://hdl.handle.net/10554/20001>
- Tenorio, J. Terrones, I. (2018). Efecto de la aplicación de estrategias de comunicación en la mejora del nivel de conocimiento sobre la cultura ambiental en los comerciantes de Huanchaco (Tesis de grado). Universidad César Vallejo.<https://hdl.handle.net/20.500.12692/26281>
- Tellez, A., Torres, D. (2018). Diseño de estrategias comunicativas en el colegio Nuestra Señora del Pilar para la protección de los recursos naturales de la Cuenca del Río Pamplonita, 2017 - 2018. (Trabajo de grado, Universidad Francisco de Paula Santander). Repositorio digital UFPS.
<http://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/2725>
- UCLM & Tejero, M. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario. Retrieved 11 28, 2022, from <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vargas, Q., & Fair, Y. (2021). Formulación del plan de gestión integral de residuos sólidos del Centro Comercial Jardín Plaza de la Ciudad de San José de Cúcuta.
<http://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/3983>
- Vargas Rivera, D. E., Antolinez Lizcano, S., & Gallardo Paez, L. C. (2016). *“Estrategias edu-comunicativas para fomentar una cultura ambiental en reciclaje en los estudiantes de grado 6ª C del colegio San*

Bartolomé en Cúcuta, Norte de Santander". Repositorio Universidad De Pamplona.

http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/1543/1/Vargas_Antolinez_Galardo%202016_TG.pdf

Verdugo González, C. M., & Garcia Herrera, D. G. (2020). *Educación ambiental y Educomunicación: estrategias para implementar el reciclaje con estudiantes*. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8976589>

Villamizar Clavijo, N. M., & Vergel Ortiz, D. F. (2017). "*Capacitación en manejo de residuos sólidos a madres cabeza de familia del barrio Zulima tercera etapa, Municipio de San José de Cúcuta*".

Repositorio Universidad Francisco De Paula Santander.

https://catalogobiblioteca.ufps.edu.co/descargas/tesis/1320073_1320060.pdf

8. Anexos

Anexo 1:
Validación de instrumentos



San José de Cúcuta 11 de abril de 2023

Señores
Comité de Investigación
Programa de Comunicación Social
Universidad Francisco de Paula Santander

Asunto: Validación de instrumento

Cordial Saludo,

Me permito informar que he recibido, leído y sugerido correcciones a los instrumentos del proyecto titulado, "Diseño de una estrategia educomunicativa para generar conciencia ambiental en los comerciantes minoristas del mercado de CENABASTOS en la ciudad de Cúcuta, periodo 2022-2023" las cuales han sido realizadas por las estudiantes:

María Isabel Escalante Sandoval 1331297
Angie Natalia Naranjo Medina 1331274
Angélica Vanessa Gelvez Guerrero 1331268
Dilany Yirley González Verbel 1331286
Stephania Suescun Gutiérrez 1331305
Neysy Tatiana Galvis Fuentes 1331303

En atención a lo anterior, doy constancia del desarrollo del proceso y valido el instrumento, el cual se puede aplicar a la población objetivo.

Cordialmente,

Erwin H. Jácome Castilla
Código 04712
Docente cátedra Comunicación Social



La Central de los Norte santandereanos
NIT 807001396-3

Cenabastos de Cúcuta Propiedad Horizontal
Sector T Comercio Oficina T-210 AV.2 Nro. 31N-36
Barrio Tasajero
Cel. 3023619881 / 5870020
Pág. Web: www.cenabastos.com
Email: secretariacenabastosph@gmail.com
Cúcuta – Colombia

San José de Cúcuta, 5 de febrero de 2024.

CEE-2024-55

Estudiantes

ANGIE NATALIA NARANJA MEDINA - NEYSY TATIANA GALVIS FUENTES -
STEPHANIA SUESCUN GUTIERRES - MARÍA ISABEL ESCALANTE SANDOVAL -
DILANY YIRLEY GONZÁLEZ VERBEL - ANGÉLICA VANESSA GELVEZ GUERRERO
Universidad Francisco de Paula Santander - UFPS

Avenida Gran Colombia No. 12E-96 Barrio Colsag

Teléfono: 6075776655

Correo electrónico: angienatalianame@ufps.edu.co - neysytatianagafu@ufps.edu.co -

stephaniasugu@ufps.edu.co

mariaisabelessa@ufps.edu.co -

dilanyirleygove@ufps.edu.co

Ciudad

Asunto: Respuesta oficio de fecha 29 de enero de 2024 radicado CER-2024-170 de fecha 29 de enero de 2024.

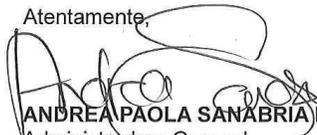
Cordial saludo,

Por medio del presente, la suscrita les informa que se autoriza por parte de la administración de Cenabastos Cúcuta – Propiedad Horizontal, publicar en nuestras redes sociales el material audiovisual; por lo tanto podrán ingresar a la Central de abastos para que puedan realizar lo pertinente (fase experimental) y la evaluación de la eficacia referente al trabajo de grado del proyecto titulado: IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA GENERAR CONCIENCIA AMBIENTAL EN LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL MERCADEO CENABASTOS EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

En relación a la publicación del material audiovisual, ustedes, deberán presentarse en las instalaciones de la administración, ubicada en el Sector T Comercio Oficina T-210 AV.2 Nro. 31N-36 Barrio Tasajero, oficina de Gerencia para coordinar como será publicado el contenido.

Agradecemos la atención prestada.

Atentamente,


ANDREA PAOLA SANABRIA FORGIONY
Administradora General
Cenabastos de Cúcuta Propiedad Horizontal



Anexo 3:
Entrega material gráfico a administración de Cenabastos

Ecomunica material gráfico



ANGIE NATALIA NARANJO MEDINA <angienatalianame@ufps.edu.co>
para lideroperativocenabastosph ▾

9:32 (hace 11 horas) ☆ ↶ ⋮

5 acciones para cuidar el medio ambiente

"Mucho se habla de cuidar el ambiente, pero, ¿ya conoces algunas de las acciones principales para hacerlo? Si aún no lo tienes claro por completo, no te preocupes aquí te mostramos 5 de ellas y cómo aplicarlas a nuestro día a día #concienciaambiental #Ecomunica #estrategiacomunicativa #yocuidoelmedioambiente #centraldeabastosucuta #CENABASTOS

Beneficios de cuidar el medio ambiente

El cuidar el medio ambiente trae múltiples beneficios a corto y largo plazo, los cuales, nos pueden salvar la vida, no esperes más tiempo para ser parte de la comunidad que cuida y se cuida #concienciaambiental #Ecomunica #estrategiacomunicativa #yocuidoelmedioambiente #centraldeabastosucuta

¿Como realizar compostaje?

La composta o abono es una forma de reciclaje de residuos sólidos en casos de frutas verduras y hortalizas, la cual tiene un fuerte impacto no solo en el medio ambiente sino también a nivel económico, por eso, te enseñamos los pasos para realizar composta y poder aprovechar los residuos que tenemos #concienciaambiental #Ecomunica #estrategiacomunicativa #yocuidoelmedioambiente #centraldeabastosucuta

Angie Natalia Naranjo Medina
Comunicadora Social
3008516272

3 archivos adjuntos • Analizado por Gmail ⓘ



The infographic consists of three cards. The first card, titled '2. CESTA O BOLSA BLANCA', explains that it is for organic waste like food scraps and is used for composting. The second card, titled '¿Qué es?', defines compost as a natural fertilizer made from organic waste. The third card, titled 'AHORRO DE ENERGIA', states that ecological practices reduce energy consumption and carbon footprint.



Anexo 4:
Entrega material audiovisual a administración de Cenabastos

3 de 336 < > Es ▾

Ecomunica material audiovisual

 **ANGIE NATALIA NARANJO MEDINA** <angienatalianame@ufps.edu.co>
para lideroperativocenabastosph ▾ 9:34 (hace 11 horas) ☆ ↶ ⋮

Reel

El incluimos como comunidad puede generar acciones grandiosas, el aprendizaje acompañado de sonrisas y un buen fin es la muestra de que podemos empezar a ser parte de la solución a la contaminación
#Ecomunica #concienciaambiental #yocuidoelmedioambiente #CENABASTOS.

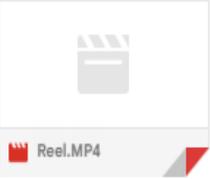
Filminuto

Los avances son positivos, más cuando son hacia el medio ambiente, es por esto que el galpón azul de cenabastos ya realizó avances hacia el medio ambiente, que esperas para avanzar todos juntos hacia un futuro sostenible 🌱🍃🌳 #Ecomunica #concienciaambiental #yoreciclo #CENABASTOS #cucuta

<https://drive.google.com/drive/folders/1aUZbYK22bTUaonUIS8ahHDK1IXoAyFW?usp=sharing>

Angie Natalia Naranjo Medina
Comunicadora Social
3008516272

2 archivos adjuntos • Analizado por Gmail ⓘ 



Reel.MP4



ECOMUNICA

<