



**CONGRESO
IBEROAMERICANO**
DE CIENCIA, TECNOLOGÍA,
INNOVACIÓN Y EDUCACIÓN

BUENOS AIRES, ARGENTINA
12, 13 Y 14 DE NOVIEMBRE 2014

**CONGRESSO
IBERO-AMERICANO**
DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA,
INOVAÇÃO E EDUCAÇÃO

BUENOS AIRES, ARGENTINA
12, 13 Y 14 DE NOVIEMBRO 2014

**Campaña Alma Ecológica: Incorporación de la
dimensión ambiental a la cultura universitaria en la
seccional Villavicencio de la Universidad Cooperativa
de Colombia**

Rojas, J.; Castro, M.

Campaña Alma Ecológica: Incorporación de la dimensión ambiental a la cultura universitaria en la seccional Villavicencio de la Universidad Cooperativa de Colombia

Julie Alejandra Rojas Silva¹

aros.capacitaciones@hotmail.com

Martha Isabel Castro Rey²

marthacrey@hotmail.com

La Universidad Cooperativa de Colombia que por su origen y organización pertenece al sector de la Economía Solidaria, al tener en cuenta los fenómenos y cambios ambientales de la crisis planetaria actual y consciente de su responsabilidad como Institución de Educación Superior, se ve en la necesidad de construir e implementar su SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA), como una prioridad para definir su Política Ambiental Nacional y Regional, además de acciones que puedan influir positivamente en la preservación de un ambiente sano a nivel local, regional, nacional y global. En este sentido, desde la Facultad de Psicología, las autoras crean un proyecto que incluye una campaña ambientalista:

Objetivos de la campaña:

Objetivo General:

Fomentar una cultura ambiental al interior del campus universitario, atendiendo a la necesidad global que representa el cuidado del ambiente.

Objetivos Específicos:

- Visibilizar el estado actual del Humedad Kirpas-La Cuerera que se encuentra dentro del campus universitario.
- Responsabilizar a la comunidad universitaria sobre la destrucción de su entorno ecológico.
- Instruir a la comunidad universitaria sobre el manejo adecuado de los recipientes dispuestos para la recolección de residuos sólidos.
- Promover la participación de la comunidad universitaria en acciones ambientales responsables.

Metodología propuesta:

Esta campaña hace parte del trabajo de grado “Alma Eco-lógica: Aporte teórico-práctico al desarrollo de la Psicología Ambiental en la Universidad Cooperativa de Colombia sede Villavicencio”, que se inscribe en un enfoque metodológico cualitativo, priorizando la reflexión crítica del ambiente desde una perspectiva inclusiva, incorporando saberes de la psicología y la educación ambiental, además del apoyo de otras disciplinas como el Diseño Gráfico en su dimensión práctica. Para el desarrollo de la campaña, se propone el uso de seis estímulos visuales, presentados de la siguiente manera:

¹ Psicóloga, U. Cooperativa de Colombia; Esp. en Salud Familiar, U. de los Llanos; Docente del Programa de Psicología, U. Minuto de Dios y Asesora de la Línea de Investigación Bienestar Infantil y Juvenil del Programa Ondas, Colciencias.

² Psicóloga, U. Cooperativa de Colombia; Psicóloga de la Secretaría de Gobierno, encargada de la observación, análisis y monitoreo de indicadores sociales y económicos en el Departamento del Meta, Colombia.

FASE 1 Imagen impactante: Con base en la iconografía popular alrededor de la muerte en lo que respecta a grafitis, tatuajes, avisos, ilustraciones y estampados, desarrollamos el primer elemento de la campaña que es una señal de tránsito de PARE en letras rojas sobre fondo verde que dejan translucir los iconos antes mencionados. La señal de PARE tridimensional estará colocada en diferentes lugares de la Universidad donde hay intensa circulación de estudiantes; estos son: entrada principal, parte superior de las escaleras; escalera parqueadero motos y exterior cabaña bienestar. Estará expuesta durante una semana para dar paso a la segunda fase de la campaña.

FASE 2 Imagen permisiva: Señal que indica tránsito o libre paso. Es la señal tradicional de siga pero con el texto "MIRE", dejando entre ver la misma iconografía de la señal anterior. La señal de MIRE estará situada exactamente en los mismos lugares en que estaba la señal de PARE, durante el mismo período de tiempo (una semana).

FASE 3 Investigación: En este elemento, se observan dos imágenes reales de la actual condición del humedal, inmersas en el croquis del Departamento del Meta, sobre un fondo que mantiene la iconografía de las fases anteriores. En cuanto al texto, se plantea una pregunta que pretende inquietar al espectador acerca de la responsabilidad sobre la destrucción del entorno.

FASE 4 Punto focal: Se ubica un acrílico con la forma del Departamento del Meta, con un espejo de fondo en el que se refleja el transeúnte; con él, una afirmación reflexiva y una pregunta que hace propia la responsabilidad ambiental. La presentación del elemento, mantiene los colores de la campaña, verde (color representativo de cultura ambiental) y rojo (sinónimo de destrucción o muerte ambiental).

FASE 5 Concientización: Este elemento reúne todos los estímulos de la campaña. Los gráficos alusivos a la muerte al lado derecho; las fotografías reales del humedal inmersas en el mapa del Departamento del Meta al lado izquierdo, y en la parte superior, una respuesta al cuestionamiento realizado en fases anteriores acerca de la "cultura de la muerte", que advierte sobre la importancia de usar de forma adecuada los recipientes para residuos sólidos (para que la persona asocie la información del cartel final y el uso de los contenedores, se reubica el punto ecológico).

FASE 6 Pendón: En la parte superior del pendón se describen los materiales que se deben separar en el proceso de reciclaje, enfatizando en el plástico (enmarcado con doble línea roja) por existir mayor circulación de éste dentro de la Universidad. En el centro del pendón se encuentra el punto ecológico sobre un vórtice verde de vegetación. En la parte inferior, una vista panorámica del área deportiva y el humedal, al fondo el piedemonte llanero, luego como una gota destilada la imagen y dos de los lemas de la campaña: "El entorno es tu reflejo: si lo cuidas, te cuidas" y "Reciclar tiene sentido". El pendón tendrá una dimensión de 2x5 metros de largo y estará ubicado en la fachada izquierda de la zona de esparcimiento.

CIERRE Exposición: En un área social se muestran todos los elementos delimitados con cinta amarilla (se integran los seis elementos de la campaña para que cobre sentido)

CRONOGRAMA: Cada fase se presenta durante una semana, incluyendo la exposición final. En cuanto al pendón, se sugiere mantenerlo visible permanentemente.

Bibliografía

- * Aragonés, J y Américo, M. (1998). *Psicología ambiental*. Madrid: Eds. Pirámide
- * Jiménez, L. (1992). *Medio ambiente y desarrollo alternativo: Gestión racional de los recursos para una sociedad perdurable*. Madrid: Ed. Cran, S.L.
- * Torres, M (2002). *Reflexión y Acción: El diálogo fundamental para la educación ambiental Teoría y Práctica*. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional y Ministerio del Medio Ambiente.