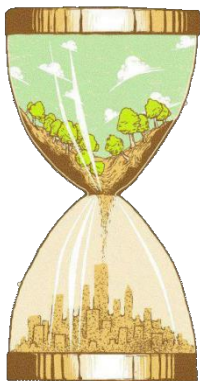


CASA ECOLÓGICA

*Sede de la Agencia Ambiental y Centro de Educación Ambiental de la
Municipalidad de La Plata*

Tesis de Grado
Desarrollo de una Estrategia de Comunicación para la Casa Ecológica



Mauro Gastón Fernández

Legajo 15362/7



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Sede La Plata

Tesis de grado:

Desarrollo de una Estrategia de Comunicación para la Casa Ecológica

***Sede de la Agencia Ambiental y Centro de Educación de la
Municipalidad de La Plata***

Mauro Gastón Fernández
Legajo 15362/7.

Directora: Mariana Inchaurredo
Programa de investigación: Comunicación, Planificación y Gestión

La Plata, Octubre de 2013

ÍNDICE.

❖ Resumen	9
❖ Parte I: Diagnóstico.	
❖ Capítulo I: Introducción	11
❖ Capítulo II: Ambiente	27
❖ Capítulo III: El Rol del Estado	43
❖ Capítulo IV: Casa Ecológica	49
❖ Capítulo V: Marca “Casa Ecológica”	63
❖ Capítulo VI: Educación Ambiental	69
❖ Capítulo VII: La Casa Ecológica en acción	77
❖ Capítulo VIII: Comunicación	93
❖ Capítulo IX: Análisis del diagnóstico	135
❖ Capítulo X: Conclusiones	143
❖ Capítulo XI: Cuadro de realidades	151
❖ Parte II: Estrategia de Comunicación.	
❖ Capítulo XII: Estrategia de Comunicación	157
Plan de Comunicación.	163
❖ Agradecimientos y Bibliografía.	
❖ Agradecimientos.	197
❖ Bibliografía.	199

Anexos en formato digital:

Glosario ambiental, entrevistas, encuestas, presentación en la CE, fotos, videos, audios, textos teóricos e informativos, y otros.

Resumen

"Sólo cuando el último árbol esté muerto, el último río envenenado, y el último pez atrapado, te darás cuenta que no puedes comer dinero"

La presente tesis, *"Desarrollo de una estrategia de comunicación para la Casa Ecológica"* consta de un diagnóstico en profundidad para conocer y reconocer la función y el modo de organización de la Casa Ecológica de la ciudad de La Plata. En simultáneo, y cómo parte del proceso, se trazó un recorrido por los conceptos centrales y las nociones relacionadas con el medio ambiente para dar con una lectura acertada de la situación global, nacional y regional de las problemáticas dentro de este campo, permitiendo identificar el contexto general que dará marco a toda la tesis.

Fue a partir de la lectura de las proyecciones de un futuro escenario posible que nació la idea de llevar adelante este trabajo, intentando realizar un aporte desde la comunicación en una organización que promueve acciones para contribuir al cuidado del Ambiente, desde la sensibilización y la educación ambiental.

Este trabajo apunta a presentar ideas que permitan acompañar y apalancar a las acciones que se llevan adelante desde la Casa Ecológica para sensibilizar a la ciudadanía sobre diferentes temáticas ambientales de las que todos somos responsables.

Palabras Clave:

Comunicación institucional; Comunicación externa; Educación ambiental, Sustentabilidad, Sensibilización, Concientización, Organización, Desarrollo.

DIAGNÓSTICO

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

Casa Ecológica: El comienzo.

La Casa Ecológica (CE) fue inaugurada el cuatro de octubre de 2010 por el intendente de la Municipalidad de La Plata, Pablo Bruera, el gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Daniel Scioli y el director de la Agencia Ambiental, Sergio Federovsky. Se trata del primer edificio público sustentable del país.

La CE es la sede de la Agencia Ambiental de La Plata que depende directamente del municipio platense. **Es muy difícil separar la Casa Ecológica de la Agencia ya que se trata de un órgano institucional y de un lugar físico donde funciona. Sin embargo, teniendo en cuenta los diferentes objetivos de cada una de ellas, es posible realizar una estrategia comunicacional estrictamente para el edificio y dejar a un lado las áreas generales de la Agencia Ambiental de la Municipalidad.**



La Agencia Ambiental fue creada en el año 2008 por la actual gestión. La Ordenanza municipal¹, que permite su creación, postula en el Artículo 1 que este organismo: *“tendrá por objeto la organización y competencias determinadas en la presente Ordenanza en las materias de Política y Control Ambiental, bajo la modalidad de organismo descentralizado”* y en el Artículo 2 que *“la Agencia Ambiental La Plata tiene como objeto proteger la calidad ambiental a través de la planificación, programación y ejecución de las acciones necesarias para cumplir con la Política Ambiental de la Ciudad de La Plata”*.

Debido a que la Casa Ecológica fue planificada y construida posteriormente a la Ordenanza, el edificio no aparece en ningún punto del expediente. *“Los trabajos de restauración y remodelación comenzaron a principios de 2009 en una antigua construcción de ladrillo y techo de chapa”*².

¹ Ordenanza 10462. La Plata, 26 de Noviembre, año 2008. Municipalidad de La Plata, expediente 48055.

² El Día: www.eldia.com.ar/edis/20101005/laciudad2.htm

Pocos días antes de la inauguración el diario La Nación publicó: *“Se trata de una iniciativa de la Agencia Ambiental de la comuna -una dependencia municipal sin precedentes en el país- que busca, a partir de recuperar una vieja construcción en desuso, brindar un modelo de edificación sustentable, que "combine el ahorro energético y el respeto ambiental con el objetivo de concientización social", explicó a La Nación el titular de la citada agencia, Sergio Federovisky*³.

Precisamente ese es el objetivo principal de la Casa Ecológica, funcionar como ejemplo para la edificación sustentable y también, como agregó Pablo Bruera, *“la idea es que funcione como una casa educativa, fundamentalmente para todos los chicos que vienen a ver el Bosque”*⁴.

En una de las entrevistas realizadas, Paula Ramírez, trabajadora de la Agencia, comentó que *“la casa ecológica se pensó como marca, diferente de la Agencia porque la Agencia Ambiental como oficina puede ser trasladada el día de mañana (por alguna decisión política) ¡a un baño si se quiere! Pero los compañeros tuvieron la genialidad de colocar la marca de Casa Ecológica, precisamente para afianzar esta relación con la sede”*.

Marcela Bissio, ex integrante del equipo de la Agencia, confesó lo mismo en una entrevista grupal en Octubre de 2011. *“La idea de los integrantes de la A.A es que la Casa Ecológica sea algo independiente, que pueda mantenerse de pie y activa pese a los cambios de gestión en la Municipalidad de La Plata”*.

Para la creación de la “Casa del Bosque” en un principio se había calculado un costo de 600 mil pesos que iba a ser compartido entre el Municipio y La Nación, pero finalmente fue superior y estuvo cerca del millón y medio de pesos, según explicó Germán Silva, encargado de administración de la Agencia Ambiental, en una entrevista.

La misma se realizó desde *“la iniciativa de la Agencia Ambiental de reciclar una vieja casa abandonada en el tradicional Bosque de la capital bonaerense utilizando materiales reciclados”*⁵

³ La Nación: www.lanacion.com.ar/1179744-reciclan-una-casa-que-sera-amigable-con-el-ambiente

⁴ RealPolitik: www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=2807

⁵ Infobae: www.infobae.com/notas/474635-Crean-una-casa-ecologica-en-La-Plata.html

La creación de la Casa Ecológica tiene que ver con el momento que se vive en el mundo en relación a las temáticas ambientales, a la importancia que cobró la situación ambiental del planeta en los últimos años y al desarrollo de nuevas ideas denominadas “verdes” para cuidar los recursos naturales. Dentro de este marco es que Sergio Federovisky declaró en una nota al Diario El Día que *“es importante demostrar que se puede hacer una casa sustentable en tiempos de cambios climáticos”*.

Si bien la Casa Ecológica es la sede de la Agencia Ambiental y allí se encuentran las oficinas del área, solamente una parte de la superficie cubierta es destinada a tareas administrativas, mientras que el resto está destinada al público para talleres, exposiciones, charlas y otras actividades.

De modo que hay una clara distinción: la Casa Ecológica es la sede de la Agencia Ambiental, pero tiene sus propios objetivos y sus propias actividades. De hecho, la mayor parte del edificio está destinada a ello y no a tareas administrativas propias de la AA.

Según se señaló desde la Comuna, *“el propósito de recuperación y puesta en valor de esta edificación está alejado del hecho de meramente habilitar un nuevo espacio de la administración pública; la Casa Ecológica -además de su condición sustentable-, incorpora la idea del espacio público dentro de los ámbitos municipales, ya que sólo el 35 por ciento de la superficie cubierta se destinará a actividades administrativas, mientras que el resto estará orientado a la participación pública activa”*⁶.

Lo importante para poder visualizar la distinción entre la Agencia Ambiental y la Casa Ecológica, es que si bien se trata de un organismo municipal en el primer caso y de un edificio en el segundo, desde la Casa lo que se intenta es llevar a cabo las actividades de sensibilización y educación ambiental, mientras que desde la A.A se busca cumplir con las exigencias y políticas ambientales que promueve el municipio.

De modo que si bien existe un único equipo de trabajo, hay ciertas actividades que son promovidas desde la Agencia Ambiental y otras desde la Casa Ecológica.

⁶ Ídem 2.

En el día de su inauguración, el director Federovisky declaró que *“el antiguo edificio fue recuperado luego de haber estado usurpado y, para ese fue un gran acierto del intendente, recuperar este lugar para que funcione como sede”*. Siguiendo con el objetivo, en la presentación aseguró que también funcionaría *“un museo ambiental itinerante y un centro de divulgación y educación ambiental”*, algo que hoy por hoy existe pero con altos y bajos ya que en épocas del año pasan meses sin actividades de éste estilo.

Vale la pena mencionar que el cuidado por el Ambiente se encuentra dentro de una de las obligaciones presentes en nuestra Constitución Nacional ya que todos tenemos derecho a un ambiente sano y equilibrado. Esta idea aparece en el capítulo segundo de la primera parte de nuestra Constitución:

Primera Parte: Capítulo Segundo
Nuevos derechos y garantías

Art. 41.- Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley.

Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales.

Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales.

Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos.

La Casa Ecológica nació generando un gran optimismo, como una propuesta original e innovadora. El mismo director lo describió de la siguiente manera: *“es un día bisagra, y mucho más en la gestión del jefe comunal, porque esta casa podría haber tenido cualquier otro destino. El objetivo esencial de esta propuesta es generar conciencia en materia ambiental”*.

DIAGNÓSTICO

El diagnóstico es una estrategia de producción de conocimiento acerca de determinada realidad con la particularidad de estar orientada por la voluntad consciente de modificar a la misma. Todo proceso deliberado de cambio se inicia con el reconocimiento de la situación actual de una organización, grupo o comunidad.

Este reconocimiento es aquello que denominamos diagnóstico y es el paso previo a la proyección de alternativas y cursos de acción que permitan modificar esa realidad en un sentido deseado⁷. Para lograr este reconocimiento debemos trazar un objetivo de diagnóstico general, y otros específicos, para poder analizar la comunicación en esta organización.

OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

Objetivo General.

Conocer aspectos constitutivos de la CC.AA y reconocer sus acciones, objetivos y propuestas en la ciudad de La Plata para elaborar una estrategia de comunicación que profundice y fortalezca sus acciones en este campo.

Objetivos Específicos.

- A) Conocer la identidad de la organización en relación a las miradas de “comunicación”, “ambiente”, “educación ambiental” y “desarrollo sustentable” de la AA en general y de los actores que la componen en particular.
- B) Conocer y analizar los canales de comunicación y los mensajes comunicacionales.
- C) Reconocer los actores, proyectos y las ideas que definen las acciones de comunicación externa de la Casa Ecológica de la Agencia Ambiental.

⁷ www.comunitariaeinstitucionalcomunicacion.blogspot.com

CAMINO DEL DIAGNÓSTICO

Para poder realizar el diagnóstico y alcanzar los objetivos del mismo se utilizaron diversas herramientas dependiendo la búsqueda de información, los actores involucrados, el contexto y el espacio.

Se llevó a cabo una **observación global** de la organización mediante el **acercamiento a la Casa Ecológica durante seis meses consecutivos, con una periodicidad de entre dos y tres visitas por mes (Desde Junio 2012 a Diciembre 2012)**. Mediante esta herramienta se pudo conocer la composición del edificio, tanto por dentro como por fuera, la comunicación externa e interna desde esos componentes, los productos comunicacionales dentro del edificio y la distribución de los espacios.

Desde la **observación participante**, concurriendo a dos visitas guiadas y consultando al guía⁸, se pudo conocer la función de cada componente/material/mecanismo sustentable de la CE, la cantidad de personas que se acercaron a la actividad, y la forma de organización de las visitas.

Esta misma técnica permitió ver las acciones de comunicación en eventos y aspectos generales de las formas de organización de las actividades de la Casa Ecológica.

Mediante las **entrevistas individuales** (personalmente o vía e-mail) y **grupales**, que se realizaron a nueve integrantes de la organización, se pudo investigar en profundidad la forma de organización de la CE, el manejo de la comunicación, las actividades que realizan, las nociones de los principales conceptos abordados en el presente trabajo, los objetivos de la organización, la idea de “marca”, y otros aspectos mencionados en este documento.

El director de la Agencia no fue entrevistado pero sí hubo dos charlas informales. Esto debido a la poca concurrencia de Federovisky al edificio y a la gran cantidad de tareas que abarca cuando se encuentra en su oficina.

⁸ Ariel Lucero es uno de los guías encargados de llevar a cabo la visita guiada en la CE. Compartí dos visitas y en ambas se consultó por los diferentes componentes del edificio y por la historia de la CE, además de otras cuestiones como la organización de las visitas, la concurrencia de la gente y el apoyo municipal para estas actividades. Participé de la primera visita que realizó la CE en su historia y fuimos solamente cuatro personas. En mi segunda oportunidad, ya con dos meses activa la actividad, éramos doce personas.

También fue imposible realizar el **Focus Group** planificado pese a que fue organizado en dos ocasiones. Es difícil reunir más de dos o tres integrantes en un mismo momento ya que pocos trabajan en el establecimiento diariamente.

Se realizó un **mapeo de actores** para reconocer a todos aquellos que participan en las acciones de la Casa Ecológica, y sobre todo quiénes trabajan en el campo de la comunicación. Escuelas, Facultades, Cooperativas, entes municipales, ONG's, etc.

Se hizo un breve **análisis de discurso** de las publicaciones mediáticas en las que aparece la Casa Ecológica para tener una noción de la imagen creada de la organización puertas para afuera y para observar la difusión que tienen sus actividades en los medios gráficos de la región.

El análisis de discurso presenta un campo amplio y con diferentes posturas. Para el presente trabajo se tuvo en cuenta el aporte de Stefan Titscher⁹, quién distingue cuatro aspectos a ser considerados para este proceso:

- 1) Observar de qué material se selecciona el texto. Identificar los grupos o situaciones.
- 2) Selección del material. Utilizar el marco de la investigación para detenerse en la parte del discurso que nos interesa analizar.
- 3) Seleccionar teniendo en cuenta el tipo de muestra: probabilística o no, ad hoc, etc.
- 4) Tomar como unidades de análisis las locaciones sintagmáticas, oraciones, temas, signos, etc.

Finalmente, se realizó una **encuesta** a 300 personas para conocer sobre el nivel de conocimiento sobre la Casa Ecológica y el nivel de participación de la gente en las actividades de la organización.

La encuesta se realizó en la vía pública, mediante correos electrónicos y Facebook. Varias personas colaboraron en la realización de la misma. Lo que se consultó en la indagación fue si conocían la Casa Ecológica, su ubicación, si la habían visitado y participado de las actividades.

⁹ Titscher Stefan. Métodos de análisis de textos y discursos. Londres, 2002.

Los modelos de encuestas, los resultados y las observaciones se encuentran desarrolladas en el capítulo V del presente texto, en el apartado sobre el reconocimiento de la organización y el posicionamiento de la marca en la sociedad.

A su vez, se pueden observar las personas encuestadas en el Anexo del trabajo.

Ser el ejemplo.

En un país donde poco a poco comienza a ganar terreno la noción de sustentabilidad, la idea de “pensar en verde”, la preocupación por el cuidado de los recursos naturales y otras nociones de cuidado ambiental, la Casa Ecológica nace como un ejemplo para la sociedad (*según destacan sus integrantes*).

En los datos del diagnóstico se puede inferir que lo que busca la CE es ser un ejemplo de que existen diferentes formas de tratar los materiales, los residuos y los recursos para contribuir con el Ambiente disminuyendo la contaminación y el uso de esos recursos.

La Casa presenta decenas de alternativas que pueden ser aplicadas en hogares de familia, en empresas, en organismos públicos y demás. Abre sus puertas para que todos puedan conocerla y observar las diferentes posibilidades que existen para poder contribuir con el cuidado del planeta con tan solo cambiar ciertos hábitos o realizar algunas inversiones en el inmueble.

Claro está que muchas de esas ventajas, esas inversiones, son muy costosas, como el Muro Trombe Michel o el Molino Eólico (Ver Pág. 52), pero hay otras que no presentan grandes gastos y representan un ahorro en electricidad, gas o agua a corto, mediano o largo plazo.

La Casa Ecológica tiene su propia identidad, su propia organización, objetivos determinados y actividades específicas. Hay personas que trabajan para la Casa Ecológica pero que no tienen incumbencia en las tareas propias de la Agencia Ambiental.

“La casa ecológica es un sitio de interpretación ambiental en donde los visitantes pueden interiorizarse sobre las tecnologías disponibles actualmente para el uso sustentable de los recursos naturales. En especial en lo relativo al uso responsable de la energía, del agua y de los residuos sólidos urbanos. También es un lugar de difusión y concientización en temas y problemáticas ambientales”.

Así lo afirma Ariel Lucero, otro de los educadores ambientales de la CE. La noción de “uso sustentable” tiene que ver con utilizar los recursos naturales pero de manera

medida, teniendo en cuenta que no son inagotables y que debemos cuidar el futuro para las generaciones por venir.

Germán Silva, el administrativo de la Agencia Ambiental asegura que el objetivo principal de la CE es *“la concientización sobre los cuidados medioambientales y la educación ambiental. Sin duda para eso está la Casa Ecológica, además de ser el edificio de la Agencia Ambiental, claro. Acá siempre se dan charlas, vienen los chicos, se acerca la gente. La Casa tiene ese objetivo principalmente, la de concientizar a la sociedad.*

La Casa Ecológica por lo pronto se limita al Partido de La Plata, sobre todo por una cuestión de recursos (además de que responde a una gestión municipal). La importancia de pensar en el medio ambiente para esta ciudad crece día a día de la mano de organizaciones proteccionistas, de instituciones educativas, de sectores políticos y de la sociedad en general.

Claro está que se profundizó aún más en esta cuestión luego de la inundación del 2 de Abril del 2013 (*Ver Pág. 46 del Anexo*). El propio intendente recibió muchas críticas por la poca gestión en materia ambiental y sobre todo por los permisos relacionados al Código de Ordenamiento Urbano donde los trabajadores de la Casa Ecológica quisieron participar pero nunca tuvieron lugar, según comentaron antes de la inundación incluso.

“El desarrollo sustentable debería ser una premisa rectora de cualquier proyecto no solo de la ciudad de La Plata, sino de cualquier localidad. Creo que no se tiene demasiado en consideración en el diseño e implementación de proyectos inmobiliarios, paisajísticos, turísticos, urbanísticos en general”, agrega Lucero.

Lo importante es poder visualizar la posición de la Casa Ecológica y su función. Se trata de la sede de la Agencia Ambiental pero tiene su propia “marca simbólica” ya que se trabaja desde ella, por fuera de las tareas propias de la Agencia. La mayor parte del espacio físico de la Casa es destinado a actividades y no a oficinas administrativas. La CE funciona como “centro de educación ambiental” y el espacio destinado a actividades es utilizado para charlas, talleres, exposiciones, colonias de vacaciones y muchas otras acciones que buscan generar conciencia en la sociedad.

Organigrama de la Agencia Ambiental.

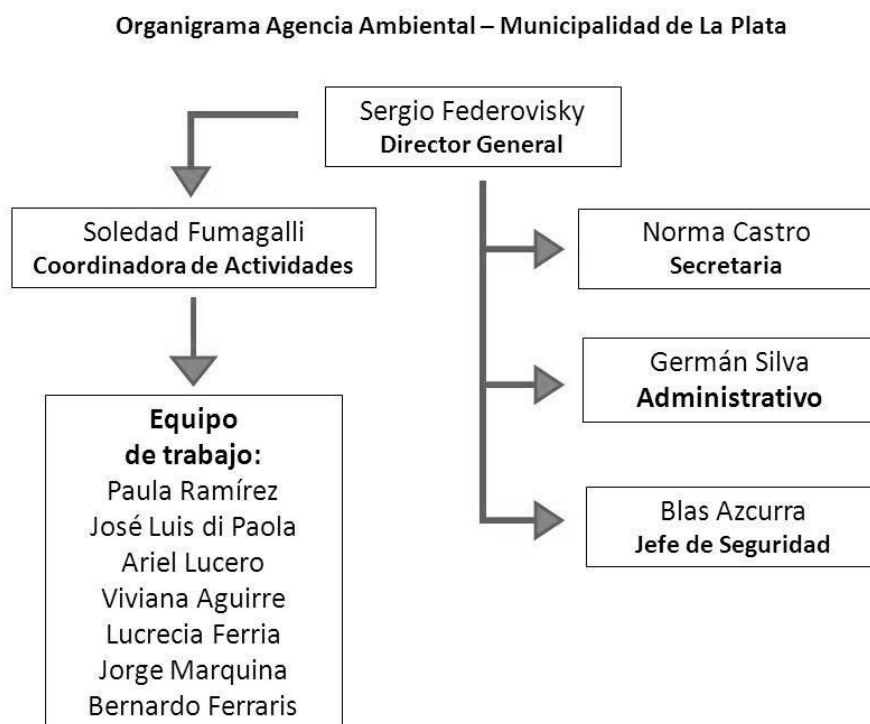
En una de las entrevistas realizadas, Soledad Fumagalli, coordinadora de actividades, explicó que la Agencia Ambiental no tiene un organigrama tradicional como cualquier organización: *“organigrama tal como lo entendemos no hay. Lo único formal es que el Presidente es Sergio Federovisky. Después de ahí para abajo no hay nada claro”*.

A su vez, aseguró que la Casa Ecológica se encuentra en un proceso constante de transformación debido a los cambios en las políticas municipales y también dependiendo de los proyectos y los acontecimientos que van sucediendo en materia ambiental.

Soledad expone que ella es *“la coordinadora, pero eso no significa nada más que coordino las actividades de mis compañeros y tengo un conocimiento de todo lo que se hace, nada más. Son Ellos los que toman sus propias decisiones y ejecutan”*.

Dentro del equipo de trabajo hay cargos específicos ocupados por determinadas personas, hay personas que trabajan desde sus casas y otros que sólo realizan tareas esporádicas.

De este modo, y luego de varias entrevistas y acercamientos a la institución, se logró confeccionar un organigrama tentativo de la siguiente manera:



Si bien no hay una superioridad de autoridad formalizada entre la coordinadora de actividades y el equipo de trabajo, existe una mayor responsabilidad y una comunicación constante con el director desde este puesto. A su vez, la coordinadora tiene un mayor poder de decisión y es quién distribuye las tareas dependiendo de lo que considere o de lo que le diga el director.

En cuanto a la secretaria, al cargo administrativo y al jefe de seguridad, los tres responden directamente al director, teniendo tareas determinadas que no dependen de la coordinación de Fumagalli ni de la colaboración de otros trabajadores de la Agencia Ambiental.

Por otro lado se encuentra en carpeta el proyecto de Call Center que aún no está en funcionamiento. El mismo pasaría a depender de la persona a cargo de lo administrativo, aunque no está confirmado.

Según la misma fuente, durante el año 2012 había dos personas contratadas para el Call Center, pero como no había un espacio físico ni una línea telefónica habilitada no podían realizar su trabajo. Por ese motivo se encargaban de realizar tareas administrativas y trámites en diferentes organismos, haciendo un trabajo muy similar a la de un cadete.

La foto que vemos a continuación es del día en que se inauguró la Casa Ecológica en el bosque platense. Los que aparecen en ella eran todos trabajadores, colaboradores o personas del municipio involucradas en la gestión ambiental. En la actualidad, solo la mitad de ellos sigue formando parte.



Dentro del personal la mayoría son profesionales de disciplinas de las Ciencias Naturales: Biólogos, ingenieros forestales y técnicos en gestión ambiental. Teniendo en cuenta que no hay ningún comunicador social (a excepción de Sergio Federovisky, que además de ser Biólogo es Periodista), quienes se encargan de las tareas dentro de este campo son los educadores ambientales o la persona a cargo del puesto administrativo

Las principales tareas desde la Casa Ecológica tienen que ver con la educación ambiental, y son Paula Ramírez y Ariel Lucero quienes se encargan de esta área y quienes reciben la mayor cantidad de tareas por parte de Soledad Fumagalli a la hora de la distribución de las mismas en relación a este campo.

Muchas personas se han ido de la Casa Ecológica desde su creación y lo seguirán haciendo (o al menos esa es la tendencia) ya que solo ofrece sueldos municipales y muchos optan por trabajar en otros espacios para tener mayores ganancias. La mayoría de los que trabajan prolongadamente tienen otro trabajo, muchos de ellos en la docencia, tanto a nivel escolar como universitario.

Ubicación de la Agencia Ambiental en el cuadro municipal.

La Agencia Ambiental depende directamente de la intendencia y lleva el nombre de “Unidad Ejecutora Agencia Ambiental”, con Sergio Federovisky como director.

La misma cuenta con tres direcciones:

- 1) Dirección general ejecutiva de la Agencia Ambiental
- 2) Dirección general de Gestión Integral de Residuos e Higiene Urbana.
- 3) Dirección general de Espacios Verdes y Arbolado Público.

Cabe destacar que la Unidad de la AA no se ubica dentro de la “Secretaría de Gestión Pública” como otras direcciones relacionadas con la temática ambiental como “Limpieza Urbana”, “Parque Ecológico”, “Planeamiento Urbano”, “Proyecto de Saneamiento”, “Alumbrado Público”, y otras.

El cuadro municipal de áreas es el siguiente:



Municipalidad de La Plata

SECRETARIA PRIVADA

SECRETARIA GENERAL

SECRETARIA DE GESTION PUBLICA

SECRETARIA DE MODERNIZACION Y DE SARROLLO ECONOMICO

DIRECCION EJECUTIVA DE PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

SUBSECRETARIA DE CONTROL URBANO

CONCEJO DELIBERANTE

DELEGACIONES

JEFATURA DE GABINETE

SECRETARIA DE JUSTICIA DE FALTAS

SECRETARIA DE CULTURA

SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL

SECRETARIA DE BIENESTAR SOCIAL

ENTE MUNICIPAL DE LA PLATA (ORDENANZA 10.659/09)

ENTE MUNICIPAL PARA LA ACTIVIDAD TURISTICA (EMATUR)

CONSORCIO DE GESTION PUERTO LA PLATA

MERCADO REGIONAL LA PLATA

UNIDAD EJECUTORA AGENCIA AMBIENTAL

AGENCIA PLATENSE DE RECAUDACION

SECRETARIA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS Y MANTENIMIENTO URBANO

SECRETARIA DE ECONOMIA

SECRETARIA DE SALUD Y MEDICINA SOCIAL

SECRETARIA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y COMUNITARIO

SUBSECRETARIA DE SERVICIOS PÚBLICOS Y RELACIONES DE CONSUMO

SUBSECRETARIA DE DERECHOS HUMANOS

SECRETARIA DE GOBIERNO

CONSEJO DE PLANIF. DE POLITICAS, PRODUC. Y EMPLEO REGIONAL

CONSEJO MUNICIPAL DE INSTITUCIONES CULTURALES Y DEPORTIVAS

UNIDAD EJECUTORA AGENCIA AMBIENTAL

Sergio Gustavo Federovisky

Dirección General Ejecutiva De La Agencia Ambiental

Dirección General De Gestion Integral De Residuos E Higiene Urbana

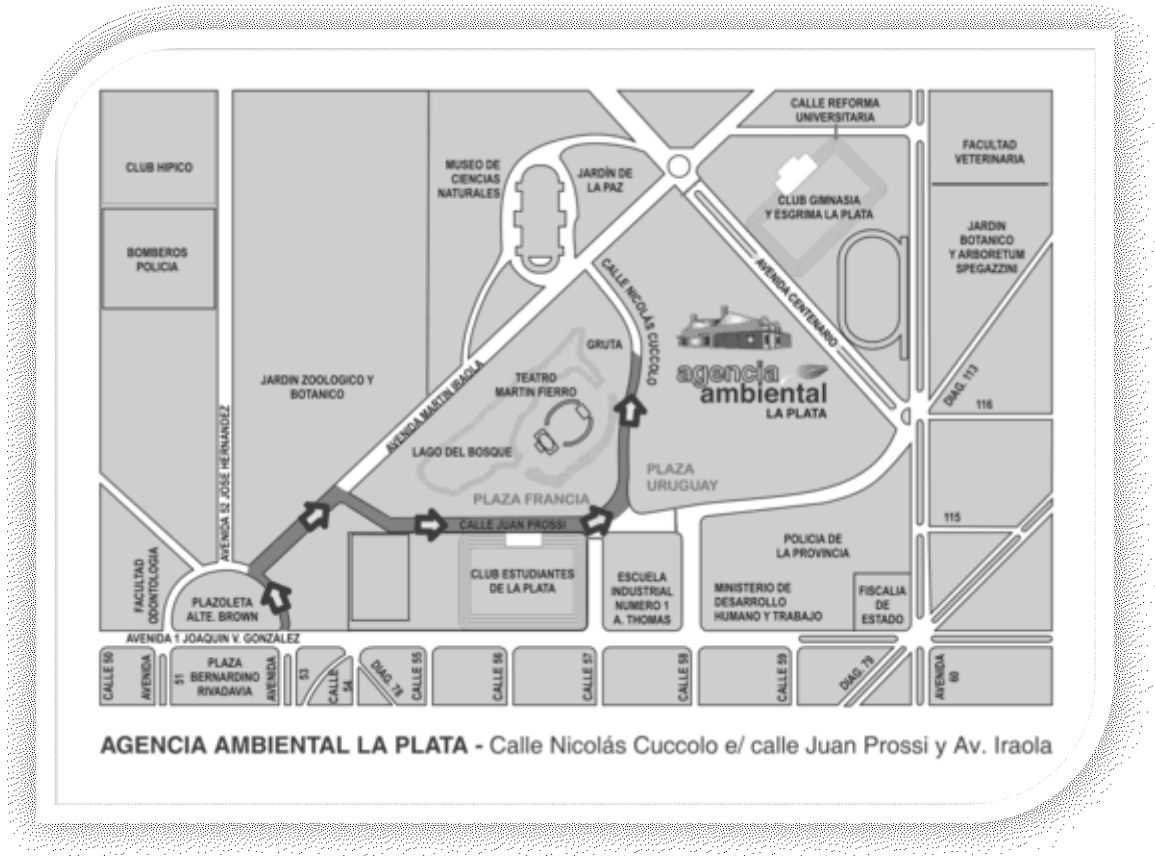
Dirección General De Espacios Verdes Y Arbolado Publico

El cuadro fue realizado en base a la información provista por el sitio web de la Municipalidad de La Plata¹⁰.

¹⁰ <http://www.municipalidad.laplata.gov.ar/autoridades>

Ubicación.

La Casa Ecológica se ubica en pleno Paseo del Bosque Platense, sobre la calle Nicolás Cuccolo, entre la Avenida Iraola, la calle Juan Prossi y la Calle 60 (Ave. Centenario), a metros de la cancha de Gimnasia y Esgrima de La Plata.



El Circuito del Bosque es uno de los principales centros turísticos de la Ciudad de La Plata y desde su creación la Casa Ecológica se ha integrado al mismo. De esta manera la Casa se suma al circuito que incluye atractivos como el Zoológico Municipal, el Museo de Ciencias Naturales, el Anfiteatro Martín Fierro, el Observatorio y el Hipódromo.

La C.E se ubica estratégicamente en el bosque platense ya que es el mayor espacio verde de la capital provincial con una extensión aproximada de 60 hectáreas y una forestación de lo más variada que incluye álamos, robles, ombúes, sauces y eucaliptos.

De modo que se optó por esta ubicación por su espacio, su naturaleza, su silencio y todos los componentes que hacen al bosque un lugar específico para representar la importancia de cuidar el medio ambiente.

CAPITULO II: AMBIENTE


Concepto y definición de Ambiente.

Las nociones de “ambiente”, “medio ambiente” y “desarrollo sustentable” (o “sostenible”) suelen ofrecer diferentes definiciones o enfoques de acuerdo a la disciplina que intente describirlas.

Para el presente trabajo, y siguiendo la línea del principal organismo en materia ambiental de la República Argentina, la definición *que plantea la Secretaria de Ambiente de La Nación*¹¹ aporta una mirada integral y completa sobre esta noción:

"El ambiente no debe reducirse a una sola mirada, sino más bien comprenderlo como un sistema complejo y dinámico en el cual los componentes socio-cultural, ecológico o natural, económico y político interaccionan e inter dependen. El ambiente sería de esta manera una construcción socio-cultural e histórica que resulta de la interrelación sociedad-naturaleza".

A su vez, es importante entender que el ambiente *"es un sistema complejo que incluye naturaleza y sociedad. Por eso es necesario respetar la diversidad de saberes y tener una mirada holística en la que las partes se interrelacionen entre ellas y con el todo"*.



La Naturaleza es sabia,
y el hombre, por mucho que lo intente,
no podrá nunca superarla.

Por otro lado hay que tener una mirada sobre lo político, ya que el ambiente *"incluye la participación, la toma de decisiones en torno a los modos de uso y distribución de los bienes y servicios ambientales"*. Finalmente, el ambiente incluye un comportamiento ético. *"Todos somos parte del ambiente y lo que hagamos afecta a los demás, tanto sean humanos como otros seres vivos, incluidos los que hoy están y los que vendrán con las futuras generaciones"*.

Cabe destacar que la noción de Medio Ambiente es similar a la de Ambiente, incluso algunas corrientes mencionan que está mal utilizado el término. De modo que *"muchos*

¹¹Fundamentos de educación ambiental. 2009. Ministerio de Educación de La Nación // Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de La Nación.

dicen que no existe el medio ambiente sino el ambiente ENTERO. Este no es simplemente un juego de palabras sino que hace referencia a lo que muchas personas creen y es que el ambiente es el equivalente al medio natural¹².

La preocupación por el ambiente.

La temática ambiental comenzó a tener una mayor presencia en la agenda política de los países dominantes a partir de la década del 70', donde comenzaron a llevarse adelante congresos y convenciones para debatir las principales problemáticas ambientales de la época.

Si bien en la década del 40' comenzaron los primeros acuerdos internacionales relacionados a la protección de los océanos y la navegación de los mismos, la contaminación y la conservación de algunos recursos naturales, recién en 1970 se da el puntapié inicial de una mirada más global y profundizadora con la celebración del Día de la Tierra.

Dos años más tarde, en 1972, se confeccionó la Declaración de Estocolmo (Suecia) a cargo de las Naciones Unidas, una afirmación de criterios y principios comunes que permitirían guiar a los países del mundo para preservar y mejorar el medio ambiente¹³. Es a partir de esa primera conferencia internacional que el 5 de Junio de cada año se celebra el Día Mundial del Medio Ambiente, conmemorando aquel momento histórico que permitió ubicar a la temática ambiental en la agenda política de los países del mundo.



Fue en ese mismo año que la temática ambiental cobró mayor sentido en nuestro país de la mano de Juan Domingo Perón, quién desde el exilio (en Madrid, España)

¹²<http://www.ecopibes.com/educadores/ambiente.html>

¹³<http://www.jmarcano.com/educa/docs/estocolmo.html>

escribió el Mensaje Ambiental a los Pueblos y Gobiernos del Mundo¹⁴. Entre otras cosas, el ex presidente expresaba: *“Creemos que ha llegado la hora en que todos los pueblos y gobiernos del mundo cobren conciencia de la marcha suicida que la humanidad ha emprendido a través de la contaminación del medio ambiente y la biosfera, la dilapidación de los recursos naturales, el crecimiento sin freno de la población y la sobre-estimación de la tecnología y la necesidad de invertir de inmediato la dirección de esta marcha, a través de una acción mancomunada internacional”*.

En aquella carta Perón realiza un recorrido por los principales problemas ambientales de la época y propone una serie de pasos a seguir para poder prevenir mayor inconvenientes y revertir algunos de los temas más preocupantes.

Durante los años siguientes se promovieron leyes para reducir la contaminación y se llevaron adelante congresos y convenciones sobre cuestiones medio ambientales. En 1987 se firmó el Tratado de Protección de la Capa de Ozono (Protocolo de Montreal¹⁵) para abarcar las problemáticas que más afectan a la destrucción de la Capa de Ozono.

En ese mismo año la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo presentó el informe “Nuestro Futuro común”, primer disparador del concepto de “Desarrollo Sustentable”, entendido como *“aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”*. El mismo fue elaborado por la ex Ministra Noruega Gro Harlem Brundlandt, motivo por el cual también se conoce como “Informe Brundlandt”¹⁶.

En el año 1992 se llevó adelante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil. La misma es una especie de columna vertebral para la discusión de los temas ambientales a nivel mundial.

En su primera cumbre se reafirmó la declaración de Estocolmo y se agregaron otros 27 principios a la misma. La siguiente cumbre se repitió en 2002 (Río+10 en

¹⁴<http://www.ambiente.gov.ar/?idarticulo=5187>

¹⁵http://ozone.unep.org/spanish/Ratification_status/evolution_of_mp.shtml

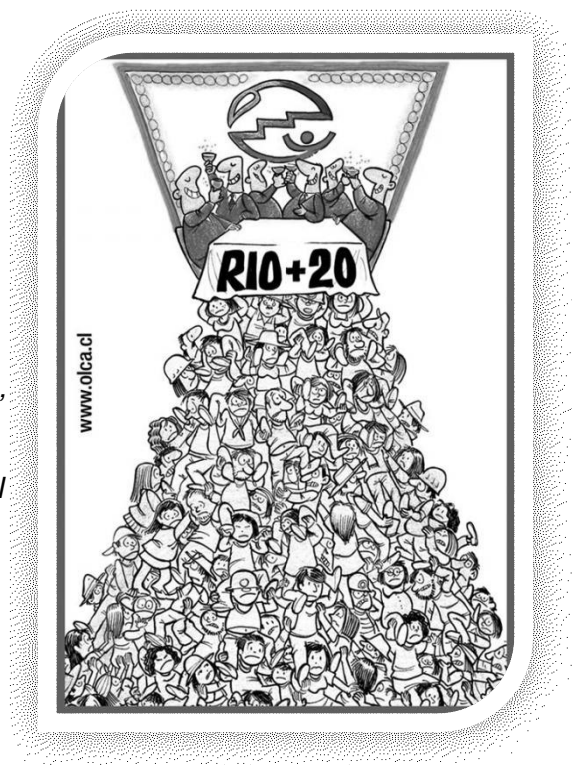
¹⁶<http://www.oarsoaldea.net/agenda21/files/Nuestro%20futuro%20comun.pdf>

Johannesburgo, Sudáfrica) y la tercera en el año 2012 (Río+20, nuevamente en Río de Janeiro, Brasil).

Estas conferencias recibieron fuertes críticas de las principales organizaciones protectoras del ambiente, entre ellas Greenpeace, una de las más importantes del mundo (pese ser criticada y sospechada por una gran cantidad de personas). La conclusión de la mayoría de las ONG es que las resoluciones de las cumbres de Río están lejos de asumir un verdadero compromiso.

Situados en un contexto actual, el año 2012 despertó fuertes críticas contra la cumbre y contra las propuestas de los gobiernos participantes. En la nota titulada “la cumbre de Río es maquillaje verde”, Greenpeace cuestiona fuertemente la resolución de la misma:

“Los objetivos para el ‘Desarrollo Sostenible’ (donde no hubo siquiera acuerdo en definirlos), las propuesta de energías limpias (no hubieron compromisos ni plazos para la ampliación de la participación de las energías renovables), el tema de la minería se planteó para un futuro, tampoco se logró subir al PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente) al rango de Agencia ni se incluyó cómo se va a financiar la ayuda a los países pobres al igual que tampoco se logró avanzar en materia de deforestación”¹⁷.



Lo concreto es que la preocupación por el ambiente continúa en crecimiento desde la década del 70', donde tanto el sector privado como el público comenzaron a tomar medidas de prevención, mitigación y mejoramiento impulsadas por organizaciones ambientalistas, medios de comunicación, países comprometidos y personas independientes que han despertado interés y preocupación en el tema.

¹⁷<http://www.greenpeace.org/argentina/es/noticias/Greenpeace-la-cumbre-de-Rio-es-maquillaje-verde/>

Principales preocupaciones ambientales en el mundo.

El principal problema que existe a nivel mundial en materia ambiental es el “cambio climático”. El concepto se entiende como un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables¹⁸.

El cambio climático es una amenaza para todos los continentes (para las ciudades costeras principalmente), para la producción de alimentos y para los diferentes ecosistemas. La producción de energía, la búsqueda de combustibles fósiles y su utilización generan un crecimiento en la emisión de gases de efecto invernadero (*componentes gaseosos de la atmósfera, tanto naturales como antropógenos, que absorben y reemiten radiación infrarroja*¹⁹), y de su mano impactos climáticos extremos.

El libro *“Energy [R]evolution”* ([R]evolución energética), realizado por el *Consulado de Energía Renovable de Europa (EREC)*, el *Consulado Global de Energía Eólica (GWEC)* y *Greenpeace Internacional*, plantea la situación actual del mundo en relación al deterioro del medio ambiente, las principales causas de ese deterioro, la visión del futuro en este aspecto y las alternativas que existen para poder revertir esta situación y sentar las bases para un futuro estable en materia ambiental:

“De acuerdo al “Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático” la temperatura a nivel mundial puede aumentar hasta 6.4°C en los próximos 100 años si no se realizan acciones para reducir las emisiones de gases. Cuando aumenta la temperatura promedio 2 ° C o más, el daño a los ecosistemas y la interrupción del sistema climático aumenta de forma espectacular, poniendo en peligro a millones de personas, con un mayor riesgo de sufrir hambre, de contagiarse enfermedades, además de sufrir inundaciones y de escasear el agua. Ya podemos ver el deshielo de los glaciares, la desintegración de hielo polar, la muerte de los arrecifes de coral, la subida del nivel del mar, el cambio de los ecosistemas y las fatales olas de calor que se hacen más severas por un clima cambiante.

¹⁸ Naciones Unidas. Convención sobre Cambio Climático. 1992.

¹⁹ Idem 1.

El accidente de Marzo de 2011 en Fukushima, el más grande de Japón, ocurrió 25 años después de la explosión de la planta nuclear de Chernobyl en la ex-Unión Soviética, demostrando que la energía nuclear es una fuente de alimentación intrínsecamente insegura. La creciente demanda de petróleo está ejerciendo presión sobre los suministros haciendo que los precios suban y a partir de ello se genera un aumento en la exploración por este recurso en lugares no convencionales, como ocurre en la actualidad con el Ártico (quién se excusa en el retiro de los hielos en la zona) o en Canadá con la exploración de “arenas petroleras”.

El objetivo de la política climática debe ser el de mantener el aumento de la temperatura de la media global a menos de 2 ° C por encima de los niveles preindustriales. Tenemos muy poco tiempo en el que podemos cambiar nuestro sistema de energía para poder cumplir con esa meta. Esto significa que las emisiones globales tendrán que alcanzar un máximo y comenzar a declinar a finales de la siguiente década a más tardar.²⁰

De modo que lo que más preocupa a nivel mundial es el calentamiento global, que desata numerosos problemas en la gran mayoría de los países. El uso desmedido de los recursos naturales también es otra cuestión ya que se consume más de lo que se puede producir. En el año 2012 el planeta tierra entró en “déficit ecológico” en agosto, “según datos ofrecidos por una reciente investigación auspiciada por la Global Footprint Network y la NE, en los ocho meses que pasaron del año, los seres humanos consumimos todos los recursos que el planeta puede proveer y agotamos los niveles que carbono que éste puede absorber anualmente de forma sustentable²¹”.

Esto se explica mediante estudios que demuestran que “la tierra tiene una capacidad máxima de producción de bienes y servicios ambientales. Este presupuesto es el límite ecológico dentro del cual desarrollar nuestra vida y actividad económica. Superarlo supone poner en riesgo la futura provisión de bienes y servicios ambientales²²”.

Existen muchas otras preocupaciones como la contaminación de los océanos, la deforestación, la dependencia del petróleo, la explotación desmedida de los minerales, la eliminación de especies en peligro, las medidas de seguridad de las plantas

²⁰ Energy [R]evolution: A sustainable World Energy Outlook. Junio 2012. GWEC, EREC and Greenpeace.

²¹ <http://www.tuverde.com/2012/08/desde-ayer-el-mundo-esta-en-deficit-ecologico/>

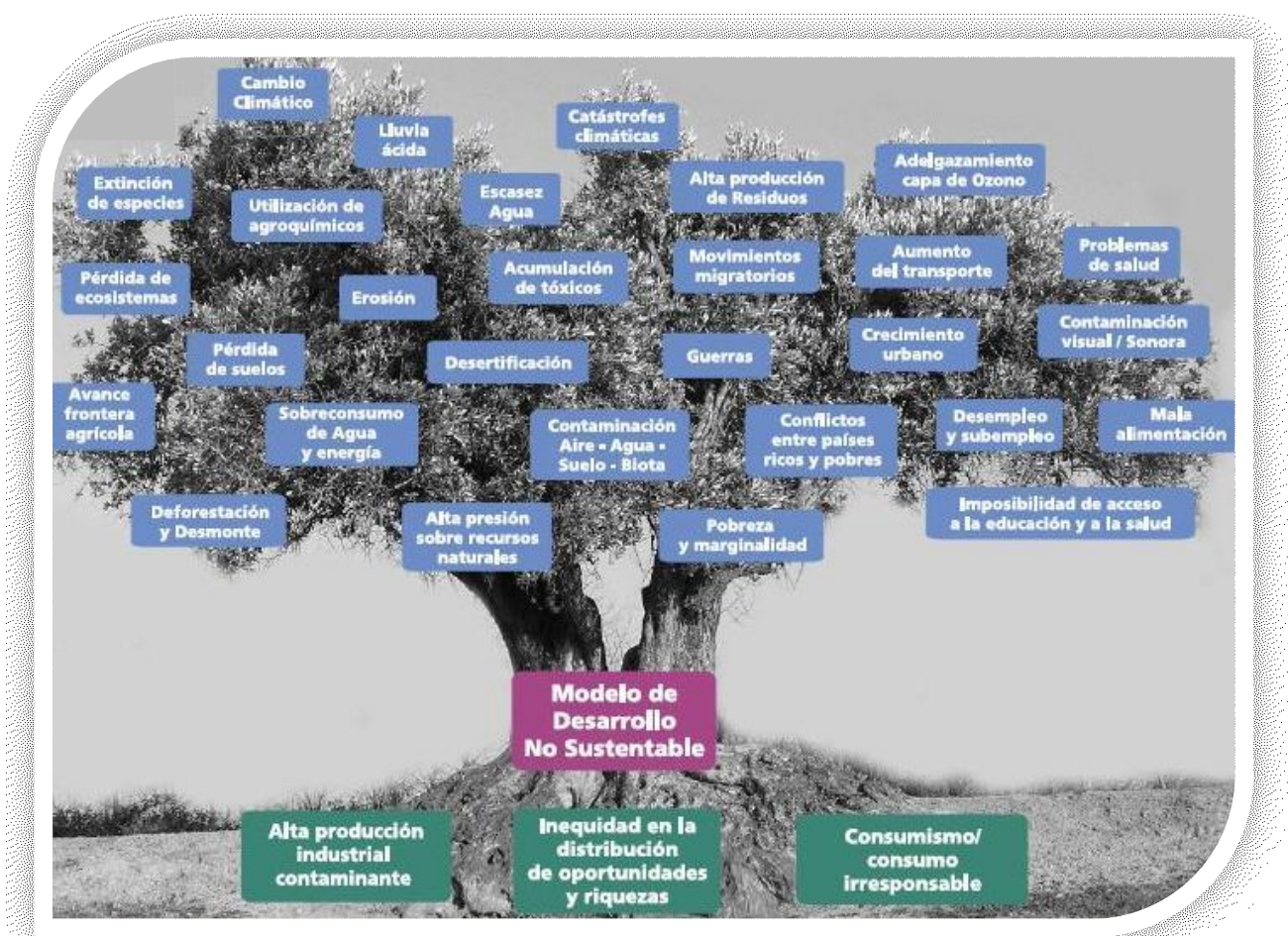
²² Ídem 10.

nucleares y la producción de materiales peligrosos, entre otras. Los efectos de estas problemáticas ambientales ya se han hecho visibles en diversas ocasiones y han causado mucho daño.

Las problemáticas ambientales englobadas bajo la noción de “crisis ambientales” no pueden ser vistas como meras complicaciones ecológicas, sino sociales.

“La crisis ambiental es la crisis de nuestro tiempo. No es una crisis ecológica, sino social. Es el resultado de una visión mecanicista del mundo que, ignorando los límites biofísicos de la naturaleza y los estilos de vida de las diferentes culturas, está acelerando el calentamiento global del planeta. Este es un hecho antrópico y no natural. La crisis ambiental es una crisis moral de instituciones políticas, de aparatos jurídicos de dominación, de relaciones sociales injustas y de una racionalidad instrumental en conflicto con la trama de la vida”²³.

A partir de esta mirada y de las problemáticas ambientales en el mundo podemos visualizar el siguiente “árbol de problemas” (Secretaría de Ambiente de la Nación).



²³ Manifiesto por la vida. <http://www.pnuma.org/educamb>

El “modelo de desarrollo” y sus pilares (la producción contaminante, el consumo irresponsable y otros factores propios del sistema capitalista y de la cultura a nivel mundial, hacen que la situación sea difícil de revertir y poco esperanzadora.

Sin embargo, es sabido que se puede. Todavía hay tiempo y es importante que cada país y cada ciudadano asuman sus responsabilidades y logre el cambio necesario. La principal crítica en este aspecto es a las grandes potencias del mundo, principales productores.

Claro está que los que más contaminan son los que más producen, y en los últimos años se han planteado diferentes estrategias para seguir produciendo pese a seguir contaminando. La noción de “desarrollo sostenible o sustentable” es atractiva pero no siempre se cumple, los índices de liberación de gases de efecto invernadero lo demuestran y también las grandes tragedias causadas por el cambio climático.

La iniciativa de los “bonos de carbono” es un gran disfraz para seguir contaminando. Este proceso tiene que ver con la plantación de árboles y plantas en cualquier lugar del mundo para balancear el deterioro que se hace en otra parte del planeta. Mencionando un ejemplo, Japón puede producir y contaminar su país pero para contrarrestarlo puede comprar “bonos” en Chile para que se planteen árboles y mejoren el oxígeno de la atmósfera.

En la actualidad, en la última cumbre, se habló de “Economía Verde”. *“Este capitalismo “verde” tiene en la mira especialmente los espacios rurales comunes, la agricultura, la tierra y el agua. Ya estamos sufriendo sus efectos en la forma de acaparamientos de tierra, privatización del agua y de los océanos, de los territorios indígenas, de los parques nacionales y las reservas naturales, todos procesos que están siendo acompañados de expulsiones forzadas de comunidades campesinas e indígenas²⁴”*.

²⁴ Los pueblos del mundo frente a los avances del capitalismo: Río + 20 y más allá. Vía Campesina (movimiento campesino internacional). <http://rio20.net/documentos/los-pueblos-del-mundo-frente-a-los-avances-del-capitalismo-rio20-y-mas-alla>

Principales preocupaciones ambientales en Argentina.

Argentina es parte de la situación ambiental mundial pero no llega a niveles de emisiones tan altos como otros países en cuanto al nivel de contaminación que genera por la liberación de gases de efecto invernadero. Para mencionar solo un ejemplo, *“Estados Unidos libera el 25% de todas las emisiones de dióxido de carbono del mundo”*²⁵.

Además de lo importante que resulta tomar cartas en el asunto del cambio climático, las principales temáticas a nivel nacional tienen que ver con los deshielos del sur argentino, los desmontes en zonas protegidas por la ley de bosques (como El Impenetrable chaqueño o el sur argentino), la contaminación generada por la explotación minera, la producción nuclear, la elaboración de energías limpias y la contaminación de ríos, lagos y océanos.

A niveles provinciales y locales las primordiales intranquilidades pasan por la Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU - la separación de residuos y las plantas de tratamiento y disposición final y reciclado), los residuos electrónicos (al igual que las pilas y otros productos contaminantes), la contaminación de arroyos y canales (como el Riachuelo, por ejemplo), la contaminación sonora y varias cuestiones que tienen mayor o menor repercusión en la población dependiendo el momento.

Las energías renovables o limpias aparecen en la agenda política en la actualidad y, al ir de la mano del cambio climático son una de las grandes promesas para mejorar los niveles de contaminación y de explotación de recursos naturales, reduciendo así la emisión de gases y cumpliendo con el compromiso de “formular, aplicar, publicar y actualizar regularmente programas nacionales y regionales, que contengan medidas orientadas a mitigar el cambio climático”²⁶.

Argentina promueve el desarrollo de Energía Eólica (producida mediante el viento), la Energía Solar Térmica (colectores solares planos), la Energía Solar Fotovoltaica (transformación de la radiación solar directamente en electricidad), Energía

²⁵ Ambiente y Política. Una visión integradora para gestiones viables. Homero M. Bibiloni. 2008. Editorial RAP.

²⁶ Descripción, desarrollo y perspectivas de las energías renovables en la Argentina y en el Mundo. Secretaría de energía de la nación. Año 2004.

Geotérmica (tiene su origen en las reacciones químicas) y la Energía Biomasa (variada serie de fuentes de energía).

“Argentina es el tercer país del mundo en potencial de energía no convencional detrás de China y Estados Unidos²⁷, según se remarcó en el Congreso Latinoamericano de Combustibles realizado en noviembre del 2012.

La Energía Biomasa se encuentra en expansión a nivel nacional y en el año 2012 se lanzaron, entre otros, dos proyectos de gran magnitud en las provincias de La Pampa y Neuquén. *“El proyecto tiene como objetivos: el fortalecimiento institucional y creación de infraestructura necesaria para impulsar el uso sustentable de biomasa para energía; el desarrollo de estrategias provinciales para establecer emprendimientos de proyectos bioenergéticos; y la realización de campañas de comunicación, sensibilización, extensión y diseminación de informaciones para el fortalecimiento de la política de biomasa²⁸.*

En lo que respecta a la producción de energía mediante el aprovechamiento del viento (Energía Eólica), en 1998 el Congreso de la Nación sanciona la Ley 25.019, Régimen Nacional de la Energía Eólica y Solar, a través de la cual se declara de interés nacional la generación de energía de origen eólico y solar en todo el territorio nacional. Si bien se trata de un proceso largo y lento, el desarrollo fue de menor a mayor y hoy en día Argentina desarrolla polos de energía eólica en provincias como Chubut²⁹, Neuquén³⁰ y La Rioja³¹

La Casa Ecológica presenta diferentes fuentes de energía en concordancia con la idea de presentar opciones para reducir el uso de los recursos naturales y aprovechar otros que son inagotables, o eso se cree al momento, como es la radiación solar.

Uno de los principales problemas que sufre nuestro país es la sequía prolongada en grandes zonas rurales (seguidas de incendios en muchos casos) y contrario a ello la

²⁷ Argentina es el tercer país del mundo en potencial de energía no convencional.

http://www.imass.com.ar/despachos.asp?cod_des=65175&ID_Seccion=10

²⁸ http://noticiapampadigital.com.ar/noticia_detalle.php?id=1162

²⁹ <http://www.evwind.com/2012/11/06/eolica-en-argentina-buzzi-firmo-acuerdos-para-impulsar-el-desarrollo-eolico/>

³⁰ http://www.argentinaeolica.org.ar/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=3957&Itemid=3

³¹ www.clarin.com/tema/energia_eolica.html

gran cantidad de agua que cae en otras zonas durante tormentas y lluvias en diferentes temporadas (seguidas de inundaciones regularmente).

Las sequías han afectado a miles de productores agrícolas, causando la muerte de animales, la destrucción de la tierra y pérdidas millonarias de dinero. Según los especialistas, en el año 2012 las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba, Chaco y Santiago del Estero sufrieron la peor sequía de los últimos 70 años³².

Por otro lado, el país ha sufrido grandes inundaciones en los últimos años (incluso en zonas donde no suele caer demasiada agua como Chascomús, Bolívar o Azúl), otros eventos no tan frecuentes como la continua caída de cenizas del Volcán Puyehue (que contenía dióxido de Titanio según expertos), temperaturas muy altas en temporadas frías y muy bajas en temporadas calurosas, y otros efectos climáticos llamativos que demuestran alteraciones en el comportamiento del medio ambiente.

En la ciudad de La Plata.

La principal preocupación es la Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU), las plantas de la CEAMSE (Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado), el reciclado de los residuos orgánicos, de residuos electrónicos y algunos otros temas como la producción de alimentos y el uso de agroquímicos, la reducción del uso de energía, el saneamiento de arroyos y canales, las inundaciones en determinadas zonas y otras problemáticas que van surgiendo dependiendo de los proyectos, inversiones o actividades del sector público o privado.

Con la inundación del 2 de Abril del 2013 salieron a la luz graves problemas para la circulación del agua, además de las limitaciones de los arroyos El Gato y Maldonado y la falta de inversión en obras hidráulicas para la ciudad.

Si bien se pueden destacar muchas acciones sobre la actividad de la CEAMSE, suelen haber denuncias contra la planta por diferentes motivos.

En los últimos años se multiplicaron las fuertes críticas por “malos olores” y también por las obras que se llevan adelante desde comienzos del año 2012 para

³² <http://www.26noticias.com.ar/argentina-sufre-la-peor-sequia-en-70-anos-81454.html>

ampliar la planta, las mismas generaron manifestaciones y campañas para lograr el cierre del relleno.

Dentro de las gestiones municipales en este campo está en marcha el proyecto de la Planta Basura Cero, pero la demora en su construcción ha llevado a nuevos conflictos, entre ellos denuncias de ambientalistas. Según la asamblea “No + Ceamse”, la obra se frenó por 70 días y una vez cumplida la fecha reanudaron los trabajos pero sin avanzar, retocando cosas que ya estaba hechas³³.

Según la ONG Nuevo Ambiente, *“las zonas que más problemáticas generan son las de Berisso y Ensenada, de la mano del Polo Petroquímico. Pero La Plata también es peligrosa por la descarga de residuos líquidos de algunas empresas radicadas en la ciudad”*³⁴.

A su vez, la ONG agrega *“la explotación y degradación de suelos, la deforestación de los Montes Ribereños, el avance de la urbe en zonas de humedales y/o bañados, la instalación de antenas de telefonía celular en zonas inadecuadas, la mala Gestión de los Residuos Sólidos Urbanos y carencia de Programas de Tratamiento integral, entre otros”*.

Como se postula previamente, el tema principal a nivel regional es la recolección y el reciclado de los residuos. De hecho, la Casa Ecológica trabaja fuertemente desde la Educación Ambiental para fortalecer estas áreas de cuidado ambiental.

Según cifras oficiales, la recolección de residuos secos aumentó un 43% en el año 2012. Este proyecto, impulsado por la Municipalidad de La Plata, tiene como puntos centrales *“reducir la cantidad de residuos que van al relleno sanitario, conservar recursos naturales, renovables y no renovables, generar un cambio cultural en relación al tratamiento de los residuos domiciliarios y generar fuentes de trabajo”*³⁵.

Quienes llevan adelante el programa señalaron que la concientización de lo que significa esta metodología en el cuidado del medio ambiente, *“marca la madurez y el*

³³ <http://www.eldia.com.ar/edis/20121116/Nueva-denuncia-ambientalistas-demoras-planta-Basura-Cero-laciudad24.htm>

³⁴ <http://albies.com.ar/site/2011/06/region-la-plata-capital-en-%E2%80%9Ccrisis-ambiental%E2%80%9D/>

³⁵ <http://www.campanias.laplata.gov.ar/medio-ambiente/3-general/3-reciclado-de-residuos>

*compromiso de la ciudadanía que ve como propio el beneficio directo que recibe de esta política de cuidado del medio ambiente*³⁶.

*“De las 14 a 18 descargas diarias que se realizaban con el esquema anterior, se pasó a una frecuencia que oscila entre las 24 y 27 descargas de camiones en los centros de recepción de estos desechos reciclables. En los días de mayor recolección se alcanzaron las 115 toneladas diarias, pero con las zonas que se anexarán al programa en las próximas semanas, se prevé que para fin de año se alcanzarán y superarán las 150 toneladas que se fijaron como meta en el lanzamiento de la nueva etapa*³⁷.

Además del tema del reciclado, que incluye la separación de residuos en origen y por lo cual la municipalidad ha creado la oficina de Bolsas Verdes, la cuestión se extiende a otros residuos como la basura electrónica, los residuos farmacéuticos y las pilas y baterías, dos productos con altos niveles de contaminación por su degradación.

Según FARN, *“en nuestro país se recicla menos del 2% del total de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) colocados en el mercado y entre el 4% al 6% de los RAEE proveniente del sector tecnología. Los niveles de reciclado y recuperación de aparatos o materiales son mínimos si tenemos en cuenta las más de 120.000 toneladas anuales de residuos electrónicos que se generan en el país*³⁸

En La Plata la cuestión del reciclado de aparatos electrónicos está recién expandiéndose de la mano de algunas campañas realizadas por la UNLP (desde la Facultad de Informática) y desde algunas cooperativas que trabajan en este campo. Sin embargo no hay cifras oficiales sobre el porcentaje que se logra reciclar.

Hoy en día el tema más preocupante dentro del municipio y donde la Agencia Ambiental está trabajando, es en el recupero del Arroyo El Gato. El intendente Pablo Bruera dijo que *“es muy importante para nosotros, y desde el 2008 realizamos periódicamente la limpieza de los arroyos y en este caso en particular, sabemos que es uno de los cauces de agua más importante que atraviesan los partidos de La Plata*

³⁶ <http://www.eldia.com.ar/edis/20120925/aumento-recoleccion-residuos-secos-plata-laciudad0.htm>

³⁷ Idem 24.

³⁸ Informe Ambiental Anual FARN 2012. Fundación ambiente y recursos naturales.

y Ensenada, y alrededor de su cuenca viven unas 380.000 personas, y por eso la importancia de mantenerla en buenas condiciones³⁹.

Nuevamente podemos retomar los diarios de Abril para ver que en cuestión de horas y por una importante caída de agua de lluvia el Arroyo El Gato se vio desbordado y todos los intentos por evitar que esto ocurriera no fueron suficientes.

Podemos hablar de una falta de diagnóstico, de una limitación en el presupuesto o la mera soberbia de creer que a La Plata eso no le podía pasar. Pero pasó. Hoy es una gran preocupación y por eso mismo durante todo el 2013 se trabajó para mejorar la realidad en este sentido y evitar que esto se repita.

Según publicaciones, en junio del 2012 cambiaron la barrera que permite la limpieza del arroyo, a lo que el titular de la Agencia Ambiental, Sergio Federovisky, explicó: *“la nueva barrera cuenta con un brazo mecánico para elevar los residuos que se depositan en la red de captura, permitiéndonos retirar el 100% de los residuos”⁴⁰.*

Pese a todas estas declaraciones y a los supuestos esfuerzos por llevar a cabo obras que mejoren la calidad de vida de las personas, la inundación se produjo y causó decenas de muertes y daños millonarios.

La inundación impactó directamente en la organización e incluso el director Sergio Federovisky estuvo muy cerca de perder su cargo (según explicaron fuentes de la Casa Ecológica “off the record”) por no coincidir con ciertas políticas municipales. Finalmente se logró consensuar un plan de acción para trabajar en esos aspectos negativos y tratar de revertir la situación, aportando desde una mirada ambiental lo necesario para que esto no vuelva a ocurrir.

Por ese motivo a lo largo del 2013 es que quedaron en suspenso la mayoría de las actividades planificadas y se destinaron recursos para trabajar en base a las necesidades del momento.

³⁹ <http://www.eldia.com.ar/edis/20120605/colocan-nueva-barrera-para-sacar-basura-del-arroyo-gato-laciudad33.htm>

⁴⁰ Ídem 27.

A esto se le sumó que el 2013 se trató de un año electoral y hubo que llegar a determinados acuerdos y alianzas, un tema demasiado amplio para desarrollar, pero que también impactó en la vida de la organización.

Afortunadamente todas las propuestas presentadas en la CE quedaron presentes para ser tenidas en cuenta para el año 2014, una vez que las aguas se calmaran y se pudiera destinar recursos a este tipo de iniciativas.

La realidad de la organización está ligada a la noción de que el Estado es el responsable de garantizar el derecho a una vida sana en calidad ambiental, por lo que el rol del mismo es determinante para mejorar la situación actual de la región y prevenir el deterioro del medio ambiente para las futuras generaciones.

CAPITULO III: EL ROL DEL ESTADO

El Rol del Estado en el contexto ambiental.

A partir de la situación planteada sobre las problemáticas ambientales del presente y aquellas que se avecinan si se continúa actuando de la misma forma que en la actualidad, es que resulta importante la intervención del Estado.

La Constitución Nacional lo proclama, la ciudadanía lo exige y la intervención gubernamental en materia ambiental es necesaria para que se cumpla con las leyes, se presenten alternativas, se eduque a la población y se planifique en pos de un futuro mejor para todos los habitantes de la sociedad.

Los recursos naturales, los ecosistemas y la tierra en general son valores muy importantes para un país, por lo que deben ser custodiados de los intereses de grupos económicos que priorizan sus ganancias por encima del cuidado del medio ambiente.

“Se requiere de una acción coordinada del sector público, en la variada gama de áreas que intervienen en lo natural, que velando por la preservación y sustentabilidad de dichos activos naturales den a estos un valor agregado que propenda a la inclusión y empleo, sin disminuir el stock de naturaleza existente, pero articulando con el sector privado como un genuino promotor de riqueza, de empleos y también de tributación⁴¹”.

Lo que se plantea desde las organizaciones protectoras y desde diferentes sectores de la sociedad es que el gobierno debe intervenir en aquellos sectores productivos que inciden en la esfera de lo ambiental, como así también en aquellas acciones propias del sector público que tienen efectos en la misma.

Los bosques, la minería, los ríos, los lagos, los residuos, la energía, y otros factores deben ser intervenidos, desde leyes hasta normativas, con evaluación de impacto ambiental y sustentado con educación ambiental. Esto es lo que se exige, y el Estado debe asumir ese rol para poder prevenir un mayor deterioro, revertir situaciones vigentes y concientizar a la población sobre los cuidados del medio ambiente.

“La acción de gobierno supone entonces la selección de un conjunto de demandas sociales para satisfacerlas, demandas que constituyen el eje de la acción política, es

41Ambiente y Política. Una visión integradora para gestiones viables. Homero M. Bibiloni. 2008. Editorial RAP.

decir, las demandas de la gente, de quienes necesitan ese rol activo del Estado. Empero, gracias a la magia de los valores economicistas que nos infectaron como virus maligno, se alteró la primacía de los valores propios de la política. En la actualidad, la política ha desplazado del sitio de privilegio a la economía, como dicta el sentido ético más elemental⁴².

Lo que plantea Bibiloni es que la ciudadanía misma debe exigir que el Estado se encargue de esta problemática, de esta cuestión. En la actualidad, son las personas y las organizaciones sociales las que movilizan el accionar de los gobiernos. Pero la preocupación por el medio ambiente sigue siendo una temática relativamente nueva, donde la información es limitada, donde grandes aspectos de esta realidad no están presentes en la mayoría de las personas.

Por ello es que desde FARN (Fundación Ambiente y Recursos Naturales) se plantea que *“siguiendo los lineamientos de la Carta Magna, resulta suficientemente clara en lo que respecta a la obligatoriedad de la participación en la consideración de los proyectos que tengan incidencia sobre el medio ambiente. Ahora bien, en el plano de la realidad el asunto no es tan sencillo. En efecto, uno de los mayores peligros que conspiran contra el desarrollo sustentable y el cuidado de los recursos naturales de un país tal vez sea, justamente, la ausencia de una participación efectiva, un problema que tiene varias aristas, pero que radica principalmente, en la falta de implementación, por parte del Estado, de los mecanismos de participación regulados normativamente. A esta situación contribuye el desconocimiento por parte de la mayoría de los ciudadanos de la importancia de su intervención en los procesos de toma de decisiones, sobre todo en lo que concierne al “crecimiento” (emplazamiento de grandes industrias, nuevas explotaciones, creación de núcleos urbanos, etc.), término que muchas veces, contrariamente a lo que creemos, resulta ser la cara opuesta del “desarrollo sostenible”⁴³.*

La base está, la preocupación por el medio ambiente se encuentra presente en la Constitución Nacional de nuestro país, en leyes nacionales, provinciales y municipales, en acuerdos internacionales, pactos globales y convenciones mundiales.

⁴² Ídem 1.

⁴³ Informe Ambiental Anual 2012. FARN (Fundación Ambiente y Recursos Naturales) Año 2012. (Descarga desde <http://www.farn.org.ar>).

A nivel internacional existen dos tipos de convenciones sobre los acuerdos alcanzados. Las primeras se denominan *“Vinculantes: lo que supone la obligatoriedad de su cumplimiento por los países signatarios, una vez que se alcanza un cierto número de países que ratifiquen la convención, con lo cual queda internalizada en sus respectivos ordenamientos; Por ejemplo la Convención de Cambio Climático y el Protocolo de Kyoto, que entró en vigencia a principios del 2006 por la adhesión que produjera Rusia (Argentina, Ley N° 24.295)”*. Las segundas se denominan *“no vinculantes: lo que supone diferencialmente que sólo son aspiraciones a ser cumplidas, y cada quien puede modular sus contenidos; como por ejemplo la Convención de Lucha Contra la Desertificación y la Sequía (Argentina, Ley N° 24.701)”*⁴⁴

Dentro de los documentos firmados a nivel internacional existen diferentes denominaciones y alcances, entre ellos existen acuerdos, protocolos, convenios, tratados y convenciones.

A nivel nacional existen legislaciones que determinan diferentes actividades de impacto ambiental. La principal es la Ley General de Ambiente⁴⁵ que proclama *“presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable, principios de la política ambiental, ordenamiento ambiental, evaluación de impacto ambiental, educación e información, participación ciudadana y daño ambiental”*, entre otras.

A nivel provincial, la más destacada en la Provincia de Buenos Aires es la Ley n° 11.469 de Política Ambiental⁴⁶, que proclama, entre otras cosas, *“promover el ordenamiento ambiental provincial teniendo en cuenta los aspectos sociales, culturales, físicos, económicos, políticos, jurídicos y ecológicos, preservar la calidad de los recursos naturales propender a la utilización racional y fomentar y promover la conciencia y educación ambiental de la población y favorecer su participación en la gestión y protección del ambiente”*.

⁴⁴ Ídem 1.

⁴⁵ Ley 25.675 Ley general de ambiente. http://www.sertox.com.ar/img/item_full/LEY25675.pdf

⁴⁶ Ley 11.469 - Política Ambiental Provincia de Buenos Aires.

<http://www.portaldeabogados.com.ar/portal/index.php/legislacion-ambiental/84-ambiental-baires/376-11469-politica-ambiental.html>

El siguiente escalón dentro del Estado es el nivel municipal. Y precisamente aquí es donde entra la Casa Ecológica, sede de la Agencia Ambiental y centro de educación ambiental de la Municipalidad de La Plata.

El Municipio y su rol en la temática ambiental:

Dentro del marco internacional, nacional y provincial aparece el municipal, que busca desde un lugar más cercano al campo de lo territorial trabajar los aspectos relativos a los derechos y necesidades de la población.

“Los municipios, como entidades claves en los territorios, actualmente se ven confrontados a un sin número de demandas, tanto tradicionales como nuevas, cuya satisfacción requiere cada vez más de mecanismos y servicios de manera de abordar del mejor modo posible los complejos requerimientos que surgen, tanto desde la población de la propia comuna como de los agentes externos del territorio. La temática ambiental no se escapa a esta dinámica. La gestión municipal genera un efecto directo e identificable en la comunidad, en ese sentido, todo el ejercicio municipal expresado en políticas, planes, programas, proyectos y actividades, tiene como fin procurar el desarrollo económico, social y cultural de la comuna. Sin embargo, esto requiere necesariamente de la participación ciudadana, la cual es un elemento clave en los procesos de toma de decisiones. Facilitar y apoyar los procesos de participación ambiental a la ciudadanía y entregarles una buena información a la comunidad, es un elemento que otorga mayores niveles de certeza, tranquilidad y grados de realidad a la comunidad. Por lo tanto, los problemas que puedan emerger tienden a tener una base real y con bajos niveles de insatisfacción, en consecuencia hay mayores posibilidades de manejo y solución de los eventuales conflictos. Al contrario no fomentar la participación y el involucramiento ciudadano en el proceso, genera un cuadro difícil de manejar y con la posibilidad de que emerjan altos niveles de conflicto o la aparición de crisis⁴⁷”

La participación ciudadana va de la mano de la gestión de gobierno ya que está más que claro que la democracia no se limita al día de las elecciones y la sociedad no puede dejar que los gobernantes tomen todas las decisiones que impactan sobre la calidad de vida de las personas.

⁴⁷ Reflexiones y Alcances de la Participación Ciudadana en la Gestión Ambiental. Gobierno de Chile, comisión nacional del medio ambiente. Año 2009.

La temática ambiental es reciente y preocupa a muchos sectores, por lo que es importante la sensibilización y la educación ambiental para despertar este interés en las personas e impulsar la participación para lograr una mayor integración y un mejor trabajo en conjunto sobre las problemáticas ambientales de la región.

“La responsabilidad en la protección del medio ambiente no recae únicamente en los gobernantes. Cada uno de nosotros, como habitantes de este planeta, llevamos sobre nuestros hombros la mochila del mundo que deseamos legar a las futuras generaciones y por ende debemos constituirnos en custodios de nuestros recursos, en férreos defensores de nuestro derecho a participar y a actuar en pos de un desarrollo sostenible. Debemos ser, en definitiva, “agentes de cambio”. Tal vez el secreto esté simplemente en comprometernos, ya sea en forma individual o con el peso de la fuerza colectiva a través de las organizaciones intermedias. Después de todo se trata de nuestro Planeta, nuestra Casa y, en última instancia, todos somos responsables de que las futuras generaciones puedan seguir habitando en ella”⁴⁸.

Según lo investigado, la Municipalidad de La Plata trabaja sobre la temática desde la llegada de Pablo Bruera a la intendencia, partiendo de la creación de la Agencia Ambiental (AA) y la posterior edificación de la Casa Ecológica (CE).

Si bien es cierto que previo a este gobierno la temática ambiental prácticamente no existía, la inundación del 2 de Abril dejó a la luz una clara limitación en la gestión sobre este campo y sobre las políticas de Obras Públicas de la Municipalidad.

Según se declaró desde el municipio, desde la CE se busca una doble acción: la legislación del impacto ambiental desde la AA y la concientización y educación ambiental desde la CE. En estos últimos años se trabajó sobre aspectos claves como la separación y recolección de residuos y el tratamiento de los mismos, la protección y recuperación de arroyos, la nivelación de terrenos para apalear las inundaciones y el ahorro de agua y energía.

El intendente Bruera suele destacar la gestión ambiental principalmente en la problemática de la basura. Sobre la construcción de la Planta de Residuos para la Región Capital, **Pablo Bruera** indicó *“es un tema que de a poquito lo vamos realizando. Nosotros ahora tenemos una reunión precisamente con todos los intendentes y siempre está este tema en agenda y entendemos que se está avanzando”*, mientras que sobre la separación de residuos, en la ciudad, el jefe

⁴⁸Ídem 3.

comunal detalló: *"con la separación de los residuos tenemos un cambio importante que es que todos los días pasamos a buscar la bolsa verde. Y además, seguimos trabajando con la Provincia y con los cinco distritos de la región para la realización de la planta de tratamiento de residuos"*⁴⁹.

Si bien una de las políticas más fuertes es la de construir plantas de tratamientos de residuos y eliminar los basurales a cielo abierto, desde divisiones opositoras al gobierno y desde sectores de la población han denunciado a la Gestión Bruera por "basurales clandestinos", principalmente en City Bell⁵⁰, Tolosa⁵¹ y Romero⁵².

⁴⁹ Entrevista a Pablo Bruera, cadenaBA: <http://www.cadenaba.com.ar/nota.php?id=11358>

⁵⁰ http://www.contactopolitico.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=9011

⁵¹ <http://www.infoplatense.com.ar/2012/index.php/component/content/article/40-modulo2/4960-cqc-dejo-mal-parado-a-bruera-por-basurales->

⁵² <http://realpolitik.com.ar/nota.asp?id=6138>

CAPITULO IV: CASA ECOLÓGICA

Casa Ecológica: Edificio Sustentable.

Para empezar debemos comprender que la Casa Ecológica (CE) es un edificio que funciona como sede de la Agencia Ambiental (AA). Es el lugar físico donde se encuentran las oficinas administrativas de esta dirección municipal. Sería como la Casa Rosada del Poder Ejecutivo.

Sin embargo, la CE fue pensada como un centro de educación ambiental (EA), por lo que con el tiempo se fue convirtiendo en una marca. El objetivo final de esta evolución fue que en caso de que decidieran trasladar las oficinas de la AA, la Casa seguiría funcionando como centro de EA.

De modo que es posible diferenciar a la CE de la AA y analizar en profundidad solamente la organización de la Casa Ecológica como centro de educación ambiental. Desde este lugar se pueden realizar varias diferencias, como por ejemplo que todas las actividades burocráticas y legales en materia ambiental tienen que ver directamente con la Agencia, mientras que todas aquellas del campo de la EA son a partir de la CE.

La Casa Ecológica en sí es un producto sustentable, por lo que el edificio funciona como muestra para presentar alternativas en materia de recursos para el consumo humano, tanto de energía como de agua. A su vez, la realización de la huerta orgánica permite demostrar la posibilidad de generar alimentos en espacios reducidos de tierra y de esa manera conservar la naturaleza.

De modo que para analizar a la Casa Ecológica en cuanto a sus acciones de Educación Ambiental, primero hay que conocerla y observar esas alternativas que plantean desde el edificio mismo, el cual es recorrido en las Visitas Guiadas y presentado a la sociedad en cada oportunidad posible.

También es importante visualizar la distribución de los espacios y reconocer esa distinción que se hace entre las oficinas administrativas (donde se trabaja puertas hacia adentro, tanto en tareas de la AA como de la CE) y las áreas para las actividades de EA y concientización en materia de preservación del medio ambiente.

Composición de la Casa Ecológica.

La Casa Ecológica fue pensada como ejemplo para la edificación de edificios sustentables, con una gran producción de energía solar y eólica, con el aprovechamiento del agua de lluvia y con paneles y muros que permiten un sistema de ventilación y calefacción sin necesidad de utilizar energía.

Se trata del primer edificio público sustentable de Argentina y funciona como sede de la Agencia Ambiental de la Municipalidad de La Plata. La idea fue que se ubicara en el bosque de la ciudad, un lugar óptimo para la energía eólica y solar, y se aprovechó un viejo edificio abandonado para su puesta en valor.

El proyecto se pensó desde el concepto de “*autosustentabilidad ambiental*” y el arquitecto a cargo fue el señor Carlos Silva y tuvo la participación de Planeamiento Urbano. La idea inicial fue crear un espacio de la administración pública (hasta el momento la AA funcionaba en una oficina dentro de la Municipalidad) que demostrara el compromiso ambiental de la gestión y en consonancia con las misiones y funciones del sector que ocuparía el edificio.

A la hora de fundamentar esta decisión el intendente platense habló de la nueva adquisición de la Casa municipal diciendo que se trata de “*la primera oficina que funciona con energía eólica, los sanitarios funcionan con agua de lluvia*”⁵³.

Por las características de su edificación, el inmueble tiene la particularidad de realizar un importante ahorro de energía y es sustentable no sólo desde este aspecto, si no que sus efluentes, los sistemas de agua y el uso de materiales ecológicos también lo son.

El inmueble cuenta con un molino eólico, paneles solares, tecnología adecuada, un sistema que utiliza doble ventana, muros y cercos vivos para que en el verano ingrese sombra y en el invierno sol. Los muros están pintados de negro para atrapar el calor en el invierno y para que en el verano lo expulse.

"Tomamos un poco de cada una de las casas similares a las que tuvimos acceso, pero no conocimos modelos tan completos en la totalidad de proyecto sustentable, no sólo es cuestión energética, también incorporamos doble circulación de agua para capturar

⁵³<http://www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=2807>

*la de lluvia para el inodoro, una forma de no desperdiciar la que no es potable*⁵⁴, aseguró Sergio Federovisky.

Desde el planeamiento y la técnica de construcción se buscó la utilización de materiales reciclados o ambientalmente neutros, como las placas portantes hechas con desechos de cartones de Tetra Brik, que conforman el techo; maderas certificadas, o hierro laminado.

De modo que los materiales empleados son reciclables o de procedencia ecológica probada, no se usan derivados del petróleo como son los plásticos. *“El objetivo es que el proyecto que se desarrolla en 250 metros cubiertos sea un muestrario de todos los usos de la sustentabilidad, la calefacción está ideada para que se logre con la menor demanda de energía posible, más económica comparada con el costo de una casa convencional”*⁵⁵, afirma el director de la Agencia Ambiental.

La casa cuenta con un sistema mixto de paneles fotovoltaicos y un molino eólico, como aporte a la disminución del consumo energético de red.

Sólo se utiliza agua potable en la cocina, lavabo y consumo humano. Las griferías tienen un mecanismo de regulación de caudal. Además, se adoptó un sistema de descarga cloacal por infiltración, desarrollado por especialistas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

Todos los recubrimientos superficiales fueron hechos en base al agua y se evitó el uso de otro tipo de pinturas (incluyendo esmaltes sintéticos, látex y revestimientos para ladrillos).

La Casa Ecológica fue diseñada para que solo el 30% del espacio fuese destinado a tareas administrativas mientras que el 70% restante quedara disponible para actividades destinadas a la sociedad en general.

Luego de más de dos años de existencia la Agencia Ambiental mantiene esta postura y solamente se utilizan dos oficinas, una sala de reuniones y un pequeño pasillo para las tareas de la Agencia, mientras que el patio interno y el externo están habilitados para las actividades que se realizan en materia de Educación Ambiental.

⁵⁴<http://www.eldia.com.ar/edis/20090809/laciudad12.htm>

⁵⁵ Ídem 2.

Huerta Orgánica:

A su vez, desde comienzos del 2012 se está llevando adelante la Huerta Orgánica que se ubica justo en el frente de la Casa, al costado izquierdo del camino que deriva en la puerta del edificio.

Si bien se trata de una actividad, desde su creación la huerta se convirtió en un sector más de la Casa y funciona igual que el resto de los componentes. Sergio Federovisky, declaró en una entrevista que la huerta *"persigue el objetivo de educar en la aplicación de la agricultura orgánica para lograr un ecosistema saludable, protegiendo así la tierra y el medio ambiente que nos rodea, para producir alimentos sanos de una forma natural y económica"*⁵⁶.



De este modo se logra incorporar otra de las preocupaciones medioambientales de la actualidad, la de producción de alimentos. Por lo que la Casa Ecológica, que se postula como un ejemplo para la edificación sustentable, también abarca un área que va más allá de lo edilicio propiamente dicho para meterse en el aprovechamiento del terreno de una manera productiva y respetuosa con los recursos naturales.

⁵⁶<http://www.eldia.com.ar/edis/20120311/la-huerta-casa-cada-vez-mas-gente-produce-alimentos-laciudad15.htm>

Paneles Verdes:

El frente de la Casa cuenta con un sistema de paneles verdes. Los mismos aportan un espacio de transición semi-cubierto, interior-exterior, que protege al edificio de las temperaturas extremas, tanto en verano como en invierno.

El objetivo es aportar a la eficiencia térmica de la edificación, permitiendo disminuir la necesidad de consumo de energía tanto para calefacción como para aire acondicionado.



El sistema se encuentra incompleto desde su creación ya que no se ha podido lograr que crecieran las plantas que deben ubicarse sobre las rejillas como en una especie de enredadera, el plan sigue en marcha y se están buscando nuevas semillas para que sean plantadas en ese rincón del suelo.

Básicamente se trata de “paneles vegetales” que generan un control térmico, donde en verano, por las características propias, genera sombra, y en invierno deja pasar la luz solar. Los paneles son enredaderas de *hojas caducas* que solo algunas plantas específicas pueden brindar, y hasta el momento ha sido difícil de conseguir.

Chimeneas Estacionales:

Las chimeneas estacionales permiten aumentar, en verano, la cantidad de renovaciones de la volumetría de aire interior, lo que al eliminar el aire caliente exige un menor uso de sistemas eléctricos de refrigeración.

Este efecto es producido en base a ventilación de aire cruzada: el aire exterior ingresa a la Casa por la parte inferior a través de rejillas y es expulsado a través de las chimeneas estacionales.

Tal movimiento de masas de aire interior genera disminución de la temperatura dentro del edificio.

Las chimeneas estacionales cuentan asimismo con un sistema de cierre horizontal que evita, en invierno, el ingreso de aire frío del exterior⁵⁷.



Molino Eólico y paneles solares fotovoltaicos:

Entre estos dos componentes la Casa Ecológica genera el 35% de la energía eléctrica para el funcionamiento del edificio.

El término de energía eólica describe el proceso por el cual el viento es utilizado para la generación de energía mecánica o eléctrica. El “Wintec 1500” instalado en esta sede es un generador eólico fabricado y desarrollado íntegramente en Argentina.

El artefacto está montado sobre una torre de 18 metros de altura y el cuerpo es de aluminio anodizado, que actúa directamente como disipación.

Posee un alternador de imanes permanentes de neodimio y sus aspas son de fibra de vidrio. Es libre de mantenimiento ya que cuenta con solo 2 partes móviles.

El molino eólico permite la generación de energía limpia, sin producción de dióxido de carbono y de bajo costo.

Por otro lado, los paneles solares fotovoltaicos también llamados “Generadores Eléctricos Solares” (GES) transforman la radiación del



⁵⁷ Volante explicativo de la composición de la CE, sede de la AA de la Municipalidad de La Plata.

sol en energía eléctrica, permitiendo abastecer una amplia variedad de consumos. Cuenta con 11 metros cuadrados de superficie de captación solar.

Galerías Perimetrales:

El frente de la Casa (que además cuenta con los “paneles verdes”), el costado derecho, algunos metros del costado izquierdo (más de la mitad de éste está hecho con el Muro Trombe Michel) y el fondo cuentan con Galerías Perimetrales.

Las galerías perimetrales se utilizan desde hace miles de años y se ha incluido en la Casa Ecológica como otro componente que permite el ahorro de energía para calefacción o refrigeración.



Las galerías son una protección de las temperaturas extremas tanto en todas las estaciones del año.

Paneles Verdes de Control Solar:

Mediante ventanas de doble vidrio colocadas en las cubiertas, con orientación al sur, a fin de no tener iluminación indirecta sin reflejos interiores, se intenta disminuir al máximo el uso de iluminación artificial. También se utilizan criterios de iluminación eficiente con lámparas de bajo consumo.

Muro Trombe Michel:

Se trata de un muro especial que se utiliza para generar energía radiante. El mismo alimenta un amplio espacio multipropósito que domina el lugar y que se utiliza para talleres y muestras vinculadas con el cuidado del medio ambiente.

“El Muro Trombe es un sistema de captación solar pasivo que no tiene partes móviles y que no necesita casi ningún mantenimiento. Esta alternativa propone potenciar la energía solar que recibe un muro y así convertirlo en un sencillo sistema de calefacción.

Su componente principal es un muro orientado hacia la posición del sol más favorable a lo largo del día – variando según el hemisferio – construido con materiales que le permiten absorber el calor como masa térmica, como el hormigón, la piedra o el adobe.

Este sistema se basa en la captación solar directa y la circulación de aire que se produce por la diferencia de temperaturas. Gestionado adecuadamente, entrega calor durante los meses fríos y permite una mejor refrigeración en los meses cálidos a través de una ventilación cruzada⁵⁸.

El Muro Trombe Michel instalado en la CE consta de un vidrio exterior orientado al noreste, una cámara de aire y un elemento de confinamiento. Es una de las inversiones más grandes y representa uno de los espacios más originales de la Casa.



⁵⁸ Plataforma Arquitectura: <http://www.plataformaarquitectura.cl/2011/01/05/en-detalle-muro-trombe/>

Fachada:

Para la selección de los colores de la Casa Ecológica fue convocado el artista plástico Santiago Raffo. Luego de una búsqueda de armonía y en un intento de representar diferentes componentes de la naturaleza, se definieron los tonos y matices de toda la fachada de la Casa.

Se eligió una paleta de colores integrada únicamente con tonos similares a los usados por los aborígenes, reflejando elementos como el sol, el agua, la tierra y la vegetación. De este modo se logró una integración armónica con el bosque platense y se pudo generar una representación de algunos de los valores del cuidado del medio ambiente.



Todos los recubrimientos superficiales son de base agua, en ningún espacio se utilizaron pinturas sintéticas de base solvente.

Cielorraso de Placas de reciclado de Tetra Brik:

“Todos los materiales con los que se recicló la Casa son de procedencia ambientalmente probada. Los bajo techos, por ejemplo, se han realizado íntegramente en placas de material de reciclado de envases de tetra brik, marca T-Plak.

En algunos casos, como en las áreas públicas, estos cielorrasos están expuestos a la vista. Las planchas de T-Plak son fabricadas en base a residuos industriales no contaminados y sometidos a proceso térmico, están compuestos por aluminio, cartón y polietileno no teniendo ningún agente fenólico ni químico en su composición”⁵⁹.

Este material tiene la ventaja de ser más económico y sumamente ecológico, cada placa de T-Plak equivale a un quebracho de 43 años. De esta manera se colabora con la conservación de importantes especies arbóreas no sólo de nuestro país sino también de la región, siendo la tala de árboles indiscriminada una de las principales preocupaciones ambientales en Argentina.

⁵⁹Ídem 5.

Recupero y recirculación de aguas de lluvia:



Para las instalaciones pluviales se realiza una recolección de aguas de lluvia en cisterna que se eleva a los tanques grises que se pueden observar en la foto (a la izquierda). Estas aguas de lluvia solo se utilizan para el depósito de los inodoros, para la red en caso de incendios y para las canillas de servicios de limpieza.

De modo que este sistema de recolección de aguas de lluvia se ha planteado como una alternativa al gasto indiscriminado de agua corriente para usos en lo que no es necesaria la potabilización de agua.

A su vez, por cada artefacto, existen dos depósitos, como un medio de racionalizar así el volumen consumido: uno para “aguas marrones” con disparos de 12 lts. y otro para “aguas amarillas” con disparos de 6 litros, la mitad.

Lecho de infiltración o nitrificante:

Se trata de un sistema de tratamiento de sus efluentes cloacales ecológico sencillo y económico, conocido como “terreno de infiltración”.

Este sistema sustentable – a diferencia de los “pozos ciegos”- no afecta las napas de agua y permite el filtrado de los efluentes, después de su transformación en la cámara séptica, y no genera olores. En este tratamiento de efluentes cloacales se aplica tecnología que discrimina las capas absorbentes.



Estos componentes en su conjunto permiten un gran ahorro de agua potable.

Equipamiento Interior:

El proyecto del equipamiento, entendido como tal el diseño de los puestos de trabajo, mesa de reuniones y muebles de guardado, entre otros, parte de la base de la racionalización. Esto es entendido no desde el punto de vista de los costos, si no la sustentabilidad, con el uso de materiales autóctonos, con solidez, con un diálogo más entrelazado con la arquitectura y un lenguaje sintético.



Los equipos de aire acondicionado y refrigeradores son de tecnología tipo “Greenfreeze”, que no utiliza gases que dañan la capa de ozono ni afectan el medio ambiente.

A su vez, la Casa Ecológica, siendo esta un ejemplo de la gestión municipal, cuenta con un tratamiento diferenciado de residuos. Los desechos que se generan en este edificio son clasificados y separados según las normas ya establecidas por la Municipalidad de La Plata: orgánicos y no orgánicos.



Distribución de los espacios dentro de la Casa Ecológica.

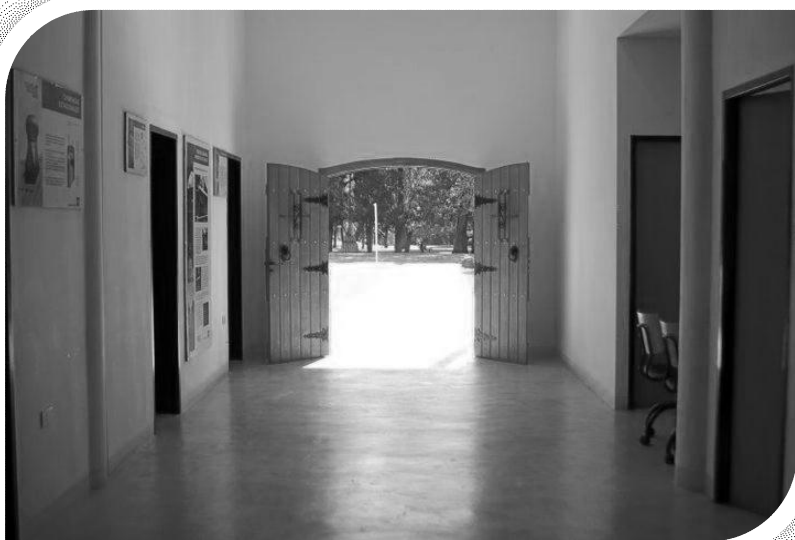
Desde su creación se pensó un edificio destinado no sólo para la realización de tareas administrativas, como sede de la Agencia Ambiental, si no como un lugar donde se pudieran llevar a cabo múltiples actividades de Educación Ambiental, objetivo principal de la Casa Ecológica.

En diferentes notas se habla de un 30% para el trabajo diario y un 70% para actividades, o un 35% y 65%. La vieja casa abandonada en el medio del bosque se remodeló con esa planificación y es al día de hoy que mantiene esa distribución del espacio.

Desde la entrada, se puede ingresar a la primera oficina girando a la derecha. Ahí trabajan los técnicos, el administrativo y el resto de los trabajadores que en la mayoría de los casos concurren a la CE uno o dos días a la semana y no de lunes a viernes.

A la izquierda, por el pasillo principal, se encuentra la oficina del Director, Sergio Federovisky. Además de ser su espacio de trabajo funciona como sala de reunión para cuando se recibe alguna visita o cuando el resto de los trabajadores necesitan tener una palabra con él.

En las afueras de la oficina de Sergio, un escritorio y su secretaria. La misma tampoco concurre todos los días, sólo tres veces por semana.

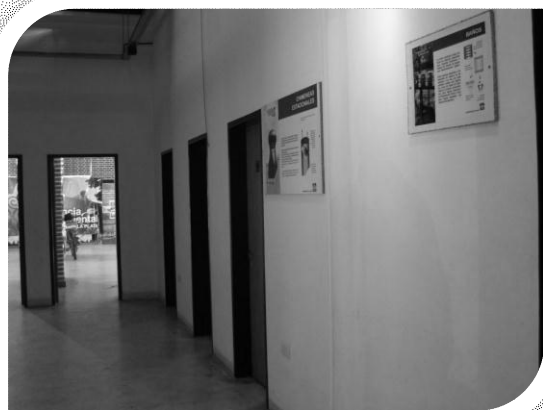


En esta foto se puede observar la entrada a la Casa Ecológica y el pasillo central. Las puertas de las oficinas, el escritorio de la secretaria con dos sillas a su disposición, y llegando al borde derecho de la foto la puerta de la sala de reuniones.

Volviendo al pasillo central y siguiendo hacia el centro de la Casa se encuentra, haciendo un giro a la izquierda, la sala de reuniones y trabajo. La misma está

compuesta por una mesa amplia y sillas a su alrededor, pudiendo albergar a entre ocho y diez personas al mismo tiempo.

Retomando el pasillo, hacia la derecha están los baños y la cocina, y al fondo se ingresa al patio interno de la Casa, un lugar amplio y luminoso, con sillas y comodidades para que se puedan llevar adelante actividades educativas, exposiciones, charlas, presentaciones y demás.



Como parte de la Casa también se dispone de un patio de gran dimensión, donde se encuentra la Huerta Ecológica (en el frente) y el resto es usado para esparcimiento y actividades al aire libre (sobre todo con las colonias de verano y de invierno).



De modo que visitando la Casa Ecológica uno puede comprobar que efectivamente se utiliza alrededor del 30 o 35 por ciento del espacio total para actividades administrativas y el resto para los diferentes proyectos de Educación Ambiental.

CAPITULO V: MARCA CASA ECOLÓGICA

La CE como marca.

En la mayoría de las entrevistas aparece la idea y la necesidad de conformar e instalar la marca “Casa Ecológica”. Los trabajadores aseguran que es importante que se diferencie a la casa de la Agencia Ambiental, para que el día de mañana, si deciden mudar o incluso cerrar la Agencia Ambiental, la CE siga estando de pie y funcionando como un centro de educación ambiental.

Pese al deseo de los integrantes del equipo de trabajo de la CE no hay nada formal sobre la Casa Ecológica. De modo que depende de manera directa de la Agencia Ambiental. La estrategia principal es lograr el apoyo de la sociedad por caso de que en un futuro la organización deba enfrentarse a un conflicto con el municipio.

La diseñadora Paula Manrique ha diseñado un logo para la casa y éste aparece en las publicaciones y en internet, pero no tiene una impronta fuerte como si lo tiene el logo de la Agencia Ambiental.

De hecho, una de las principales críticas desde lo comunicacional en este aspecto es que la Casa Ecológica no lleva su nombre en ningún lugar, ni dentro ni fuera.



De modo que cualquier persona que visita la CE ubicada en el bosque platense, sabría que está visitando la sede de la Agencia Ambiental, pero no así la Casa Ecológica propiamente dicha. Tanto los carteles que indican la ubicación de la casa como todos los cuadros que explican cada componente de la casa llevan la insignia “Agencia Ambiental” solamente.

Esto nace directamente desde la creación de la CE, donde se toma naturalmente que pese a tratarse de un Centro de Educación Ambiental, siempre se prioriza la necesidad de reforzar la existencia de la Agencia Ambiental como órgano municipal. Así y todo, la separación de la CE de la AA es un deseo de los trabajadores.

En una charla informal con Ariel Lucero, surgió la distinción de que la casa no lleva su nombre en ningún lugar por fuera, cuando debería tener un gran cartel, una bandera o algún indicador que remarque que ese edificio es efectivamente la Casa Ecológica.

La Casa Ecológica tiene su gigantografía que es utilizada durante eventos y actividades dentro de la casa. La misma es de gran tamaño, conlleva el logo de la CE, se mantiene en muy buen estado y tiene los tradicionales colores verdes de la naturaleza. Eso sí, además de decir “Casa Ecológica”, dice “Agencia Ambiental”, incluso sobresale más lo segundo por la diferencia de tamaño.



El futuro está por verse, pero por lo pronto no hay una acción concreta para que la Casa Ecológica tenga su propia entidad, su “marca”, su ordenanza o su espacio aislado de la Agencia Ambiental. La idea está y la intención de sus trabajadores es difundir la CE por fuera de la Agencia Ambiental, para instalar en el imaginario social la existencia del edificio sustentable por sí mismo.

Posicionamiento de la Casa Ecológica en el Partido de La Plata

A lo largo del diagnóstico se mencionó en diferentes ocasiones que la participación del público no era la esperada y en muchos casos se sugirió que mucha gente desconocía la existencia de la CE y las actividades que se realizan en la misma.

También se deslizó este supuesto de bajo conocimiento por la interacción con el público en eventos y por la poca cantidad de seguidores en Facebook.

Si bien la CE es un espacio nuevo, que día a día se sigue creando, el imaginario es que muy poca gente de la ciudad sabe de su existencia, sacando por supuesto a los grupos de alumnos que realizan las habituales visitas guiadas.

Si bien el foco del diagnóstico no está puesto en el posicionamiento, resulta interesante tener una aproximación a esta realidad e intentar obtener datos cuantitativos sobre la misma.

Por este motivo se realizó una encuesta acotada y con preguntas básicas, a 300 personas del Partido de La Plata. Si bien el número es pequeño, se pudo comprobar la hipótesis de que poca gente conoce la CE y su existencia: menos del 30%.

La encuesta se realizó en la vía pública, en el ámbito universitario y vía Facebook.

La idea principal era reconocer básicamente si conocían o no la CE, al menos de nombre. A su vez, se buscó conocer si sabían dónde estaba ubicada, si la habían visitado y si habían participado de alguna actividad realizada por la CE.

Primero se consultó nombre y apellido, edad y localidad. Lo importante era recabar información solamente de personas que vivieran en el Partido de La Plata. Luego, las preguntas eran pocas y directas:

- 1) ¿Conoce la Casa Ecológica?**
- 2) ¿Sabe su ubicación?**
- 3) ¿La visitó?**
- 4) ¿Participó de actividades?**

(Ver Pág. 35 del documento de Anexos para observar resultados detallados).

Los resultados de la encuesta son los siguientes:



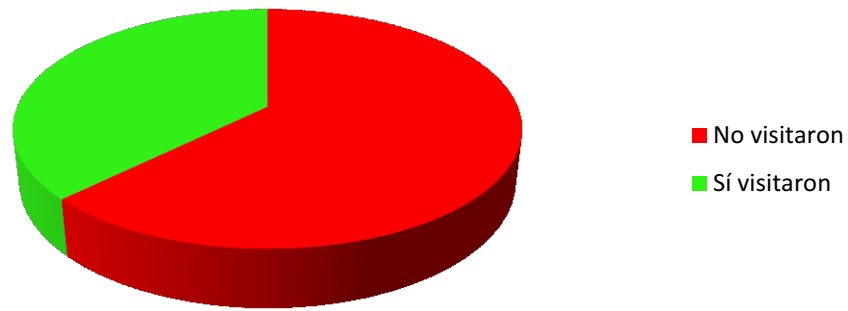
**De los 300 encuestados: 217 no conocían la CE.
83 sí conocían la CE.**



**De 83 personas que dijeron conocer la CE: 82 sabían su ubicación.
1 no la sabía.**

Entre aquellos que supieron la ubicación del edificio muchos (que luego respondieron que nunca la habían visitado) respondieron “en el bosque”, sin demasiada precisión pero una respuesta válida. El caso que dijo no conocer la ubicación del edificio explicó que conoció la existencia de la CE en un evento pero no retuvo la información del paradero.

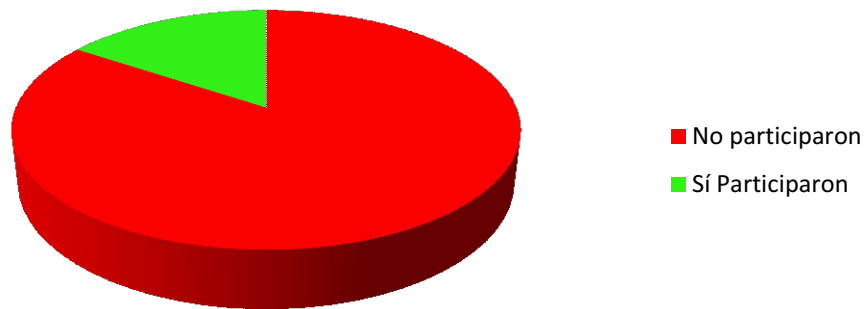
Personas que visitaron la CE



De los 83 que dijeron conocer la CE: 52 nunca la visitaron.

31 sí se acercaron a la CE.

Personas que visitaron la CE



De los 83 que dijeron conocer la CE: 70 nunca participaron de actividades.

13 sí participaron de alguna actividad.

Entre los que dijeron que sí participaron, se encuentran actividades como la Huerta Ecológica, las visitas guiadas o por haber mandado a sus hijos a la colonia de vacaciones.

Conclusiones de la encuesta.

Si bien los encuestados no son una muestra representativa para una población con casi 650.000 habitantes⁶⁰, arroja resultados que se suponían desde la propia CE. El número de seguidores en Facebook está por debajo de los 2000 y los participantes en las actividades nunca alcanzan ni superan las expectativas.

Podemos decir que menos del 30% de la población platense conoce la CE. Esto sin meterse en los barrios por fuera del “cuadrado” de la ciudad ni yendo a localidades más alejadas como Villa Elisa, Los Hornos y demás.

Entre los más jóvenes puede haber un número más alto de conocimiento debido a la organización de visitas guiadas en conjunto con jardines, colegios e incluso facultades.

De este modo, la encuesta es solo un acercamiento a un dato real, pero muy útil ya que refuerza lo que ya se pensaba en la organización, no mucha gente conoce de la existencia de la Casa Ecológica.

⁶⁰ Diario El Día, datos del CENSO 2010. <http://www.eldia.com.ar/edis/20101029/laciudad0.htm>

CAPITULO VI: EDUCACIÓN AMBIENTAL (EA)

La Casa Ecológica como Centro de Educación Ambiental.

Uno de los principales objetivos de la Casa Ecológica es el de llevar adelante procesos de Educación Ambiental, persiguiendo la idea de generar conciencia en las personas y lograr cambios en los hábitos de las mismas en relación al cuidado del medio ambiente.

Desde la creación de la Agencia Ambiental surge la necesidad de poner el foco en este campo y desde su nacimiento es la Casa Ecológica la que se encarga de llevar adelante acciones en este terreno.

En la *ordenanza municipal*⁶¹ que permite la creación de la Agencia aparecen dos incisos en relación a este tema:

- 1) **Artículo2°.** La Agencia Ambiental La Plata tiene como objeto proteger la calidad ambiental a través de la planificación, programación y ejecución de las acciones necesarias para cumplir con la Política Ambiental de la Ciudad de La Plata.

Las herramientas para la gestión ambiental son, entre otras:

2. *La educación y concientización ambiental.*

- 2) **Artículo3°.** La Agencia Ambiental La Plata tendrá las siguientes atribuciones y funciones:

8. Generar conciencia ambiental a partir de la educación de la ciudadanía y la promoción de la responsabilidad conjunta para el cumplimiento de las buenas prácticas ambientales.

De modo que la Casa Ecológica ocupa un lugar central a la hora de cumplir con estos objetivos propuestos por la Agencia Ambiental, principalmente desde la Educación y Concientización Ambiental, promoviendo la toma de responsabilidad para cumplir con las buenas prácticas ambientales.

⁶¹Ordenanza Municipal n° 10462. Creación de la Agencia Ambiental de la Municipalidad de La Plata. 26 de noviembre de 2008.

En una de las entrevistas realizadas, Paula Andrea Ramírez, Educadora Ambiental de la Casa Ecológica, expone que el objetivo principal de la Casa es *“funcionar como Centro de Educación Ambiental. La casa ecológica se pensó como marca, diferente de la Agencia porque la Agencia Ambiental como oficina puede ser trasladada el día de mañana (por alguna decisión política). Pero los compañeros tuvieron la genialidad de colocar la marca de Casa Ecológica, precisamente para afianzar esta relación con la sede. El objetivo hoy es ese que te marqué al comienzo: Centro de Educación Ambiental”*.

La idea de pensar a la Casa Ecológica como un *“Centro de Educación Ambiental”* se repite en muchos de los trabajadores y se remarca principalmente en aquellos que son educadores ambientales. Por ello es que Paula destaca la necesidad de *“darle identidad propia a la Casa, para que una futura gestión política no modifique el uso que se le da a la misma más allá de si deciden cambiar de lugar la oficina de la Agencia o incluso eliminarla o nuclearla con algún otro organismo”*.

Paula asegura que *“la Casa Ecológica como Centro de Educación Ambiental fue surgiendo. Cuando la CE nació era solo la sede de la Agencia Ambiental, con la idea de que se abocara a la educación ambiental pero igual era una oficina. Luego la CE se pensó como “marca”. Si bien no es algo que esté escrito, no hay algo formal, está instituido así. Si el día de mañana cambia la gestión y quieren cambiar la función de la Casa no les va a ser muy fácil, la gente ya apoya la casa ecológica”*.

La importancia de priorizar las acciones de Educación Ambiental están desde sus inicios ya que se anunció que funcionaría un museo ambiental itinerante y un centro de divulgación y educación ambiental, además de que el mismo Sergio Federovisky explicó en la inauguración de la Casa Ecológica que *“es un día bisagra, y mucho más en la gestión del jefe comunal, porque esta casa podría haber tenido cualquier otro destino. El objetivo esencial de esta propuesta es generar conciencia en materia ambiental”*⁶².

El concepto de Educación Ambiental nace *“a partir de la década del '70, en el mundo en sentido general se comienza a tratar la cuestión ambiental debido al creciente y evidente deterioro del entorno (...) El medio ambiente se convierte en problema de investigación a consecuencias del deterioro de los recursos naturales, y al afectar la vida humana a grandes y pequeñas escalas, centrándose la atención de la comunidad*

⁶²Inauguran en La Plata la primera Casa Ecológica de la Argentina. Electro Profesional. 07/10/2010. http://www.electroprofesional.com.ar/electroprofesional_noticias.php?id=358

*científica internacional, en la búsqueda de la concienciación de la necesidad apremiante de utilizar responsablemente el saber de todos los campos de la ciencia para darle respuesta a la creciente degradación ambiental, que no solo pone en crisis las condiciones de vida en el planeta, sino hasta la permanencia de la vida en el mismo (...). Aunque el término educación ambiental ya aparece en documentos de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO), datados de 1965, no es hasta el año 1972, en Estocolmo, durante la Conferencia de la Naciones Unidas sobre el Medio Humano, cuando se reconoce oficialmente la existencia de este concepto y de su importancia para cambiar el modelo de desarrollo*⁶³.

Desde su nacimiento hasta la actualidad el concepto de Educación Ambiental ha ido cambiando y utilizándose para diferentes proyectos de Naciones Unidas a nivel mundial y para distintos organismos a nivel nacional y provincial dentro de nuestro país. Es al día de la fecha que no existe una definición exacta compartida por todos pero sí podemos encontrar ideas compartidas y aplicadas por aquellos que llevan adelante estas prácticas.

La concepción de Educación Ambiental también recibe fuertes críticas, algunas corrientes aseguran que muchas veces todo se remite a tener “amor por la naturaleza” pero eso no alcanza y es muy limitado.

Un grupo de docentes en la materia (Ricotta, Falconi y Vesprini) resumen la idea de mezclar la concientización con la acción y los conocimientos científico – tecnológicos: *“Tradicionalmente el intento de concientización ambiental se ha realizado por medio de un modelo que intenta comprometer sólo la parte afectiva de las personas utilizando a tal fin algún ícono. Estos intentos demuestran falencias, dado que no ayudan a generar criterios útiles al momento en que las personas deben tomar decisiones y todas las personas en algún momento debemos enfrentar decisiones relacionadas con el ambiente. El objetivo de la Educación Ambiental debe ser el objetivo de todo sistema de educación: La autonomía moral e intelectual. La alfabetización científica y tecnológica es una experiencia que se desarrolla de un modo exitoso en el mundo moderno. Los individuos científicamente alfabetizados son personas capaces de*

⁶³Breve Historia de la Educación Ambiental: Del conservacionismo hacia el desarrollo sostenible. Revista Futuros. Año 2005, número 12, Volumen 3.

*utilizar conceptos científicos en integrar valores y saberes para adoptar decisiones responsables en la vida corriente*⁶⁴.

Otro autor, Homero Bibiloni, agrega que *“quien no está informado, en la sociedad actual, está excluido de la posibilidad legal de participar. Por ello la importancia de generar sistemas de información ambiental pública, por cuanto adicionalmente resulta un elemento indirecto del contralor de la gestión específica. Pero esta información se potencia cuando se traduce en educación masiva e integradora de los sujetos con su entorno ambiental. En tal sentido, la educación ambiental no debe ser abstracta, sino articular a los sujetos del proceso educativo con la aptitud de comprensión y operación ambiental de su entorno*⁶⁵.

Está claro, si bien la noción de EA viene desde hace muchos años, el concepto y la pedagogía siguen siendo recientes y requieren de un largo proceso de adaptación y mejoramiento.

El posicionamiento del concepto “Educación Ambiental”.

Ariel Lucero es uno de los encargados de las acciones de Educación Ambiental, y en una de las entrevistas realizadas asegura que *“es bastante reciente el concepto y actualmente se encuentra en crecimiento y consolidación. Existe muchísima literatura al respecto, pero en términos generales se considera que la educación ambiental tiene que ver con un proceso de enseñanza – aprendizaje a partir del cual se pretende sensibilizar a las personas con el fin de que desarrollen conductas amigables con el medio ambiente. Esto implica un proceso de concientización y un cambio en el comportamiento de las personas. También pretende brindar herramientas (en cuanto a conocimientos y habilidades) para la formación de ciudadanos responsables, participativos y críticos que sean protagonistas activos en la protección del medio ambiente”.*

Para ampliar la noción de Educación Ambiental en este sentido (crítico y participativo), se hizo un interesante acercamiento en el VI Congreso Iberoamericano de Educación Ambiental, donde se agrega que *“la Educación Ambiental es una educación para la participación social y política. Ello requiere pensar en el conjunto de los seres*

⁶⁴ Los pedales de la Bicicleta. E. Urda, D. Foguelman y A. Zeboni. EdicioneKaicron, año 2011.

⁶⁵ Ambiente y Política. Una visión integradora para gestiones viables. Homero M. Bibiloni. 2008. Editorial RAP.

*humanos como personas que podemos y debemos tomar parte activa en el proceso de su propio desarrollo, como seres pensantes y sintientes, como miembros de una comunidad, de una nación; como seres humanos responsables vinculados con espacios geográficos y ámbitos históricos y culturales. La Educación Ambiental tiene que atender a la formación de un pensamiento complejo, a la construcción de tipo de conocimiento que involucre la crítica y la transformación de las relaciones del humano consigo mismo, como sujeto social, de los humanos entre sí desde los sistemas de comunicación y convivencia en los microespacios de la vida cotidiana hasta los sistemas culturales, sociales, políticos y económicos y de la articulación de estas construcciones sociales con los procesos naturales*⁶⁶.

Siguiendo esta idea, Paula agrega que se trata de generar un *“cambio cultural que tiene que hacerse mediante la acción. No se puede hablar de educación ambiental encerrados en el aula, hay que hacer, porque si no, ¡no cambian las cabezas!”*.

Por lo tanto, con un concepto de Educación Ambiental compartido y con objetivos claros de llevar adelante acciones desde este campo, la Casa Ecológica se dedicó, desde su creación, a trabajar para intentar generar esos cambios en los hábitos de las personas en materia de cuidado ambiental y de alternativas para los usos de los recursos naturales.

Es así que Paula cuenta que las actividades de Educación Ambiental son *“lo más importante y es lo que más se hace en la Casa. En el municipio surgieron nuevas oficinas que se encargan de otras cuestiones ambientales, como la oficina de “bolsas verdes” o el área de “espacios verdes”. Nosotros tenemos una política ambiental y un presupuesto bajo, pero somos una especie de ente autónomo”*.

Retomando el libro “Los Pedales de la Bicicleta”, las autoras mencionan una publicación de la Dra. Meinardi (2012:216) donde se lee que *“la Educación Ambiental implica analizar las complejas relaciones entre los sistemas sociales (culturales, políticos, jurídicos, económicos, etc.) y los sistemas naturales”*⁶⁷. Precisamente lo que se hace desde la Casa Ecológica es facilitar ese espacio de interacción entre los sistemas sociales y los naturales, mediante un proceso de educación.

⁶⁶ VI Congreso Iberoamericano de Educación Ambiental. Publicación: Enriqueciendo las propuestas educativo-ambientales para la acción colectiva. Cap Pedagogía Ambiental. Alcira Rivarosa, Daniela García, Rosa Cuevas, Adriana Menegaz, Eloísa Trellez. Año 2009.

⁶⁷ Los pedales de la Bicicleta. E. Urda, D. Foguelman y A. Zeboni. EdicioneKaicron, año 2011.

Ariel Lucero afirma que *“la Agencia Ambiental está abierta a cualquier propuesta que tenga como objetivo la protección del medio ambiente y en este sentido avala muchas iniciativas. Se trabaja en cooperación con ONG’s, con la UNLP, con cooperativas de recicladores, con empresas y numerosas entidades públicas y privadas. También se han establecido convenios de cooperación con colegios de profesionales como con el Colegio de Farmacéuticos y de Fonoaudiólogos a fin de realizar charlas de concientización en establecimientos educativos”*.

Como se puede ver en el apartado de “Visitas Guiadas” (una de las principales actividades de Educación Ambiental) la mayor cantidad de participantes provienen de instituciones educativas, primarias y secundarias.

En cuanto a la realización de eventos desde este campo, Paula agrega que *“con las organizaciones que hemos hecho cosas y tenemos buena relación, con la Fundación Biósfera, con el Zoológico, con el Parque Ecológico, con la Universidad Nacional de La Plata y con algunas otras un poco menos, en eventos o actividades sueltas”*.

Desde los integrantes de la casa hay ganas de acercarse a otras instituciones pero aseguran que no es fácil por la falta de tiempo y de recursos. Lucero menciona que *“se podrían establecer relaciones más estrechas y productivas con el Zoológico, con el Observatorio, con el Arboretum, con la Reserva de Punta Lara y con el Parque Ecológico, pero por ahora no hay demasiado contacto”*.

En relación a esta ausencia de trabajo en conjunto la que explica el problema principal es Paula Ramírez, quien destaca una ausencia de política ambiental global dentro del municipio para que se pueda trabajar a gran escala y de manera coordinada: *“Lo que falta, al menos con esas organizaciones municipales, es una integración y un planeamiento en conjunto. Por ejemplo, ¿sabés cuántos educadores tiene el Parque Ecológico, el Zoológico, o mismo la UNLP?”*.

A su vez, como menciona Paula, existen varias oficinas que también trabajan aspectos ambientales pero llevan adelante sus propios procesos sin demasiada integración. Por esto Paula agrega: *“como por ejemplo, el COU (Código de Ordenamiento Urbano). Nosotros tendríamos que estar ahí, dirigiendo parte de la gestión por el tema de las áreas protegidas, por el cuidado ambiental. Pero anda a decirle eso a un arquitecto, te dicen “no, esto es planeamiento urbano”. Lo ambiental tendría que ser transversal a toda la política del municipio. La política de turismo, de transporte, etc. Entonces, está*

la visión de que lo ambiental es el arbolito y la ecología, nos limitan a eso. Falta integración en cada cosa de la ciudad, tiene que estar pensado hacia un orden. No cada uno con su oficina decidiendo sus proyectos”.

Al consultar por las organizaciones con las que la Casa Ecológica se relaciona se nota una clara ausencia de instituciones no formales o más bien sociales. Tanto Ariel como Paula aseguran que no ha habido contacto con ese tipo de organizaciones, ningún comedor, centro cultural, colegio nocturno u organización política, entre otras, se ha acercado a la Casa. Siempre se cae en lo mismo, no hay presupuesto ni recursos para poder abarcar demasiado más de lo que ya se abarca.

Pese a estas complicaciones Paula cuenta que se hicieron trabajos de Educación Ambiental en otros espacios: *“Lo que hicimos en algunas oportunidades fue capacitar a docentes. Se hicieron jornadas de capacitación general en diferentes temáticas, con especialistas de varias disciplinas y ahí fuimos a dar charlas y educar a los educadores.*

Esto se hizo en una oficina de Seguridad, no recuerdo bien. Pero en aquella ocasión lo que hicimos fue capacitar a los docentes para que pudiesen incorporar la temática ambiental en sus clases”.

Desde los inicios de la Casa se han realizado numerosas actividades de Educación Ambiental con las organizaciones mencionadas anteriormente y también con muchas actividades abiertas al público. Paula menciona que *“Lo principal son las visitas guiadas, eso es lo máximo. Se han hecho ciclos de charlas, las colonias de vacaciones de invierno, dos celebraciones del día mundial del medio ambiente. Esto es muy importante, se acerca mucha gente y se realiza un compromiso ambiental, por lo que se hace un anclaje en materia ambiental. Es una herramienta pedagógica muy importante. Eso sí, también vamos a eventos, hacemos exposiciones, damos charlas y demás”.*

Si bien la Casa Ecológica ya tiene varios años de funcionamiento y un equipo dedicado a trabajar en el campo de Educación Ambiental, Paula asegura en una de las entrevistas que no existe una planificación a largo plazo en esta área.

“Trabajamos más en el día a día. Prácticamente no hay planificación a mediano y largo plazo, excepto por algunas cosas que ya tenemos fijas año a año. Por ejemplo, la celebración por el día mundial del medio ambiente que nos lleva unos 4 meses organizarla. También las colonias de invierno llevan mucho tiempo. Después hacemos

lo que va surgiendo, algunos eventos, las visitas y demás. No tenemos muchos recursos para hacer demasiado más, hay cosas para hacer también en la oficina, cosas de la Agencia Ambiental.”

Por lo tanto, y haciendo un resumen de todo lo mencionado sobre el campo de Educación Ambiental, se trata de uno de los pilares de la Casa Ecológica, el área más importante de trabajo. El objetivo principal de la misma es generar un cambio en los hábitos de las personas en materia ambiental, principalmente en el cuidado de la energía, en la separación de los residuos, en la presentación de alternativas para el uso de los recursos naturales y la toma de conciencia de que el ambiente debe ser cuidado por todos y es responsabilidad de cada uno de nosotros exigir que el mismo sea protegido y preservado para futuras generaciones.

Paula Ramírez postuló que la idea principal es lograr “un cambio en las cabezas” mediante la acción para generar cambios en los hábitos culturales de las personas. ¿Se logra ese cambio buscado? ¿Se cumplen las expectativas?

“Sí, totalmente. Uno ve como los chicos se enganchan y se van con ganas de empezar a reciclar y cuidar el medio ambiente de manera urgente. Es como que conocen un mundo nuevo y les gusta”, afirma Paula al ser consultada por ello.

Pero, ¿qué pasa después del proceso de educación ambiental? ¿Qué pasa después de la visita guiada, de la charla brindada, del evento ambiental, de las actividades en la granja y demás? Lo concreto es que no se sabe: *“no sabemos después si el docente sigue haciendo actividades o si el tema ambiental queda en el olvido, no tenemos idea.”*

Eso sí, Paula retoma el objetivo y asegura que “el click” es notable, *“el día que vienen a la Casa y hacen la visita guiada, terminan muy contentos y uno se da cuenta que hay un cambio”.*

CAPITULO VII: LA CASA ECOLÓGICA EN ACCIÓN.

Actividades, eventos y trabajos de la organización.

La Casa Ecológica (CE) funciona como centro de Educación Ambiental y no sólo trabaja puerta para adentro sino que también participa de eventos y actividades en otros establecimientos y junto a otras organizaciones.

Desde el análisis y las entrevistas se deja en claro que una de las principales acciones es la realización de visitas guiadas en la CE. También se hacen charlas, debates, exposiciones y presentaciones dentro de la organización.

Durante épocas de invierno, con el receso escolar, se organizan las colonias de vacaciones que incluyen actividades bajo techo y al aire libre, como sucede también con visitas donde se trabaja en el territorio (diferentes zonas del bosque) por el estudio de la vegetación o del agua. También se ha llevado adelante el proyecto “Jóvenes más y mejor trabajo” y varios procesos de educación ambiental para agentes municipales.

De los eventos, el más importante es la Celebración Mundial por el Día del Medio Ambiente que los años 2011 y 2012 se festejó en Plaza Moreno con stands de organizaciones ambientales, bandas en vivo y actividades para todas las edades. El del 2013 fue suspendido debido a la inundación del 2 de Abril.

A su vez, a lo largo del año se han realizado otros eventos favorables para la concientización del desarrollo sustentable, ferias ecológicas, encuentros de organizaciones afines, caminatas por la ecología y demás.

Visitas Guiadas por la Casa Ecológica.

Un de las principales acciones que se llevan adelante son las “Visitas Guiadas” en la Casa Ecológica, tanto por dentro como por fuera. Las mismas se realizan a través de la coordinación con aquellas organizaciones que desean visitarla.

A su vez, las visitas puede ser abiertas pero dependiendo del presupuesto ya que se deben pagar los viáticos. De modo que en algunas épocas del año se llevan adelante visitas abiertas y en otras no.

Cuando esta opción está disponible suelen hacerse en dos turnos durante los días sábados. Las visitas guiadas son libres y gratuitas para todo aquel que quiera conocer la Casa y quienes se encargan de llevar adelante el “tour” son los educadores ambientales y los biólogos de la Agencia de manera rotativa.

Cada visita guiada tiene una duración aproximada de 50 minutos, con un recorrido por fuera y por dentro de la casa y con una explicación detallada de cada componente que integra el edificio y los usos que se le da a cada uno de ellos.

Según informa el sitio web de la Municipalidad, las visitas se realizan a las 15 y 17 horas durante los meses que van desde Abril a Septiembre y a las 16 y 18 horas de Octubre a Marzo.

Sin embargo, los horarios pueden variar y también suspenderse, dependiendo de la disponibilidad de los trabajadores, de la convocatoria y del pago de los viáticos correspondientes a quienes se ofrecen como “guías” del tour por la Casa. Las visitas se suspenden en caso de lluvias.

Los recorridos guiados son una de las principales herramientas de Educación Ambiental en la Casa Ecológica ya que se realiza un recorrido por todo el edificio y se explica detalladamente el beneficio de cada componente sustentable de la Casa.

A su vez, la visita incluye una charla donde se presentan las opciones que existen para poder cuidar el medio ambiente, principalmente desde la separación de residuos y el ahorro de energía.

En cuanto a la organización de las visitas guiadas programadas, la Casa Ecológica está abierta a todo tipo de organizaciones. Quienes más visitan la Casa son las instituciones educativas, desde jardines hasta facultades pasando por colegios primarios, secundarios y terciarios.

Paula Ramírez explica que *“por lo general nos contactan para visitar la casa. Se define un día y un horario y hacemos la visita guiada. Esto es durante la jornada de trabajo, así que nos rotamos para llevar a los grupos. Nosotros no vamos a las escuelas, no tenemos suficientes recursos humanos y económicos”*.

Según un informe realizado por la propia Casa Ecológica sobre la convocatoria de las visitas guiadas durante la primera mitad del año 2012 (de febrero a junio), un total de 1502 personas se acercaron a la Casa en diferentes grupos.

El pico de visitantes fue en mayo (992), seguido por Junio (247), Abril (198), Marzo (45) y Febrero (20). Esto se debe al cronograma habitual de las instituciones educativas ya que en los primeros meses los alumnos se van adaptando y a mitad de año se da el cierre de actividades previo a las vacaciones de invierno.

A su vez, desde la CE aseguran que *“el grueso de visitantes a la fecha se realizó durante el mes de mayo, coincidentemente con condiciones climáticas particularmente benignas para esta época del año”⁶⁸*.

Consultada por las diferentes organizaciones que visitan la Casa, Paula explica que principalmente son *“escuelas, primarias y secundarias, jardines y diferentes cátedras de la UNLP, sobre todo de la Facultad de Arquitectura. En lo que es escuelas a nivel primario la mayoría son públicas, pero a nivel secundario son más privadas. Los jardines también vienen seguido, y de las cátedras de arquitectura suelen venir los alumnos, en grupos de 7 u 8, no los docentes con la cursada entera, aunque también ha pasado”*.

Según el informe, casi la mitad de los visitantes fueron de niveles primarios, mientras que un 20% fueron de nivel secundario y otro 20% de jardín de infantes. El restante se divide entre terciario/universitario y adultos mayores.

Este informe es meramente cuantitativo ya que no realizan un análisis ni una conclusión al respecto. Sirve como dato de los sectores que están abarcando.



⁶⁸ Informe sobre visitas guiadas primera mitad año 2012. Casa Ecológica, Agencia Ambiental, Municipalidad de La Plata.

Desde el informe se puede ver en mayor detalle qué tipos de organizaciones visitan la Casa Ecológica para las visitas guiadas. Como demuestra el cuadro, la mayoría son instituciones educativas (todas excepto el 2%, de adultos).

En ese 2% que está fuera del sistema formal de educación, quienes concurren a la CE fueron un grupo de la organización CILSA (ONG que promueve la inclusión de personas marginadas en situación de vulnerabilidad o con discapacidad) y una comitiva de China que se encontraba en el país por negocios con el sector público y privado.

En el caso de CILSA, se llevó a cabo la entrega de 13 sillas de ruedas para niños y adultos, y *“tras palabras de bienvenida a cargo de nuestro personal y sugerencias relativas al cuidado de las sillas, desde el espacio anfitrión se invitó al público presente a realizar una visita guiada”*⁶⁹.



De modo que solo el 2% de los visitantes provienen de organizaciones por fuera del sistema educativo formal. No hay visitas de comedores, ni otras ONG's, ni centros culturales ni de ningún otro tipo. Paula explica que *“de ese tipo de organizaciones no hemos recibido llamados ni se han acercado. Personas por su propia cuenta a veces llaman o nos escriben por Facebook para venir y tratamos de engancharlos con algún grupo”*.

La realidad es que la Casa Ecológica tiene las puertas abiertas para cualquier tipo de organización, pero sólo realizan visitas guiadas si reciben un llamado solicitándolas. El personal es acotado y también los recursos económicos, por lo que el tiempo es oro.

⁶⁹<http://www.cilsa.org/2012/03/primera-donacion-del-ano-en-la-casa-ecologica/>

Colonia de Vacaciones de Invierno en la CE.

Durante el receso escolar de invierno se realiza la Colonia de Vacaciones como parte del programa de la Municipalidad de La Plata que promueve esta iniciativa en diferentes organizaciones dependientes del gobierno.

En el año 2012, la Colonia de Vacaciones se realizó para chicos de entre 9 a 12 años y la misma incluyó una serie de actividades tanto dentro como fuera de la casa, con acciones de todo tipo y promoviendo la participación de todos los chicos que formaron parte de la colonia.

La misma llevó el nombre de "Aventuras en el Bosque" y se desarrolló de lunes a viernes en horarios de tarde, entre las 13 y las 16hs.



Proyecto "jóvenes más y mejor trabajo".

El mismo es un proyecto llevado a cabo desde el Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires y en este caso la Casa Ecológica capacitó a un grupo de jóvenes en materia de educación ambiental.

Desde la página de Facebook de la CE se detalla que *"la Agencia Ambiental, junto al Ministerio de Trabajo están capacitando 10 jóvenes en temas relacionados a medio ambiente y educación ambiental. Los Jóvenes se encuentran incluidos en el programa "Jóvenes, más y mejor trabajo", el cual promueve políticas inclusivas para las nuevas generaciones de trabajadores"*.

El mismo se llevó entre el año 2011 y 2012 y varios de los educadores de la CE participaron en la formación de los jóvenes.

Exposición del trabajo Control de Calidad Té de Tilo.

La misma fue presentada por alumnos del tercer año de la Escuela Media n° 14 y se trató del producto final de un trabajo de investigación en la Feria Provincial de Ciencias. Se llamó “Control de Calidad en Té de Tilo” y fue reconocida por la Agencia Ambiental el día de su presentación a finales del año 2011.

Este trabajo fue destacado y presentado en la Casa Ecológica por haber recibido una “mención especial” en dicha Feria de Ciencias.

Taller de Ecología Acuática,

Desde la CE postulan que *“luego de la exitosa experiencia de trabajo con los chicos de la colonia de vacaciones de invierno, “Aventuras en el Bosque”, el equipo de la Unidad de Extensión de la Agencia Ambiental, decidió adecuar la propuesta del taller de ecología acuática que se realizó en dicha colonia, para alumnos de nivel secundario”.*

Los talleres se realizaron durante el mes de octubre y participaron alumnos de diferentes colegios estando abierta la posibilidad para que cualquier institución pudiera contactarse con la CE y solicitar un turno para participar del taller. La actividad tenía una duración de una hora y media y se desarrollaban múltiples tareas en el campo de la biología.

“Durante ese tiempo los chicos experimentan las tareas que desempeñan los biólogos de campo a partir de la realización de recorridos, interpretación de mapas, observación de aves y árboles del bosque, reconocimiento de líquenes, musgos, claveles del aire, caminatas por la orilla del lago del bosque y toma de muestras en el lago para la obtención de diferentes datos tales como la temperatura y el pH del agua”.

El trabajo de campo se llevó adelante tanto dentro de la Casa Ecológica como fuera, en diferentes sectores del Bosque Platense pero sobre todo en las zona del lago ya que se exploró el agua y las especies del lugar.

“Las muestras recolectadas por los chicos con redes, luego son analizadas e interpretadas en la Casa Ecológica a partir de la observación de las muestras en lupas binoculares. Para el análisis de las muestras se emplean elementos de laboratorio entre ellos pipetas Pasteur, bandejas y recipientes plásticos, cápsulas de Petri, tiras reactivas, pinzas y agujas de disección, etc.”

En la difusión del taller, en el Facebook de la CE, se postulaba la opción de realizar una reserva para poder presentar un grupo y disponer del taller. Había dos turnos disponibles, uno de mañana y otro de tarde, y el taller podía ser integrado por grupos de hasta 30 participantes.

Huerta Orgánica Experimental.

En el frente de la Casa Ecológica se comenzó a llevar adelante la Huerta Orgánica que tuvo como iniciativa presentar una variante sustentable para la producción de alimentos.

El Diario El Día destaca la opinión de Sergio Federovisky, quien dijo que *"persigue el objetivo de educar en la aplicación de la agricultura orgánica para lograr un ecosistema saludable, protegiendo así la tierra y el medio ambiente que nos rodea, para producir alimentos sanos de una forma natural y económica"*⁷⁰.

El taller fue impulsado por la Municipalidad de La Plata y estuvo abierto a todo público, pudiendo concurrir cualquier persona u organización, recibiendo en la primera clase de la Huerta Orgánica la participaron de 80 personas.

El primer taller comenzó en marzo del 2012 y se extendió durante cinco clases, cuya modalidad se mantuvo para los siguientes talleres que se realizaron a lo largo del año y que posiblemente se sigan desarrollando en años siguientes.



Para poder participar solamente se debía concurrir al taller con un producto alimenticio no perecedero que luego fue donado, junto con lo producido en la Huerta, al Jardín Municipal nº 1 de La Plata. La actividad en la Huerta se mantiene con altos y bajos en la producción. La instalación sigue en pie y la tierra sigue dando alimentos, mientras que se siguen planificando talleres para los años siguientes.

⁷⁰ <http://www.eldia.com.ar/edis/20120311/la-huerta-casa-cada-vez-mas-gente-produce-alimentos-laciudad15.htm>

Caminata por la Ecología.

El 3 de noviembre de 2012 se realizó la “caminata por la ecología” a cargo de la Asociación de Guías Argentinas y Scouts de Argentina Asociación Civil, a través de un circuito que tuvo su inicio en la Municipalidad de La Plata y culminó en la Casa Ecológica donde se brindó una charla similar a la que se da en las visitas guiadas.

El objetivo de la caminata fue el de generar conciencia en la sociedad sobre el cuidado del medio ambiente. En lo que respecta a la Casa Ecológica se hizo hincapié en el uso eficiente de la energía, el cuidado del agua y la separación de residuos.

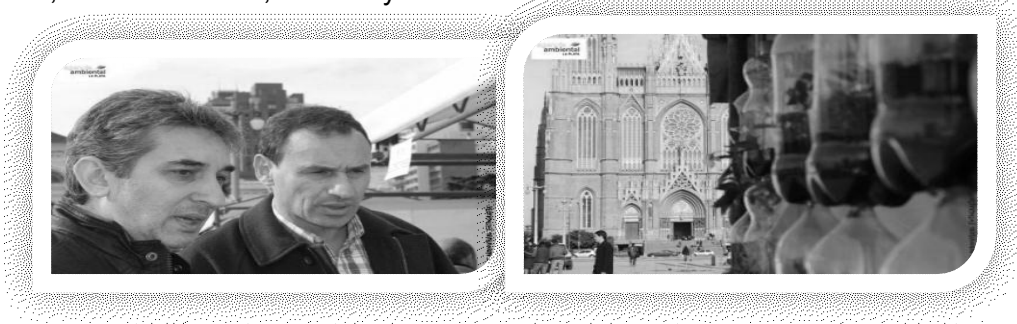


Celebración del Día Mundial por el Medio Ambiente.

El 5 de junio de cada año se celebra el día mundial del medio ambiente en todo el mundo, siendo una fecha que conmemora la Declaración de Estocolmo (Suecia, 1972) a cargo de las Naciones Unidas para preservar el ambiente.

Para la Casa Ecológica es una fecha muy importante ya que se organiza un evento a gran escala para poder generar conciencia en la sociedad sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. A su vez, es un evento que permite difundir la existencia de la CE y sus actividades y también estrechar lazos con otras organizaciones.

El evento es planificado a lo largo de la primera mitad del año ya que lleva mucho tiempo de preparación. Tanto en el 2011 como en el 2012 se llevó adelante en Plaza Moreno, con una gran cantidad de invitados, stands de organizaciones y organismos públicos, bandas en vivo, talleres y hasta obras de teatro.



En ambas ocasiones participaron la Casa Ecológica, la Patrulla Ecológica, la Dirección de Residuos, el Parque Ecológico y el OPDS (Organismo Provincial por el Desarrollo Sustentable) por el lado gubernamental. Tanto el presidente de la Agencia Ambiental, como el director de la OPDS y el intendente de la Municipalidad de La Plata estuvieron presentes en la jornada.

En cuanto a las cooperativas tuvieron sus stands: Sol Plat, Coop. San Ponciano, Unión de Cartoneros Platenses y Cooperativa Aeródromo.

También estuvieron presentes las ONG's Fundación Biósfera, CEDEPO (tecnologías apropiadas) y Fundación Con Alma (la única que no era del campo ambiental ya que se dedican a esterilizar caballos y perros).

De las organizaciones ambientales más importantes de la región no participó, y hasta se mostró en contra del evento, la ONG Nuevo Ambiente, que siempre se muestra atenta a las problemáticas ambientales y denuncia a empresas y organismos públicos principalmente por la contaminación del aire, la tierra o el agua.

El portal "LaPlataYa" destacó la postura de esta ONG en el marco de la celebración que se llevaba adelante en Plaza Moreno publicando que *"a lo largo de los años seguimos observando que nadie se ocupa estrictamente al cuidado del medio ambiente, y la región está siendo atacada severamente por el maltrato de la contaminación"*⁷¹.

Del evento también participaron colegios públicas y privados con muestras y actividades, se llevó adelante un taller de títeres, uno de pintura, también hubo una obra de teatro sobre el cuidado del agua y otras acciones para la integración del público.



La Casa Ecológica ocupó un lugar central en el evento ya que se posicionó en el medio de los stands y con una carpa de gran tamaño. Por dentro se brindaba

⁷¹ Fuerte crítica al Municipio en el día mundial del medio ambiente. <http://laplataya.com/wp/?p=10680>

información sobre las actividades que se realizan en la CE a través de muestras, folletería y charlas brindadas por los integrantes de la Agencia que participaron a lo largo de toda la jornada.

Entre las actividades que propuso la CE se realizó el “compromiso ambiental” donde las personas escribían en un papel a qué se comprometían en materia ambiental como cambio de hábito. Los papeles se colgaban formando una especie de mural. Entre ellos se podía leer: Me comprometo a...“recoger cada pila que encuentre en la calle para entregarla como residuo diferenciado”, “a cerrar la canilla cuando esté lavando”, “a separar los residuos y utilizar la bolsa verde”.

La jornada, que fue todo un éxito tanto en el año 2011 como en el 2012, fue filmada por Bosque Audiovisual y cuenta con videos que se pueden ver online. La participación fue realmente masiva, y aunque no hay cifras oficiales, según los integrantes de la CE la plaza estuvo colmada durante largas horas.

En el año 2012 el cierre estuvo a cargo del grupo musical “*Kapanga*”, un indicio de que el municipio apostó fuerte por este evento destinando un presupuesto abultado para su realización.

También es importante destacar que la Casa Ecológica se encuentra dentro del circuito turístico de la Ciudad de La Plata, un área donde el municipio ha intentado generar grandes avances.

Jornada de Capacitación para Trabajadores Municipales.

Para conmemorar los dos años de la creación de la Casa Ecológica se realizó una capacitación a empleados municipales en el edificio y se trabajó para generar conciencia sobre las principales buenas prácticas ambientales, principalmente la racionalización del uso de la energía y el agua, y la importancia de reciclar residuos.

De la actividad participaron integrantes de las diferentes áreas municipales con la idea de que funcionen como multiplicadores del proceso de educación ambiental, generando y evaluando el funcionamiento de las prácticas aprendidas. La capacitación fue realizada por la coordinadora de la CE, Soledad Fumagalli, y los responsables de Educación Ambiental, Paula Ramírez y Ariel Lucero.

También estuvieron presentes el director de la Agencia, Sergio Federovisky y el Intendente de La Plata, Pablo Bruera.

Sobre la actividad, Federovisky dijo que *“a partir de este programa, la municipalidad capacitó a sus empleados en base al manual de buenas prácticas ambientales, una acción que va en sintonía con las iniciativas que impulsamos”*⁷².

Esta capacitación fue la última actividad del año 2012 y de alguna manera cumple con la lógica de cómo debería trabajarse puertas para adentro de la Municipalidad. Si desde la gobernación quieren que los habitantes apliquen buenas prácticas ambientales, ellos deben dar el ejemplo y demostrar que se puede y que se debe hacer.



La C.E dentro del circuito turístico de La Plata.

En los últimos años, el turismo ha sido una de las fuertes apuestas del gobierno para el crecimiento económico del país. Tanto a nivel local como a nivel internacional, se han llevado adelante numerosas estrategias para fomentar el movimiento turístico.

Según datos del *Inprotur*, esta rama del sector económico *“se ubica así en el tercer lugar de los productos exportables generadores de divisas para Argentina, superado solamente por la venta externa de los productos derivados de la soja”*⁷³.

A nivel local, en la ciudad de La Plata se ha seguido esta iniciativa y la Casa Ecológica forma parte del circuito denominado *“Paseo del Bosque”*. Desde este lugar se aprovecha la visita de personas de toda la región para poder generar conciencia en

⁷²<http://www.gestion.laplata.gov.ar/noticias/1707-se-reliazo-una-jornada-de-capacitacion-sobre-buenas-practicas-ambientales>

⁷³ Diario Uno: <http://www.diariouno.com.ar/edimpresa/2012/08/20/nota307567.html>

materia ambiental, siendo ésta es una de las pocas ocasiones donde la Casa Ecológica se expande más allá de los habitantes de la Municipalidad de La Plata.

La Casa Ecológica compone el Circuito del Bosque junto al Zoológico de La Plata, al Museo de Ciencias Naturales, al Observatorio Astronómico, el Hipódromo de la ciudad y el Anfiteatro Martín Fierro.

La CE puede ser visitada incluso cuando está cerrada ya que se pueden apreciar los componentes sustentables que se detallan previamente.

La Casa Ecológica es presentada dentro de este circuito en el sitio web de la Municipalidad de La Plata, en la sección de turismo.

Su presentación es realizada tanto en español como en idioma inglés. El crecimiento de turistas en La Plata al punto de alcanzar su record, cifras oficiales de la municipalidad estima que unas 800 mil personas se acercaron a La Plata durante las vacaciones de invierno de año 2012.

A su vez, la CE se encuentra bien posicionada para el año 2014 en cuanto a los nuevos proyectos que se están trabajando dentro del circuito del bosque.

Según el intendente Pablo Bruera, *“para La Plata esto representa un record histórico, solamente en un día hemos recibido alrededor de 275.000 turistas, lo que nos convierte en una de las ciudades más visitadas de la Argentina”*⁷⁴.

Cooperativas.

Una de las principales áreas de trabajo de la Agencia Ambiental, acompañada desde la Casa Ecológica en materia de difusión y educación ambiental, es la separación de residuos en origen, los llamados residuos sólidos urbanos (RSU).

La separación de residuos tiene que ver con distinguir los residuos inorgánicos (reciclables) de los orgánicos (no reciclables), poniéndolos en bolsas verdes para su recolección. Por ejemplo, en el primer grupo debemos desechar los papeles, cartones, plásticos, vidrios y gomas, entre otros. Mientras que en el segundo grupo debemos tirar los restos de comida, saquitos de té y huesos, entre otros.

⁷⁴<http://www.gestion.laplata.gov.ar/noticias/1579-mas-de-800-mil-turistas-visitaron-la-plata-durante-las-vacaciones>

La Casa Ecológica trabaja en este campo buscando generar conciencia en las personas e intentando modificar prácticas cotidianas. A su vez, desde la Agencia Ambiental se encargan de la comunicación con las cooperativas tanto para entrega de RSU, como para la difusión de la información relacionada con este proceso y los eventos que se llevan adelante en materia de concientización ambiental.

Estas acciones se encuadran en un marco legal según la Ordenanza Municipal que permite la creación del Programa de Gestión Integral de RSU⁷⁵. Éste tiene por objeto *“la educación, información y capacitación ciudadana en todos los ámbitos públicos y privados sobre el tratamiento y disposición final de los Residuos Sólidos Urbanos para su óptima gestión”*.

En la misma ordenanza, más precisamente en el Artículo 3º, se precisa que *“la Agencia Ambiental Municipal será la autoridad de aplicación del Programa de Gestión Integral de RSU”*, mientras que en el Artículo 4º se promueve el Programa Permanente de Educación Ambiental (P.P.E.A) que también debe ser llevado adelante por la A.A.

Por lo tanto, es la Casa Ecológica la que participa en las estrategias de comunicación, difusión y educación ambiental, asegurando la cadena de valor y generando acciones directas para con la comunidad. La Agencia Ambiental en sí tiene como deber garantizar el cumplimiento de la ordenanza y de hacer cumplir con las exigencias de la misma.

La Municipalidad de La Plata trabaja con cuatro cooperativas de la ciudad de La Plata, *“todas ellas compuestas por ex cartoneros y desocupados, mayormente mujeres, que realizan día a día la revalorización de los materiales que han sido separados en origen”*.⁷⁶

También aseguran que las cooperativas generan trabajo en blanco como monotributistas, donde los empleados cuentan con un sueldo fijo, vacunas al día, obra social y seguro de vida.

Según Soledad Fumagalli, coordinadora de actividades, *“la relación entre la Municipalidad y las Cooperativas es fluida, y la Agencia Ambiental se hace presente*

⁷⁵ Ordenanza Municipal nº10.661. Concejo Deliberante de La Plata, 16 de Diciembre de 2009.

⁷⁶ Guía práctica para la separación en origen: La Plata. FARN. Año 2010.

en diferentes ocasiones, tanto en el proceso de recolección como en acciones de Educación Ambiental, mayormente eventos o charlas”.

Fumagalli explica la relación entre el organismo y las cooperativas: *“Actualmente son seis cooperativas pero nos manejamos más con cuatro. Nosotros, la Agencia, no tenemos vínculo directo con las cooperativas (...) Solamente los convocamos o nos convocan por cosas puntuales que tienen más que ver con la educación ambiental o eventos puntuales, no con la bolsa verde o la logística”.*

A su vez, las cooperativas se acercan a la Casa Ecológica a retirar algunos residuos que la propia Agencia junta ya que hay personas u organizaciones que los acercan al bosque. Lo mismo ocurre con pilas y baterías, pero ninguna de estas cooperativas las recolecta.

Las cooperativas son las siguientes:

- Cooperativa San Ponciano.
- Cooperativa Sol-Plat.
- Cooperativa Unión de Cartoneros Platenses.
- Cooperativa Aeródromo Limitada.

Cooperativa San Ponciano.

Esta cooperativa tiene una doble acción dentro del programa de reciclaje. Una de las acciones es la recolección puerta por puerta de las bolsas verdes con sus dos caminos cedidos por el municipio y una combi contratada por la misma cooperativa. La segunda acción tiene que ver con difusión y educación ambiental:

“La concientización de los vecinos en todo lo relativo a la importancia de efectuar una correcta separación diferenciando “basura” de “residuos”, y la implementación de un sistema de charlas en escuelas, son parte de nuestro trabajo cotidiano en áreas de revalorización de los RSU”⁷⁷.

Cooperativa Sol-Plat.

Se trata de una organización que cuenta con una planta para el reciclaje de las bolsas verdes recolectadas por el municipio dentro del “Plan de Separación de Residuos en Origen”. La cooperativa tiene dos objetivos fundamentales: generar trabajo genuino y proteger el medio ambiente.

⁷⁷ Ídem 2.

“Nuestro trabajo se complementa generando conciencia en la comunidad a través de charlas y visitas efectuadas a escuelas y variadas instituciones sociales”⁷⁸.

Con respecto a esta cooperativa, Fumagalli aporta que en lo que respecta a los procesos de Educación Ambiental, “La que trabaja fuerte con eso es Sol-Plat”, de hecho se pueden reconocer algunas acciones mediante el blog de la misma: www.sol-plat.blogspot.com.

Cooperativa Unión de Cartoneros Platenses.

Su principal actividad consiste en la clasificación y agregado de valor de residuos secos. Su sello distintivo es que también reciben residuos industriales (provenientes de 3 fábricas) y aceite. Las ganancias obtenidas por el tratamiento y reventa del aceite están destinadas exclusivamente a brindar apoyo escolar y alimentario a los hijos de quienes conforman la cooperativa.

Cooperativa Aeródromo Limitada.

Esta organización se orienta a fomentar la reinserción en el circuito laboral de ex cartoneros y desocupados con discapacidades físicas o con problemas de adicciones. Su principal actividad radica en la clasificación de residuos secos sólidos urbanos y el agregado de valor de los mismos, así como la recuperación de aceite usado de procedencia doméstica.

Reciben una porción de las bolsas verdes recolectadas por el municipio y también se encargan de recolectar ellos mismos en zonas donde el camión municipal no pasa.

“La cooperativa se mantiene gracias a las ganancias obtenidas de la venta de residuos secos clasificados, mientras que los fondos provenientes de la reventa del aceite usado son destinados a la “Biblioteca Popular Aeródromo Limitado”⁷⁹.

Si bien existe una relación y un trabajo en conjunto, mayormente de manera improvisada o en un mismo espacio pero sin una acción en conjunta, Fumagalli explica que “no hay planificación de educación ambiental en conjunto”.

Las cooperativas suelen estar presentes en los eventos que se organizan desde la Casa Ecológica, entre ellos el más importante: El día mundial por el medio ambiente.

⁷⁸ Ídem 2.

⁷⁹ Ídem 2.

También han participado en otros espacios, como ferias ambientales o actividades municipales relacionadas al tema.

La relación Cooperativas – Municipalidad de La Plata excede la gestión de la Agencia Ambiental ya que de ellas se encarga “la dirección de gestión de residuos urbanos que depende de Mariano Bruera”, según explica Fumagalli.

Mariano Bruera es el hermano de Pablo Bruera, Intendente de la Municipalidad de La Plata, y es el secretario de Gestión Integral de Residuos y Mantenimiento Urbano del Municipio⁸⁰, por lo que la Agencia Ambiental queda a un costado de esta temática, como sucede con las bolsas verdes y otras áreas ligadas a lo ambiental.

Resumen.

A modo de cierre, dentro de las principales actividades de la Casa Ecológica se encuentran las visitas guiadas, las capacitaciones, las colonias de vacaciones, la huerta ecológica y la celebración por el día mundial del medio ambiente.

Cada actividad, cada evento, tiene un objetivo diferente. En muchos de ellos se busca la participación ciudadana, que la gente conozca personalmente las alternativas para cuidar el medio ambiente. En otras actividades, como en los eventos, las ferias ecológicas y las visitas a otras organizaciones, se busca dar a conocer la CE y despertar el interés por la preservación del planeta tierra.

⁸⁰http://www.infoplatense.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=12892:un-desempleado-menos-en-la-ciudad-mariano-bruera-estara-a-cargo-de-la-gestion-integral-de-residuos&catid=5:de-pasillos

CAPITULO VIII: COMUNICACIÓN

Comunicación.

Existen muchas definiciones sobre el concepto de comunicación y en muchos casos se desprende diferentes interpretaciones dependiendo de la disciplina que la aborde. Existen definiciones desde el campo propio de la comunicación, desde la sociología, la psicología y otros campos de estudio.

La idea general del concepto ha ido cambiando con el paso de los años y siempre se la relacionó con los medios de comunicación y la información. Inicialmente se pensó un modelo de emisor – mensaje – receptor, para luego ir decodificándolo hasta cambiarlo por completo, incluso a pensarlo al revés, desde el lado de la recepción.

Entre las cientos de definiciones puede ser entendida como *“un sistema de interacciones entre las personas que actúa como un sistema abierto y móvil que garantiza la posibilidad de distribución y redistribución de las funciones entre los participantes, el intercambio de roles durante la solución del problema, la cooperación o contraposición mutua y transcurre en dependencia de cómo se forman las relaciones entre sus participantes”*⁸¹.

También podemos agregar el aporte de Enrique José Varona, *“la comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana”*⁸².

A su vez, visto desde el ángulo del receptor, Joan Costa publica en su libro *Comunicación en Acción* que éste es lo más importante dentro del proceso comunicacional ya que *“la forma, el contenido, el lenguaje, las imágenes, los repertorios, los códigos, los valores y los medios”*⁸³ entran en juego por parte del sujeto y definen el mensaje. Por eso éste es activo y no pasivo, y gracias al proceso de retroalimentación es que se intercambian los lugares y se permite la comunicación.

A partir de esta introducción básica se desprenden conceptos dependiendo el contexto, por lo que podemos hablar de comunicación institucional,

⁸¹Lomov, B.F. El problema de la comunicación en Psicología. Editorial Ciencias Sociales. Año 1989.

⁸² Varona, Enrique J.: Texto básico de la comunicación profesional. Año 1994.

⁸³Costa, Joan; “La Comunicación en Acción”;Ediciones Paidós Ibérica SA; 1999.

comunicación/difusión, comunicación sustentable, comunicación/educación y muchas otras.

Para empezar, y teniendo en cuenta que la Casa Ecológica es una organización, es importante definir la noción de comunicación institucional.

Comunicación Institucional.

Para ello podemos detenernos en la idea que propone Chaves al decir que la misma está *“constituida por el conjunto de mensajes efectivamente emitidos. Consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, toda entidad social, con sólo existir y ser perceptible, arroja sobre su entorno un volumen determinado de comunicados”*⁸⁴ dentro de una organización.

Desde esta postura vemos que entran en juego muchos factores como lo no dicho, la imagen, la identidad, el discurso, sus actores, y otros componentes. Además, como afirma Chaves, la comunicación institucional excede lo que la organización quiere transmitir, si no que influyen otros elementos.

También es importante comprender que la comunicación dentro de una organización es pensada desde diferentes lugares. Si bien muchos la limitan a la difusión o a la transmisión de información, existen conceptos más amplios que componen el aspecto comunicacional de una institución.

Más allá de todo, la comunicación de una organización es una sola, ya que tanto las acciones comunicacionales dirigidas a los actores internos, como las dirigidas expresamente hacía el exterior, son indisociables –las unas se relacionan con las otras-. En la práctica organizacional forman parte de un todo holístico.

Sin embargo, primero hay que delimitar la comunicación interna y la externa ya que son manejadas y planificadas de manera diferente y no son los mismos ni los medios ni los objetivos de una y de la otra.

⁸⁴Cháves Norberto. “La imagen corporativa”, Editorial Paidós, Barcelona,1999. (5ta. Edición).

Comunicación interna y externa.

“Se considera comunicación interna a todos los procesos de producción social de sentido que se dan entre los miembros de una organización, tanto si se encuentran en el ámbito físico de la organización como en el simbólico. La dimensión externa de la comunicación organizacional excede las acciones que tienen por destinatarios los públicos. Implica además la relación con todos los integrantes de otras organizaciones que conforman una cadena de valor, como por ejemplo los proveedores. También forman parte del discurso de la organización los mensajes y aquellas acciones que sin petición de comunicar, conllevan un significado y contribuyen a la formación de una imagen. Asimismo también los eventos, acciones de relaciones públicas, responsabilidad social, relaciones institucionales, entre otras.”⁸⁵

Todos los miembros de la organización hablan de una manera o de otra. Todas las organizaciones son sistemas de lenguajes que comunican hacia sus miembros y hacia sus destinatarios. Todo comunica. Por ejemplo: la indumentaria del personal, la ubicación de los inmuebles, el trato con los públicos, etc.

Comunicación Sustentable.

Cuando se trata de organizaciones que promueven la protección del medio ambiente se suele hablar de aspectos “sustentables” o “verdes”. Como es de esperar, también se habla de “comunicación sustentable”, un término que tiene múltiples definiciones y ninguna que aporte demasiado a la cuestión.

Desde FARN explican que *“la comunicación con vocación sostenible, es aquella que viene a proponer un cambio en la sociedad y el ambiente, bajo la voluntad de generar un cambio positivo. Se propone dialogar en términos humanos, y colaborar para mejorar la calidad de vida de las personas. Una estrategia de comunicación bien alineada con los valores y esencia de una organización, permite construir un mensaje sólido y distintivo que transmita su misión. No se trata de ser diferentes, sino marcar una diferencia que aporte valor a la sociedad. La comunicación sostenible es en sí misma es optimista, está arraigada a un fuerte valor de época y es inspiradora”⁸⁶.*

⁸⁵ Comunicación interna y externa. Dos caras de una misma moneda Apunte de cátedra – Taller de producción de mensajes. Fac. de Periodismo y com. Social UNLP. 2010.

⁸⁶ Informa anual 2012 FARN (Fundación Ambiente y Recursos Naturales).

Desde una mirada personal también se puede agregar que gran parte de la “comunicación sustentable” es utilizada como estrategia de marketing. Si bien las cifras sobre el daño ecológico (ríos, océanos, tierra y aire contaminados, animales extintos o en peligro de extinción, etc) son alarmantes, los sectores dominantes quieren hacernos creer que depende de nosotros, de lo que nosotros consumimos.

Es importante que sepamos lo que consumimos, que nosotros mismos aportemos nuestro grano de arena para no contaminar, para cuidar los recursos y para reducir la cantidad de residuos, pero claro está que el problema del ambiente va mucho más lejos, y que la función principal de la “comunicación sustentable” debe ser la formación de seres críticos.

Esto se transfiere también a la Casa Ecológica. Es importante que la educación ambiental explique la separación de residuos, el uso que se le puede dar a los materiales, las aplicaciones que podemos instalar en casa para cuidar el ambiente, pero también debe formar seres críticos con el sistema, que puedan observar las otras causas que destruyen el planeta tierra, los culpables y a quiénes debemos exigirles que tomen cartas en el asunto.

La comunicación en la Casa Ecológica.

Entre los integrantes de la CE hay diferentes visiones sobre la noción de la comunicación. Si bien la mayoría apuntan a que la comunicación es la herramienta fundamental para la difusión, algunos la relacionaron más bien con los procesos de educación.

Ariel Lucero, uno de los educadores, asegura que si bien la comunicación abarca varios ejes, *“si tuviera que asignarle un peso diferencial, diría que la comunicación es más importante cuando se realiza el proceso educativo”*.

Fumagalli, la coordinadora, asegura que si bien es un concepto amplio, “me suena a difusión”. Silva opina similar, que la comunicación es más bien una herramienta para la difusión pero también agrega que es importante para la educación.

Entre el resto de los trabajadores surgen criterios similares y la noción de comunicación se resume a la idea de difusión y a la de una herramienta para los procesos educativos.

De la comunicación con la Municipalidad de La Plata se encarga directamente el director Sergio Federovisky quien tiene una buena relación con el Intendente Pablo Bruera. El director también se encarga de dar las notas a los medios de comunicación. Con las cooperativas se comunica mayormente Germán Silva, el encargado de administración. Fumagalli se encarga de comunicarse con otras organizaciones.

Por otro lado está la comunicación desde adentro y fuera del edificio que funciona para explicar las funciones de los componentes y resalta la importancia de las buenas prácticas ambientales. Por lo que además de ser informativos buscan generar conciencia jugando un rol de educación ambiental.

Lo bueno de esto es que puede ser accedido incluso cuando la Casa Ecológica está cerrada y sin necesidad de participar de una visita guiada.

Comunicación interna en la CE.

La Casa Ecológica es una organización pequeña y trabajan pocas personas. Entre los empleados algunos trabajan de lunes a viernes y otros lo hacen desde sus casas y concurren al establecimiento una o dos veces por semana.

De modo que la comunicación varía entre estos dos tipos de jornadas laborales. Los trabajadores que concurren regularmente se comunican oralmente, cara a cara. Todos trabajan en una misma oficina y dialogan constantemente sobre las tareas.

Para comunicarse con el resto, con los ausentes, se utilizan mails colectivos.

También, en menor medida, usan el teléfono y los celulares, aunque en la mayoría de los casos se usa el mail. No tienen cartelera ni ningún otro sistema aunque se ha intentado utilizar un sistema de comunicación interna que fue dejado a un costado. En ocasiones se realizan reuniones para realizar diferentes tareas.

Herramientas de comunicación interna que se utilizan en la Casa Ecológica:

- Comunicación directa y personal: Permite un diálogo flexible, fluido y un feedback instantáneo para cualquier proceso.
- Correo Electrónico: Permite que puedan participar personas que no se encuentran presentes en la oficina. También sirve para dejar constancia de la conversación y para compartir documentos entre otras ventajas.

- Teléfono – Celular: Se utiliza cuando hace falta una respuesta rápida pero la persona no está presente en ese momento. No se recurre mucho a este soporte, sólo en casos excepcionales.
- Reuniones: se utilizan mayormente para realizar diferentes trabajos y poder discutir los procesos que se llevan adelante.

Entre las herramientas que no utilizan podemos encontrar los boletines o revistas (es una organización pequeña y con bajo presupuesto), las carteleras o tabloneros de anuncios (salvo algunos carteles específicos), internet o servidores online de comunicación, videoconferencias (Skype, por ejemplo), entre otras.

Todos los trabajadores consultados aseguran que tienen libertad para tomar decisiones y que siempre se comunican fácilmente con el resto de sus compañeros. Destacan que es muy buena la comunicación ya que es muy personalizada.

Lucero asegura que *“se trabaja en un buen clima y todos los educadores ambientales participamos en la gestión, organización e implementación de las propuestas a desarrollar. En ese sentido es bastante democrático”*.

A su vez, destaca el rol de la comunicación ya que *“en el área de educación ambiental a la cual yo pertenezco es bastante clara la distribución de las tareas. La agencia tiene un plan estratégico de trabajo y dentro de este marco se establecen las actividades a realizar en cuanto a educación ambiental. Las tareas a cumplir las organizamos entre todos los educadores ambientales y nos organiza y coordina la Lic. Soledad Fumagalli, que es la coordinadora técnica de la Agencia Ambiental”*.

Consultada por su rol en cuanto a la comunicación, Fumagalli asegura que ella no es la encargada, *“no específicamente. Nos distribuimos tareas dependiendo de cada cosa y de cada momento”*. Aclara que tampoco hay una persona encargada de la comunicación externa.

Paula Ramírez, educadora ambiental, aporta que en cuanto a lo comunicacional y a la flexibilidad *“es muy particular nuestro equipo de trabajo. Como todo, tiene sus pros y sus contras. Son muy pocas las veces que me han dicho vos haz esto o lo otro, lo cual en mi caso me obliga a proponer cosas, porque en primer lugar mi trabajo es por pasión y convicción, entonces va más allá de los tres pesos que ganamos los municipales. También pasa, que tenemos – somos un grupo de compañeros que*

estamos en la misma línea, con lo cual, siempre estamos inventando cosas para hacer. Tenemos una coordinadora que a veces nos orienta, pero generalmente hay un coordinador que fluye de cada tarea/proyecto quien es el que distribuye el trabajo”

Consultada por la comunicación “hacia arriba”, con el director de la Agencia Ambiental, Paula afirma que “con mi superior es re difícil comunicarme. Generalmente es por mail y no más de dos líneas, en casos extremos uso el celular”.

En este caso quién más diálogo tiene con Federovisky es Soledad Fumagalli. Él se comunica con ella y luego Fumagalli es quien distribuye utilizando su criterio y la experiencia de los trabajadores cada tarea a realizar.

En líneas generales se puede destacar que la comunicación es buena entre los diferentes miembros ya que utilizan el mail (individual y colectivo), el diálogo cara a cara y en menor medida el teléfono o celular. No utilizan carteleros ni ningún otro soporte para comunicarse aunque sí tienen algunos carteles sobre diferentes eventos, fechas, direcciones o teléfonos (de las cooperativas, organizaciones y demás).

Comunicación externa en la CE.

La comunicación externa tiene múltiples funciones y puede ser trabajada con diferentes soportes y medios. Por un lado, como destacan los educadores de la CE, ayuda en los procesos de Educación Ambiental. Por otros, se realiza la difusión de las actividades y se trata de dar a conocer la existencia del edificio sustentable. También tiene un fin político ya que es un organismo municipal, por lo que captar votos es parte de la comunicación. Su presencia en los medios es muy importante para la imagen y la instalación de la marca.

Comunicación/Educación

La comunicación puede ser una pieza clave en los procesos de educación dependiendo de la mirada del educando, existen diferentes teorías y pedagogías al respecto. Consultado por esta cuestión, Ariel Lucero asegura que si bien se puede relacionar a la comunicación con la idea de difusión, asegura como citamos anteriormente que “si tuviera que asignarle un peso diferencial, diría que la comunicación es más importante cuando se realiza el proceso educativo”.

Esta relación cuenta con apoyo teórico desde el campo de la Comunicación y la Educación a través de Jorge Huergo, quien plantea la unificación de estos dos campos para poder complementarse entre sí y trabajar desde la “comunicación/educación”:

“Desde el campo de la Educación, Comunicación/Educación se reduce al uso de medios y tecnologías en la educación formal y no formal, de manera innovadora pero marcadamente instrumental. Desde el campo de la Comunicación, en cambio, se observa (más allá de los proyectos ligados a la “comunicación popular” o “liberadora”) la búsqueda de bases para investigaciones en Comunicación/Educación sobre la comunicación en el entramado de la cultura escolar, sobre la construcción de identidades y las nuevas formas de socialización (entre otras).

Cuando proponemos de hecho en el texto sustituir la cópula “y”, de Comunicación “y” Educación, por la barra “/”: Comunicación/Educación (a la manera de Schmucler, 1984), lo que tenemos como propósito es significar:

- *La recuperación de procesos (en los diferentes niveles mencionados) de vinculación/expresión/liberación, aunque se pierdan los objetos disciplinares delimitados por un afán cientificista, o a costa de la posible ruptura con los “imperialismos” de las disciplinas (cfr. Martín-Barbero, 1989);*
- *El reconocimiento de los contextos históricos, socioculturales y políticos (además de los campos disciplinares) donde surgen o se originan los problemas y las producciones teóricas (cfr. la perspectiva al respecto de ArmandMattelart);*
- *La propuesta de algunas bases preliminares (que implican aquella recuperación y aquel reconocimiento histórico, y no una propuesta “fundacional”) para la construcción de un espacio teórico transdisciplinario, movido más por un campo problemático común con relaciones tensas, que por miradas disciplinares escindidas; lo que significa devolver el carácter ético-político al campo de Comunicación/Educación.*

Por otra parte, al referirnos a Comunicación/Educación hacemos referencia a procesos y prácticas que se dan en los contextos de interrelación entre la cultura y la política. En este sentido, sería posible sostener que el objeto de este campo es la articulación entre formación de sujetos y producción de sentidos.

Existen algunas reducciones clásicas vinculadas con cada uno de los campos disciplinares considerados por separado. La primera es la reducción de la Comunicación a los medios, cuestión que hace décadas viene siendo objeto de críticas y de llamados de atención por parte de los académicos en este campo. El “mediacentrismo” no sólo hace que se reduzca el campo de problemas, sino que además suele ignorar o escamotear el papel de las audiencias como sujetos de comunicación. La segunda reducción clásica es la reducción de la Educación a la escuela, en el ámbito de los estudios pedagógico-didácticos.

El olvido de los procesos educativos no formales e informales (tan vinculados con la época en que en la reflexión pedagógica había mucho de “pedagogía de la liberación”, de reflexiones en torno a la dependencia y el imperialismo o de concepciones restringidas de “educación popular”) podría significar un costo para el campo de Comunicación/Educación, principalmente por la potencialidad emancipadora que esas estrategias suponen o han supuesto.

Comunicación/Educación significan un territorio común, tejido por un estar en ese lugar con otros, configurados por memorias, por luchas, por proyectos. Significan el reconocimiento del otro en la trama del “nos-otros”. Significa un encuentro y reconstrucción permanente de sentidos, de núcleos arquetípicos, de utopías, transidos por un magma que llamamos cultura. En ese sentido, Comunicación y Educación deben ser comprendidas en las coordenadas de la cultura, entendida como espacio de hegemonía”⁸⁷.

Desde esta postura se remarca la importancia de la comunicación en la educación.

Comunicación para la difusión.

La difusión es importante tanto para invocar la participación de las personas en las diferentes actividades que realiza la CE, como para poder posicionarse dentro de la sociedad y hacer visible no sólo la importancia de proteger el medio ambiente, sino también la responsabilidad que asume el gobierno en materia ambiental.

Quién toma conciencia de esto es Paula Ramírez, donde asegura que “es fundamental, porque lo que no se comunica no se conoce, con lo cual corremos siempre el riesgo de que el político de turno ya no considere importante que hay una

⁸⁷Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. Capítulo 1: Comunicación y Educación: Aproximaciones. Jorge Huergo.

Agencia Ambiental y una Casa Ecológica (juntas). Pero si logramos contar todo lo que hacemos, pues la gente va a saber que existimos y le va a generar rédito político al que esté de turno. Ahora, en cuanto a nuestra función es clave poder transmitir lo que hacemos y que existimos porque nuestra tarea –lo ambiental- es principalmente un cambio cultural, por lo tanto es clave concientizar”.

De alguna manera, lo que algunos trabajadores buscan hacer es separar lo estrictamente político (político partidario si se quiere) y lo que respecta a la temática ambiental en sí.

Todos los trabajadores destacan su importancia. Ariel Lucero explica que la comunicación *“es fundamental y a mi criterio, aún está un tanto incompleta ya que hay mucha gente que desconoce los objetivos de la Agencia Ambiental y de la Casa Ecológica, incluso su ubicación geográfica”.*

En líneas generales es un aspecto complicado para la organización. Fumagalli explica que *“a nosotros nos haría falta una persona de comunicación. La difusión y la comunicación en general es un punto muy flaco nuestro. No tenemos presupuesto, no manejamos los tiempos de la municipalidad, nos excede”.*

Lucero agrega lo mismo: *“Siempre hay complicaciones a la hora de difundir actividades de la agencia. La difusión de la mayoría de los eventos se realiza por Facebook. Cuando hay que imprimir afiches es todo un tema. Pasan por la revisión de demasiadas personas y salen a último momento”.*

Fumagalli agrega un ejemplo: *“Cuando fue el evento del día del medioambiente teníamos todo diseñado, para hacer un montón de afiches. Hicimos la nota de pedido, mandamos todo. Faltaba una semana, cinco días hábiles, y todavía no teníamos los afiches. Eso ya los tuvimos que cancelar, ¡500 afiches a color! No teníamos tiempo ya”.*

Pese a las complicaciones y a los tiempos municipales, German Silva destaca el acceso a la prensa: *“Nosotros por suerte tenemos acceso a Prensa Municipal y a todos los medios de comunicación, así que cuando hacemos alguna actividad o queremos difundir información sobre alguna gestión vamos para ese lado primero. Internet también es importante pero la usamos demasiado”.*

Claramente cuando se refiere a que se utiliza demasiado es porque la Casa Ecológica (ni la agencia ambiental) tienen una página web o realizan fuertes campañas de difusión mediante afiches, volantes, stands y demás.

Fumagalli explica que “es difícil la parte de comunicación. Lo que más usamos es el perfil que tenemos en Facebook y que es lo que más está actualizado. También está la difusión desde la web de la municipalidad pero es más complicado porque hay que mandar un mail y solicitar que por favor te publiquen en la web. Página web no tenemos porque no tenemos presupuesto y en el diario a través de prensa de la municipalidad también tenemos un espacio para de vez en cuándo mostrar lo que hacemos”.

Algo importante para destacar es el presupuesto, la Agencia Ambiental no tiene un monto específico destinado a la difusión, por lo que se va adaptando al presupuesto anual. Fumagalli aclara, *“el presupuesto es de cero. No tenemos presupuesto destinado a la difusión, por eso también se dio de baja el sitio web”.*

La comunicación es deficiente, en eso están todos de acuerdo. Entre los aspectos negativos se destaca que la Casa Ecológica no es muy conocida, nunca hubo una fuerte campaña para dar a conocer el edificio. No hay demasiada participación de las actividades que realizan en la CE. La parte de concientización ambiental se limita a las actividades y no hay una publicación o una producción específica para llevar adelante procesos de educación ambiental a través de estos medios.

Fumagalli agrega que *“incluso nosotros tenemos firmados convenios con algunas organizaciones. Por ejemplo, con el colegio de farmacéuticos de la Provincia de Buenos Aires. El municipio asumía como una de sus responsabilidades la difusión, y ellos están permanentemente diciéndonos que le demos más difusión y más difusión, pero no tenemos los medios. Así que sí, es un tema que tenemos que mejorar ampliamente”.*

Sin embargo la idea de contratar a una persona de la disciplina de la comunicación está muy alejada de la realidad de la organización. De hecho, cuando se realizó la propuesta de esta tesis el director, Sergio Federovisky, aclaró que no había ningún problema en trabajar la comunicación mientras no se pretenda cobrar un sueldo por hacerlo.

Herramientas y acciones comunicacionales que utiliza la Casa Ecológica:

- 1. Comunicación en el edificio (difusión y explicación de componentes).**
- 2. Productos gráficos: volantes, afiches, trípticos y otros.**
- 3. Comunicación en eventos. (productos, actividades, discursos).**
- 4. Medios de comunicación masiva (principalmente diarios).**
- 5. Internet (Web, redes sociales, blogs).**
- 6. Producciones audiovisuales.**

La comunicación desde el edificio es un aspecto positivo ya que informa sobre los diferentes componentes que tiene la CE. A su vez, explica por qué es importante aplicar esos productos para una vivienda ya que generan efectos favorables para la protección del medio ambiente. De esta manera se trata de concientizar sobre las buenas prácticas ambientales.

A su vez, se utilizan espacios del edificio tanto dentro como fuera para informar sobre algunas de las actividades que se realizan y cómo la gente puede participar de las mismas.

Los productos gráficos se realizan para eventos específicos (como el día mundial del medio ambiente) y quedan para otras ocasiones. No hay demasiados pero sí suficientes para poder difundir la existencia de la Casa Ecológica y medios de contacto para poder visitarla. No se han hecho grandes campañas de difusión ni de concientización en la vía pública.

La Casa Ecológica recibe invitaciones constantemente a eventos ambientales además de lo que ellos mismos realizan. Cuando participan llevan un stand y además de difundir mediante el discurso y los volantes llevan productos sustentables realizados en talleres de la CE.

El acceso a los medios de comunicación masiva es una de las ventajas de ser una organización que depende de la Municipalidad de La Plata. Suelen aparecer en el diario El Día y en otros diarios de gran tirada como así también reciben llamados desde diferentes radios de la ciudad y de la Provincia para ser entrevistados.

La participación en la red es uno de los puntos más flojos de la organización a nivel comunicacional. Principalmente porque no tienen página web ni un blog actualizado.

La Casa Ecológica se limita al uso del Facebook donde ni siquiera alcanza los dos mil seguidores.

Otro de los puntos débiles es la baja cantidad y la poca difusión de los productos audiovisuales. Cuentan con dos videos, uno de cada jornada por el medio ambiente, y participan de otro (sobre las bolsas verdes) que pueden ser vistos en YouTube. Sin grandes producciones no hay demasiada difusión sobre la creación de la CE, sus componentes y sus actividades.

1) Comunicación en el edificio.

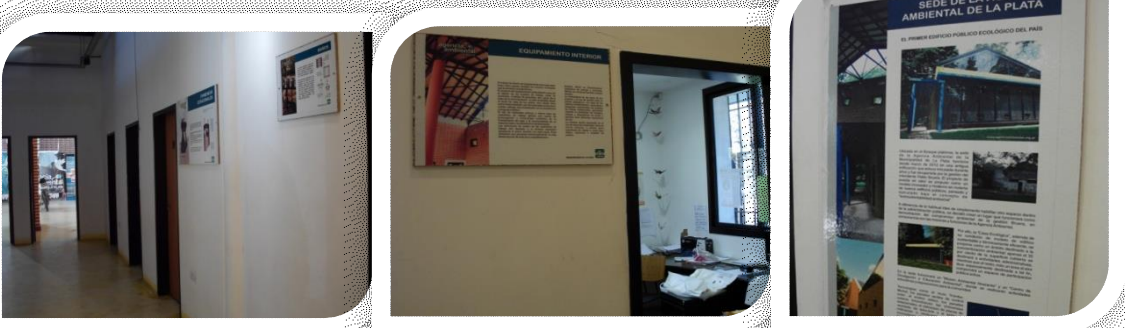
Comunicación dentro de la Casa Ecológica

Dentro del edificio mismo se pueden ver distintos productos comunicacionales que informan sobre los componentes de la Casa y también otros que difunden los procesos de educación que se realizan dentro y fuera de la organización.

En el hall central de la Casa se pueden observar dos carteleras con mensajes y volantes utilizados a lo largo del año 2012. El primero de ellos juega un rol de educación ambiental mientras que el segundo es informativo sobre la CE.



A lo largo del hall y en los diferentes espacios de la CE se pueden observar los carteles informativos que aparecen en toda la casa, informando sobre los componentes sustentables que tiene el edificio.

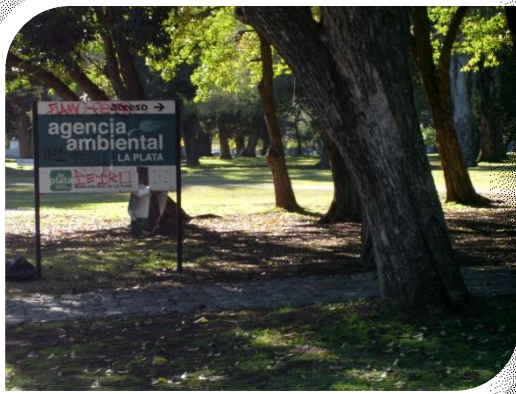


También se pueden apreciar diferentes productos comunicacionales realizados en los diferentes talleres, como cuadros pintados, carteles informativos, exposiciones y demás.

Comunicación por fuera de la Casa Ecológica

La Casa Ecológica presenta e informa cada uno de sus componentes sustentables tanto por dentro como por fuera del edificio. A su vez, se pueden leer artículos de diarios y volantes informativos que se pegan en las ventanas.

La llegada está indicada con un cartel abandono, pintado con aerosol y deteriorado que nunca se arregló desde sus primeras roturas. Además de estos defectos, se puede observar que en realidad no aparece la figura de la Casa Ecológica, sino que solamente se presenta a la Agencia Ambiental.



Con respecto al edificio en sí, para conocerlo lo mejor es realizar una visita guiada, pero también existe la posibilidad de acercarse a la Casa para y poder aprender cómo está compuesto cada dispositivo y saber cómo funciona.



En lo que respecta a la comunicación de los componentes de la Casa podemos notar una gran ausencia: La Huerta Orgánica. Ésta, que comenzó como un mero proyecto, continuó al punto de formar parte de la CE, por lo que debería contar con un cartel explicativo del proceso que se está llevando adelante.

Sin embargo, un detalle no menor es que se puede leer “Agencia Ambiental” en cada cartel explicativo, pero no Casa Ecológica. De modo que la “marca” de la CE no aparece, no existe de las puertas para afuera.

A modo de información, las ventanas son aprovechadas para la muestra de artículos periodísticos y folletos informativos sobre las actividades que se realizan en la CE. El detalle que permite este uso es que las ventanas no tienen rejas, al menos por el momento, ya que está planeado instalarlas por los continuos intentos de robos y las roturas de vidrios que se han producido a lo largo del año 2012.



En lo que respecta a comunicación informativa sobre lo que la CE hace y la agenda de la organización se puede notar un gran vacío ya que son solamente cuatro o cinco las notas pegadas en las ventanas.

De por sí es una estrategia válida pero no demasiado vistosa o efectiva, el reflejo del vidrio complica la lectura y el desarrollo de las notas no son propias si no de medios gráficos.

En este caso se puede destacar que no hay un espacio concreto de difusión para aquellos que se acercan a la Casa Ecológica estando cerrada o para aquellos curiosos que solamente pasan por el lugar.

A modo de conclusión y como principal defecto en materia comunicacional, la Casa Ecológica de las puertas para afuera no existe. Cualquiera que se acerque va a poder observar la presencia de la Agencia Ambiental, pero no de la CE.

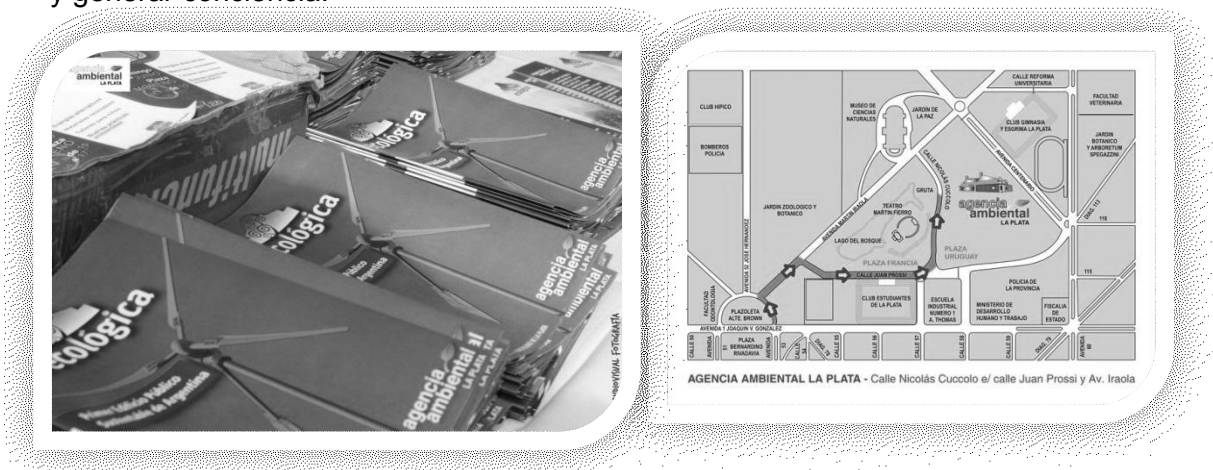
De este modo la marca Casa Ecológica no está visible en su principal espacio, en su propio edificio. Esta debe ser una de las principales fallas de comunicación que tiene la CE. Si bien puede ser algo obvio, para muchas personas puede no serlo. La CE es la sede de la AA, pero también es pensado como una marca, como un ente en sí, como un centro de educación ambiental. Sin embargo, esto no se ve en el edificio.

2) Producciones Gráficas.

Desde su creación hasta el día de la fecha se han realizado diferentes producciones comunicacionales para poder dar a conocer la Casa Ecológica y también para brindar información sobre algunas de las buenas prácticas ambientales que difunden desde la organización.

La encargada del diseño de las producciones gráficas es Paula Manrique y de la impresión se encarga directamente la Municipalidad de La Plata. Quién realiza los trámites, el contacto y el seguimiento es Germán Silva, el administrativo de la Agencia Ambiental.

Entre las diferentes producciones se ha trabajado en trípticos y volantes para repartir durante los eventos en los cuales participa la Agencia Ambiental y la Casa Ecológica. A su vez, se han realizado trabajos para los proyectos de extensión de los cuáles han participado y también se han realizado campañas puntuales para difundir información y generar conciencia.



El tema de las producciones gráficas es complicado por los tiempos municipales y por el bajo presupuesto. De hecho, la organización no tiene un presupuesto específico para lo comunicacional.

Fumagalli explica que *“la difusión y la comunicación en general es un punto muy flaco nuestro. No tenemos presupuesto, no manejamos los tiempos de la municipalidad, nos excede. Con esto se refiere al ejemplo que aparece anteriormente, sobre los tiempos que maneja la imprenta municipal a diferencia de lo que demora una gráfica comercial.*

Los trabajadores de la Casa Ecológica destacan que es fundamental la difusión mediante las producciones gráficas. Es importante dar a conocer la casa y poder

sumar participantes a las actividades que se realizan, además de generar conciencia y difundir información sobre el cuidado ambiental.

Paula Ramírez asegura que *“si logramos contar todo lo que hacemos, pues la gente va a saber que existimos y le va a generar rédito político al que esté de turno. Ahora, en cuanto a nuestra función es clave poder transmitir lo que hacemos y que existimos porque nuestra tarea –lo ambiental- es principalmente un cambio cultural, por lo tanto es clave concientizar”*.

La clave está en los eventos por el Día Mundial del Medio Ambiente con la gran producción que se realiza en Plaza Moreno. Para esa ocasión y teniendo una planificación previa muy bien organizada se logra armar un buen material gráfico para repartir entre los concurrentes y difundir de la mejor manera posible la Casa Ecológica.



Este festejo es sumamente importante para la organización ya que es un día muy importante para todos aquellos que luchan por el cuidado del medio ambiente. También es clave por el apoyo de la Municipalidad ya que se trata de un evento favorable para la gestión política, como pantalla para mostrar su lado sensible en materia ambiental.

Para ese día hay presupuesto, hay organización, la mayoría de los políticos de jerarquía se acercan a la plaza, hay fotos por todos los stands y es una nota asegurada en todos los medios al día siguiente.

3) La comunicación en los eventos.

Siguiendo con las producciones gráficas y teniendo en cuenta que muchas de ellas se realizan exclusivamente para determinados eventos, es importante analizar otros aspectos comunicacionales que aparecen en este tipo de actividades.

Entre ellas se destaca la importancia de la fotografía para su posterior difusión en las redes sociales. Sólo durante los eventos del día mundial del medio ambiente se convocó a Bosque Audiovisual para la filmación de la celebración, pero no hay tomas de otras actividades o eventos.

Esas filmaciones y el documental sobre “El Camino de las Bolsas Verdes” (analizados en la sección de producciones audiovisuales) son proyectados en televisores LCD durante los eventos.

También hay un grupo de jóvenes que realizan una producción teatral buscando generar conciencia en los más chicos, y ha habido shows de títeres y otras actividades para los menores.

Una buena estrategia de comunicación/educación ambiental es la que se realiza para todos los visitantes: el compromiso ambiental. Se trata de una actividad de anclaje para que todos asuman un compromiso con una práctica de cuidado ambiental. Se escribe en una hoja y se cuelga en una soga que cubre todo un costado del stand de la AA.



Como se puede apreciar en la foto, la hoja lleva el logo de la Casa Ecológica pero en vez de hacer mención a ésta dice “me comprometo a:”. La persona debe firmar al final de la hoja sumándose al cambio.

La Casa Ecológica tiene varios afiches de gran tamaño que también son utilizados en todos los eventos que participan y que brindan información sobre algunos trabajos que se realizan como así también sobre la creación y ubicación del edificio. También se aprovecha la gigantografía de la CE para los eventos.



En este sentido la Casa Ecológica tiene suficiente material visual, informativo y educacional para participar de eventos y talleres que ellos mismos organizan o a los que son invitados.

Los volantes con el mapa que detalle cómo llegar a la Casa siempre están presentes y también el tríptico que explica los componentes de la casa y brinda los teléfonos de contacto para consultas o programación de una visita guiada.

Entre las herramientas comunicacionales más importantes se destaca el discurso ya que en los diferentes eventos participan la mayoría de los trabajadores y cada uno de ellos cumple la función de acercarse a los visitantes para comentar lo que se hace en la CE.

Cabe destacar también que además de dar a conocer la Casa Ecológica durante los eventos, se realizan actividades de educación ambiental para seguir siempre con la línea de concientizar a la población en diferentes aspectos de la temática ambiental.

En cuanto a los comunicacional podemos distinguir los siguientes productos para los eventos:

- **Volantes, trípticos y folletos informativos.**
- **Reproducción de videos en pantallas LCD.**
- **Afiches y gigantografías informativas y educativas.**
- **Actividades donde se utilizan herramientas comunicacionales.**
- **Talleres, charlas y discursos sobre diferentes temáticas.**



4) La Casa Ecológica en los medios de comunicación.

Formar parte de la Municipalidad de La Plata tiene sus pro y sus contra. Entre las ventajas se encuentra el acceso a los medios de comunicación, donde diarios, revistas, radios y TV afines al gobierno brindan espacios regularmente para publicar noticias y difundir información sobre diferentes direcciones gubernamentales.

A su vez, debido al fuerte crecimiento del tema ambiental en la agenda mundial y nacional, las acciones de la CE han aparecido en muchas páginas web especializadas y en grandes medios de comunicación, sobre todo diarios de tirada nacional.

La inauguración de la casa fue publicada en diarios como La Nación, Infobae, El Día y varios otros del país. Recibieron llamados de radios y fueron visitaron por el canal de TV local. La noticia también circuló por muchas páginas web de la red.



El diario El Día publica regularmente las actividades que se realizan en la Casa Ecológica como así también proyectos relacionados con la misma y eventos que se destacan en el ciudad de La Plata.



La CE aparece en muchos sitios web, en perfiles de diferentes redes sociales, en diarios, blogs y otros lugares de difusión. También aparecen en revistas locales y barriales de distribución gratuita y en algunas menciones en publicaciones municipales.

En ocasiones reciben llamados de programas periodísticos para hacer entrevistas grabadas o en vivo, tanto al director de la Agencia como a otros integrantes. También son consultados por estudiantes de diferentes carreras universitarias para la realización de informes, notas y demás.

Para tener una idea acabada sobre la presencia de la Casa Ecológica en los medios de comunicación se analizaron 20 publicaciones donde aparece la CE en primer plano y en un segundo plano.

Análisis de publicaciones en medios gráficos de alcance regional y nacional sobre la Casa Ecológica.

Se analizaron 20 notas periodísticas publicadas en diarios, revistas y páginas web. Algunos de estos medios son de alcance nacional y otros de nivel local. Algunas notas son directamente sobre la Casa Ecológica, mientras que en otras solamente tiene injerencia.

1. **“El nuevo atractivo de paseos escolares”.** El Día.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20101129/educacion12.htm>
2. **Crean una casa ecológica La Plata.** Infobae.
<http://www.infobae.com/notas/474635-Crean-una-casa-ecologica-en-La-Plata.html>
3. **Instalan el primer molino que produce energía eólica.** El Día.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20091012/laciudad6.htm>.
4. **Buera y Scioli inauguran la Casa Ecológica y abren los sobres de licitación de planta.** RealPolitik.
<http://www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=2807>
5. **CILSA realizará la primera entrega del año en la CE.** NOVA La Plata:
http://www.novalaplata.com/nota.asp?n=2012_2_28&id=29739&id_tiponota=11
6. **Inauguraron la Casa Ecológica.** Diario El Día.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20101005/laciudad2.htm>
7. **La huerta en casa: cada vez más gente produce alimentos.** El Día.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20120311/la-huerta-casa-cada-vez-mas-gente-produce-alimentos-laciudad15.htm>
8. **Entrevista a Sergio Federovisky.** RealPolitik:
<http://www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=5170>

9. **Unión Europea preseleccionó proyecto de la Municipalidad de La Plata para fortalecer cooperativas de cartoneros.** ImpulsoBaires.
<http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=141273>
10. **Lanzan iniciativa para la reutilización del aceite comestible.** ImpulsoBaires.
<http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=140767>
11. **Recicla una casa que será amigable con el ambiente.** La Nación.
<http://www.lanacion.com.ar/1179744-reciclan-una-casa-que-sera-amigable-con-el-ambiente>
12. **Entregan alimentos de huerta orgánica municipal a un Jardín.** El Día.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20120508/entregan-alimentos-huerta-organica-municipal-jardin-educacion3.htm>
13. **Fuerte crítica al Municipio en el día mundial del medio ambiente.** La Plata Ya. <http://laplataya.com/wp/?p=10680>
14. **La Plata: Actividades gratuitas en la Casa Ecológica.** PlusInformación.
<http://plusinformacion.com/nota.php?id=18814>
15. **La Plata: Jornada ambiental para celebrar el Día Mundial del Medio Ambiente.** ImpulsoBaires.
<http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=153705>
16. **La Plata: Se realizó jornada de capacitación sobre buenas prácticas ambientales.** ImpulsoBaires.
<http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=167644>
17. **Creación de la Casa Ecológica.** Cuidando El Planeta.
<http://cuidandoelplanetatierra.blogspot.com.ar/2011/02/casa-ecologica-en-la-plata.html>
18. **Región La Plata Capital en “Crisis Ambiental”.** Albies, revista online.
<http://albies.com.ar/site/2011/06/region-la-plata-capital-en-%E2%80%99Crisis-ambiental%E2%80%9D/>

19. En Armonía natural. Espacio&Confort-

<http://www.espacioyconfort.com.ar/Medio-Ambiente/en-armonia-natural.html>

20. Crearán tres plantas de transferencia de basura. El Día.

<http://www.eldia.com.ar/edis/20120131/crearan-tres-plantas-transferencia-basura-laciudad17.htm>

Claro está que si se analizan notas periodísticas no es un detalle menor reconocer la postura de cada medio, esto más aún al tener en cuenta que la Casa Ecológica es un espacio de la Municipalidad de La Plata.

En este caso se analizaron 20 notas de medios locales/regionales, nacionales y blogs y revistas online. A continuación se indica el tipo de medio:

a) Medios locales/regionales (web y papel):

- Diario El Día (6)
- Impulso Baires. (4)
- Realpolitik. (2)
- Nova La Plata. (1)
- La Plata Ya. (1)
- Plus Información.(1)

b) Medios de alcance nacional:

- La Nación.(1)
- Infobae.(1)

c) Blogs y Revistas Online:

- Revista Albies.(1)
- Blog Cuidando El Planeta.(1)
- Espacio y Confort. (1)

De las notas, algunas son informativas (noticias e informes) y otras son entrevistas:

a) Información: 17.

b) Entrevistas: 3.

Lo importante de todo esto es poder visualizar si las noticias publicadas en los diferentes medios de comunicación son positivas o negativas para la organización y la llegada de esos medios a los públicos.

De los medios mencionados los de mayor cantidad de lectores son La Nación e Infobae a nivel nacional y El Día a nivel regional⁸⁸. Del resto no hay cifras oficiales pero algunos sitios tienen contador de visitas y el número de lectores es muy inferior al de los medios de gran tirada.

Las notas publicadas en los diarios de mayor tirada son todas positivas. En las notas de Infobae y La Nación los medios publican la creación de la CE, especifican de qué se trata, dónde está ubicada y las actividades que se realizan en ella.

En las notas del diario El Día se informa sobre los eventos, talleres y otras actividades que se hacen en la Casa y permiten sobre todo llegar a un público local, que tiene una cercanía mayor a la organización.

El resto de las notas informativas también son positivas para la organización ya que son en su mayoría de difusión y de presentación, de cuando la casa se inauguró. De modo que podemos decir que las 17 notas analizadas son buenas para la organización más allá de alguna crítica o una chicana política.

En el caso de las tres entrevistas una es al director de la Agencia Ambiental Sergio Federovisky y en ella difunde las actividades de la Casa, los planes y demás. Claramente la entrevista es buena para la organización.

Las otras dos en cambio son negativas para la organización ya que son entrevistados referentes de organizaciones ambientales con fuertes posturas en algunos temas que no son abarcados por la Agencia Ambiental y que golpean directamente a la Casa Ecológica.

A modo de conclusión y tras un breve análisis de las publicaciones periodísticas que aparecen en diferentes medios sobre la Casa Ecológica, se puede decir que se logró una buena difusión de la organización y con una imagen positiva.

Lo más importante en este caso es la buena relación del gobierno con el diario El Día y la posibilidad de difundir mediante este medio las actividades de la Casa Ecológica ya que tiene una gran tirada en la ciudad.

⁸⁸ Estadísticas Culturales:
<http://sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas/recdatos/results.php?idCategoria=7>

5) Internet: Páginas web y redes sociales, la Casa Ecológica en las triple W.

Sitios web, redes sociales, páginas de reproducción de videos, blogs y otras páginas web se han convertido en herramientas muy importantes para la comunicación externa de las instituciones y organizaciones.

Introducción:

Para hacer una breve introducción sobre internet, hoy contamos con la denominada “WEB 2.0”, *“un concepto que nos muestra la capacidad de interacción superior que se está desarrollando entre los usuarios de Internet, y cómo esta forma de relacionarse es llevada a planos más allá de la tecnología, aterrizándolos en campos socioculturales. Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar”*⁸⁹.

En lo que respecta a nuestra región, Argentina es uno de los países con mayor conectividad a internet en toda América, con un crecimiento constante desde su aparición y con una mirada al futuro donde se profundiza aún más su territorialidad.

Según el sitio web “internet worldstats” (*estadísticas mundiales de internet*), Argentina es uno de los principales países con conexión a internet, donde se estima que unas 28 millones de personas utilizan esta herramienta (diciembre 2011). Esto es aproximadamente el 67% de la población del país⁹⁰.

El acceso a internet en nuestro país continúa en aumento desde comienzos de la década. En los últimos años se vio una aceleración en el acceso a la web, según los datos brindados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la República Argentina (INDEC) en su Encuesta de Proveedores del Servicio de Acceso a Internet, *“durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2011 hubo un incremento del 44,5 por ciento en accesos Residenciales y un 31,6 por ciento en los de Organizaciones (empresas públicas y privadas, organismos de gobierno, profesionales*

⁸⁹<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>

⁹⁰<http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>

en el ejercicio de su actividad, organizaciones no gubernamentales, escuelas, universidades, etc.) con respecto al mismo período de 2010⁹¹.

El alcance de las “triple W” sigue expandiéndose ya que existen iniciativas para el 2013 como “conectar igualdad”, donde unas trece mil escuelas tendrán acceso a internet en nuestro país y sus alumnos computadoras netbooks a su disposición.

Hay muchas estadísticas que demuestran un crecimiento constante de las personas con conexión a internet, de cómo las personas primero consultan online sus dudas, de cómo hoy en día es el principal lugar de búsqueda de información y también un medio clave para la comunicación directa con las organizaciones.

Nicolás Fortuño, Licenciado en Comunicación, plantea en su tesis de grado sobre la Web 2.0 una serie de ventajas para cualquier organización a la hora de insertarse en el mundo web. Entre ellas se destacan las siguientes:

- **Sencillez:** De manera sencilla, con solo un click de por medio, se puede mantener una relación dialógica con la comunidad que sigue a la organización. Muchas veces no se necesitan grandes producciones ni conocimientos específicos.
- **Economía de recursos:** Esta es una principal ventaja para organizaciones que no cuentan con grandes presupuestos como para lograr una comunicación con su audiencia a través de los medios tradicionales.
- **Velocidad o rapidez:** La velocidad con la que se puede tanto comunicar hacia la comunidad es valiosa sobre todo en época de crisis o cuando se necesita informar algo al instante.
- **Participación:** Las organizaciones pueden participar tanto activamente como a través de la escucha atenta de conversaciones que se tienen entre miembros de su comunidad.
- **Acercamiento entre las organizaciones y la comunidad (plano de igualdad):** Cada organización se convierte en la web 2.0 en un actor más dentro de una comunidad determinada, fomentando una relación de horizontalidad en la que la misma puede ser receptora de elogios y críticas por igual, como cualquier otro actor.

⁹¹www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_12_11.pdf

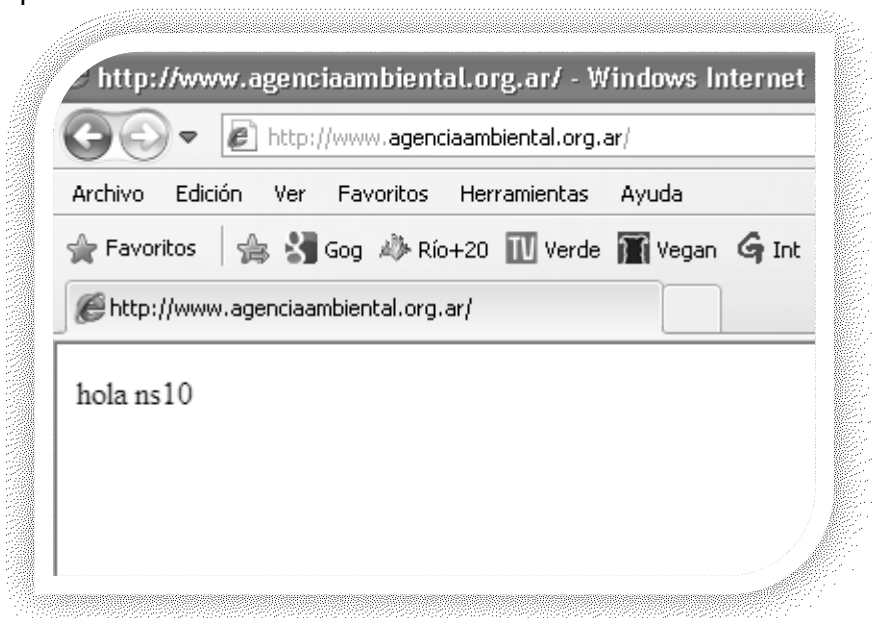
- **Diálogo:** las instituciones interactúan, conversan con su comunidad. Ya no existe una comunicación unilateral y/o vertical, en la que éstas se vinculan a la misma a través de los medios de comunicación en forma de publicidades o gacetillas. Existe un ida y vuelta, un feedback.

Teniendo en cuenta este contexto global, instalado en nuestro país y en nuestra región, resulta sumamente importante contar con canales comunicacionales desde la WEB. Sin embargo, la Casa Ecológica no tiene sitio web, tampoco blog, no usa ni Twitter ni LinkedIn, solamente utiliza el Facebook.

Sitio Web:

En una entrevista realizada, Germán Silva explica que la página web de la AA, **www.agenciaambiental.org.ar**, fue dada de baja *“por falta de presupuesto. El sitio web lo hacía un grupo externo, una agencia de marketing de Capital Federal. Se decidió destinar los fondos del presupuesto a otras cosas y el sitio web quedó a un costado, por lo que dejó de funcionar”*.

Cualquier persona que pruebe ingresar al sitio web en la actualidad encontrará la siguiente presentación:



La Agencia Ambiental no cuenta con diseñadores web, tampoco con comunicadores (a excepción del director que no tiene tiempo disponible para destinar a este tipo de tareas), por lo que dependen de un agente externo que se encargue de la página.

Germán era el encargado de contactarse con la diseñadora de Capital y fue en el mes de Septiembre del año 2011 que se vieron obligados a dejar de lado el servicio por falta de presupuesto. Lo mismo señaló Fernando Archuby, un ex trabajador de la

Agencia, al asegurar que *“no hay dinero disponible para pagar por un sitio web y nosotros solos no podemos encargarnos”*.

Según Germán, el costo del servicio era de unos \$900 anuales y partía directamente de la Municipalidad de La Plata, no del presupuesto asignado a la Agencia Ambiental. Por lo que desde adentro de la organización aseguran no saber el destino de esos fondos una vez dado de baja el sitio web.

De modo que si una persona busca en el sitio Google: “Agencia Ambiental de La Plata”, encuentra en las primeras ubicaciones a la Municipalidad de La Plata, algunas noticias de diarios locales y el blog desactualizado de la Agencia.

Si bien no hay comunicadores ni diseñadores web, la Agencia cuenta con una diseñadora que se encarga de la creatividad de todas las campañas de difusión. Sin embargo, su trabajo no incluye la producción del sitio web.

Su nombre es Paola Manrique y trabaja para la Municipalidad hace muchos años. Actualmente realiza proyectos para diferentes direcciones pero su puesto corresponde a la Agencia Ambiental.

En una entrevista explica que la propuesta de que se encargara del sitio web existió: “Sí, me lo han planteado. Pero la verdad es que yo no tengo demasiado tiempo y tampoco soy especialista en eso. Me doy maña pero no podría encargarme enteramente de eso yo sola. Además tengo otros trabajos, no vivo sólo de este sueldo porque es un sueldo municipal. Ahora mismo estoy trabajando en un proyecto para el Paseo del Bosque y me demanda mucho tiempo. Este proyecto incluye a la Casa Ecológica”.

Blog:

Fue ante la necesidad de contar con un medio de difusión (luego de que el sitio web de la AA dejara de funcionar) que la Agencia Ambiental y la Casa Ecológica comenzaron a utilizar un blog para ocupar ese vacío comunicacional.

El mismo fue originado por Cecilia Porta, periodista recibida de la UNLP que buscó realizar una práctica profesional en un área de su agrado. Fue ella quien se acercó a la Casa Ecológica con la propuesta y encontró las puertas abiertas.

Su relación con la Agencia era de voluntaria. Claro que con el recorte en el gasto del sitio web no se podía afrontar un nuevo gasto. A su vez colaboraba con el armado del boletín mensual que solía difundir la Casa Ecológica por e-mail y en el armado de algunas noticias para medios periodísticos.

En Septiembre de 2011 se creó el blog con la idea de que sea funcional a toda la Agencia Ambiental y no sólo a la Casa Ecológica, donde se puede difundir información de actualidad, noticias sobre la Agencia, actividades en la C.E y demás. Fue un intento por reemplazar el sitio web.

A fin de ese mismo mes se subieron las primeras entradas, una introductoria sobre la creación de la Agencia y otra sobre los principales objetivos de la institución.



En Octubre de ese mismo año solamente su publicó una nota y fue sobre la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente que se había realizado cuatro meses antes, el 5 de Junio. La nota desarrolla un resumen de lo que fue la jornada llevada a cabo por la AA en Plaza Moreno y de la importancia que tuvo el evento para los distintos sectores involucrados en el tema.

En Noviembre el blog recibió sus últimas dos entradas. Una sobre la educación ambiental y la gestión integral de residuos sólidos urbanos y otra donde entrevista al presidente de la Agencia Ambiental Sergio Federovisky.

Estas últimas dos notas fueron subidas el siete de noviembre y a partir de esa fecha no hay nada nuevo en el Blog.

Cecilia Porta también colaboraba con los proyectos de extensión y algunas otras actividades, pero fue a fin del 2011 que se alejó de la organización porque consiguió un trabajo fijo y dejó de lado lo que hacía en la AA como voluntaria.

Se mantiene activo en la web y cualquiera puede visitarlo, pese a que no cuenta con información actualizada.

En la actualidad el blog no es productivo para la organización, se mantiene activo en la web y cualquiera puede visitarlo, pese a que no cuenta con información actualizada. De modo que en lugar de ser un sitio web que beneficie a la Casa Ecológica, genera una mala imagen por su estado de abandono y desinforma sobre algunos procesos que mencionan porque fueron cambiando con el tiempo.

Web de la Municipalidad:

Siendo la sede de la Agencia Ambiental, un organismo de la Municipalidad de La Plata, la Casa Ecológica cuenta con un espacio destinado a su difusión en el sitio web oficial de la gobernación.

Si bien la Casa integra la sección de turismo, formando parte del denominado “Circuito del Bosque” donde además se informa sobre las Visitas Guiadas, la Municipalidad destina una sección a la temática ambiental y comunica sobre las principales acciones que se realizan desde la Agencia Ambiental y la Casa Ecológica: Separación de residuos y reciclado.



Se puede encontrar el desarrollo de las mismas ingresando al acceso directo desde el inicio del sitio web. Se presenta información detallada sobre los proyectos de reciclado y de separación de residuos, permitiendo que todos los ciudadanos del Partido de La Plata conozcan sobre estas temáticas y puedan colaborar desde los diferentes aspectos.

Fumagalli explica que *“está la difusión desde la web de la municipalidad pero es más complicado porque hay que mandar un mail y solicitar que por favor te publiquen en la web y en el diario a través de prensa de la municipalidad también tenemos un espacio para de vez en cuando mostrar lo que hacemos”*.

La nota sobre el reciclado de residuos aparece como una de las más leídas dentro del sitio web desde comienzos del año 2012, favoreciendo así la difusión de una de las principales actividades de la Agencia Ambiental.



De modo que si bien ni la Agencia Ambiental ni la Casa Ecológica cuenta con un sitio web propio, ocupan un lugar importante dentro de la página oficial del gobierno municipal de la ciudad de La Plata.

Redes Sociales:

Sin página web y con el blog en estado de abandono, la Casa Ecológica cuenta con un perfil en la red social Facebook, el portal con mayor cantidad de miembros. Según

cifras oficiales de Facebook, “son más de 900 millones los usuarios registrados activos”⁹².

En Argentina, el crecimiento de Facebook en los últimos años ha sido notable y se ha posicionado decimosegunda como país con mayor cantidad de perfiles según cifras del año 2012, con 17,6 millones⁹³ de usuarios activos registrados.

Con esos números “Argentina tiene la mayor tasa de uso de redes sociales de la población regional (38%), según estimaciones de eMarketer. Según el estudio de la consultora, el país se mantendrá a la cabeza de este indicador, seguido por Brasil y México, durante este año”⁹⁴.

La Casa Ecológica tiene una página en Facebook y la Agencia Ambiental un grupo. En él también se comunican (o comunicaban) cosas de la CE. La página de se mantiene actualizada, no así el grupo de la AA que solo tiene 22 miembros. La CE no tiene Twitter ni ninguna otra red social.

Para Octubre del 2013 la página de la Casa Ecológica sumaba un total de 1867 “me gusta”, una cifra realmente baja para una organización que pretende instalarse fuertemente en la ciudad de La Plata.



⁹² Ámbito Financiero: <http://www.ambito.com/noticia.asp?id=637499>

⁹³ La Nación: <http://www.lanacion.com.ar/1490873-como-aprovechar-facebook-para-mejorar-tu-negocio>

⁹⁴ Revista Fortuna online: <http://fortunaweb.com.ar/2012-08-22-102069-argentina-al-tope-en-uso-de-redes-sociales/>

Hay muchos aspectos positivos para destacar, entre ellos la constante actualización del contenido, la información detallada de las actividades, la posibilidad de ser contactados y la buena comunicación que tienen con los perfiles que contactan la organización.

El crecimiento del uso de las redes sociales y la participación de las organizaciones en la utilización de las nuevas tecnologías ha sido notable en los últimos años. Las nuevas generaciones nacen con el mouse en la mano y el acceso a internet se ha vuelto algo cotidiano en gran parte de la población.

Ariel Lucero destaca la función de las nuevas tecnologías ya que *“son muy importantes ya que posibilitan una comunicación masiva y dan múltiples posibilidades a sus usuarios para establecer vínculos y relaciones tanto sociales como profesionales”*.

Lo mismo agrega Germán Silva: *“son fundamentales, tiraría que son un 90% de la comunicación. No podemos dejar de lado que hoy en día casi todo el mundo utiliza internet y casi todos usan las redes sociales”*.

En la Casa Ecológica son varios los que mantienen actualizado el Facebook, Fumagalli asegura que *“revisamos y respondemos todos los mails y mensajes”*. Esto fue puesto a prueba desde varios perfiles de Facebook a lo largo del proceso de diagnóstico y se puede dar el visto bueno de esa afirmación que hace la coordinadora de actividades.

Sin embargo, ni bien ingresamos a la página de Facebook de la CE podemos encontrar un gran error comunicacional, y es la difusión del blog. Es un error porque el sitio no se mantiene actualizado y no es conveniente derivar a los visitantes de una página actualizada y bien diseñada a una web que desinforma y genera una mala imagen sobre la organización.



En líneas generales Fumagalli explica que *“es difícil la parte de comunicación. Lo que más usamos es el perfil que tenemos en Facebook y que es lo que más está actualizado”*.

Siempre es importante tener en cuenta que no hay ningún comunicador (exceptuando el Presidente de la Agencia Ambiental) dentro de la Casa Ecológica. Todo lo comunicacional se realiza a pulmón por los trabajadores que son en su mayoría biólogos o geólogos.

Acciones comunicacionales desde el Facebook.

Lo principal es la información. Tanto de las actividades futuras como de las que se llevaron a cabo. Se comparten fotos, videos, audios y textos sobre los talleres, eventos y el resto de las actividades que se realizan en la CE y fuera de ella.

Otra acción clave es la apertura del espacio para que cualquier persona pueda comentar o consultar, funcionando como un contacto directo con la CE. En ella la gente participa regularmente.

Desde la página en Facebook también se difunden noticias que se publica en medios periodísticos y se dejan enlaces sobre sitios de interés, como así también se difunden organizaciones con las cuáles trabajan o las cooperativas que funcionan en sintonía con la Agencia Ambiental.

6) Producciones audiovisuales:

La Casa Ecológica no cuenta con un equipo de comunicación ni personas capacitadas para la realización de producciones audiovisuales, cortos o documentales. Sin embargo, el interés por realizar este tipo de producciones está presente y por eso han recurrido a una productora para llevarlas adelante en determinadas ocasiones.

La productora que ha realizado todos los trabajos en este campo se llama Bosque Audiovisual, y siempre trabaja en el campo de lo ambiental, tanto con organizaciones como por su cuenta. Se denominan *“productora audiovisual + gestión y proyectos sustentables”*.

“Somos una productora de contenidos abocada a comunicar y extender el desarrollo sustentable en la Provincia de Buenos Aires. Nuestros proyectos y producciones televisivas, documentales e institucionales están pensadas con el fin de generar vínculos y progreso a partir de una nueva forma de relación entre la sociedad, el medioambiente y la economía. El carácter interdisciplinario de nuestros proyectos autentica la multiplicidad de puntos de vista sobre la temática que nos reúne, el desarrollo sustentable como la elección del futuro de nuestra región. Ofrecemos a las instituciones, organizaciones y a la sociedad, estrategias e inventiva para lograr el desarrollo sustentable de una economía y una sociedad en armonía con el medio ambiente”⁹⁵.

Soledad Fumagalli explica que “los conocimos en una reunión que había por el arroyo “El Gato” donde había muchísimos actores. Ellos estaban ahí por filmar un corto sobre ese tema y ahí los conocimos, ellos estaban interesados en la temática”. En ese momento se generó el contacto y luego nacieron los proyectos.

La Casa ecológica recurrió a Bosque Audiovisual en dos ocasiones para realizar producciones en este campo: La primera de ellas para la celebración del día mundial del medio ambiente en el año 2011, que se celebró en Plaza Moreno, y tras quedar conformes con el material volvieron a contactarlos para la segunda celebración en el año 2012.

⁹⁵ Sitio web oficial Bosque Audiovisual: www.bosqueaudiovisual.blogspot.com.ar

Los integrantes de la Casa Ecológica valoran mucho el trabajo de la productora y Fumagalli agrega que *“nosotros cada vez que podemos los contactamos porque ellos laboran muy bien”*, por lo que Bosque Audiovisual se convirtió en una terciarizadora de la comunicación audiovisual de la organización.

Además de estas dos producciones se realizó una tercera producción sobre “el camino de las bolsas verdes” con una participación importante de la Casa Ecológica. Sin embargo el documental no es precisamente sobre la organización sino más bien sobre el proceso de recolección de las bolsas verdes, donde entran en juego otros actores y otras organizaciones.

Producciones:

Bosque Audiovisual realizó tres producciones con la participación de la Casa Ecológica.

La primera fue en el año 2011, con una cobertura sobre la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente en Plaza Moreno. La segunda, en el mismo año, El Camino de Las Bolsas Verdes. Y la tercera fue sobre el mismo evento que la primera pero en el año 2012.

Día Mundial del Medio Ambiente 2011:

El video comienza con una introducción de imágenes y música, donde se puede observar a muchos de los trabajadores de la Agencia Ambiental, entre ellos el director Federovisky y la coordinadora de actividades, Soledad Fumagalli, quien explica en la filmación de qué se trata el evento.

A lo largo del video se presentan a las diferentes organizaciones donde se explica qué hace cada una, la importancia del reciclaje, del cuidado de la energía, del agua y otras buenas prácticas ambientales.

La calidad del video es muy buena, la musicalización y el sonido acompañan muy bien a las imágenes y utilizan diferentes recursos para hacer la producción más llevadera y entretenida.

En líneas generales el video es informativo y educativo ya que no sólo se presentan las organizaciones, sino que muchas de las personas que las conforman logran

explicar su función y su importancia, y brindarle herramientas a quienes llegan a ver la producción para mejorar en el cuidado del medio ambiente.

Como no podía faltar en el video aparece el Intendente de La Plata haciendo un recorrido por los diferentes stands de Plaza Moreno, como así también aparece sacándose una foto con un girasol (una de las actividades del evento).

El video finaliza con las presentaciones musicales y un lindo mensaje del cantante de la banda Kapanga, encargada del cierre del evento. En estas últimas tomas se puede apreciar la gran cantidad de gente que se acercó al lugar y la importante producción que se hizo con el armado de la jornada.

A modo de conclusión, el video presenta el evento realizado por el Día Mundial del Medio Ambiente con sus participantes y sus actividades. No presenta a la organización ni tampoco aparece la Casa Ecológica en el video, sino que se menciona y se muestran algunos productos comunicacionales que estuvieron presentes en el stand de la Agencia Ambiental.

La producción audiovisual se puede ver en la página web de Bosque Audiovisual, en páginas de videos como Youtube y Vimeo y en el Facebook de la Casa Ecológica.

El camino de las bolsas verdes:

“El camino de las bolsas verdes, video-documental que promueve la separación en origen de los residuos producidos en los hogares. Esperamos que lo disfruten y compartan con todos lo que quieran participar activamente de esta nueva conciencia. Sé uno más en el compromiso con el medio ambiente”.

De esta manera Bosque Audiovisual presenta el video de casi 16 minutos sobre el proceso de las bolsas verdes. La participación de la Agencia Ambiental es fundamental en esta producción, pero una vez más la Casa Ecológica no se hace presente en el video.

Quien desarrolla el tema y explica la importancia de la separación de residuos es Sergio Federovisky, Director de la AA. Lo curioso del video es que él aparece en cámara sentado en la puerta de la Casa Ecológica, pero no la muestran ni hacen mención sobre ella.

También aparece Ramiro Sarandón profesor e investigador de la UNLP, varios ciudadanos de la ciudad que realizan la separación en origen y también entran en la producción las cooperativas que trabajan en conjunto con la AA en el proceso de reciclado.



A lo largo del video se arrojan datos sobre la cantidad de toneladas recicladas luego de la separación de residuos, la importancia del cierre de la CEAMSE y la futura inauguración de la planta de tratamiento de residuos.

Sobre el cierre del video se utiliza el techo de la Casa Ecológica y el molino eólico como tomas de relleno mientras habla Sergio Federovisky pero no se habla sobre la casa ni aparece un epígrafe de la misma.

En líneas generales el video es un gran aporte para generar conciencia sobre el camino de las bolsas verdes, pero no hay ningún tipo de relevancia para la Casa Ecológica ya que ésta no aparece en la producción ni se comenta sobre ella. Una vez sigue sin aparecer en contenido audiovisual.

Día Mundial del Medio Ambiente 2012:

Esta producción se centra en el evento por el día mundial del medio ambiente llevado a cabo en Plaza Moreno en el año 2012. La Agencia Ambiental aparece como protagonista y se presentan el resto de las organizaciones que participaron del evento. Organismos municipales y provinciales, ONG'S, empresas, laboratorios, facultades y otras organizaciones.

El video es entretenido pero no hay un aporte importante ni para la Agencia Ambiental ni para la concientización de la sociedad. Es breve, no profundiza sobre ningún taller, no hay discursos ni explicaciones sobre ninguna práctica de cuidado ambiental.

Entre los protagonistas del video se destacan Sergio Federovisky, el director de la AA, y Pablo Bruera, el Intendente de la Municipalidad de La Plata. El cierre del video coincide con el cierre del evento, un atardecer con música de fondo.

Una vez más la Casa Ecológica no entra en escena, ni siquiera se hace mención sobre ella. Sí aparecen algunos volantes que fueron repartidos en el stand el día del evento, pero no hay información ni ningún tipo de explicación sobre la CE.

Podemos hablar de un video sobre un evento puntual donde se destacan las organizaciones que participaron y algunas de las cosas que se hacen en el Partido de La plata en relación al cuidado del medio ambiente. La Agencia Ambiental tiene gran protagonismo por el aporte de Federovisky y varias tomas donde aparecen los integrantes de la organización, como en el cierre, donde se presenta una foto de todo el equipo en el stand de la AA.

Conclusiones – producciones audiovisuales.

A modo de conclusión se puede destacar que las producciones realizadas son interesantes, atractivas, que muestran actividades concretas, informan y educan sobre procesos de cuidado ambiental y buenas prácticas ambientales, entre otras cosas positivas.

En cuanto a lo negativo, en ninguno de los tres videos de la Agencia Ambiental aparece la Casa Ecológica, exceptuando unas tomas realmente breves donde se pueden ver el molino y el techo del edificio, pero donde no hay ninguna explicación de lo que se está viendo.

No hay ninguna referencia de la existencia de la casa, ni de las actividades. Tampoco de los procesos de educación ambiental o de los trabajos con otras organizaciones. Los videos son buenos aportes para la Agencia Ambiental, pero la participación de la Casa Ecológica es mínima y eso es lo que se debe reforzar.

En los eventos que participa la Casa Ecológica se difunden estos videos en pantallas LCD y son vistos por una gran cantidad de personas, pero ninguno de ellos son de un significativo aporte para la organización.

De modo que en cuanto a las producciones audiovisuales, el resultado del análisis es negativo. No hay ningún video circulando por la web que brinde información sobre la Casa Ecológica. No hay ningún documental que muestre la composición del edificio, no hay ninguna entrevista que destaque su historia y sus actividades, no hay información sobre su existencia.

CAPITULO IX: ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO

Luego de un exhaustivo diagnóstico realizado mediante una gran cantidad de herramientas y observando los diferentes aspectos de la organización, podemos realizar un análisis de los diferentes objetivos planteados y encontrar conclusiones que permitan elaborar una estrategia comunicacional.

La estrategia partirá de los resultados del diagnóstico e intentará fortalecer algunos de los aspectos más negativos de la organización a nivel comunicacional.

También encontramos en las conclusiones los aspectos positivos de la Casa Ecológica y los factores que condicionan algunas alternativas que también podrían ser útiles, pero no así viables.

En las conclusiones del diagnóstico observaremos los siguientes aspectos:

- A) Aspectos positivos de la organización.***
- B) Realidad institucional, mirada identitaria y principales conceptos dentro de la Casa Ecológica.***
- C) Actividades, contexto y actores.***
- D) Aspectos comunicacionales, ventajas y desventajas, viabilidad.***
- E) Otros aspectos observados.***

Posterior al análisis de estos ejes arribaremos a las conclusiones finales del diagnóstico, dejando la base para la estrategia comunicacional.

A) Aspectos positivos de la organización en líneas generales.

Es importante destacar los aspectos positivos de la organización para poder tener un panorama de lo bueno que se está haciendo, de las fortalezas que existen y las acciones que se pueden profundizar, ampliar o mejorar.

Como los propios trabajadores destacan, hay una gran libertad para organizar el trabajo, flexibilidad horarias, discusión sobre las temáticas a tratar y libertad para tomar decisiones.

La comunicación interna es efectiva, se utiliza mucho el e-mail y también la comunicación informal, principalmente oral (cara a cara). Tampoco es necesaria la presencia constante del Director de la Agencia Ambiental en el edificio para que cada empleado cumpla con su trabajo, todos ponen un poco de cada uno para realizar las tareas, queda bastante claro a partir de las entrevistas que el sueldo no es del todo bueno y que el trabajo que ellos realizan por lo general excede lo que deberían hacer.

La relación con el municipio es buena aunque el presupuesto no es alto y hay muchas ideas que no pueden llevarse a cabo por ese motivo. Lo mismo ocurre con el acotado personal y los bajos sueldos. También es buena la relación con otros entes municipales y con las cooperativas, como así también con sectores educativos y organizaciones ambientalistas.

El edificio se mantiene en forma, limpio y cuidado. Esto es muy importante porque parte del objetivo de la organización es funcionar “como ejemplo” para la sociedad de componentes sustentables para una vivienda. En este caso, la CE es el primer edificio sustentable del país.

Todos los componentes de la casa funcionan correctamente y permiten que las visitas sean explicadas en su totalidad y con un buen ejemplo, no mostrando algo dañado, sucio o que directamente no trabaje.

La participación de la Casa Ecológica en eventos y en actividades ha crecido mucho en el 2012 en relación al 2011. Lo mismo ocurre con la cantidad de participantes en las visitas guiadas. También ha crecido la cantidad de seguidores en la página de Facebook y la difusión en los medios de comunicación se ha mantenido estable.

Dentro de lo que es comunicación en el edificio se puede destacar que cada componente tiene su explicación en un lugar cercano al mismo. Esto ocurre tanto por dentro como fuera. A su vez, en el interior del edificio se pueden apreciar productos realizados por los chicos que participan de los talleres y de la colonia de vacaciones.

En cuanto a la comunicación para la difusión no hay demasiados aspectos positivos para destacar más que la producción de unos breves videos sobre eventos realizados y la constante actualización de la página de Facebook. También se puede mencionar la buena labor de los trabajadores cuando se realizan eventos, acercándose a la gente para explicar y comentar de qué se trata la Casa Ecológica, repartiendo volantes y trípticos muy bien realizados a los concurrentes.

En líneas generales hay muchos aspectos positivos para mencionar pero no tantos en materia comunicacional. Existe una realidad institucional particular por ser una organización que no sólo funciona como Centro de Educación Ambiental, sino que es la Sede de la Agencia Ambiental y sus trabajadores deben cumplir con todas las actividades desde ambos campos.

B) Realidad institucional, mirada identitaria y principales conceptos dentro de la Casa Ecológica.

La Casa Ecológica (CE) es la Sede de la Agencia Ambiental (AA) y actúa como Centro de Educación Ambiental. Esto se planteó así desde su creación y del espacio físico del edificio se destinó un 30% para tareas burocráticas de la AA y un 70% para actividades de educación ambiental.

Los trabajadores sienten la necesidad de instalar la Casa Ecológica en la ciudad para poder funcionar de manera independiente, por lo que hoy se intenta situar su “marca”. Esto resulta sumamente importante para ellos ya que siempre dependen del intendente de turno. Desde su creación no ha habido cambios de mandato y el actual intendente se muestra a favor de la CE, pero en un futuro puede cambiar el mando y así cambiar la realidad de la organización, como ocurre en la mayoría de las organizaciones en estos casos.

El miedo principal es que trasladen la sede de la Agencia Ambiental a otra oficina y convertir al edificio sustentable en un organismo de otra índole, dejando así vacía la

función de Centro de Educación Ambiental. Claro está también que los trabajadores seguirían realizando tareas de la AA, pero no así de la CE.

En este sentido encontramos un aspecto que los trabajadores quisieran cambiar, y es que la marca “Casa Ecológica” no tiene fuerza aún. No es reconocida, no tiene presupuesto propio y no tiene muchos recursos. Tampoco se destaca su nombre ya que siempre se ubica como la sombra de la Agencia Ambiental. Su nombre ni siquiera aparece en el edificio. Claro está que nunca se puede dejar de lado el componente político de la organización, de modo que para el Municipio esto es algo positivo.

Los integrantes del equipo coinciden en los principales conceptos que observamos a lo largo del diagnóstico. Las ideas centrales tienen que ver con la noción de Ambiente, de Desarrollo Sustentable, de Educación Ambiental, las Buenas Prácticas Ambientales y la de Comunicación.

Principalmente lo que se busca desde la organización es concientizar a la población sobre la importancia del medio ambiente y el cuidado de los recursos naturales. Brindar información sobre las problemáticas en la región y generar una participación activa para transformar esa realidad.

Se presenta como crucial la necesidad de generar cambios en las prácticas de las personas para tener en cuenta a las generaciones futuras e instalar la noción del Desarrollo Sustentable.

Principalmente se trabaja desde la Educación Ambiental, un concepto relativamente nuevo para que buscar precisamente la concientización en la gente sobre la relación del ser humano con la naturaleza.

En los últimos años se ha profundizado este concepto, existen muchos libros al respecto y la meta a futuro es instalar este campo disciplinario en espacios de educación formal, aunque tiende a ser una larga lucha según explican los expertos.

Pese a esta postura y las acciones que se realizan desde esta área, no hay una articulación con otros organismos municipales que también trabajan en Educación Ambiental, como por el ejemplo el Parque Ecológico. No hay una política unificada desde el municipio para llevar a cabo acciones fuertes y sostenidas en este sentido.

La actividad más fuerte en este sentido son las visitas guiadas, una introducción a la temática ambiental para los más jóvenes. Sin embargo, no hay una estrategia que se mantenga en el tiempo, no hay evaluación ni seguimiento. Todo queda en una visita a la CE y luego no se sabe si esa enseñanza sirve de algo, si se profundiza o no.

Con lo que más se trabaja en la Casa Ecológica desde el concepto de Educación Ambiental es con las Buenas Prácticas Ambientales. Con estas lo que se intenta es cuidar y preservar los recursos naturales que utilizamos cotidianamente.

Principalmente se trabaja con el agua, la energía, los alimentos y la basura. Los componentes del edificio presentan alternativas a los tradicionales mecanismos de utilización y generación de estos recursos y desde las actividades y el discurso se busca instalar la importancia de la separación de residuos.

Pero como se menciona más arriba, no hay una evaluación ni un seguimiento. Tampoco este tratamiento de las buenas prácticas ambientales es sostenido y aplicado a otros sectores, no hay una política fuerte desde el municipio, no hay decisión política para realmente generar un cambio. Se dio el primer paso, hay una introducción en el campo, pero no hay una fuerte planificación en este aspecto.

La importancia de la separación de residuos, una de las principales políticas ambientales desde la gestión municipal, trabajada desde la Agencia Ambiental y bajada desde las actividades de la Casa Ecológica, ha significado un gran crecimiento en la ciudad. Sin embargo, el conflicto con la CEAMSE sigue vigente, las denuncias se mantienen y la planta de tratamiento aún no se encuentra en funcionamiento.

C) Actividades, contexto y actores.

Lo primero para destacar es que los trabajadores de la CE hacen más de lo que deben y trabajan más tiempo del requerido por contrato. El sueldo es bajo, motivo por el cual la mayoría de los integrantes del equipo tienen otros empleos. El presupuesto de la organización es limitado.

Como se menciona anteriormente, la actividad principal son las visitas guiadas. Las siguen las participaciones en eventos, las charlas en otras organizaciones y actividades esporádicas y temporarias como las colonias de vacaciones o talleres específicos.

Dentro del análisis de las actividades, el contexto y los actores, lo que podemos observar es que no hay un trabajo en conjunto con otras organizaciones, más allá de la realización de algún evento donde de todas formas cada uno tiene libertad de hacer lo que crea conveniente.

De modo que así como no hay una política definida para educación ambiental, tampoco lo hay para otras actividades. La Casa Ecológica maneja sus tiempos y realiza las actividades que quiere, lo mismo hacen los otros organismos municipales, las cooperativas, las organizaciones ambientales y demás.

En el contexto actual, el crecimiento por temática ambiental ha crecido mucho. Algunos dicen que está de moda, otros que es el futuro inminente, algunos que es pura pantalla, y tantas otras cosas, pero lo que sí sabemos es que el tema está latente.

Sin embargo, no hay demasiado presupuesto, no hay un trabajo fuerte desde esta área, no hay un fuerte interés desde el municipio. Puede que este sea el comienzo de algo grande, puede ser el primer paso, puede ser todo una mera pantalla, puede terminar en la nada en un futuro. No sabemos realmente qué va a pasar en este sentido, pero sí podemos notar que no hay un peso fuerte de la organización a nivel municipal. No son convocados para temáticas de urbanismo, de turismo y de otras áreas en la que los trabajadores aseguran sería muy importante su participación para marcar las líneas en cuanto al impacto ambiental.

No hay una planificación a largo plazo. Ni de posicionamiento, ni de gestión ambiental, ni de expansión en el poder de intervención, ni de ningún otro tipo de crecimiento. La organización está limitada a lo que es y trabaja mes a mes con determinadas actividades. Sí hay algunas fijas, como el día mundial del medio ambiente y las colonias de vacaciones, pero no mucho más.

Una verdadera política ambiental municipal tendría a la Casa Ecológica trabajando a fondo, con una cantidad mayor de trabajadores, con más recursos económicos y con una mayor participación en la gestión municipal.

D) Aspectos comunicacionales, ventajas y desventajas, viabilidad.

Lo primero a mencionar en cuanto a lo comunicacional es que no hay ninguna persona que provenga de la disciplina de la comunicación. La CE cuenta mayormente con biólogos, geólogos, y otras personas que no son profesionales en ningún campo.

Lo segundo es que no hay un presupuesto específico para lo comunicacional. De modo que cualquier gasto que se hace en este campo parte directamente del presupuesto general, que se destina a diferentes actividades.

En lo que respecta a la comunicación interna ya fueron mencionadas varias cosas en los aspectos positivos. Sí podemos destacar como aspecto negativo el hecho de que no hay un canal formal de comunicación ni una estrategia de cómo comunicarse, por lo que muchas veces queda en la comunicación informal, mayormente oral o vía e-mail.

Tampoco hay una cartelera específica que brinde información útil que es necesaria en el día a día. Desde la observación se pudo notar como muchas veces se dificulta el acceso a números de teléfono, a direcciones, a e-mails y demás, por no tener un espacio que posibilite comunicar estos datos útiles.

En cuanto a la comunicación externa, la Casa Ecológica no tiene página web (tampoco la Agencia Ambiental). Tiene un blog en estado de abandono (lo hacía una voluntaria pero se cansó y lo dejó) que claramente le juega en contra. Tampoco tienen comunicados, cartillas electrónicas, ni nada por el estilo (aunque en una época sí tuvo).

Lo único que tiene activo para poder difundir actividades y generar contactos por las personas es la página web de Facebook. Esta se mantiene actualizada, con un diseño atractivo y se responden las consultas de los seguidores.

El Facebook es actualizado por Soledad Fumagalli, Paula Ramírez y Germán Silva, sin un criterio definido, se encargan de subir la información y de responderles a los usuarios que contactan la CE.

La Casa Ecológica cuenta con la ventaja de ser un ente municipal, por lo que el acceso a los medios de comunicación es más fácil que para otros. También tienen acceso al sitio web oficial de la Municipalidad de La Plata. Reciben llamados seguidos de programas radiales, han aparecido en revistas, medios online y otros medios periodísticos.

Sobre las producciones audiovisuales podemos hacer un juicio de valor y decir que son dinámicas, llamativas e interesantes, pero en ningún caso se presenta a la Casa Ecológica ni se invita a participar en ella, brindando información o vías de contacto. El edificio en sí no aparece, no hay una muestra de su existencia.

En líneas generales la comunicación desde la Casa Ecológica es insuficiente, no es presentada desde la comunicación audiovisual, se manejan solamente con Facebook en la Web, no hacen campañas comunicacionales, apenas se realizan algunos volantes de difusión y no tienen una planificación en este campo.

Para poder terminar de analizar el diagnóstico y desprender las posibles líneas de acción que posibilitarán el planeamiento de la estrategia se va a trabajar con un cuadro de realidades.

CAPITULO X: CONCLUSIONES

A partir de toda la información recabada y de los objetivos de diagnóstico planteados al comienzo de la tesis, podemos elaborar una conclusión sobre todo lo detallado en el trabajo y dejar las bases sentadas para una estrategia de comunicación que permita transformar los aspectos negativos de la organización en este campo.

Para retomarlos, los objetivos plantados inicialmente fueron los siguientes:

Objetivo General.

Conocer aspectos constitutivos de la CC.AA y reconocer sus acciones, objetivos y propuestas en la ciudad de La Plata para elaborar una estrategia de comunicación que profundice y fortalezca sus acciones en este campo.

Objetivos Específicos.

- A) Conocer la identidad de la organización en relación a las miradas de “comunicación”, “ambiente”, “educación ambiental” y “desarrollo sustentable” de la AA en general y de los actores que la componen en particular.
- B) Conocer y analizar los canales de comunicación y los mensajes comunicacionales.
- C) Reconocer los actores, proyectos y las ideas que definen las acciones de comunicación externa de la Casa Ecológica de la Agencia Ambiental.

A lo largo de la tesis se fue trabajando sobre muchos otros aspectos de la realidad institucional de la organización y se pudieron reconocer otros temas que inciden en los observados desde los objetivos.

En este apartado analizaremos cada uno de ellos detenidamente para poder tener una idea acabada de la realidad estudiada y marcar el campo de trabajo para la estrategia.

A) Identidad organizacional y conceptos claves.

Mediante las entrevistas realizadas se pudo reconocer la postura de la organización en cuanto a los principales conceptos que observamos desde el trabajo.

A.1) Comunicación:

Entre los actores de la CE se reparte la idea de comunicación como eje para la difusión de la organización y sus actividades y también como aspecto clave en los procesos educativos.

A.2) Ambiente:

En muchos ámbitos académicos la noción de “ambiente” y “medio ambiente” tiene muchas contradicciones y muchas similitudes, incluso algunos autores los ponen en el mismo nivel. En la Casa Ecológica pasa algo parecido, algunos trabajadores mezclan los términos, los definen de la misma manera o hacemos pequeñas diferencias.

La distinción que encontramos en un aspecto cultural. Básicamente lo que se plantea es que el ambiente es el conjunto de características del entorno natural, mientras que el medio ambiente incorpora la cultura, la intervención del hombre.

A.3) Educación Ambiental:

Este término resulta importante porque la Casa Ecológica fue pensada como un “centro de educación ambiental”. En este caso, lo se entiende a la misma como un proceso de educación mediante la acción para generar una conciencia y un cambio de hábitos en cuanto a la relación de la persona con el ambiente.

Si bien no se descarta la validez y la importancia de la educación ambiental en el ámbito formal, desde la CE deslizan la necesidad de salir del aula y acercarse más a la naturaleza.

A.4) Desarrollo Sustentable:

En este caso también surge la noción de desarrollo sostenible y una puja entre cuál predomina en la actualidad. Para poder tomar una postura de la Casa Ecológica no hubo que indagar demasiado, todos coinciden en que lo importante es utilizar los recursos naturales pero siempre teniendo en cuenta las generaciones futuras.

En términos más académicos, la definición general de este concepto tiene que ver con tres pilares fundamentales: la articulación armónica entre los componentes del

ambiente, las necesidades sociales y los intereses económicos. Implica el desarrollo en cuanto a crecimiento económico, mejoramiento de la calidad y nivel de vida de una población, teniendo en cuenta la capacidad de carga del ambiente

B) Canales de comunicación y mensajes comunicacionales.

A lo largo del trabajo se intentó reconocer los canales de comunicación, sus usos, los encargados de manejar los mismos y otros aspectos, entre ellos los mensajes comunicacionales que se promueven.

B.1) Marca Casa Ecológica:

Desde los integrantes de la organización se menciona la importancia de consolidar la marca “Casa Ecológica”. Sin embargo, no se profundiza en ello.

Se busca: Tener su impronta para que no pueda ser trasladada o eliminada por gestiones políticas futuras. Posicionarse en la Ciudad de La Plata y fortalecerse en la sociedad.

Se hizo: Se diseñó un logo propio para diferenciarse de la Agencia Ambiental. Se busca difundir la misma en las redes sociales y en los medios y se realizan actividades directamente desde la Casa y no desde la AA.

Resultados observados: Aún no logra consolidarse. Una encuesta demuestra el poco conocimiento que hay de la CE en la sociedad platense. A su vez, el edificio se presenta más como Agencia Ambiental que como Casa Ecológica.

Conclusión: Es un aspecto importante y entra en contradicción con la política Municipal que busca ubicar a la CE dentro de la AA y posicionar a la AA. Si bien los integrantes de la CE dicen que “Es necesario diferenciarse de la Agencia Ambiental por lo cambiante que es la política en nuestro país”, no tienen claridad en la mirada política y en el objetivo de posicionamiento comunicacional Municipal.

B.2) Comunicación en el edificio:

Parte del objetivo general de la CE es ser un ejemplo para la comunidad de edificación sustentable. De este modo, el edificio es visitado por muchas personas.

Se busca: brindar información sobre los componentes de la casa y generar conciencia de que se pueden utilizar otros materiales para la construcción y el uso de los recursos.

Se hace: Se utilizan carteles explicativos, recortes de diarios, se presentan productos comunicacionales y se exponen elementos de cuidado ambiental.

Resultados observados: Los carteles no mencionan la “casa ecológica” sino la

“agencia ambiental”. El edificio tampoco tiene un cartel llamativo de que uno efectivamente se encuentra en la CE.

Conclusión: Uniendo este punto con el anterior, es fundamental instalar la marca “Casa Ecológica” en el edificio, tanto en la cartelería ya creada como en lo nuevo por hacer. En cuanto a la información que se brinda, es concreta y concisa.

B.3) Visitas guiadas y charlas en organizaciones e instituciones:

Dentro de los procesos de comunicación podemos destacar estos dos por su gran convocatoria y por ser una de las principales acciones en este campo.

Se busca: Brindar información sobre la importancia del cuidado ambiental, estrechar lazos con otras organizaciones, dar a conocer la Casa Ecológica y fomentar la participación de otras actividades que se realizan.

Se hace: Para las visitas y las charlas los trabajadores de la CE se van rotando para cumplir con los diferentes turnos. Se aprovecha la totalidad del edificio y se brindan folletos explicativos (el tríptico) para que los visitantes se lleven. En caso de visitar organizaciones se llevan afiches y volantes.

Resultados observados: Las visitas guiadas cumplen con las expectativas en cuanto a cantidad de personas y a la demostración de interés que se muestra desde ambos lados. Sin embargo, lo que no se realiza por una cuestión de recursos es una evaluación del proceso ni tampoco un seguimiento.

Conclusión: Las visitas guiadas y las charlas son las principales actividades de la CE por la cantidad de personas que participan. Sin embargo, sería importante conocer los efectos logrados en los procesos de trabajo y buscar un efecto “dominó”, donde los visitantes luego vuelquen sus conocimientos a otras personas. De este modo estrechar más lazos y convocar una mayor cantidad de organizaciones.

B.4) Comunicación en eventos y actividades:

En este caso se deben analizar tres cuestiones: la difusión, la comunicación en el evento o actividad y la comunicación de lo realizado.

Se busca: informar los eventos y actividades en diferentes medios para convocar participantes, realizar una buena tarea comunicacional durante las jornadas brindando información y generando conciencia en la temática y dar a conocer lo realizado para demostrar su trabajo y generar un efecto favorable hacia la gestión política por su rol como organismo municipal.

Se hace: Se utilizan las redes sociales, los medios de comunicación, afiches y volantes. La CE tiene diseñadora gráfica y la Municipalidad imprenta.

Resultados observados: Dependiendo el evento o la actividad el trabajo es más o menos planificado y logra menores o mayores frutos. Los grandes eventos como el día internacional por el medio ambiente es muy exitoso por la difusión y la participación, pero en otros casos no se llega a difundir en ningún medio, tampoco se preparan productos comunicacionales para las jornadas y luego no se da a conocer lo que se hace.

Conclusiones: Se debe trabajar mucho en los tres aspectos comunicacionales que tienen que ver con la realización de eventos y actividades. Primero en la difusión para incrementar la participación, segundo en la comunicación durante las jornadas para generar un mayor efecto en las personas sobre el cuidado ambiental y finalmente dando a conocer lo realizado para lograr una mayor aceptación en la sociedad y un efecto positivo para la gestión municipal ya que “lo que no se da a conocer no existe”.

B.5) Comunicación con organizaciones:

La CE se relaciona directa o indirectamente con muchas organizaciones. Entre ellas instituciones educativas (desde jardines hasta facultades), cooperativas, ONG's, organizaciones del sector privado y direcciones y departamentos del sector público municipal y provincial.

Se busca: estrechar lazos para realizar procesos de educación ambiental y ocupar más espacios para darse a conocer como Casa Ecológica.

Se hace: Se participa de algunos eventos y se invita a participar de los que realiza la CE.

Resultados observados: Es una ida y vuelta con otras organizaciones pero no hay una planificación en conjunto. No se elaboran productos comunicacionales ni se llevan adelante procesos de gran envergadura en conjunto.

Conclusiones: Claro está que cada organización tiene sus propios intereses, pero es importante tener una comunicación fluida y generar espacios de comunicación entre las organizaciones para poder trabajar en conjunto y así llegar a diferentes sectores de la sociedad en materia de cuidado ambiental para generar más conciencia.

B.6) Productos comunicacionales:

Previamente analizamos los afiches, folletos, trípticos y otros productos comunicacionales que se realizan de manera permanente o eventual dependiendo el objetivo de cada uno de ellos. La organización cuenta con una amplia producción comunicacional.

Se busca: Los productos cumplen dos objetivos diferentes, algunos son utilizados para la difusión de la organización o de determinados eventos, y otros son para generar conciencia y para la realización de procesos de educación ambiental.

Se hace: Se utilizan afiches de diferentes tamaños y material, gigantografías de la Casa Ecológica, volantes de difusión, trípticos que explican los componentes de la casa y algunos otros productos eventuales.

Resultados observados: Las producciones son atractivas y de buen material, a todo color y con mensajes claros y concretos. La folletería está pero no se hacen fuertes campañas de difusión, sólo se reparten durante los eventos.

Conclusiones: Los productos comunicacionales son uno de los fuertes de la organización en cuanto al área de difusión y educación, pero no se trabaja en profundidad ni con un objetivo concreto. No hay una planificación específica y no se llevan adelante campañas de gran magnitud para realmente dar a conocer la organización e instalarse en la sociedad.

B.7) Página Web y Redes Sociales:

Como se menciona en el cuerpo del diagnóstico, las “www” han cobrado una importancia vital para las organizaciones, la web 2.0 ha significado un crecimiento a grandes escalas en todo el mundo y nuestro país no es la excepción. Las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter han llegado para quedarse y no se puede estar fuera de este mundo virtual para pensar en una verdadera comunicación institucional.

Se busca: Difusión y contacto. Estos son los objetivos de la web para la organización, principalmente poder difundir sus actividades y eventos.

Se hace: La Casa Ecológica no tiene página web, tiene un blog abandonado hace más de un año, tiene una página de Facebook que se mantiene actualizada pero con pocos seguidores mientras que no tiene Twitter ni ninguna otra red social.

Resultados observados: El Facebook es positivo para la organización por su seguimiento, el contacto permanente con los seguidores, la información, el diseño y las fotos. El blog es negativo por el abandono y por el poco contenido (desactualizado) que tiene. La web antes existía y ahora ya no, por lo que es una baja importante también. El Twitter pisa fuerte y su ausencia se suma a una mirada negativa sobre la CE y la web.

Conclusiones: Es importante que el Facebook siga creciendo y la organización se debe una fuerte campaña para difundirlo y sumar seguidores. En cuanto al blog, sería mejor quitarlo de la web antes que dejarlo funcionando en el estado que está. La web

es fundamental retomarla por el peso que tiene la internet hoy en día y sería importante sumar el Twitter para informar actividades y eventos.

B.8) Los medios de comunicación:

Como aparece en el apartado de análisis de discurso, donde se observaron una serie de publicaciones en medios gráficos sobre la Casa Ecológica, encontramos que hay muchas publicaciones sobre la misma y también la ventaja de contar con acceso a los medios.

Observaciones: La CE aparece eventualmente en medios de comunicación de alcance local o regional (y otro poco de nivel nacional) y en la mayoría de las publicaciones se crea una imagen positiva de la organización y se difunden actividades y eventos que se llevan a cabo.

Se hace: La CE forma parte de la Municipalidad de La Plata y tiene acceso a los medios de comunicación a través de los boletines oficiales del gobierno municipal. También son entrevistados por medios radiales

Resultados observados: La organización aparece eventualmente en los medios de comunicación es uno de los aspectos más positivos por su buena imagen y por la cantidad de personas que llegan los medios.

Conclusiones: Es una herramienta que puede utilizarse más seguido por la llegada y lo positivo de las publicaciones. Ser un ente municipal tiene estas ventajas y con un simple e-mail se puede alcanzar un público masivo.

B.9) Producciones audiovisuales:

Desde su creación al día del a fecha se han realizado tres producciones audiovisuales que tienen a la Casa Ecológica como protagonista o como participante.

Se buscó: La CE realizó dos producciones sobre “El día mundial del medio ambiente”, una en el 2011 y otra en el 2012. La tercera es sobre “El camino de las bolsas verdes” donde se incluyen diferentes actores en el proceso.

Se hizo: Se contactó a la productora Bosque Audiovisual con quién tienen muy buena relación y se costó desde la Municipalidad de La Plata.

Resultados observados: Las producciones audiovisuales son importantes para su difusión, y estas tres presentan intervenciones de la CE pero no aparece el edificio de la organización, está ausente en todo momento.

Conclusiones: Las producciones son positivas para dar a conocer las acciones de la CE, sobre todo una de las más importantes como es la organización por el día mundial del medio ambiente. Sin embargo está ausente el edificio y eso es negativo ya que la

CE debe hacerse fuerte en su propio territorio para poder darse a conocer, posicionar la marca, aumentar la convocatoria y abarcar un mayor número de personas con sus actividades.

C) Actores, proyectos e ideas: la Casa Ecológica en acción:

A partir del diagnóstico se pueden observar los principios que demarcan el campo de acción de la CE, los destinatarios de las actividades, el manejo de la comunicación en cada ocasión, el factor político, el costo económico y otros aspectos que entran en juego a la hora de tomar decisiones y pasar del plan a la acción.

Lo primero a mencionar es que la Casa Ecológica tiene pocos recursos. Son pocos empleados, la mayoría de ellos con horarios y días rotativos. El mismo presidente va dos o tres veces por semana de manera aleatoria.

El presupuesto económico es bajo y no pueden llevar a cabo demasiadas actividades. Utilizan la imprenta y los medios de la municipalidad y para producciones grandes deben acudir a dinero extra del municipio.

Las decisiones finales las toma el presidente Sergio Federovisky, mientras que las ideas y propuestas parten de cada empleado y se discuten con la coordinadora de actividades Soledad Fumagalli. Finalmente se ponen sobre la mesa en la reunión mensual del equipo que se llevan a cabo en la organización.

No hay demasiada planificación, las cosas se van haciendo sobre la marcha. Las únicas cosas pautadas de ante mano son los eventos que se hacen año tras año como el día mundial del medio ambiente, las visitas guiadas, la huerta ecológica y algunas otras actividades. El resto van surgiendo, se debaten y se define por participar o no.

La prioridad es la Educación Ambiental. Realizar fuertes procesos de concientización sobre todo en cuanto a la separación de residuos y el cuidado de los principales recursos naturales que se utilizan en la ciudad de La Plata (Agua, luz y gas).

La comunicación no es algo central en la organización. Primero se definen las actividades y luego si se puede se difunden o no. Tampoco hay evaluaciones de lo realizado. Hay poco difusión post-acción.

El factor político es central porque la CE es parte de la Municipalidad de La Plata. Por ello es que hay un límite de acción, un presupuesto acotado, una intención política detrás de cada acción y otras cuestiones que tienen que ver con la gestión actual.

CAPITULO XI: CUADRO DE REALIDADES

Cuadro de realidades:

Esta herramienta permite *“ordenar y analizar los problemas y las potencialidades nos sirve para profundizar el conocimiento sobre la realidad que estamos diagnosticando, y nos facilita la comprensión de las relaciones que hay entre unas y otras”*⁹⁶.

Este cuadro posibilita la observación de realidades positivas y negativas, presentando los datos que nos permiten detectarlas, sus causas (profundas y superficiales) y partir de allí una posible línea de acción para revertir la realidad negativa o potenciar la positiva.

Para esto nos vamos a centrar principalmente en aspectos de comunicación externa ya que son los que van a ser abordados desde el proyecto.

⁹⁶ Sembrando mi futuro. comunicación, planificación y gestión para el desarrollo local. Facultad de Periodismo y Comunicación social. Universidad Nacional de La Plata.

Cuadro de realidades Casa Ecológica.

REALIDAD	DATOS	CAUSAS	LÍNEAS DE ACCIÓN
<p>Positiva. Existe una buena comunicación en el edificio.</p>	<p><i>Cada componente de la CE tiene su cartel explicativo. Los mismos se mantienen en buen estado, limpios y seguros.</i></p>	<p>Profundas. La CE fue diseñada para funcionar como ejemplo de sustentabilidad. Superficiales. El costo de mantenimiento es bajo. La imagen del edificio es prioritaria.</p>	<p>Incluir la "Marca Casa Ecológica" en la comunicación y generar un espacio para la difusión de actividades que se realizan. (Cartel, afiche, etc).</p>
<p>Negativa. Poco conocimiento de la CE en la sociedad.</p>	<p><i>Encuesta realizada a 300 ciudadanos del Partido de La Plata indican un 30% de conocimiento. Los mismos trabajadores de la CE lo afirman.</i></p>	<p>Profundas. Poco tiempo de existencia de la CE. No hay trabajo profundo en la ciudad sobre la temática, ni políticas públicas ni de educación ambiental. Superficiales. Poca difusión de la existencia de la CE. Poco apoyo del municipio. No se realizaron campañas de posicionamiento.</p>	<p>Realizar una fuerte campaña de difusión mediante volantes, afiches, videos, spots radiales, publicaciones en medios de comunicación y un evento de gran magnitud (que se incluya en la difusión) abierto a todo público y a realizarse en el mismo edificio.</p>
<p>Positiva. Buena utilización del Facebook para difusión y contacto con lectores.</p>	<p><i>Se mantiene actualizado constantemente. Se responden todos los mensajes. Se agregan fotos, videos, noticias y otras publicaciones.</i></p>	<p>Profundas. Es importante porque el 50% de los argentinos tiene y usa Facebook. Superficiales. Es fácil de utilizar y 100% gratis.. Hay tres personas que lo actualizan.</p>	<p>Realizar un trabajo de posicionamiento para aumentar el nº de seguidores. Incluir publicaciones de EA. Promover el espacio para el debate y nuevos contactos.</p>

<p>Negativa. Baja participación de la sociedad en eventos y actividades de la CE.</p>	<p><i>Según los propios trabajadores, el número de participantes está por debajo de lo esperado en un 50% aproximadamente. Se pudo ver desde la observación participante que la convocatoria es baja.</i></p>	<p>Profundas. Poco conocimiento de la CE en la sociedad. Bajo presupuesto en RRHH para aumentar las opciones de horarios y días de actividades, y para difundir aún más las actividades. Superficiales. Las acciones diseñadas y planificadas no son de interés. Hay poca articulación con actores importantes como escuelas y organizaciones.</p>	<p>Realizar un trabajo de relevamiento de temas y proyectos ambientales en organizaciones como escuelas, universidades, clubes etc. para articular, acompañar y asesorar en los temas. Ofrecer el espacio para que otras organizaciones puedan realizar acciones de capacitación Etc. Aumentar el uso de la WEB 2.0 para llegar a otros públicos.</p>
<p>Negativa. No hay un fuerte trabajo en conjunto con otras organizaciones de la ciudad en materia de Comunicación/Educación Ambiental.</p>	<p><i>Se observa en las actividades. Lo aseguran los trabajadores. Se organizan algunos eventos en conjunto pero no se trabaja en el contenido. Varios organismos municipales y provinciales tienen áreas de Educación Ambiental pero no hay una comunicación fluida que permita el trabajo en equipo.</i></p>	<p>Profundas. No hay decisión política para ello. Superficiales. No hay una planificación en conjunto. No hay comunicación fluida entre los organismos. Las diferencias políticas con ONG's impiden el trabajo en equipo. No hay unificación de criterios entre los organismos, ONG's y otras entidades para tratar este tema en conjunto.</p>	<p>Realizar una mayor planificación para poder trabajar en este campo con mayor preparación. Generar espacios de diálogo con otras organizaciones. Pensar acciones concretas de uso del espacio en conjunto o de la CE llegando a las organizaciones con actividades.</p>

<p>Positiva. Buenas producciones audiovisuales.</p>	<p><i>Se observa en el análisis del contenido desde una mirada comunicacional. Las producciones son breves, concisas y brindan la información deseada. La calidad de los videos es HD.</i></p>	<p>Profundas. Financiamiento de la Municipalidad. Superficiales. Buena relación con la productora Bosque Audiovisual. Predisposición para el trabajo en conjunto. Unificación de criterios e intereses.</p>	<p>Realizar un Video Institucional que presente la Casa Ecológica, sus actividades y algunas nociones de Educación Ambiental. Que la producción sirva para trabajar la identidad y la situación deseada de la CE.</p>
<p>Negativa. No se trabaja la "Marca Casa Ecológica" para desligarse de la Agencia Ambiental (AA).</p>	<p><i>Los trabajadores destacan la necesidad de instalar la "marca Casa Ecológica" por miedo a un cambio de gestión. No se planifica en este sentido, no hay acciones concretas. No se desliga a la CE de la AA en las publicaciones, se observa en el análisis de productos.</i></p>	<p>Profundas. No hay interés por parte del municipio de darle identidad propia a la CE por fuera de la Agencia Ambiental. Superficiales. No hay una identidad 100% definida de la organización. No hay una comunicación independiente de la CE, por fuera de la AA.</p>	<p>Instalar la "Marca" en la comunicación del edificio realizando un cartel con el nombre "Casa Ecológica". Generar mayor difusión de la CE dejando a un lado a la Agencia Ambiental. Agregar "Casa Ecológica" en toda la comunicación.</p>
<p>Positiva. Buena comunicación y mediación pedagógica en las visitas guiadas por la Casa Ecológica.</p>	<p><i>Se pudo notar mediante la observación participante. Lo mencionan los docentes que llevan los contingentes al finalizar la visita (según lo detallan los miembros de la CE).</i></p>	<p>Profundas. La CE está en muy buenas condiciones. Los guías están especializados en el tema. Superficiales. La comunicación gráfica es muy buena. El espacio físico es favorable.</p>	<p>Realizar una evaluación de lo transmitido. Seguir en contacto para observar la evolución de la temática. Realizar una visita a la institución para una nueva acción de Educación Ambiental.</p>

Negativa.

Poca utilización de las ventajas de la WEB 2.0.

*La CE no tiene página web.
Tiene un blog desactualizado (abandonado en nov. 2011) y que se difunde en el Facebook de la organización.
No se difunden los videos subidos a diferentes espacios de reproducción online.
La CE no tiene Twitter ni otras redes sociales (excepto Facebook).
No se usan otras ventajas.*

Profundas.

No hay comunicadores en la organización.
Bajo presupuesto para costear una agencia de comunicación.
Superficiales.
La diseñadora gráfica no cuenta con herramientas web.
No hay trabajadores capacitados para actualizar una web.
Los trabajadores aseguran que las nuevas tecnologías son sumamente importantes pero no se planifica en este sentido.

Designar encargados de la comunicación online y generar una capacitación (modalidad taller) que permita la actualización de los espacios utilizados.
Crear un sitio web gratuito o económico y mantenerlo actualizado.
Eliminar el blog y quitarlo del Facebook como "link".

Positiva.

Acceso a recursos de la Municipalidad de La Plata.

*Lo menciona el equipo de la CE
Tienen acceso a la imprenta, a espacios públicos para eventos, a medios de comunicación y a ciertos financiamientos.
Sin embargo el presupuesto anual para la CE es bajo.*

Profundas.

La CE es parte de la Municipalidad.
Superficiales.
La gestión actual busca mostrarse interesada por la temática ambiental debido a que aparece en la agenda mediática.
Los pedidos que realiza la CE son pocos y de bajo costo.

Realizar una planificación efectiva de las actividades para poder aprovechar esos recursos debido a los tiempos que se manejan en el municipio para acceder a los mismos.

Negativa.

Poca utilización de las ventajas de la WEB 2.0.

*La CE no tiene página web.
Tiene un blog desactualizado (abandonado en nov. 2011) y que se difunde en el Facebook de la organización.
No se difunden los videos subidos a diferentes espacios de reproducción online.
La CE no tiene Twitter ni otras redes sociales (excepto Facebook).
No se usan otras ventajas.*

Profundas.

No hay comunicadores en la organización.
Bajo presupuesto para costear una agencia de comunicación.
Superficiales.
La diseñadora gráfica no cuenta con herramientas web.
No hay trabajadores capacitados para actualizar una web.
Los trabajadores aseguran que las nuevas tecnologías son sumamente importantes pero no se planifica en este sentido.

Designar encargados de la comunicación online y generar una capacitación (modalidad taller) que permita la actualización de los espacios utilizados.
Crear un sitio web gratuito o económico y mantenerlo actualizado.
Eliminar el blog y quitarlo del Facebook como "link".

Positiva.

Acceso a recursos de la Municipalidad de La Plata.

*Lo menciona el equipo de la CE
Tienen acceso a la imprenta, a espacios públicos para eventos, a medios de comunicación y a ciertos financiamientos.
Sin embargo el presupuesto anual para la CE es bajo.*

Profundas.

La CE es parte de la Municipalidad.
Superficiales.
La gestión actual busca mostrarse interesada por la temática ambiental debido a que aparece en la agenda mediática.
Los pedidos que realiza la CE son pocos y de bajo costo.

Realizar una planificación efectiva de las actividades para poder aprovechar esos recursos debido a los tiempos que se manejan en el municipio para acceder a los mismos.

ESTRATEGIA

Capítulo XII: Estrategia

Desde el comienzo del trabajo se pensó en realizar una estrategia que permitiera trabajar uno o más aspectos de la comunicación de la organización. La realización del diagnóstico permitió reconocer la realidad de la Casa Ecológica en la mayoría de sus aspectos, pero principalmente en el área de la comunicación como se había planteado en los objetivos B y C para la realización del diagnóstico.

Se pudieron observar muchas virtudes y muchas falencias en el campo comunicacional, que ponen en evidencia los motivos por los cuales no cumplen con los objetivos propuestos a corto o mediano plazo, o en caso de cumplirlos no se logran de la mejor manera deseada.

En las conclusiones del diagnóstico, y a partir el cuadro de realidades, podemos observar los principales aspectos comunicacionales a trabajar en algunas dimensiones internos de la organización pero sobre todo hacia afuera, en su relación con los diferentes actores de la comunidad local y regional.

La idea final de la estrategia es posibilitar una mejor organización del trabajo desde la mirada comunicacional y reforzar el uso de las herramientas de este campo para fortalecer las acciones que se llevan adelante desde la Casa Ecológica.

A partir del cuadro de realidades surgieron posibles líneas de acción y finalmente se pudo definir y priorizar valorando las más importantes y viables para la organización teniendo en cuenta los recursos con los que cuenta..

A continuación podemos observar las propuestas iniciales para fortalecer a la organización desde una mirada comunicacional, en base a lo identificado en el proceso de diagnóstico y tratando de identificar sobre qué dimensión de la comunicación (interna o externa) se trabaja con cada línea de acción.

Líneas de acción:

1) *Incluir la “Marca Casa Ecológica” en la comunicación y generar un producto comunicacional para presentarla en el edificio.*

Dimensión externa de la comunicación

2) *Realizar una fuerte campaña de difusión para posicionar la CE en la ciudad de La Plata.*

Dimensión externa de la comunicación

3) *Realizar un trabajo de posicionamiento de perfil de Facebook para aumentar el número de seguidores.*

Dimensión externa de la comunicación

4) *Realizar un trabajo de relevamiento de temas y proyectos ambientales que se están gestionando en la ciudad de La Plata, en las diferentes organizaciones avocadas al campo de lo ambiental. Ofrecer el espacio y aumentar la difusión.*

Dimensión interna y externa de la comunicación

5) *Realizar una mayor planificación (anual) de las actividades para poder generar acciones conjuntas con otras organizaciones. Generar espacios de diálogo y pensar trabajos en conjunto.*

Dimensión interna de la comunicación

6) *Realizar un video institucional que presente a la organización y su espacio físico.*

Dimensión externa de la comunicación

7) *Trabajar la identidad de la CE con sus miembros. Definir claramente sus objetivos y características identificatorias. Instalar la “Marca” en la comunicación en todas sus dimensiones a partir de una definición conceptual propia. Dimensión interna de la comunicación*

8) *Realizar una actividad que retome las visitas guiadas para observar la evolución del tema en los públicos que visitan la CE. Generar un espacio para la exposición de ideas, el debate y la participación.*

Dimensión externa de la comunicación

9) *Designar dos encargados de la comunicación online y realizar un taller de capacitación para que puedan tener más herramientas a la hora de trabajar las ventajas de la Web 2.0, incluyendo el armado de un sitio web básico y la actualización de las redes sociales. Dimensión interna de la comunicación*

10) *Planificar y destacar las actividades que requieren del uso de los recursos municipales para poder trabajar con el tiempo necesario estos aspectos ya que es necesario un manejo acorde a la cultura de trabajo de la Municipalidad.*

Dimensión interna de la comunicación

11) *Realizar un evento a fin de año que permita nuclear a todas las organizaciones que visitaron la CE a lo largo de los meses. Esta acción se unificaría con la n° 8, donde los públicos podrán acercar sus producciones y compartirlas en un espacio real, que sería la misma Casa Ecológica.*

Dimensión interna y externa de la comunicación

12) *Designar un encargado de la comunicación que pueda trabajar sobre este campo de manera independiente con estrategias de difusión, fidelización de públicos, posicionamiento de marca, campañas de difusión, etc.*

Dimensión interna de la comunicación

Líneas de acción priorizadas para proponer en la Casa Ecológica.

A partir del contexto actual, de la gestión política, del presupuesto, de los recursos humanos y de otros factores, algunas líneas de acción quedarán en suspenso para otro momento y otras fueron priorizadas para que puedan ser ejecutadas en un futuro cercano.

A su vez, existe un orden cronológico en el que conviene llevarlas adelante ya que algunas implican capacitación – acción, o pueden hacer soporte en producciones realizadas y demás.

De este modo las acciones van a ser ajustadas a pasos concretos y en sintonía con el resto, reforzando determinados aspectos y creando desde cero algunos otros.

Algunas acciones pueden ser compartidas, una capacitación puede reforzar varios aspectos, una campaña web puede fortalecer diferentes objetivos, etc. En la estrategia

se podrá observar las líneas de acción seleccionadas y cómo serían llevadas a cabo para sacarle el mayor provecho a cada una de ellas.

Esta estrategia está enmarcada en una realidad que permite un análisis de la viabilidad de las propuestas. El límite principal está marcado por el bajo presupuesto de la organización que no permite grandes gastos ni la incorporación de nuevas personas para el staff o el financiamiento de un servidor web y demás.

A su vez, se trata de una unidad municipal, por lo que CE está ligada al contexto político y a los frecuentes cambios en los planes municipales, provinciales y nacionales. En este aspecto la política influye de manera directa por las decisiones de la intendencia, por la planificación de las dependencias ambientales, por la relación con otros organismos municipales y el rol de otros organismos, ONG's, medios de comunicación, cooperativas e instituciones de la sociedad civil.

De todas las observaciones realizadas en el diagnóstico y a partir de la viabilidad de los proyectos en el campo de la comunicación que se deduce de la investigación, la estrategia tendrá como objetivo trabajar la organización de la comunicación puertas adentro de la CE, la comunicación dentro de los procesos de educación, la generación de nuevos espacios de participación y difusión, la creación de nuevos productos comunicacionales y otros aspectos que veremos en detalle una vez presentadas las líneas de acción.

La estrategia busca trabajar las diferentes realidades (positivas y negativas) observadas en el diagnóstico y especificadas en el "cuadro de realidades" para poder mejorarlas, modificarlas o crearlas, dependiendo de la viabilidad, la prioridad de cada una de ellas y la aceptación del grupo para llevarlas adelante.

Para este proyecto se optó por trabajar acciones de comunicación externa (en su mayoría) ya que la principal necesidad de la CE es darse a conocer y posicionarse en la sociedad platense, una deuda pendiente desde su creación. A su vez, se buscará profundizar los procesos actuales con un aporte desde la comunicación, pensada tanto de la educación como desde la producción de conocimiento.

La estrategia es un plan de comunicación. El mismo tiene una serie de acciones que permiten trabajar las realidades presentadas, algunas acciones permiten mejorar

diferentes aspectos generales y otras son con un objetivo direccionado a tener como efecto un resultado concreto.

Para definir la idea de “plan de comunicación” de alguna manera podemos decir que *“se trata de un instrumento que engloba el programa comunicativo de actuación (a corto, medio y largo plazo), y que recoge metas, estrategias, públicos objetivo, mensajes básicos, acciones, cronograma, presupuesto y métodos de evaluación. El Plan de Comunicación permite que la comunicación desarrollada por la entidad responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico y no sea simplemente una serie de acciones inconexas. Supone saber de antemano lo que se pretende y cómo se piensa conseguirlo”*⁹⁷.

A continuación se desarrollará el Plan de Comunicación con las diferentes líneas de acción propuestas, su justificación, los mensajes – soportes – productos a utilizar y los resultados esperados de cada uno de ellos.

Algunas de las propuestas llevan aparejadas diseños concretos para su ejecución o para despertar ideas de cómo podrían llevarse adelante, todo esto realizado en base a lo observado a lo largo del diagnóstico, reconociendo la cultura organizacional de la Casa Ecológica.

El Plan de Comunicación fue debatido en la Casa Ecológica con la coordinadora de actividades Soledad Fumagalli, la encargada de Educación Ambiental Paula Ramírez y el encargado de las Visitas Guiadas Ariel Lucero.

La definición de las acciones a ejecutar quedó en suspenso debido a la inundación que sufrió la ciudad de La Plata el día 2 de abril de 2013, y se retomará una vez que se puedan superar las secuelas de la tragedia y se finalice con los trabajos que se están llevando adelante dirigidos a “cambiar el modelo de ciudad”⁹⁸.

⁹⁷ Aproximación a un Marco Teórico. Plan de Comunicación. Antonio José Molero. Año 2005.

⁹⁸ Municipalidad de La Plata – Obras/Avances. <http://www.laplata.gov.ar/obrasavances/>



PLAN DE COMUNICACIÓN

CASA ECOLÓGICA

Objetivo de la propuesta:

Planificar propuestas y acciones de comunicación externa en la CE que fortalezcan y profundicen el vínculo con la comunidad a partir de la difusión y multiplicación de las acciones en materia de educación ambiental que se realizan desde la organización.

Destinatarios:

Los destinatarios de este plan comunicacional son por un lado los trabajadores y por otro el público objetivo de las acciones de la CE, el objetivo sugiere una sucesión de pasos a desarrollar a lo largo de un periodo extendido de tiempo y que tendrá acciones desde los trabajadores hacia otros destinatarios.

Debido a que la Casa Ecológica es un ente Municipal, el plan de comunicación es pensado para poder abarcar a toda la comunidad del Partido de La Plata. De modo que busca organizar procesos comunicacionales para llevar adelante acciones que puedan ser destinadas a diferentes destinatarios/públicos.

Acciones del plan de comunicación.

1) Designar encargados de la comunicación y capacitarlos.

Designar dos encargados de la comunicación y realizar una capacitación en el tema, brindando herramientas básicas para la creación de mensajes, el manejo de la web y redes sociales, la planificación comunicacional y otros aspectos de soporte.

Con esta acción se busca cambiar la mirada de la comunicación en la organización y disponer de personas capacitadas para trabajar en los diferentes aspectos que hacen al área.

Es fundamental poner en discusión dentro de la CE el rol de la comunicación, alejarla del mero concepto de difusión. De modo que el espacio será el propio edificio y participaran todos, no sólo los encargados.

Profundizar sobre el concepto de comunicación/educación, ver el costado social de la disciplina y trabajar sobre conceptos relacionados con ello

La capacitación deberá quedar a cargo de profesionales del campo de la comunicación social. Puede ser una consultora, un equipo docente, talleristas, etc. El formato taller y la capacitación en el aula serían fundamentales.

Será importante trabajar con productos concretos de comunicación para la difusión, el armado de afiches, volantes, el manejo de la web, de las redes sociales, etc.

Resultados esperados: Contar con dos encargados de la comunicación que puedan planificar y gestionar desde una mirada que trascienda la mera difusión, incorporando nociones de educación y transformación social. A su vez, que estos puedan hacerse cargo de los usos básicos de las redes sociales y el sitio web, como así también pensar campañas de comunicación para la CE.

Desarrollo de la acción:

Designar 2 personas a cargo de la comunicación externa permite una mejor planificación y gestión de la misma. Serán quienes tengan a cargo las tareas de comunicación en la CE, quienes actualicen las herramientas web, contacten la

imprensa municipal y los medios de comunicación, y manejen el área en general dando soporte al resto del equipo para la realización de actividades y eventos.

La selección de los encargados quedará sujeta a la decisión del presidente de la CE, quien podrá designar a los encargados partiendo de la postulación de los trabajadores o mediante la observación de perfiles acordes con lo buscado.

En consonancia con el paso anterior y para completar el hueco que hoy tiene la comunicación en la CE, se realizará un taller de capacitación en diferentes herramientas que utilizarán los encargados. Principalmente actualización de sitio web, manejo de redes sociales, planificación comunicacional y otros aspectos claves para el desarrollo del área.

Uno de los ejes de la capacitación tendrá que ver con un cambio en la mirada de la comunicación para la organización. Esto es pensarla en un sentido más amplio, no sólo para la difusión, sino como herramienta para la planificación, la gestión, la educación y la sensibilización.

Para ello es importante además de realizar la capacitación a los encargados, llevar a cabo un taller integral con todos los actores para poner en discusión el rol de la comunicación y cómo se va a trabajar la misma en la Casa Ecológica. De este modo el proceso de reorganización del campo tendrá las siguientes etapas:

- 1) Designación de los encargados de la comunicación en la Casa Ecológica.
- 2) Capacitación para los encargados en gestión de la comunicación, tanto para la planificación, la gestión, el manejo de herramientas comunicacionales y la puesta en práctica de procesos.
- 3) Taller integral para todo el equipo de trabajo para repensar la comunicación en la organización y ampliar el campo de acción desde esta disciplina.

Para la realización de la capacitación y el taller se sugieren diferentes opciones para realizar este paso.

- Se puede contratar a una consultora en comunicación (algo complicado por el bajo presupuesto).

- Recurrir a comunicadores que trabajen en la Municipalidad de La Plata y puedan realizar el trabajo (la Municipalidad tiene área de comunicación y profesionales en el campo)
- Realizar un pedido a la UNLP para que docentes y profesionales del campo de la comunicación puedan llevarlo a cabo (mediante un proyecto de extensión o voluntariado, por ejemplo).

En líneas generales se busca poder organizar el campo de la comunicación en la CE, designando encargados del área que puedan gestionar la comunicación de manera independiente (en tareas de difusión, contactación, producción) y que puedan dar soporte al resto de las áreas de trabajo.

A su vez, es importante repensar la comunicación y aprovechar sus ventajas para otras acciones que no sean netamente de difusión, incluyendo la mirada de comunicación/educación que se menciona anteriormente, para promover acciones de EA.

Esta línea de acción permitirá aumentar el nivel de conocimiento de la sociedad sobre la CE, la contactación con el público y otras organizaciones, incrementar la convocatoria y fortalecer el resto de los trabajos que se realizan desde la educación ambiental.

2) Fortalecer el uso de la WEB 2.0 (Redes sociales, sitio web y otros).

Trabajar sobre las ventajas de la WEB 2.0. Crear un sitio web que permita la difusión, el contacto y la realización de trabajos de educación ambiental, desde juegos interactivos hasta compartir archivos y otras producciones. Desde las redes sociales se pueden hacer campañas de posicionamiento para aumentar la cantidad de seguidores, abrir nuevos espacios de diálogo e información, y también se puede utilizar para medir el interés de la sociedad en la organización.

Desde la plataforma web también se pueden llevar a cabo cursos o foros virtuales de Educación Ambiental, brindar información a los interesados, generar espacios de debate y estrechar lazos con diferentes actores de la sociedad.

Con esta gestión se busca contrarrestar la poca difusión que tiene la organización en la web y crear nuevos espacios de comunicación y educación ambiental.

A su vez, es importante fortalecer el espacio de los canales alternativos (Facebook, blog, Twitter) y crear espacios nuevos de comunicación online (página web, canal de YouTube y otras redes).

Resultados esperados: Mantener los espacios WEB actualizados constantemente para aumentar la convocatoria a las actividades y eventos, generar conciencia desde materiales educativos y poder estrechar lazos con otros actores de la sociedad.

Desarrollo de la acción:

En el cuerpo del proyecto se profundizó sobre la importancia de la WEB 2.0 en la actualidad para las organizaciones de cualquier índole. El crecimiento del uso de internet, las estadísticas que demuestran que la mayoría primero consultan la web para informarse, el crecimiento de las redes sociales (principalmente Facebook y Twitter), y muchos otros factores hacen que la Casa Ecológica deba repensar su comunicación externa y piense estratégicamente esta realidad.

Destacamos el buen uso del Facebook, pero encontramos que la organización no tiene página web, tiene un blog abandonado y no utiliza ninguna otra red social.

Lo importante a trabajar es la creación de la página web, la eliminación o actualización del blog (debido a la mala imagen y desinformación que genera actualmente debido al estado de abandono que tiene) y la importancia de mantener el Facebook actualizado constantemente buscando incrementar también la cantidad de seguidores.

La página web puede ser gestionada por diseñadores web, tanto independientes como consultoras privadas. La CE tuvo página web pero fue levantada por falta de pago para su mantenimiento. La realidad es que las consultoras ofrecen trabajos por la creación, para que la web se mantenga activa y para su mantenimiento. La CE contrató el combo completo y terminó dándola de baja.

La propuesta en este caso es la creación de un sitio web que pueda ser actualizado directamente por los trabajadores de la CE. A su vez, existen plataformas de diseño y creación que son gratuitas. El único costo, en este caso, sería el pago anual para mantenerla activa. Así, el presupuesto disminuye en un gran nivel.

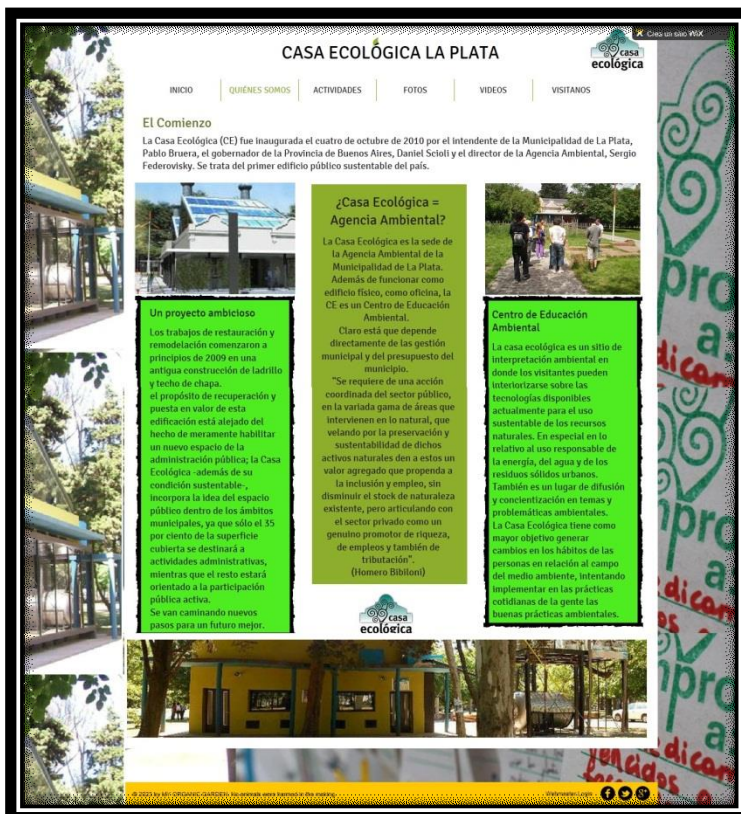
A continuación podemos observar un diseño básico a modo de sugerencia para la página web de la Casa Ecológica realizado en la plataforma de Wix.com. Esta

plataforma es gratuita, muy fácil de usar y presenta muchísimas ventajas. Como menciono anteriormente, solamente es necesario efectuar un pago anual (inferior a los \$500) que permite mantenerse a activa los 365 días del año.

www.casaecologica.org.ar



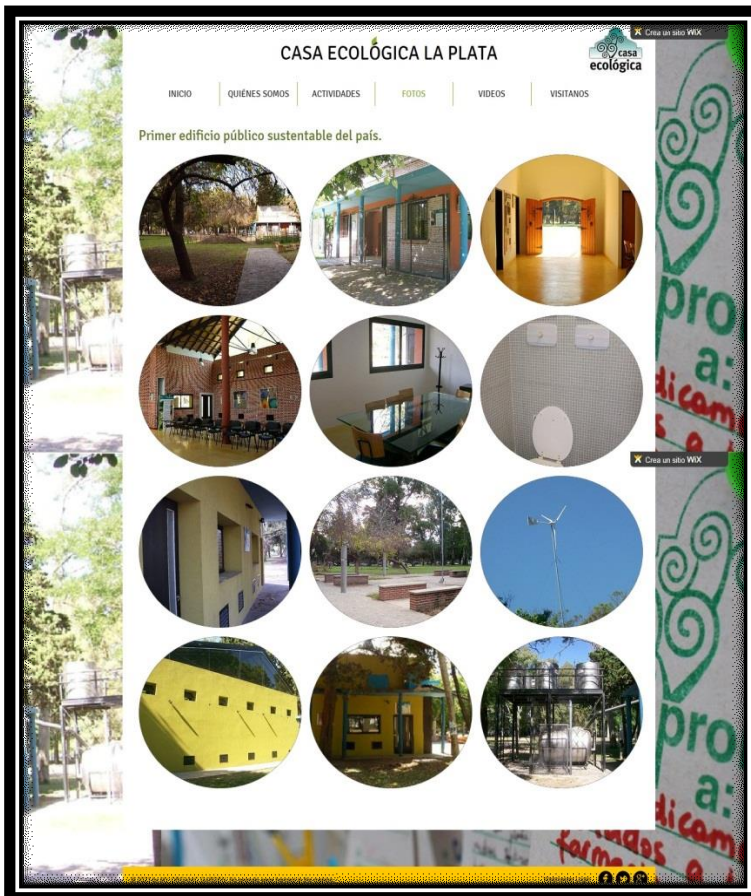
La portada puede brindar información básica sobre la Casa Ecológica y destacar las actividades a realizar en el corto y mediano plazo. También puede estar acompañada por fotos, videos, textos o música. Arriba se pueden ver las solapas de las pestañas siguientes.



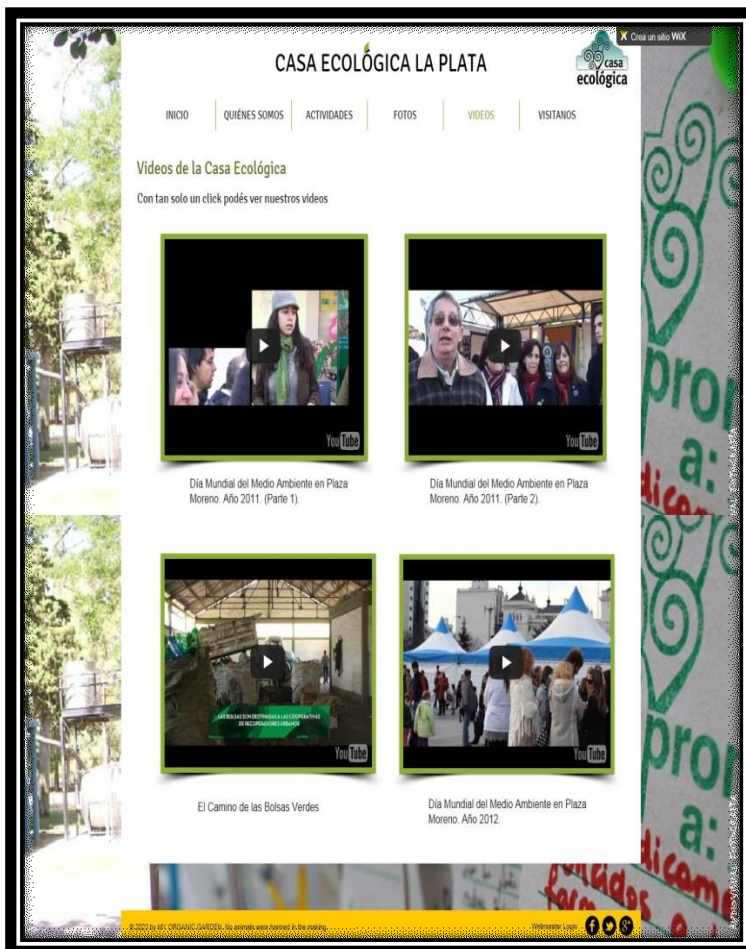
El “quiénes somos” es usado para presentarse, un recurso muy utilizado. Es importante explicar el funcionamiento de la CE, su historia, el rol que cumple en la sociedad y otros aspectos generales de la organización



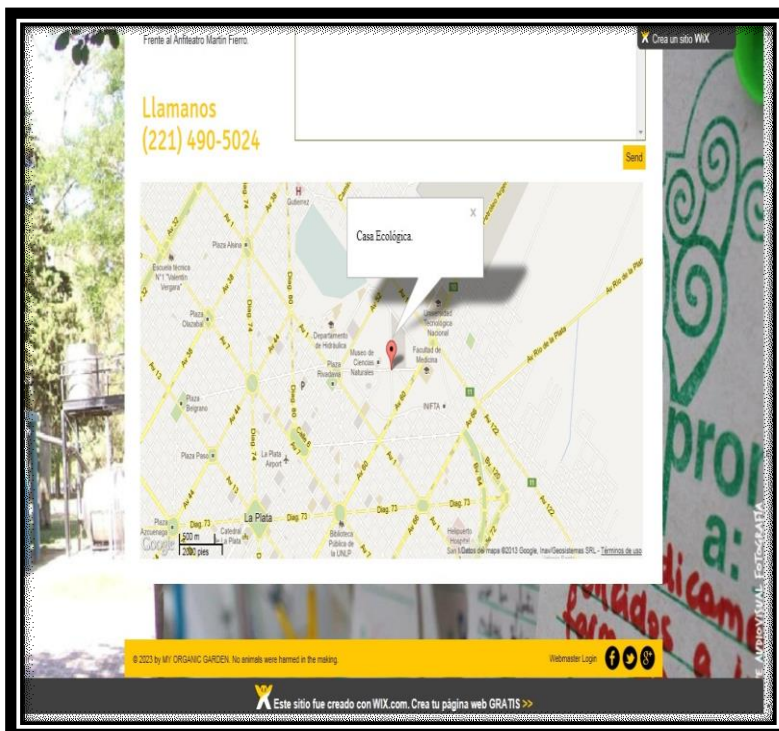
Las actividades que realiza la CE dentro y fuera del edificio deben estar presentes, tanto para difundir las futuras actividades como para presentar lo realizado.



La Casa Ecológica es realmente atractiva y fotogénica. La utilización de imágenes sirve no sólo para presentar el edificio y sus diferentes componentes, sino para llamar la atención y atraer visitantes. También se pueden agregar fotos de actividades y eventos, entre otras cosas.



Reunir todos los videos en un solo lugar y facilitar la reproducción de los mismos es muy importante para difundir las actividades y algunas de las buenas prácticas ambientales (BPA). Actualmente la Casa Ecológica tiene tres videos, pero en este espacio se pueden incorporar otras producciones audiovisuales que no sean de la CE pero que representen valores de la organización, BPA, documentales y otros.



Finalmente, el espacio para generar el contacto y difundir la ubicación de la Casa Ecológica. Un mapa puede ser muy útil, al igual que habilitar un espacio de diálogo y difundir el teléfono de contacto.

Se pueden agregar otras pestañas, como por ejemplo:

- a) Noticias (mantener el sitio actualizado con noticias ambientales de actualidad)

- b) Buenas Prácticas Ambientales (cuidado de recursos, separación de residuos, etc).
- c) Foro (habilitar un espacio para la discusión de los lectores)
- d) Textos (permitirle a los lectores descargar textos educativos, informativos, etc).

Y así muchas otras opciones. La propuesta es para iniciar un sitio web básico con la información más importante y algunos recursos para captar a los lectores.

El sitio web fue diseñado como anexo a este trabajo y quedó a la espera de confirmación, además de que va a ser necesaria la capacitación de una persona para que pueda mantenerlo actualizado. El mismo puede ser visitado en el siguiente link (que sería modificado una vez aprobado por la dirección ejecutiva):

<http://fernandezmauro.wix.com/casaecologica>

En cuanto al Facebook lo importante es mantenerlo actualizado y responder todos los mensajes que llegan a la casilla. A su vez, sería interesante llevar a cabo una acción de posicionamiento, intentando aumentar el número de seguidores de la página de la red social.

Se pueden realizar sorteos u otras actividades que llevan a las personas a darle “me gusta” al Facebook, o campañas de incógnito que busquen unir al sitio web con la red social, llevándolos de un lado a otro.

Con respecto al Blog la sugerencia es eliminarlo. A su vez, quitar el link del mismo de la información del perfil de Facebook y agregar el del sitio web.

Por último sería interesante comenzar a utilizar Twitter, pero no es algo prioritario.

3) Incorporar la “Marca Casa Ecológica” en el edificio.

Principalmente se busca destacar el nombre (y el logo) de la organización para acompañar a la Agencia Ambiental, pero con cierta distinción. Esta acción buscará marcar posicionamiento en las publicaciones actuales ubicadas en el edificio y la generación de un nuevo cartel (de gran tamaño) con el nombre de la CE en la puerta del establecimiento

Esta acción busca dar a conocerse como organización y permite que el edificio sea reconocido como centro de educación ambiental, como Casa Ecológica, y no simplemente como la sede de la Agencia Ambiental.

Es importante trabajar el espacio físico de la Casa Ecológica, el edificio mismo de la organización. Por eso se buscará aprovechar las instalaciones para buscar posicionar la “Marca Casa Ecológica” en su lugar.

Lo fundamental es destacar el nombre y el logo de la organización.

El soporte principal será la gráfica, con un formato simple pero llamativo, que permita llamar la atención y que marque el terreno.

Por un lado se aprovecharán los carteles que con lo que cuenta la organización pero que solamente dicen “Agencia Ambiental”. Es importante remarcar que esa cartelería es parte de la Casa Ecológica también. Como segunda instancia se incorporará un cartel de gran tamaño, de material ecológico y realizado por los participantes de la CE, que lleve el nombre de la organización. El mismo se ubicará en la entrada del edificio.

Resultados esperados: Incorporar el nombre Casa Ecológica a la comunicación en el edificio, tanto en cartelería existente como con la creación de un nuevo producto.

Desarrollo de la acción:

La idea principal es incorporar la “Marca Casa Ecológica” a la comunicación en el edificio (cartel en la puerta e inscripción de la marca a los carteles existentes).

Para poder instalar la “marca” hay que empezar por dentro, por la propia casa. Si bien podemos destacar una buena utilización comunicación en el edificio, se observa una

mayor difusión de la Agencia Ambiental que de la CE en sí. De este modo la propuesta principal es la de instalar un cartel en la puerta del edificio con el nombre de la CE.



Este cartel puede ser de materiales reciclables, de manera proveniente de algún árbol caído en el bosque, de chapa recuperada y demás. Puede hacerse al estilo mural, con pedazos de cerámicas cortadas y pegadas, con pintura o algún otro material. No tiene por qué ser costoso, se puede recurrir a la Facultad de Bellas Artes o proponer como actividad conjunta con escuelas u organizaciones.

Por otro lado es importante la incorporación de la CE en los cuadros alrededor del edificio.

4) Planificación de un evento de gran envergadura a realizarse en la CE para cerrar el año/cuatrimestre.

Sería un evento al cierre del año o uno en la primera mitad y otro al final, para convocar a todas las personas que participaron de actividades de la CE. Es importante

la planificación para aprovechar los recursos de la Municipalidad, la creación de productos nuevos, la difusión y demás. Esta planificación permitirá que todas las actividades que se realicen estén pensadas en este sentido.

Este evento permitirá dar a conocer lo que hace en la Casa Ecológica, la cantidad de gente que puede convocar y el interés de la sociedad en la temática ambiental. También permite revalidar lo realizado a lo largo del año/cuatrimestre y brindar un espacio de participación a todos aquellos que se acercaron a la CE a lo largo de los meses.

El espacio será el edificio y el espacio natural del Bosque que tiene la CE a su alrededor. Precisamente la idea es convocar a las personas al terreno de la organización y no a Plaza Moreno o Islas Malvinas como se hizo en la mayoría de los eventos realizados por la CE.

Se buscará transmitir las buenas prácticas ambientales, generando un espacio de participación y diversión, con mensajes informativos, educativos y concientizadores.

Para este evento es importante que todos los trabajadores de la CE trabajen en equipo y que se planifique desde comienzos de año lo que se realizará en el evento. Se trabajará con muchos soportes comunicacionales para la difusión, la preparación de actividades, la organización del espacio, etc.

La organización necesitará de productos comunicativos/educativos para los participantes. También se presentará productos que generen los participantes de las visitas a la CE.

Resultados esperados: Realizar un evento con una gran convocatoria donde se puedan trabajar las buenas prácticas ambientales y donde la sociedad pueda visitar y participar de las actividades.

Desarrollo de la acción:

La Casa Ecológica realiza eventos de gran dimensión y participa de muchos otros, pero ninguno de ellos se lleva a cabo en el propio edificio. Si bien son de gran aporte, resulta sumamente importante dar a conocer la casa y ser protagonistas de los eventos.

La propuesta, y ya con los encargados de comunicación definidos, las herramientas de difusión en marcha y la marca CE instalada en el edificio, es realizar un evento de gran magnitud en el edificio.

Sería positivo realizar para cerrar el año o para celebrar una fecha ambiental de importancia. El evento podría ser adentro, en el salón, afuera en el parque que rodea la casa, o combinando ambos espacios.

Existen varios puntos claves para la realización del evento:

- 1) Planificación con tiempo (aprovechar los recursos de la Municipalidad)
- 2) Sumar a las diferentes organizaciones (ONG's, empresas del rubro ambiental, cooperativas, organismos municipales, provinciales y nacionales, y otros).
- 3) Incorporar la producción de los alumnos que participan de las visitas guiadas en la CE (ver el próximo paso de la estrategia).
- 4) Pensar acciones de comunicación externa que permitan difundir el evento y lograr una gran convocatoria.

Un evento de gran convocatoria en la Casa Ecológica permitiría un mayor posicionamiento de la marca, una difusión concreta y relevante sobre la organización y una participación de los diferentes actores que trabajan en el campo de lo ambiental.

Es importante trabajar no solo la comunicación para la difusión, sino también la comunicación durante el evento para poder generar contactos y brindar opciones para que las personas puedan informarse. De este modo se puede sentar la base para el futuro.

También es importante la difusión del evento una vez realizado, "lo que no se muestra no es". Es importante demostrar lo conseguido y presentarlo ante la sociedad.

5) Actividad para los grupos que realizan visitas guiadas.

Incorporar un plan de acción para las actividades realizadas a lo largo del año. Siguiendo el punto anterior, es importante generar una propuesta que busque la participación de todos los actores que se acercan a la CE a lo largo de los meses para generar una mayor profundización sobre la temática, un seguimiento de lo realizado y un interés que se prolongue en el tiempo y que no quede sólo en la visita realizada a la CE.

Puntualmente esta línea de acción buscará que los actores que visitan la CE (en su mayoría jardines, colegios primarios y secundarios, organizaciones civiles y cursadas de la UNLP) sigan trabajando sobre la temática ambiental y realicen una producción (producto, exposición, performance, etc) que pueda ser puesta en práctica o presentada en el evento de fin de año/cuatrimestre.

Esta acción permite extender el proceso educativo sobre la temática ambiental y evaluar el interés y la participación de aquellos que visitan la Casa Ecológica.

Se utilizarán las visitas guiadas para promover esta iniciativa, buscando el compromiso de los grupos que participan de las mismas. Es importante generar un espacio de comunicación (Foro, grupo de Facebook, de LinkedIn, cadenas de mails, etc) para despejar cualquier duda durante el proceso y mantener la información fresca sobre lo que está haciendo cada grupo.

Lo primordial es transmitir la importancia de las buenas prácticas ambientales que promueve la Casa Ecológica, generando la participación para que los visitantes puedan llevarlas adelante y reconocer las ventajas de cuidar el medio ambiente. Desde la CE se brindarán indicaciones para la realización de la actividad, donde los grupos que visitan la casa deberán llevarse y ejecutar en el espacio de estudio de donde provienen.

Las indicaciones de la actividad a realizar serán explicadas en la visita guiada con una breve presentación PowerPoint e incluirá material informativo e instructivo para que puedan llevarse los grupos y trabajarlos luego.

La CE deberá conformar este PowerPoint para que los grupos puedan llevarse. La actividad tendrá como fin que los visitantes armen productos para su posterior exposición o actividades dinámicas (obras de teatro, canciones musicales, etc) que puedan ser desarrolladas en el evento de anual/cuatrimestral.

Resultados esperados: Extender la participación de las visitas guiadas a producciones realizadas por los visitantes, que sean presentadas en el evento de fin de año/cuatrimestre. Se podrá evaluar el interés y el nivel de conocimiento de los visitantes sobre la temática ambiental.

Desarrollo de la acción:

Esta propuesta tiene múltiples focos de acción. Primero, lo que se busca es extender la experiencia de la visita a la Casa Ecológica y profundizar sobre la temática

ambiental. Segundo, sirve para poder evaluar el aprendizaje y el interés de los alumnos en el campo de lo ambiental. Finalmente, esta iniciativa permite una integración a la CE y una participación en el evento de fin de año/cuatrimestre.

Esto generaría una multiplicación en la convocatoria ya que cada alumno invitaría a sus familiares y amigos (entre otros).

La actividad a realizar puede ser variada y acorde a la edad de los visitantes. Pueden proponerse producciones escritas, fotográficas, audiovisuales, radiales o cualquier otro formato. También pueden realizarse obras de teatro, pinturas, presentaciones musicales, etc. La idea es que este proceso de Educación Ambiental permita que los alumnos se involucren en la temática pero desde el lugar que más les guste.

Esta iniciativa permite a su vez multiplicar el tema ambiental hacia el resto de la institución en la que estudian los chicos, siendo estos invitados a participar de dicho evento. También podría implicar que trabajadores de la CE tengan que visitar los establecimientos para profundizar el tema, siempre dependiendo de la disponibilidad de los empleados de la organización.

A su vez, se puede generar un espacio de comunicación para consultas y manejo de información. Para ello se puede crear un grupo de Facebook, un foro, un grupo de LinkedIn, cadenas de mails u otros medios de la web. También se pueden poner fechas fijas de consulta para que diferentes representantes de los grupos de trabajo puedan acercarse y poner en discusión sus ideas y dudas.

La iniciativa promueve la realización de una producción o puesta en escena de una temática ambiental para presentarse en el evento de la Casa Ecológica y que significaría el cierre de la actividad, con una puesta en valor de la misma.

La propuesta sería la siguiente:

- 1) Cada grupo que se acerca a la Casa Ecológica para realizar una visita guiada se llevará a su vez una tarea para realizar en su propia institución o en el hogar de los alumnos (propuestas individuales o grupales).
- 2) Se realizará una breve presentación en PowerPoint de la propuesta para explicar la idea de la actividad y los pasos a seguir.

- 3) Los alumnos se llevarán las indicaciones para la realización del trabajo y se acordarán espacios de consulta (online o presenciales).
- 4) El trabajo buscará profundizar sobre las buenas prácticas ambientales que promueve la organización, principalmente el cuidado del agua, de la energía, de los recursos naturales y la separación de residuos.
- 5) Se podrá optar por la realización de un producto concreto o por la puesta en escena de una representación.

Producto: Textos, ensayos, muestras de fotos, pinturas, revistas, videos, afiches, presentaciones en PowerPoint, productos sustentables (reutilización de residuos, energías alternativas, cuidado del agua, etc) y cualquier otra producción que se quiera realizar sobre la temática ambiental.

Puesta en escena: Obras de teatro, recitales musicales, títeres, debates y charlas, juegos interactivos, radio abierta, y cualquier otra puesta en escena que se quiera llevar adelante y que represente la temática ambiental.

- 6) Los productos y las presentaciones que se realicen y que preparen los grupos serán expuestas y llevadas a cabo en el evento de cierre de cuatrimestre o de fin de año.

Cada actividad quedará sujeta a los tiempos que tenga cada grupo para llevar adelante las producciones y a las edades de los alumnos que realizan las visitas guiadas.

6) Realizar una campaña de difusión de la Casa Ecológica.

Se puede aprovechar el evento de fin de año/cuatrimestre como motivo para presentar a la CE a la sociedad, convocar a las personas a que se acerquen a conocerla, transmitir un mensaje de las Buenas Prácticas Ambientales y brindar las opciones de contacto para abrirles las puertas a las personas interesadas. Esta campaña puede incluir volantes, afiches, un video promocional, spots radiales y otros productos comunicacionales para llegar a la mayor cantidad de personas posibles.

Esta acción permitirá dar a conocer la CE y generar un mayor número de participantes para la actividad presentada en la campaña (el evento de fin de año/cuatrimestre)

La información se podrá canalizar mediante las diferentes herramientas WEB (Facebook, sitio web, Twitter, youtube), con una volanteada en diferentes zonas de la ciudad, con un stand informativo en los puntos más visitados de la ciudad, y con publicidad en diferentes medios de comunicación.

Se buscará generar una acción conjunta: información – educación – invitación. La idea es dar a conocer la CE (Qué es, dónde queda, cómo contactarse con la organización, cómo informarse, etc), presentar las principales buenas prácticas ambientales que se trabajan (cuidado del agua, de la energía, reciclaje, etc) y difundir el evento de fin de año/cuatrimestre (fecha, hora, lugar, etc).

El soporte web será fundamental para abrir las vías de contactación y para llegar a una gran cantidad de gente con costo cero. Para esta campaña se puede realizar un video publicitario (breve, de un minuto) que sea difundido por los diferentes soportes web.

El producto por excelencia para difundir en la vía pública para transmitir múltiples mensajes es el tríptico. El mismo debe ser realizado con tiempo para aprovechar los recursos de la Municipalidad.

Resultados esperados: Desarrollar una campaña de difusión que permita aumentar el conocimiento de la CE en la sociedad, generar conciencia en las buenas prácticas ambientales que trabaja la organización y lograr una gran convocatoria de la sociedad en el evento de fin de año/cuatrimestre.

Desarrollo de la acción:

Difundir la existencia de la organización, promover las principales buenas prácticas ambientales que se trabajan desde la CE y publicitar el evento de fin de año/cuatrimestre.

Ante la necesidad de posicionar la CE e incrementar la participación de la sociedad en las actividades que se realizan, es indispensable realizar una fuerte campaña de

difusión. Esta campaña tendrá diferentes objetivos y será ejecutada a través de diversos canales comunicacionales.

La campaña de difusión tendrá tres ejes centrales:

- 1) Difundir la existencia de la Casa Ecológica e información sobre la misma.
- 2) Promover las “Buenas Prácticas Ambientales” que se trabajan en la CE.
- 3) Publicitar el evento de fin de año/cuatrimestre a llevarse a cabo en las instalaciones de la organización.

La idea principal es presentar la organización y brindar la información necesaria para que la gente pueda acercarse o realizar consultas. De modo que en la campaña de difusión se deben incorporar datos básicos de la organización, las actividades que se realizan, información de contacto e imágenes de la CE que logren despertar el interés.

A su vez, es importante incorporar el mensaje que quiere brindar la organización que son los valores centrales que promueven en relación al cuidado del ambiente. Estas son las “buenas prácticas ambientales” que trabaja la CE. Principalmente el cuidado del agua, de la energía, de otros recursos naturales y la separación de residuos.

Finalmente, y aprovechando la campaña de difusión, es importante publicitar el evento que dará cierre a lo realizado en el año (o en el cuatrimestre, a definir). Se deberá dar a conocer la actividad, fecha y hora de realización, lugar, y cualquier otro dato que resulte relevante para los públicos.

Para ello se pueden realizar diferentes acciones concretas de comunicación. La primera sería la realización de trípticos. Los mismos pueden realizarse en la imprenta de la Municipalidad y ser diseñados por la diseñadora de la Agencia Ambiental.

Segundo, se debe aprovechar al máximo la WEB 2.0. El Facebook es muy fácil de utilizar y ha ganado mucho terreno. La creación de un evento y la publicación del mismo en diferentes espacios pueden ser realmente útiles.

Esto a su vez permitiría un incremento en la cantidad de seguidores de la página de la CE en Facebook.

También se puede aprovechar el sitio web oficial de la Municipalidad de La Plata para lanzar la invitación al evento y brindar datos de la Casa Ecológica.

Tercero, el pago de pauta publicitaria por parte de la Municipalidad a diferentes medios de la región puede permitir una mayor difusión de la CE y del evento a realizarse. Principalmente diarios y radios, pueden ser verdaderamente útiles para llevar adelante la campaña de difusión.

Cuarto y último, ya con la página web en pie y el Facebook sumando adeptos, se puede realizar un breve video (de un minuto aproximadamente) como invitación para el evento y para difundir aspectos generales de la CE.

Una buena planificación permitiría el aprovechamiento de los recursos municipales. Esto es fundamental porque en el diagnóstico se remarcó la dificultad de no contar con las necesidades de la imprenta municipal en tiempo y forma. Desde la planificación se puede generar una mayor y efectiva difusión de la CE, del evento y de las BPA principales.

De este modo, la campaña de difusión buscará los siguientes resultados:

- 1) Que se conozca la Casa Ecológica, se invite a visitarla, se brinde información de contacto por cualquier consulta y se difundan los espacios web donde la gente puede informarse y participar.
- 2) Generar conciencia sobre las principales buenas prácticas ambientales.
- 3) Lograr una gran convocatoria en el evento a realizarse en la organización.

7) Realización del evento anual/cuatrimstral.

Esto permitirá englobar lo mencionado anteriormente. Es importante que el mismo se realice en la propia Casa Ecológica y no en otro espacio (como suele hacerse, en la Plaza Moreno o Islas Malvinas). De esta manera la gente puede acercarse a conocer el edificio, participar de las actividades, conocer más sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y estrechar lazos con la organización.

Esta acción va en conjunto con la planificación del evento, con las actividades propuestas para los visitantes y con la campaña de difusión. El evento permite darle un cierre a lo realizado durante el año y medir los resultados de ello de cara al año siguiente.

Esta gestión permite despedir el año/cuatrimstre, brindar un espacio de participación para toda la sociedad, presentar los productos realizados por los grupos que visitaron la CE a lo largo de los meses, generar conciencia sobre las diferentes buenas prácticas ambientales y evaluar todo lo realizado a lo largo del tiempo.

El mismo se desarrollará en la Casa Ecológica, tanto adentro como afuera.

Se buscará generar conciencia y participación, que las personas tomen cartas en el asunto en materia ambiental y conozcan las diferentes formas de contribuir con el cuidado del medio ambiente. Será importante dejar una impronta en las personas y mostrar lo que se realiza en la CE en este campo para que puedan participar de las diferentes actividades.

Se utilizarán diferentes soportes y formatos para la realización del evento, tanto desde lo tecnológico (con videos, presentaciones PPT, fotografías y demás) como desde la muestra de lo realizado a lo largo de los meses previos al evento. Se podrá profundizar sobre los componentes de la CE, se podrá degustar los productos elaborados con la huerta ecológica, entre otras

La CE deberá generar productos en los diferentes soportes para lograr transmitir el mensaje propuesto anteriormente. Entre ellos se pueden mencionar afiches, videos, fotografías, productos sustentables, investigaciones realizadas, etc.

Resultados esperados: Lograr una gran convocatoria al evento, generar conciencia en los visitantes, tener una participación destacada de todos los que visitaron la CE anteriormente y dar a conocer la CE a todos los que desconocían de su existencia.

Desarrollo de la acción:

Retomando los pasos anteriores es fundamental lograr la realización del evento de fin de cuatrimestre o cierre de año para precisamente concluir con todo lo que se hizo durante un cierto periodo de tiempo.

Evento anual o cuatrimestral.

Esto variará dependiendo de la participación de las organizaciones y del tiempo que se quiera brindarle a los grupos que visitan la CE para la realización de los trabajos que presentarán el día del evento. No es lo mismo dar una tarea en marzo para presentar en julio que en diciembre. A su vez, la convocatoria puede llegar a ser muy alta dependiendo la cantidad de grupos que visiten la CE. De modo que esto quedará a definir.

Si bien en una acción anterior se destaca la planificación del evento, debe diferenciarse esta acción puntual ya que son procesos distintos. En este caso, todos los esfuerzos deben estar destinados a llevar a cabo el evento de la mejor manera posible.

Este paso, el nº 7, sería el último paso de la planificación del evento, ya que es la puesta en práctica de todo lo diagramado. Es en este preciso momento, en este día, que debe estar todo armado para recibir a una gran cantidad de personas, para exponer múltiples productos y para que se puedan realizar las diferentes representaciones que hayan preparado los grupos de trabajo.

El evento necesitará de una precisa distribución del espacio, de personas encargadas de diferentes tareas, de organizar al público, de hablar con la prensa, de dirigir al equipo de filmación que se acercará a realizar tomas para el video institucional, de tomar las fotos necesarias para una futura difusión, etc.

La realización del evento es fundamental para demostrar que se está trabajando fuerte desde la organización. De alguna manera, debido a que se trata de una unidad gubernamental, puede tomarse como un “hecho político”. Está claro que para tener el

apoyo de los gobernantes, tanto desde el presupuesto como desde los recursos, se debe demostrar el interés de la población por la temática.

Lo mismo sucede al pensar en un posible cambio de gestión, es sumamente importante tener el respaldo de la gente. El edificio sustentable puede ser utilizado para cualquier otra función, y ese es uno de los miedos de los trabajadores, que deje ser un Centro de Educación Ambiental y pase a ser cualquier otra cosa.

El evento buscará cumplir con los siguientes objetivos:

- 1) Lograr una gran convocatoria para demostrar el interés y la participación de la publicación en el campo de lo ambiental.
- 2) Dar a conocer todo lo realizado desde la CE a lo largo del año/cuatrimestre.
- 3) Demostrar la participación de los grupos educativos y el trabajo realizado en el área, en conjunto con la CE.
- 4) Promover las principales buenas prácticas ambientales que se trabajan desde la organización.
- 5) Abrir el espacio para la participación de diferentes organizaciones que trabajan en el campo ambiental.
- 6) Estrechar lazos con nuevos actores de la sociedad, despertar interés, generar contactos nuevos, aumentar el conocimiento de la organización en la población e incrementar el nivel de participación en el futuro cercano.
- 7) Realizar una cobertura completa del evento para su posterior difusión, con tomas filmográficas para el video institucional, con tomas fotográficas para publicaciones web y con producción mediática para los diferentes medios de la ciudad.

El evento debe ser llevado a cabo en la organización, aprovechando tanto su espacio abierto como cerrado. Es importante que la gente se acerque al edificio (sobre todo aquellos que no lo conocen) y no a Plaza Moreno (u otra plaza de la ciudad) ya que demuestra que este es un trabajo de la organización. A su vez, todas las fotos y tomas del evento van a tener el edificio de fondo, y no la Catedral o la Municipalidad.

8) Realizar un video educativo – institucional.

El mismo presentará a la Casa Ecológica, el edificio, las actividades, las personas que trabajan en ella, la cultura de la organización, los valores, etc.

El aspecto educativo tendrá que ver con la incorporación de mensajes a favor del cuidado del medio ambiente, la realización de buenas prácticas ambientales, la importancia del reciclaje, etc.

El video deberá brindar información para que los interesados puedan acercarse a la CE y líneas de contacto para consultas y mayor información.

Esta acción permitirá difundir la CE en un formato audiovisual, tener un material propio para exponer en los eventos y actividades que participa la organización y generar conciencia desde la muestra de los componentes del edificio y mediante la transmisión de mensajes de las buenas prácticas ambientales.

El espacio principal será la propia Casa Ecológica, el edificio sustentable. Se buscará mostrar todos sus componentes. El video documental será realizado por Bosque Audiovisual y permitirá canalizar tanto información como generar una acción de educación ambiental.

Presentar la existencia de la CE transmitiendo tanto sus componentes como sus acciones. Dar a conocer la historia, los protagonistas, las organizaciones que trabajan en conjunto con la Casa Ecológica y los logros de la organización. Presentar las buenas prácticas ambientales que promueve la CE y explicar cómo se puede contribuir con el cuidado del medio ambiente en líneas generales y en la ciudad de La Plata en particular.

El soporte es el video y el formato es documental.

El video educativo-institucional será en HD, con una duración de aproximadamente 25 minutos y tendrá un segmento de presentación, otro de información sobre los componentes de la CE y sus actividades y un tercero educativo con la bajada de las buenas prácticas ambientales que trabaja la CE.

Resultados esperados: Generar un video educativo-institucional que permita dar a conocer a la organización y generar conciencia sobre las principales buenas prácticas ambientales.

Desarrollo de la acción:

Como se menciona anteriormente la CE tiene tres producciones audiovisuales. Sin embargo, ninguna de ellas presenta a la Casa Ecológica en sí, no aparece el edificio. Tampoco se muestran sus actividades (excepto los eventos concretos por los cuales se hicieron los eventos – día mundial del medio ambiente -) ni se mencionan las BPA que se trabajan desde la organización (excepto la separación de residuos en el video “el camino de las bolsas verdes”).

Lo más importante es mostrar la Casa Ecológica. Darla a conocer, brindar información de lo que hace, mostrar los componentes, incluir datos de contacto, transmitir un mensaje sobre el campo de lo ambiental y tener un producto que pueda difundirse rápida y fácilmente y llegar a millones de personas con un solo click.

La propuesta del último paso del plan de comunicación es la realización de un video documental que sea institucional y educativo, con muestras de lo que hace la organización y con una promoción de las BPA.

Institucional porque presentaría aspectos puntuales de la organización Qué hace, cómo lo hace, en qué aspectos trabaja, qué es la Casa Ecológica, cuáles son sus componentes sustentables, los valores, los objetivos, la palabra de los trabajadores, etc.

Educativo porque se buscaría sensibilizar sobre la temática ambiental. Además de mostrar los aspectos centrales de la CE, se introduciría en el campo de lo ambiental haciendo hincapié en las principales buenas prácticas que se promueven desde la organización.

Para el cierre del video se incorporaría la cobertura del evento en la Casa Ecológica, la participación de la gente, lo realizado y un mensaje de educación ambiental.

Para la realización del video se puede contratar a Bosque Audiovisual con quienes ya se ha trabajado y se ha mantenido una buena relación. El costo lo cubriría el municipio como en la producción del resto de los videos.

Su difusión sería constante, tanto online como en eventos y actividades. Para ello se puede utilizar la página de Facebook, el sitio web, el canal de YouTube y otros soportes WEB. A su vez, es importante contar con un video de este tipo para difundir entre las organizaciones del campo ambiental, en eventos a los cuales se los invita, en congresos sobre el medio ambiente y en otros ámbitos que se participe.

El video tendría el siguiente formato tentativo:

- 1) Presentación de la Casa Ecológica. Su historia, sus componentes sustentables, los trabajadores que integran el equipo y un recorrido por todo el espacio de la organización.
- 2) Muestra de las actividades que se realizan en la Casa Ecológica, tanto dentro como fuera, eventos, participaciones, organizaciones que colaboran, cooperativas, etc.
- 3) Medio Ambiente: La importancia de trabajar sobre este campo, el papel de la organización, los valores que se promueven, el rol municipal en la temática y una mirada a futuro sobre el medio ambiente.
- 4) BPA. Las principales buenas prácticas ambientales que se pueden realizar para proteger el medio ambiente. Una mirada breve, a nivel local, nacional y mundial sobre las preocupaciones ambientales y cómo podemos ayudar a reducir el impacto negativo sobre nuestro planeta.
- 5) Cierre del video con un recorrido por el evento de fin de año/cuatrimestre, con una clara muestra de la participación de la sociedad, el rol de la Casa Ecológica, la importancia de la temática y la convocatoria que tiene la organización.

En líneas generales se buscará presentar a la organización y mostrar todo lo que realiza y sobre qué valores lo hace. Es importante dar a conocer lo que se hace porque si no se comunica no existe y porque si se muestra todo lo que se hace se puede despertar mayor interés y aumentar el interés y la participación sobre la temática ambiental en general y sobre lo que la Casa Ecológica realiza en particular.

A su vez, la planificación queda abierta a la incorporación de otros aspectos que

puedan surgir en el proceso. Los tiempos del plan de comunicación también pueden variar y junto con ello los costos

El siguiente plan de comunicación está pensando para efectuarse a lo largo de seis meses o durante todo un año (dependiendo de la decisión de realizar un evento anual o uno por cuatrimestre, que a su vez estará sujeto a la cantidad de visitas recibidas, el presupuesto y las acciones a realizar), con la ejecución de los primeros pasos puertas hacia adentro de la organización con vistas hacia afuera, y luego directamente afuera con campañas de difusión, productos comunicacionales y actividades en conjunto con otras organizaciones e instituciones.

A modo de cierre:

El plan de comunicación abarca todo lo detectado a lo largo del diagnóstico. El análisis de la información y las conclusiones alcanzadas permitieron observar diferentes realidades positivas y negativas de la organización. El estudio de la comunicación, la lectura, la experiencia y la creatividad permitieron definir posibles líneas de acción para mejorar esas realidades observadas, dando lugar al plan de comunicación detallado anteriormente.

El diagnóstico también permitió dar cuenta de la viabilidad de las posibles propuestas a realizar, debido a que la organización no es algo ajeno al contexto ni un lugar donde todo es posible. Existen límites, complicaciones, problemas y otros factores que influyen a la hora de pensar una línea de acción. Bajo presupuesto, poco personal, personas ajenas a la disciplina de la comunicación, conflictos políticos, desinterés por la temática ambiental a nivel estructural dentro del municipio, desunión entre los organismos que trabajan en la materia y otros factores influyeron directa y negativamente sobre la posibilidad de elevar propuestas de envergadura, prolongadas en el tiempo o de fuertes inversiones económicas.

El plan de comunicación permite organizar el trabajo en el campo de la comunicación dentro de la Casa Ecológica con vistas hacia afuera. Con poca inversión monetaria y en un periodo de tiempo de aproximadamente 6 a 8 meses se puede llevar a cabo el plan que permitiría incrementar la popularidad de la organización en la sociedad platense e instalar la Marca Casa Ecológica.

A su vez, se podrá generar una mayor relación con los diferentes actores que trabajan en la temática y con aquellos que visitan la CE para las actividades regulares o para las visitas guiadas, ampliando el trabajo en conjunto con un evento de gran magnitud a realizarse en la propia Casa Ecológica.

Profundizar la presencia en la web es fundamental y para ello se presenta el diseño de un sitio web con recomendaciones básicas para que pueda funcionar con un bajo costo anual y con la posibilidad de que los encargados de la comunicación puedan actualizarlo sin demasiadas complicaciones.

Por último, una producción audiovisual sería el producto necesario para dar a conocer fuertemente la CE y aprovechar un recurso tan importante como es el visual.

CONCLUSIONES FINALES DEL PROCESO DE TESIS

Luego de un año y medio de trabajo en el proceso de tesis, con un acercamiento continuo a la organización y profundizando mis conocimientos sobre la temática ambiental, considero que este trabajo es un importante aporte para la Casa Ecológica por introducir una nueva manera de pensar la comunicación y acercar herramientas nuevas para mejorar algunos aspectos negativos observados a lo largo del diagnóstico.

Fue fundamental la atención que me brindaron en la organización, abriendo sus puertas para cualquier inquietud que tuviera. A su vez, me invitaron a participé de varios proyectos y actividades, como así también discutir mis propuestas en las reuniones mensuales.

La Casa Ecológica no fue afectada por la inundación ocurrida el 2 de abril de 2013, pero sí se vio condicionada, como todas las instituciones de la ciudad, la agenda anual de la organización, dejando en stand by muchas de las actividades planificadas para involucrarse de lleno con acciones que tuviesen que ver con las políticas de mejora pos-inundación.

La realidad es que se rumoreaba un posible cambio de conducción en la Agencia Ambiental previo a la tragedia, lo cual quedó descartado luego de la misma tras llegar a un acuerdo político. De este modo, Federovisky y el equipo de trabajo se pusieron de lleno con un proyecto favorable al cuidado del medio ambiente en situaciones pos-inundación.

A lo largo del diagnóstico se pudo reconocer la cultura organizacional de la Casa Ecológica, siendo ésta favorable para el acercamiento de ideas y propuestas. Lo cierto es que siempre están dispuestos a escuchar a quiénes se acercan a participar y como se menciona anteriormente, tiene una lógica muy similar a una ONG pese a ser un organismo gubernamental.

Un aspecto a tener en cuenta es la antigüedad de la organización, la Casa Ecológica como centro de educación ambiental es muy nueva y de alguna manera todo está por hacerse. Son un acotado equipo de trabajo pero muy unido que trabaja por vocación, porque como lo remarcaron casi todos sus integrantes, el sueldo es muy bajo y tienen la necesidad de tener otros ingresos.

En este tiempo pasaron varios trabajadores que por diferentes motivos se alejaron o fueron despedidos. Ha habido recortes de presupuesto, decisiones políticas y otros factores que han motivado estos cambios.

Los empleados de la Agencia Ambiental, que tienen a cargo la Casa Ecológica, son en su mayoría biólogos, motivo por el cual siempre han aceptado sugerencias e ideas para trabajar la comunicación. La mayoría de ellos veía la disciplina como una mera herramienta para la difusión, pero con algunas propuestas eso fue cambiando.

Del diagnóstico se desprendieron muchos aspectos para trabajar pero se definieron sólo algunos de ellos por su viabilidad. Muchas de estas ideas se discutieron en la Casa Ecológica y fueron aceptadas, pero lamentablemente la inundación del pasado Abril 2013 impidió que se llevaran a cabo y quedaron suspendidas hasta nuevo aviso. Sin embargo el interés está intacto y es muy posible que la mayoría de las acciones se lleven a cabo durante el año 2014.

En su totalidad el proceso de tesis fue largo pero apasionante, la temática ambiental está en auge y en constante movimiento, por lo que requiere una actualización diaria. La Casa Ecológica cumple un rol muy importante en la sociedad pero falta que sea más explotada. Lo cierto es que muchas personas ven al medio ambiente como un problema del futuro y no de hoy.

Pese a ello la continuidad de la Casa Ecológica permite que cada vez más personas se vayan sensibilizando con la temática y el cuidado de los recursos mediante las buenas prácticas ambientales se siga expandiendo a la mayor cantidad de personas posible.

Mi decisión de trabajar con esta organización fue muy acertada a mi modo de ver y estoy seguro de que en un futuro se van a poder profundizar las acciones de comunicación para fortalecer los trabajos que se realizan en materia de educación ambiental.

El proceso me permitió adquirir muchos aprendizajes, principalmente sobre la temática ambiental, algo que hoy me apasiona y que me resulta muy desafiante. Lamentablemente también uno descubre que siempre hay falencias y que no todo es

lo que parece, por lo la mirada sobre la gestión municipal al comienzo de la tesis no es la misma ahora, dos años después. Sobre todo luego de la inundación.

Es importante reconocer la importancia del tema, cuidar el medio ambiente es algo crucial para el futuro del planeta y muchas personas no toman conciencia de ello. Es triste pero muchas veces tienen que ocurrir situaciones como la inundación para que la gente abra los ojos y comience a exigir que se tome cartas en el asunto. A lo largo de este proceso varios de los trabajadores me mencionaron la falta de la mirada ambiental en el planeamiento urbano, y hoy uno entiende con claridad a qué se referían.

La comunicación debe jugar ese rol, el de brindar información y sensibilizar a las personas sobre esta temática. No podemos seguir perdiendo el tiempo, el cuidado del planeta es algo que debe tomarse en serio, y es responsabilidad de todos.

Responsabilidad de todos desde lo más chico hasta lo más grande. Separar los residuos, apagar la luz cuando salimos de la habitación, bañarnos rápido para cuidar el agua, etc. Pero también debemos informarnos y exigir que las mineras no contaminen los ríos, que la tala de árboles no nos quite el oxígeno ni cambie las corrientes del viento, que se protejan los suelos, los polos, los mares, los animales, la vegetación, todo nuestro planeta tierra.

Gracias a este proceso pude reconocer el funcionamiento de una organización ambiental. Si bien es una unidad de la Municipalidad, tiene un rol similar a la de una ONG. Los trabajadores de la Casa Ecológica están movilizados por la causa, no trabajan sólo por el sueldo (ganarían más en otro lugar) y están siempre en movimiento buscando cambiar la realidad desde una mirada ambiental.

Lamentablemente no se puede dejar de lado el rol político en todo esto y la necesidad de realizar acciones que representen una mejora en la imagen de la gestión actual. En muchas ocasiones se mezcla el interés por el cuidado del planeta y el interés político. Pero es lógico que pase, así como en algunas organizaciones se mezcla el interés por el ambiente con el interés económico.

La Casa Ecológica resultó ser un excelente lugar para realizar el proceso de tesis ya que siempre se escucharon las sugerencias e ideas y hoy sigo colaborando desde mi lugar cada vez que puedo. A su vez, Soledad Fumagalli y Ariel Lucero me invitaron a

formar parte de la planificación de un espacio de Educación Ambiental que se estaría inaugurando en Febrero 2014.

Hubo un proceso de aprendizaje en cuanto a los procesos comunicacionales, reconociendo las fallas en el uso de los diferentes canales y dando cuenta de la limitación para gestionar algunas herramientas de comunicación. La burocracia municipal también se mezcla en esto por los tiempos de demora en la solicitud de algunas acciones y lo mismo ocurre a la hora de difundir el nombre de la Casa Ecológica y no el de la Agencia Ambiental, una puja eterna para la organización y sus trabajadores.

En líneas generales aprendí muchísimo en este proceso y fue un gran aporte para mi profesionalmente. Un trabajo largo y en profundidad para reconocer una organización en su totalidad, una temática de la que sabía poco y una disciplina que siempre gana nuevas herramientas y miradas adaptadas a los cambios sociales y tecnológicos que se van dando en el mundo.

Cabe destacar que a lo largo de este tiempo surgió la idea de que ingresara a trabajar como comunicador en la Casa Ecológica, lo postularon varios de los trabajadores. Pero desde el día uno en que Sergio Federovisky dijo “te podemos dar todo lo que necesites menos plata” es que el presupuesto ha negado la posibilidad de que alguien ocupe ese lugar.

Por ese motivo es que se sugiere como una línea de acción la de capacitar a los empleados en materia de comunicación y no de contratar una persona nueva. También es cierto que la comunicación debe estar a la alcance de todos y que las herramientas puedan ser utilizadas por todas las personas, más en estos casos donde se intenta generar conciencia y sensibilizar a las personas en un tema tan importante.

Es interesante que ellos puedan abrir sus mentes con una nueva mirada sobre la comunicación y tomar las riendas de las producciones comunicacionales y de la planificación en este sentido. Es algo innovador y que puede tener resultados interesantes. Son personas que vienen de las ciencias duras pero que creen que la comunicación es muy importante para la organización y tienen un gran interés por aprender sobre esta disciplina.

De modo que fue un proceso de adaptación y aprendizaje constante, con el aporte de todo lo que aprendido a lo largo de los años universitarios y utilizando mi creatividad e imaginación para postular ideas que permitan mejorar los procesos de sensibilización ambiental desde el campo de la comunicación.

A modo de cierre, considero que este proyecto, generado para fortalecer la comunicación en la Casa Ecológica, puede ser un disparador para ideas nuevas y procesos nuevos que busquen generar cambios y mejoras en organizaciones ambientales que buscan promover la educación ambiental, incorporando la mirada de comunicación/educación y acciones comunicacionales que permitan el aumento de la participación ciudadana en estos procesos.

Desde mi lugar, y convencido de que debemos cuidar el planeta, me alegro al poder contribuir con una organización que trabaje en pos de esta causa.



AGRADECIMIENTOS

El proceso de Tesis fue realmente largo y necesité de muchas manos para poder terminarlo.

Quien se merece un agradecimiento es Federico Bargelata, un antiguo jefe que me dio vía libre en la oficina para dedicarle tiempo a este trabajo combinándolo con mis tareas habituales.

También quiero agradecer a todos los trabajadores de la Casa Ecológica que siempre me dieron una mano, pero sobre todo a Soledad Fumagalli, Ariel Lucero y Paula Ramírez que me ayudaron en todo momento y me facilitaron mucho el trabajo.

Finalmente, quiero decirle gracias a Mariana Inchaurredo ya que sin ella nunca hubiese logrado llevar adelante este proyecto. Es una profesional increíble y una excelente persona.

BIBLIOGRAFÍA.

Textos académicos:

- Reglamento de tesis. Facultad. de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.
- Amado Suárez- Castro Zuñeda, Adriana; Comunicaciones Públicas; editorial Temas G.E; 1999.
- Gálvez, Eduardo, A.: “Planificación de un proyecto comunicacional”. Facultad. de Periodismo y Com. Social de la U.N.L.P. Año 2007.
- Weil, Pascale; “La Comunicación Global. Comunicación institucional y de gestión”. Editorial Paidós Comunicación. Año 1968.
- Costa, Joan; “La comunicación en acción”. Editorial Paidós. Año 2006.
- AnderEgg, Ezequiel; “Introducción a la planificación”. Editorial Lumen Humanitas. Buenos Aires. Año 2001.
- Prieto Castillo, D.; “El diagnóstico de la comunicación”. Ficha de Cátedra Comunicación en Organizaciones e Instituciones. U.N.L.P. Año 2006.
- “Al abordaje de las organizaciones”. Doc. de cátedra Taller de Producción de Mensajes, Fac. de Periodismo y Com. Social de la U.N.L.P. Año 2007.
- “Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas”. Comunicación y Educación: Aproximaciones. Jorge Huergo.
- Centro de Estudios de Población: Guía de Grupos Focales. 2010.
- El problema de la comunicación en Psicología. Editorial Ciencias Sociales. Año 1989. Lomov, B.F
- Imagen de Marca. Un fenómeno social. Joan Costa 2004.
- Sembrando mi futuro. comunicación, planificación y gestión para el desarrollo local. Facultad de Periodismo y Comunicación social. Universidad Nacional de La Plata.
- Titscher Stefan. Métodos de análisis de textos y discursos. Londres, 2002.

- El Parc de Collserola: Estrategia de Comunicación para mejorar el parque.
Isabel Raventós. Año 2006
- Aproximación a un Marco Teórico. Plan de Comunicación. Antonio José Molero.
Año 2005.
- Warren Bennis/Robert C. Townsend. Up the Organization: How to Stop the Corporation from Stifling People and Strangling Profits. 1970.

Expedientes, normas, legislaciones y otros relacionados:

- Ordenanza Municipal nº 10462. Creación de la Agencia Ambiental de la Municipalidad de La Plata. 26 de noviembre de 2008.
- Ley General de Ambiente. Ley 25.675.
- Ley General de Ambiente. Ley nº 28611.
- Ley 11469. Política Ambiental Provincia de Buenos Aires.
- Constitución Nacional de la República Argentina.
- CENSO 2010: www.censo2010.indec.gov.ar/preliminares/provisionales.pdf.
- Juan Domingo Perón: Mensaje Ambiental a los Pueblos y Gobiernos del Mundo.
<http://www.ambiente.gov.ar/?idarticulo=5187>.
- “Nuestro Futuro Común” (Informe Brundlandt).
<http://www.oarsoaldea.net/agenda21/files/Nuestro%20futuro%20comun.pdf>
- Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano. Estocolmo, Suecia. Año 1972.
<http://www.jmarcano.com/educa/docs/estocolmo.html>

Libros y Tesis:

- “Enriqueciendo las propuestas educativo-ambientales para la acción colectiva”.
2009. Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de La Nación.

- Energy [R]evolution: A sustainable World Energy Outlook. Junio 2012. GWEC, EREC and Greenpeace. <http://www.greenpeace.org/international/en/> (*Traducciones realizadas por mí mismo debido a que no hay versión en español*).
- Los Pedales de la Bicicleta: La evaluación en la Educación Ambiental. Elizabeth Urda, Dina Foguelman y Ana Maria Zerboni. Año 2012, ediciones Kaicron.
- Ambiente y Política. Una visión integradora para gestiones viables. Homero M. Bibiloni. 2008. Editorial RAP.
- “La transición hacia el desarrollo sustentable”. Programa de Naciones Unidas para el medio ambiente. México, año 2002.
- Reflexiones y Alcances de la Participación Ciudadana en la Gestión Ambiental. Gobierno de Chile, comisión nacional del medio ambiente. Año 2009.
- Historia, política y gestión ambiental. Alejandra Salomón y Adrián Zarrilli. Año 2012. Ediciones Imago Mundi.
- Ambiente y Educación. Una apuesta al futuro. R. Gurevich, A. Almirón, L. Bachman, H. Castro, S. González y C. Reboratti. Año 2011. Ediciones Paidós.
- Informe Ambiental Anual 2012. Farn (Fundación Ambiente y Recursos Naturales) Año 2012. (Descarga desde <http://www.farn.org.ar>).

Informes y otros relacionados:

- El Impenetrable en peligro. Informe de Greenpeace sobre los desmontes en el Chaco. 2012. www.greenpeace.org.ar
- Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. 1992. <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>
- Plataforma Arquitectura: En Detalle – El Muro Trombe. <http://www.plataformaarquitectura.cl/2011/01/05/en-detalle-muro-trombe/>

- Mensaje del Director de Greenpeace en el Día Internacional del Medio Ambiente. <http://www.greenpeace.org/argentina/es/noticias/fhjfkjhak/>
- Evaluación de la calidad de los sitios web con información sanitaria en castellano. Carmen Conesa Fuentes; Tesis de grado, Universidad de Murcia. Febrero 2010.
- Economía Verde, el asalto final a los bienes comunes. Alianza Biodiversidad, Amigos de la Tierra América Latina y el Caribe, Movimiento Mundial por los Bosques. 2012.
- Carta a concejales de La Plata por parte de Greenpeace <http://www.greenpeace.org/argentina/es/informes/Carta-de-Greenpeace-y-organizaciones-expresando-su-preocupacion-por-la-planta-de-tratamiento-de-residuos-de-la-region-Capital-La-Plata/>
- “Breve Historia de la Educación Ambiental: Del conservacionismo hacia el desarrollo sostenible”. Revista Futuros. Año 2005, número 12, Volumen 3.
- La Minería y su aporte al Desarrollo Económico Nacional. IDESA (Instituto para el Desarrollo Social Argentino). Marzo 2012.
- Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea. Pedro Hernández. 13/02/2007. <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>
- “La Posibilidad Energética del Futuro”. María Belén di Marco. 2011.
- “Aportes políticos y pedagógicos en la construcción del campo Educación Ambiental”. 2009. Secretaría. de Ambiente y Desarrollo Sustentable de La Nación.
- Argentina: A contramano de la lucha contra el cambio climático. Greenpeace. Diciembre de 2009.
- Informe sobre la cantidad de visitantes a la Casa Ecológica. 2012.
- Environmental effects of increased atmospheric carbon dioxide. Oregon Institute of Science and Medicine. 2006.

- Los pueblos del mundo frente a los avances del capitalismo: Río + 20 y más allá. Vía Campesina (movimiento campesino internacional). Año 2012.
<http://rio20.net/documentos/los-pueblos-del-mundo-frente-a-los-avances-del-capitalismo-rio20-y-mas-alla>.
- Estadísticas culturales – distribución de diarios.
<http://sinca.cultura.gov.ar/sic/estadisticas/recdatos/results.php?idCategoria=7>
- www.comunitariaeinstitucionalcomunicacion.blogspot.com
- <http://www.ecopibes.com/educadores/ambiente.html>
- <http://www.municipalidad.laplata.gov.ar/autoridades>

Noticias Periodísticas:

- Cuidando El Planeta. Creación de la Casa Ecológica
<http://cuidandoelplanetatierra.blogspot.com.ar/2011/02/casa-ecologica-en-la-plata.html>
- Municipalidad de La Plata – Noticias: Más de 800 mil turistas visitaron la ciudad de La Plata durante las vacaciones.
<http://www.gestion.laplata.gov.ar/noticias/1579-mas-de-800-mil-turistas-visitaron-la-plata-durante-las-vacaciones>
- Región La Plata Capital en “Crisis Ambiental”. Albies, revista online. 6.06.2011.
<http://albies.com.ar/site/2011/06/region-la-plata-capital-en-%E2%80%9Ccrisis-ambiental%E2%80%9D/>
- Diario El Día. 29/11/2010. “El nuevo atractivo de paseos escolares”.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20101129/educacion12.htm>
- Espacio&Confort: En Armonía natural.
<http://www.espacioyconfort.com.ar/Medio-Ambiente/en-armonia-natural.html>

- Diario Infobae: Crean una casa ecológica La Plata. 28/09/2009.
<http://www.infobae.com/notas/474635-Crean-una-casa-ecologica-en-La-Plata.html>
- Diario El Día: Instalan el primer molino que produce energía eólica.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20091012/laciudad6.htm>.
- 26 Noticias: Argentina sufre la peor sequía en 70 años.
<http://www.26noticias.com.ar/argentina-sufre-la-peor-sequia-en-70-anos-81454.html>
- Electro Profesional: Inauguran en La Plata la primera Casa Ecológica de la Argentina.
http://www.electroprofesional.com.ar/electroprofesional_noticias.php?id=358
- RealPolitik: Buera y Scioli inauguran la Casa Ecológica y abren los sobres de licitación de planta. 04/10/2010. <http://www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=2807>
- NOVA La Plata: CILSA realizará la primera entrega del año en la Casa Ecológica.
http://www.novalaplata.com/nota.asp?n=2012_2_28&id=29739&id_tiponota=11
- CILSA: Entrega de Elementos – La Plata.
<http://www.cilsa.org/2012/03/primera-donacion-del-ano-en-la-casa-ecologica/>
- Diario El Día: La Casa Ecológica ya se construye en el bosque. 09/08/2009.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20090809/laciudad12.htm>
- Diario El Día: Inauguraron la Casa Ecológica. 05/10/2010.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20101005/laciudad2.htm>
- Diario El Día: La huerta en casa: cada vez más gente produce alimentos. 11/03/2012. <http://www.eldia.com.ar/edis/20120311/la-huerta-casa-cada-vez-mas-gente-produce-alimentos-laciudad15.htm>
- DiarioUno de Mendoza: Fuerte crecimiento turístico.
<http://www.diariouno.com.ar/edimpresa/2012/08/20/nota307567.html>

- FARN: Presentación de la guía práctica para la separación de residuos en Origen en La Plata. 15/12/2010. <http://www.farn.org.ar/newsite/archives/117>
- Reciclado de Residuos – Campaña Cáritas.
<http://www.campanias.laplata.gov.ar/medio-ambiente/3-general/3-reciclado-de-residuos>
- Desde ayer el mundo está en déficit ecológico. TuVerde.com. 23.08.2012.
<http://www.tuverde.com/2012/08/desde-ayer-el-mundo-esta-en-deficit-ecologico/>
- RealPolitik: Entrevista a Sergio Federovisky. 24/01/2012.
<http://www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=5170>
- ImpulsoBaires: La Plata: Unión Europea preseleccionó proyecto de la Municipalidad de La Plata para fortalecer cooperativas de cartoneros.
23/01/2012 <http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=141273>
- ImpulsoBaires: Lanzas iniciativa para la reutilización del aceite comestible.
17/01/2012. <http://www.impulsobaires.com.ar/nota.php?id=140767>
- Diario El Día: Crearán tres plantas de transferencia de basura. 31/01/2012.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20120131/crearan-tres-plantas-transferencia-basura-laciudad17.htm>
- Diario La Nación: reciclan una casa que será amigable con el ambiente.
28/09/2009. <http://www.lanacion.com.ar/1179744-reciclan-una-casa-que-sera-amigable-con-el-ambiente>
- Diario La Nación: Polémica por una planta de residuos. 25/11/2010.
<http://www.lanacion.com.ar/1327898-polemica-por-una-planta-de-residuos>
- Diario La Nación: Un recorrido por los edificios argentinos sustentables.
23/07/2012. <http://www.lanacion.com.ar/1492028-un-recorrido-por-los-edificios-argentinos-sustentables>

- Greenpeace: La cumbre de río es un maquillaje verde.
<http://www.greenpeace.org/argentina/es/noticias/Greenpeace-la-cumbre-de-Rio-es-maquillaje-verde/>
- Cómo aprovechar Facebook para mejorar tu negocio. 17/07/2012.
<http://www.lanacion.com.ar/1490873-como-aprovechar-facebook-para-mejorar-tu-negocio>.
- CQC dejó mal parado a Bruera por basurales. Infoplatense 21/06/2012.
[http://www.infoplatense.com.ar/2012/index.php/component/content/article/40-modulo2/4960-cqc-dejo-mal-parado-a-bruera-por-basurales-](http://www.infoplatense.com.ar/2012/index.php/component/content/article/40-modulo2/4960-cqc-dejo-mal-parado-a-bruera-por-basurales)
- Negrelli acusa al intendente Bruera por contaminar el medio ambiente. Contacto Político 04/04/2012.
http://www.contactopolitico.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=9011
- Entrevista a Gerardo Jazmín. www.realpolitik.com.ar/nota.asp?id=6138
- Entrevista a Pablo Bruera. CadenaBA.
<http://www.cadenaba.com.ar/nota.php?id=11358>
- Infoplatense: un desempleado menos en la ciudad: Mariano Bruera estará a cargo de la Gestión Integral de Residuos. 14/12/2011
http://www.infoplatense.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=12892:un-desempleado-menos-en-la-ciudad-mariano-bruera-estara-a-cargo-de-la-gestion-integral-de-residuos&catid=5:de-pasillos
- Lanzan proyecto para la producción de energía de Biomasa. Pampa Digital. 26/09/12.
http://noticiapampadigital.com.ar/noticia_detalle.php?id=1162
- Entregan alimentos de huerta orgánica municipal a un Jardín. El Día. 08/05/12.
<http://www.eldia.com.ar/edis/20120508/entregan-alimentos-huerta-organica-municipal-jardin-educacion3.htm>

- Fuerte crítica al Municipio en el día mundial del medio ambiente. La Plata Ya. 05/06/12. <http://laplataya.com/wp/?p=10680>
- Argentina es el tercer país del mundo en potencial de energía no convencional. IMASS. http://www.imass.com.ar/despachos.asp?cod_des=65175&ID_Seccion=10
- La Plata: Actividades gratuitas en la Casa Ecológica. PlusInformación. <http://plusinformacion.com/nota.php?id=18814>

Sitios Web de consulta e información online:

- Vida Verde en Latinoamérica. Sitio web sobre el medio ambiente y el desarrollo sustentable. www.tuverde.com
- Periódico El Inversor Energético y Minero. <http://www.inversorenergetico.com/>
- Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible. www.opds.gba.gov.ar/
- Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable. <http://www.ambiente.gov.ar/>
- Portal Río + 20. Cumbre de los pueblos Río+20 en Brasil, año 2012. <http://rio20.net/>
- Instituto: El Derecho por el Planeta Verde. <http://planetaverde.org.ar/>
- Fundación Vida Silvestre Argentina (WWF): <http://www.vidasilvestre.org.ar/>
- Municipalidad de La Plata – Sitio web oficial- campañas: <http://www.campanias.laplata.gov.ar/medio-ambiente>
- Blog de la Agencia Ambiental: <http://ambientallp.blogspot.com.ar/>
- Internet World Stats. Internet users in South America, December 2011. <http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>
- United Nations Framework Convention on Climate Change: http://unfccc.int/portal_espanol/items/3093.php
- Municipalidad de La Plata, Obras y avances luego de la inundación del 02/04. <http://www.laplata.gov.ar/obrasavances/>

TESIS DE GRADO

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CASA ECOLÓGICA
Sede de la Agencia Ambiental y Centro de Educación Ambiental de la
Municipalidad de La Plata**

Mauro Gastón Fernández

Legajo 15362/7

*Ciudad de La Plata. Octubre 2013.
Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
Universidad Nacional de La Plata.*