



El medioambiente en la era de la viralidad

Tatiana Goldman
tatigoldman@gmail.com

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Especialización en Comunicación y Medio Ambiente
Director: Mario Migliorati

Índice de la Carpeta de Producción

1. Introducción.....	Pág. 1 - 15
1.1 Presentación del proyecto	
-El lugar desde donde interpretamos y hablamos de ambiente	
-El qué y cómo del proyecto	
1.2 Objetivos del proyecto	
1.3 Realización del proyecto: recursos puestos en juego	
2. Marco conceptual y metodológico.....	Pág. 16 - 48
2.4 Educación ambiental, redes sociales y viralidad	
2.5 El Stand up y la comedia como medios educacionales	
2.1 Sobre los residuos sólidos urbanos (RSU)	
2.2 Situación de los RSU y su tratamiento en Argentina	
2.3 RSU en Buenos Aires	
3. Desarrollo de la propuesta.....	Pág. 48 - 56
3.1 Guiones	
A. “Está de moda que los hombres desaparezcan”	
B. “La separación de residuos me cambió la vida”	
4. Reflexiones / conclusiones.....	Pág. 57 - 58
5. Bibliografía.....	Pág. 59 - 60

1. Introducción

Teniendo como punto de partida la necesidad de recuperar los recorridos planteados en la Especialización de Comunicación y Ambiente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, la realización del Trabajo de Integración Final (TIF) se enmarcará en una producción audiovisual desarrollada bajo el título “El medio ambiente en la era de la viralidad”. La realización consistirá en una producción multimedia planteada en torno a una campaña de concientización sobre el reciclado. Desarrollada por medio de una serie de videos y trazada en cuanto a los alcances fijados por el TIF, tendrá como propósito la puesta en relación de distintos medios e instancias de difusión para la integración de los ejes temáticos así como de las problemáticas propias al tratamiento de los residuos sólidos urbanos.

1.1 Presentación del proyecto: “El medio ambiente en la era de la viralidad”

-El lugar desde donde interpretamos y hablamos del ambiente

Entendemos el ambiente como un sistema dinámico y complejo resultante de la interacción entre los sistemas socioculturales y los ecosistemas. Desde este lugar, nos situamos frente a una definición de ambiente como sistema complejo que implica atender la heterogeneidad de sus componentes, pero fundamentalmente requiere trabajar sobre las relaciones entre estos componentes.

Sin duda, el conocimiento alcanzado en la Especialización en Comunicación y Ambiente nos lleva a comprender que en estas diversas relaciones, todas las aproximaciones desde la disciplina requieren reconocer componentes, interrelaciones, organizaciones y emergentes particulares. Por su parte, desde las representaciones sociales, podemos considerar que la

forma de pensar y saber sobre el ambiente lleva como resultante de un conjunto de significaciones y normas, valores e intereses propios y un marcado sentido a la hora de orientar nuestras prácticas profesionales en este campo de desarrollo y tratamiento de temas.

Es decir, nuestra percepción respecto al ambiente se construye en el seno de una sociedad y se concreta y/o modifica de acuerdo a una interrelación permanente entre los procesos simbólicos y las prácticas cotidianas. Y, por tanto, en la construcción de mensajes partimos de nuestra visión del ambiente en cuanto con las formas de concebirla, clasificarla, jerarquizarla y de relacionarnos con ella.

Este es nuestro punto de partida pero también de nuestro aporte. Y como señala Enrique Leff¹, la configuración de un concepto de ambiente surgió “como una nueva visión del desarrollo humano, que reintegra los valores y potenciales de la naturaleza, las externalidades sociales, los saberes subyugados y la complejidad del mundo negados por la racionalidad mecanicista, simplificadora, unidimensional, fraccionadora que ha conducido el proceso de modernización. El ambiente emerge como un saber reintegrador de la diversidad, de nuevos valores éticos y estéticos, de los potenciales sinérgicos que genera la articulación de procesos ecológicos, tecnológicos y culturales”.

Entonces, trabajar el “Medioambiente en la era de la viralidad” nos lleva a entender que posicionarnos desde la disciplina en la dimensión ambiental implica pensar y abordar lo ambiental como un sistema complejo que tenga permanentemente en cuenta el resguardo de los equilibrios biológicos, el pleno desarrollo del hombre y sus instituciones sociales, la búsqueda de una mejor calidad de vida y el desarrollo de las potencialidades productivas en una perspectiva sustentable y respetando las características culturales que las diferentes poblaciones quieran mantener como fundamento y sentido de su vida.

¹ Leff, E. (1998). “Saber Ambiental, Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad y Poder”. Ed. Siglo XXI. México.

Se presentan entonces, en este plano, la necesidad de generar interacciones para abordar desde nuestro lugar una perspectiva compleja y sistémica, donde los problemas ambientales ya no pueden situarse por fuera de la dimensión sociocultural. Y si bien puede que el Stand up es un medio para el tratamiento del orden temático abordado, no menos cierto es que nos integramos a procesos ambientales que emprendemos asumiendo: análisis, factores y procesos que nos llevan a producir determinadas manifestaciones, donde incorporamos variables ligadas a las dimensiones sociales, culturales, tecnológicas, económicas, relacionadas en definitiva a los distintos sistemas de valores y creencias desde los cuales se sostienen, justifican o legitiman modos particulares de producción.

De este modo, hemos elegido esta manera de hacer y decir ante un tema/problema ambiental, cuyos emergentes son considerados en nuestras producciones a partir de la evidencia en los modos de producción y consumo que sostenemos actualmente como sociedad y del sistema de valores que sustenta dicho modelo.

Quizás sea necesario dar cuenta que, desde los marcos conceptuales que hemos interpretado en nuestro recorrido durante la especialización, buscamos dar cuenta del impacto del estilo de desarrollo que como sociedad hemos elegido. Por esta razón, nuestra percepción y conocimiento de ambiente aparece como irreductible a una idea de que los problemas ambientales son eminentemente sociales, dados por la crítica relación entre sociedad y naturaleza. Y es aquí donde la dimensión ambiental emerge como un sistema complejo que abordamos, necesariamente, a partir de las interacciones entre diversas disciplinas, pero también a saberes populares y culturales.

Y en el reconocimiento de diversos y numerosos problemas ambientales, que van de la escala local a la global como: pérdida de biodiversidad, calentamiento global, pérdida del patrimonio cultural de los pueblos, residuos urbanos, deforestación, desertificación, contaminación del agua, escasez de agua segura, contaminación por agroquímicos, entre tantos otros; entendemos que estos problemas no surgen de manera aislada sino que se articulan como emergentes de un sistema de desarrollo humano que nos pone ante

problemáticas de una alta complejidad que requieren de respuestas múltiples desde diversas miradas. De aquí nuestro aporte.

-El qué y cómo del proyecto

La modalidad de consumo de los contenidos audiovisuales cambió radicalmente en los últimos años. Tal como se muestra en el último estudio anual de Ericsson ConsumerLab, un nuevo concepto de consumir contenido audiovisual fue ganando terreno en forma ascendente. Esto tiene que ver con: por un lado, un cambio en la visibilidad de los contenidos que ya no son emitidos en forma unilateral -vertical desde la televisión, sino ahora también y en complemento desde plataformas digitales, como “Netflix” es el caso de Netflix; y por otro lado, surge la “oferta multiplantalla” de contenidos, que ahora pueden ser consumidos a través de distintos dispositivos (computadoras, tablets, teléfonos celulares), en cualquier momento del día.

Asimismo, también se observa un cambio en las condiciones de producción de tales contenidos, cuyo generador dejan de estar conducidas únicamente por las multinacionales y estudios para dar lugar a producciones caseras / individuales y *low cost*. Nace, en este sentido, y en línea con el interés que impulsa este estudio, nuevas formas de intercambio de mensajes donde se construye un vínculo de cercanía y horizontalidad con el referente. Tal es el caso de los llamados Youtubers: son jóvenes que producen contenidos, tutoriales, lecturas de libros, con bajos recursos de producción y muchísimas suscripciones en la plataforma de Youtube.²

Como expresión de esto, el formato de los contenidos cambió radicalmente, y uno de estos puntos es la duración. Videos cada vez más concretos, en un mundo de atención líquida. (Bauman; 2010). El videominuto³ es un formato que aparece como novedoso pero que

² <https://www.ericsson.com/res/docs/2015/consumerlab/ericsson-consumerlab-tv-media-2015.pdf>

³ El videominuto es un género que traza el reconocimiento de elementos propios del lenguaje audiovisual. Se asemeja en tiempo a un comercial televisivo, aunque su desarrollo tiene una fuerte impronta en la producción de materiales y abordajes de temáticas diversas y aportes hacia el debate. Y como tal plantea grados de

atiende a esta tendencia, desde una doble fuente: se puede consumir desde cualquier dispositivo (soporte), como también facilita su consumo en cualquier entorno (ocasión). En este sentido, la portabilidad de los contenidos comienza por superar la primera barrera respecto a la atención, de carácter efímero y volátil. Y justamente por ello que el videominuto surge como oportunidad para explotar las formas de conexión con esta rasgo cada vez más universalizado, en un registro concreto y fundante de una nueva forma de interacción. Como se observará más adelante: tendencias recientes como el Stories de Instagram o la página Tasty de Facebook⁴ (con casi 70 millones de suscriptores a Agosto de 2016), confirman la relevancia de este formato (quebrando prejuicios y abriendo nuevas formas de comunicaciones posibles con la audiencia).

El proyecto será planteado como una serie de pastillas audiovisuales llevadas a cabo a partir de una iniciativa de la Dirección General de Nuevos Medios de Jefatura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (DGN)⁵. Este organismo, además de ser la primer oficina específica de nuevos medios desarrollada por un gobierno latinoamericano, es la encargada de planear las campañas y estrategias de comunicación de las distintas redes sociales del Gobierno de la Ciudad, incluido por lo tanto el área de Ciudad Verde en el que se enmarcará el proyecto.

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires trabaja en su página web⁶ a partir de la distinción en áreas departamentales que, si bien están englobadas y presentadas a la par,

complejidad narrativa y la necesidad de síntesis que concretar la historia narrada. Y en lo que respecta a la estructura narrativa, fundamento de cualquier relato audiovisual clásico, contiene los tres momentos similares al esquema estructural publicitario: preparación, desarrollo y estallido.

⁴ <https://www.facebook.com/buzzfeedtasty/>

⁵ Actualmente trabajo en proyectos vinculados con el ambiente. En estos años fui asesora del área de Medio Ambiente de la Comuna 2 – Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Cumplí el rol de Coordinadora de Contenido en la Dirección General de Comunicación del Ministerio de Ambiente y Espacio Público - GCBA y actualmente me desempeño en la Dirección General de Nuevos Medios – GCBA. Asimismo, debo destacar que hace más de tres años que ejerzo de forma profesional la actividad teatral, más específicamente, el *stand up*, realizando shows en los principales puntos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

⁶ <http://www.buenosaires.gob.ar>

responden a distintos campos de intervención. De esta forma, pueden distinguirse cuatro ejes destacados: *Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires*, donde se informan todas las cuestiones de servicio y de gestión generales a todos los temas de la Ciudad; *En todo estás vos*, en donde se problematizan los aspectos más sociales; *Agenda Cultural* a partir del que se brinda información sobre actividades artísticas y culturales y, por último, *Ciudad Verde*.

Bajo la premisa de generar conciencia, educación y compromiso en la sociedad a partir de la separación de residuos, el uso de bicicleta y el consumo responsable de agua y energía, Ciudad Verde es el ente responsable de brindar la información sobre las medidas y los servicios disponibles para los ciudadanos generados a partir de las distintas medidas implementadas como parte del cuidado del medio ambiente. Entre ellas destacan el programa Ecobici, la información vinculada con las redes de Metrobus, las distintas actividades programadas al aire libre y toda la información que concierne a la separación y el reciclado de la basura. Para ello, se brindan distintas áreas informativas:

- Conductas: en donde se brinda información relacionada con los comportamientos de los ciudadanos como la distancia de los contenedores a la que se debe estacionar, el horario en el que es indicado sacar la basura - 20,00 a 21,00 h.- y el cuidado en relación a las mascotas y sus excrementos en la vía pública.
- Puntos verdes: en el que se explicita las locaciones de los puntos verdes situados en las distintas plazas de la Ciudad de Buenos Aires a los que los vecinos pueden llevar sus reciclados.
- Información general: en el que se explicita las condiciones en las que deben ser colocados los reciclables, las distintas cooperativas barriales a las que éstos son llevados y un “Reciclario” en el que se puede consultar qué objetos son reciclables y cuáles no.

De esta forma, Ciudad Verde se convirtió paulatinamente en uno de los ejes más relevantes del Gobierno de la Ciudad, al mismo tiempo que el cuidado del ambiente y las distintas campañas llevadas a cabo para ello se consolidaron como puntapiés de su gestión.

En este sentido, el medio principal para la promoción de sus contenidos está configurado a partir de su actividad en las redes sociales, primordialmente, por las actualizaciones de su cuenta en *Facebook*⁷. Es por ésto que, a partir de la relevancia que la página ha cobrado en las distintas campañas de Ciudad Verde, la *fanpage* será utilizada como la plataforma de difusión para los videos de la campaña. Esto implica que, en primera instancia, los videos estarán destinados hacia los seguidores de la página, entendidos como receptores familiarizados con el organismo y que poseen cierto conocimiento sobre la temática. Pero, al mismo tiempo, apuntarán a producir un efecto educativo e informativo en un posible espectador que, si bien puede no estar familiarizado con el reciclado ni las acciones llevadas a cabo por Ciudad Verde, llegará a ellos a partir de su viralización. De esta forma, se apunta a la construcción de un espectador que podría ser catalogado como tercerizado, entendido como un derivado propio del tipo de comunicación que las redes sociales traen emparentadas.

Teniendo en cuenta que las producciones audiovisuales emplazadas en internet responden por tendencia a una duración máxima de sesenta segundos, la campaña estará planteada a partir de la difusión de piezas cortas, próximas en duración o coincidentes con el género audiovisual videominuto⁸.

Incluso la última novedad incorporada a principios del 2016 de la red social “Instagram” es la posibilidad de subir videos de 60 segundos de duración, ya que en los últimos seis meses el consumo de video en esa aplicación aumentó en un 40%. Surge entonces el interés de las personas por compartir sus experiencias con la posibilidad de tener videos más largos.

Asimismo, es necesario señalar la transposición del género en cuanto a su definición literal ya que se incorporarán elementos discursivos, actorales, corporales, lingüísticos y paralingüísticos propios del *Stand up*. De esta forma, se intentará trazar un tipo de

⁷ <https://www.facebook.com/BAciudadverde>

⁸ El videominuto es un género cinematográfico. Fue creado por video-artistas en la década del noventa, y como su nombre lo indica, consiste en videos de un minuto de duración.

comunicación directa y personalizada que, por medio del humor como elemento característico de este tipo de representación, logre generar identificación. En este sentido, si bien para aquel espectador familiarizado con la problemática el contenido de los videos no aportará un incremento en términos de conocimiento, el género en que se circunscribirán los videos permitirá la emergencia de la empatía entendida como la herramienta que permitirá fortalecer su compromiso al mismo tiempo que facilitará el acceso para aquel espectador ajeno a la temática.

Por otro lado, al ser emplazados en *YouTube* y publicados posteriormente en *Facebook*, los videos serán montados a partir de una lógica *low cost*, respondiendo al tipo de producción característica del circuito del que formarán parte. A partir de ello, podrán ser asociados en términos estéticos con producciones locales como *La loca de mierda*⁹. Esta relación podrá trazarse no solo por la simpleza en su montaje y edición, sino también por las operaciones de apelación al espectador y la consolidación de un prosumidor¹⁰ audiovisual, entendido como un individuo que, haciendo uso de las herramientas comunicacionales que brinda internet, cumple en simultáneo la función de productor y consumidor.

1.2 Objetivos del proyecto

A partir de la realización de “La comunicación en la era de la viralidad” lo que se intentará llevar a cabo es una campaña en la que por medio de la difusión de una serie de videos se promueva la necesidad y toma la conocimiento acerca de la importancia del tratamiento adecuado de los Residuos Sólidos Urbanos (RSU).

⁹ La loca de mierda, (2008) fue una miniserie montada por Malena Pichot en su canal de *Youtube* <https://www.youtube.com/user/malepichot>

¹⁰ Prosumidor: *prosumer*, es un acrónimo formado por la fusión original de las palabras en inglés *producer* (productor) y *consumer* (consumidor).

Desde esta mirada, entendemos que es fundamental generar esta serie de materiales audiovisuales porque creemos que estos contribuirán, por un lado revalorizar nuestra comprensión de la configuración del problema desde lo comunicacional y, más específicamente aportando desde esa mirada a lo ambiental; y, por otro lado a repensar, indagar y problematizar desde la actuación y puesta en escena del tema, de los sentidos sociales que este tema adquiere y cómo es posible emplear herramientas y estrategias para promover las diversas propuestas acerca de los RSU.

Si bien, como se ha señalado previamente, en la actualidad existen distintos métodos de promoción e información sobre el cuidado ambiental, lo que se buscará en la campaña es un método disruptivo en la comunicación sobre la temática que por medio de la identificación generada desde el humor así como por la instantaneidad propia de las redes sociales, genere un efecto pedagógico a corto plazo.

Por otro lado, si bien muchos ciudadanos están familiarizados con el cuidado del ambiente y la salud – ya sea reciclando o, por ejemplo, reparando en la información nutricional de los productos que consumen y modificando sus hábitos alimenticios- también existe un sector de la población que no tiene nociones sobre estas herramientas a quienes la información necesaria para ser concientizados aún no ha llegado o, en algunos casos, no ha sido enunciada con la efectividad necesaria para interpelarlos. De esta forma, lo que la campaña se propone es apelar a la conciencia de los ciudadanos, no sólo en relación a las medidas o cuidados a nivel personal, sino en términos de comunidad bajo la idea del cuidado -como acciones proactivas- de un bien colectivo.

Si bien el acento estará puesto en el reciclado, el mensaje que se intentará brindar estará atravesado por la idea de que las acciones cotidianas desarrolladas desde la individualidad generan un impacto en relación a la vida social, puntualmente, en función del cuidado del medio ambiente. En este sentido, el propósito más ambicioso de la campaña será instalar en los espectadores la idea de que el cambio es posible y que, justamente, se logrará a partir de la modificación en las conductas personales. Esto implica que cada video interpelará al

espectador en sus aspectos más íntimos e intentará por medio del humor la reflexión sobre la implicancia de las pequeñas acciones de la vida cotidiana.

De esta forma, se intentará demostrar que la toma de conciencia es imprescindible para lograr un cambio radical y que, a su vez, éste comienza a partir de las pequeñas acciones cotidianas: cambiar el auto por transporte público, o mejor aún, desplazarse en bicicleta; llevar al trabajo comida elaborada en el hogar y tomar consciencia que al consumir alimentos de negocios se generan residuos como bandejas, cubiertos de plásticos y bolsas; hacer deporte y disfrutar de actividades al aire libre y, primordialmente, separar correctamente la basura para su posterior reciclaje. Es decir, que se alentará al potencial espectador a mejorar sus hábitos, pero no bajo la premisa de realizar acciones individuales que empiecen y terminen en el seno de su hogar, sino como el resultado de la toma de conciencia en pos de un bien colectivo que tiene como fin último salvar al planeta tierra.

Por otro lado, en términos comunicacionales el proyecto intentará innovar en varios sentidos. Por un lado, la utilización de las redes sociales como forma de difusión implicará a partir de los efectos de la viralidad la posibilidad de llegar a espectadores de diversos sustratos socioculturales que serán capitalizados de forma consciente.

Es importante destacar que el concepto de “Viralidad” no tiene una definición establecida, incluso no es un término que exista en la Real Academia Española. Sin embargo, desde las experiencias conocidas y catalogadas de esa forma, puede entenderse como “la capacidad de un contenido de reproducirse, multiplicarse y expandirse como un virus”.

Si aplicamos este concepto a la comunicación, podemos encontrarnos con videos virales y con campañas de marketing que se viralizaron.

El hecho de que ocurra la viralización, tiene elementos que pueden ser ponderados y otros que no: por un lado, no es algo que se pueda planear de antemano, sí consideramos es algo que se puede trabajar, pero dependerá exclusiva y únicamente de los prosumidores; por otro lado, y en forma diferencial, se trata de un contenido que despierta alguna emoción, no

siempre positiva (puede ser bronca o tristeza) pero que al generarse, no tardará en contárselo a alguien, en recordarlo y en el caso de internet, compartirlo en las redes.

Los videos, al ser emplazados en las páginas del Gobierno de la Ciudad y Ciudad Verde, permitirán por un lado que los contenidos sean legitimados desde el Estado, pero al mismo tiempo, que sean visualizados por un abanico de actores sociales. Además, la forma en la que será presentada la problemática implicará una ruptura en relación a las campañas tradicionales sobre medio ambiente que se caracterizan por el contenido visual explícito y la apelación a la sensibilidad como herramienta pedagógica de impacto en el espectador. En oposición, “La comunicación en la era de la viralidad” buscará que la información sea asimilada por medio del humor, evitando de esta forma la apelación al drama y a referencias de carácter trágico. Sin embargo, esta suerte de “desdramatización” planteada como parte de la estrategia enunciativa no significará en absoluto el tratamiento liviano o apaciguado de la problemática. Por el contrario, lo que se intentará a partir de ella, es probar una nueva estrategia comunicativa para interpelar al ciudadano- espectador en pos de su concientización.

Lo que intenta diferenciar acá es la orden y la intención de viralidad. Es fundamental entender que si bien la actriz del videominuto hace un “*call to action*” muy concreto, donde llama al prosumidor a separar sus residuos (orden), a compostarlos, a ser un consumidor responsable; no solamente lo hace por el lado del humor, sino que intenta empatizar por medio de su historia (intención de viralidad).

Ricardo Piglia, en “Tesis sobre el cuento”¹¹, afirma que un cuento siempre cuenta dos historias. Una historia 1, que se trata de una historia que se trama en la superficie, a la vista de todos. Y una historia 2, que se “cocina” en el fondo para revelar una verdad hasta entonces oculta. El autor ilustra afirmando que la que importa es la segunda, la que estamos

¹¹ Piglia, Ricardo (1999). “Tesis sobre el cuento. Los dos hilos: Análisis de las dos historias”. En Formas breves, Buenos Aires, Temas Grupo Editorial.

contando sin que nadie se dé cuenta. Una historia que además muchas veces trae el tema, o al menos lo que quiere contar el autor detrás de toda la peripecia superficial. Y esto según el autor, y como aporte a nuestro trabajo, trasciende formatos: si es serie, película o novela. En ambos videos sucede esto mismo, la historia importante es la del planeta, no la de la actriz que cuenta sus aventuras amorosas.

Resulta interesante destacar, siguiendo la línea de todo lo anterior, que este trabajo destaca por sobre todo, la forma, el cómo decir lo que se está diciendo.

1.3 Realización del proyecto: recursos puestos en juego

La campaña estará compuesta inicialmente por dos piezas audiovisuales a partir de la idea de generar una serie de cortos en el canal de *YouTube* de Ciudad Verde. En este sentido, los videos serán el puntapié y funcionarán como capítulos pilotos en los que se buscará que posteriormente se lleven a cabo nuevas producciones utilizando estas piezas como criterio de sustento y/o modelo. Cada corto tendrá una duración aproximada de 1 minuto y su registro audiovisual se realizará a partir de una cámara web situada en una computadora. De esta forma, si bien serán llevados a cabo a partir de un guión, se buscará naturalidad bajo la consigna de una construcción que mantenga rasgos de improvisación.

Las dos piezas estarán protagonizadas por la misma actriz. De esta forma, el personaje fomentará la empatía con el espectador a partir de la identificación personal con el personaje que se irá desarrollando en cada pastilla. El papel estará a cargo de una actriz profesional especializada en *Stand up*. Sin embargo, no se trata de una mera profesional de la actuación, sino que será parte del cuerpo de producción y dirección de los videos, ya que se tratará de un proyecto autogestionado en sintonía con la Dirección General de Nuevos Medios de Jefatura del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires¹².

¹² Es importante destacar que como actriz he decidido protagonizar los cortos, en una búsqueda en la que también intento poner en discusión distintos aspectos de mi formación profesional por medio de mi formación actoral.

En relación a las locaciones, las filmaciones serán llevadas a cabo en interiores, más específicamente en el living de una casa. Por lo tanto, la estética de los videos, es decir todo aquello correspondiente a los aspectos relacionados con la dirección de arte de la campaña, estará al servicio de la representación de un hogar tipo de clase media de Buenos Aires. En este sentido, no contará con una escenografía de alto presupuesto, sino con los elementos convencionales al espacio que se intentará representar: una mesa y sillas estándares como únicos objetos materiales necesarios para la puesta en escena. A su vez, durante el rodaje se incorporarán distintos objetos a la escenografía como papel, algún elemento de plástico y otro de metal en representación de los materiales reciclables para generar un guiño en el espectador a partir de un *gag*.

En relación a los aspectos técnicos involucrados para la realización de la campaña, al tratarse de videos que emulan ser realizados de forma casera, serán filmados por medio de una *webcam*. Es decir, que el único dispositivo involucrado para su producción será una computadora que tenga incorporada la cámara. Por otro lado, respetando el estilo y el género en el que se intentarán circunscribir los productos audiovisuales, el montaje y la edición aparentarán ser improvisados.

2. Marco conceptual

2.4 Educación ambiental, redes sociales y viralidad

El reconocimiento de la crisis ambiental emerge a fines de los '60 como producto de una serie incipiente de críticas y revisiones que, posteriormente, abren paso a nuevos campos o especificidades del conocimiento. De esta forma, el estudio del medio ambiente comienza a cristalizarse en disciplinas como la economía ecológica, la ecología aolítica, las ciencias ambientales, la historia ambiental, la filosofía ambiental y el derecho ambiental entre otras. Actualmente, se ha pasado de una concepción inicial basada fundamentalmente en la

sumatoria de elementos físicos, químicos y biológicos, a una visión más amplia en la que operan diversos aspectos propios de la dimensión sociocultural, contemplando por lo tanto variaciones políticas, económicas, históricas y territoriales. En este sentido, la percepción sobre el ambiente se construye en el seno de una sociedad y se concreta y modifica a partir de la interrelación permanente entre los procesos simbólicos y las prácticas cotidianas gestadas en ella. A partir de esto, las problemáticas contemporáneas que lo caracterizan entre las que se encuentra el tratamiento de los residuos, son entendidas como el resultado de un sistema dinámico y complejo que se ve alterado de acuerdo a las fluctuaciones permanentes del tipo de vinculación que se desarrolla entre los sistemas socioculturales y los diversos ecosistemas.

Siguiendo esta definición, tal como señala el *Manifiesto por la vida*¹³, puede afirmarse que “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 la 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”.

En ese sentido, para el desarrollo teórico y metodológico del proyecto se intentará abordar el tratamiento de los residuos sólidos urbanos entendido como parte de las políticas

¹³El Manifiesto por la Vida es resultado del Simposio sobre Ética y Desarrollo Sustentable, celebrado en Bogotá, Colombia, los días 2-4 de mayo de 2002. Participaron numerosos intelectuales de América Latina. Una primera versión del Manifiesto fue presentada ante la Séptima Reunión del Comité Intersesional del Foro de Ministros de Medio Ambiente de América Latina y el Caribe, celebrada en San Pablo, Brasil, los días 15-17 de mayo de 2002. La versión revisada es de julio de 2002

necesarias para el cuidado del ambiente. Para ello, se utilizarán tres herramientas primordiales propias de nuestra contemporaneidad: la educación ambiental, la viralidad como fenómeno derivado del uso de las redes sociales y la comedia como recurso de interpelación pedagógico.

Educación ambiental

En su último libro Atilio Borón¹⁴ sostiene que la 'civilización' capitalista, fundada en la exacerbación irracional del consumo, en el despilfarro, en la obsolescencia planificada de bienes y productos que podrían ser de utilidad por muchísimo más tiempo (piensen en la acelerada tasa de renovación de las computadoras) y en la depredación del medio ambiente, concebido como una mercancía más, ya requiere para su sostenimiento los bienes naturales de un planeta Tierra y medio. Siguiendo la línea que Borón propone, el crecimiento exponencial del uso irresponsable de los recursos naturales, mientras que no sean modificados ciertos parámetros de conductas, desembocará en la depreciación de la totalidad del medio ambiente. Sin embargo, frente a esta situación de emergencia nace como contrapartida la educación ambiental.

Entendida como un medio para la comunicación y la suministración de instrucciones para preservar el patrimonio ambiental y crear modelos de soluciones sustentables, en el año 1975 en la ciudad de Ginebra las Naciones Unidas conceptualizó la educación ambiental como aquella que tiene como finalidad instruir a los ciudadanos para que adquieran conciencia sobre el deterioro ambiental en la vida cotidiana y aportar los conocimientos, las capacidades y los sentimientos de responsabilidades para encontrar la solución a todos los problemas que conciernen al medio ambiente. Su objetivo primordial es definir y enseñar a la población el desarrollo sustentable como proceso de mejora y lograr un equilibrio

¹⁴ Politólogo y sociólogo argentino.

ambiental, es decir, un estado constante y dinámico en el ecosistema. Asimismo, lo que pretende es fortalecer los procesos educativos que permitan cultivar valores y actitudes positivas para formar ciudadanos responsables hacia el entorno y el medio ambiente a fin de obtener una mejor calidad de vida.

Según desarrolla García en su Historia de la educación ambiental¹⁵ “La educación ambiental surge como una necesidad de mitigar los impactos ambientales que el ser humano ha causado en el planeta, como consecuencia al consumo excesivo de los recursos de la tierra. Estas consecuencias se han convertido en nocivas, ya que afectan la calidad de vida de los seres humanos y todos los organismos que habitan el planeta Tierra. Por esta razón, es necesario intervenir en mejorar la relación que existe entre el ser humano y el planeta creando una concientización y sentido de pertenencia de los individuos. Esto llevará a que se desarrolle un manejo sostenible de los recursos naturales que, a largo plazo, se verá reflejado en la extensión de la calidad del medio ambiente para los seres vivos hacia el futuro”¹⁶.

Actualmente, la educación ambiental se desarrolla de manera formal o informal. Cuando se hace referencia a la modalidad formal se trata de aquella impartida en escuelas, institutos y universidades. En cambio, la informal se caracteriza por ser suministrada por fuera del marco académico, pero siempre con el mismo objetivo o propósito: crear conciencia ambiental, responsabilidad por el medio ambiente y promover el desarrollo de iniciativas que busquen la protección, conservación y el uso adecuado del medio ambiente. Hoy en día

¹⁵A.A García, Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hacia el desarrollo sostenible. Futuros n 12 pp. 1-10, 2005.

¹⁶A.A García, Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hacia el desarrollo sostenible. Futuros n 12 pp. 1-10, 2005

la educación ambiental es una política estatal llevada a cabo en todas las naciones que buscan el desenvolvimiento tecnológico sin dejar de lado los recursos naturales, asimilando que las plantas, los animales, el suelo y el agua entre otros recursos son de suma importancia para la vida del ser humano y el desarrollo de las sociedades, aceptando por lo tanto que es responsabilidad de todos los ciudadanos protegerlos y preservarlos.

En este sentido, el objetivo principal del proyecto será la búsqueda por medio de la educación ambiental de herramientas alternativas que habiliten al cambio en los hábitos de los ciudadanos a fin de evitar el impacto fatal al que se está direccionando. De esta forma, se intentará desarrollar una democratización de la información, es decir, brindar los contenidos necesarios para la concientización en los distintos estratos de la sociedad. La intención será informar y generar en el destinatario la posibilidad de reflexionar respecto a las temáticas citadas y, en caso de que se trate de un espectador que carezca de cualquier tipo de conocimiento previo, adentrarlo en nuevas problemáticas. Sin embargo, no se tratará únicamente de informar, sino que también se intentará brindar soluciones que puedan ser asimiladas por el receptor. Por ejemplo, si se señala que el plástico es reciclable, hace falta indicar qué productos vienen en plástico (los productos de limpieza, los productos del baño, las bebidas gaseosas, el agua, etc.) y especificar cómo deshacerse correctamente de ellos, pero sobre todo, como generar aún menos residuos. En palabras de Leonard, A.: “Nuestra influencia y nuestro impacto potencial se multiplica con creces”. Asimismo, “cuando ejemplificamos una manera distinta de vivir (...) difundimos una sensación de posibilidad”¹⁷. La información tiene la capacidad de contagiarse, de viralizarse hasta expandirse mundialmente cuando da cumplimiento a este núcleo que motoriza la atención del otro, pero sobre todo, cuando tiene la capacidad de modificar la realidad. A partir de esto, internet se convierte en un elemento central en términos

¹⁷ La Historia de las Cosas, "The Story of Stuff" en inglés originalmente, es un documental sobre el ciclo de vida de bienes y servicios, lanzado al público el 4 de diciembre de 2007, y narrado originalmente por Annie Leonard.

educativos y, por lo tanto, en el principal medio seleccionado para la realización del proyecto.

Redes sociales: el fenómeno de la viralidad

Si la emergencia de internet trastocó al mundo, durante los últimos años la sofisticación adquirida por medio de las Web 2.0¹⁸ terminó de revolucionar la forma en que los individuos se relacionan en la actualidad. Se trata del fenómeno surgido a partir del desarrollo de distintas aplicaciones en internet que permiten trazar una delimitación entre una la primera época de la Web en donde el usuario era un sujeto pasivo que recibía o publicaba información sin posibilidad de interacción y la ruptura que supuso el auge de plataformas para la publicación de contenidos como los *bloggs*, las redes sociales - entre las que destaca *Facebook* -, los servicios conocidos como *Wikis* – *Wikipedia* - y los portales de alojamiento de fotos, audio o video como *Flickr* o *Youtube*. La esencia de estas herramientas está determinada por la posibilidad de interacción entre usuarios y el enriquecimiento de la experiencia en la navegación por medio de los aportes de contenido y la promoción permanente de actualización e interacción a partir de sus aportes. En este sentido, la diferencia entre la primera y la segunda era de la Web, si bien está marcada por un avance en el *hardware*, no se basa primordialmente en un cambio a nivel tecnológico en los servidores, sino en el enfoque en el que están basadas. Lo que genera la modalidad 2.0 es un desplazamiento en los objetivos y la forma en que los usuarios experimentan la información en línea: internet ya no se trata de un universo estático en el que los usuarios se consolidan como actores pasivos, sino que es un espacio en el que priman los prosumidores. Es decir, que son los propios usuarios quienes consumen y al mismo tiempo producen el flujo de información en la red. De esta forma, la llegada de una serie de plataformas web ligadas al 2.0 trajo emparentado un cambio radical en la constitución del

¹⁸ Término utilizado por primera vez por Tim O'Reilly en 2004

entramado social, así como en la manera en la que los actores que lo conforman se vinculan con la información y la realidad.

En los últimos años esta modalidad ha aumentado significativamente generando que una multitud de usuarios colaboren en la presentación y difusión de información. Las redes sociales pasaron a ser un elemento central en la constitución de la sociedad, interviniendo en los medios de comunicación y los negocios. En simultáneo, la emergencia de una serie de conceptos nuevos provocó variaciones lingüísticas; palabras como comunidad, *fan page*, interacción, *followers*, *like*, comentar o compartir pasaron a formar parte del lenguaje cotidiano. Esto se trasluce con formalidad en la incorporación por parte de la Real Academia Española¹⁹ de nuevos términos o en la indicación de sus nuevas acepciones.

Mientras que la virtualidad pasó con rapidez a constituirse como un aspecto primordial de la vida cotidiana, los límites entre lo público y lo privado comenzaron a desvanecerse en el mundo Web. Tomando de referencia al estudio *El impacto de lo online en la vida cotidiana*²⁰ puede afirmarse que un 50,2% de los argentinos entre 18 y 45 años vive “online”, es decir, conectado a internet desde cualquier dispositivo, ya sea por medio de teléfonos celulares, computadores, *netbooks* o *tablets*. Según este mismo informe, 6 de cada 10 personas comparte algún tipo de información en *Facebook* o *Twitter*. Por otro lado, la instantaneidad y la velocidad que caracteriza las nuevas tecnologías, el flujo de información existente en internet es potenciado por la capacidad de sus usuarios de reproducir, multiplicar y expandir sus contenidos. Este proceso se denomina viralidad, y es utilizado para designar la capacidad de cualquier producto o información de ser susceptible de

¹⁹ La real Academia Española (RAE) es una institución cultural con sede en Madrid. Junto con otras veintiuna Academias correspondientes a países de hablas hispana conforma la Asociación de Academias de la Lengua Española

²⁰ Estudio realizado por el Observatorio Iberoamericano de Protección de datos en el año 2013.

reproducción hasta expandirse como un virus. Sin embargo, en este proceso la interacción de los usuarios es fundamental, ya que es por medio de su participación en las redes sociales que esto es logrado. Existen tres acciones principales a partir de las que un producto es viralizado: “me gusta”, “compartir” y “comentar”.

Como se ha señalado, la emergencia de las redes sociales implicó una ruptura radical en los parámetros de educación y comunicación, ya que, al mismo tiempo que avanzan permanentemente sobre la vida personal y laboral de los ciudadanos, rompen por su propia naturaleza con las barreras de espacio y tiempo promoviendo la participación activa y constante de sus usuarios. Así mismo, la velocidad que traen emparentados los dispositivos con acceso a internet ha revolucionado la forma en la que las personas se relacionan y se comunican; pero lo más importante, alteró por completo la manera en que se mantienen informadas. A partir de esto, puede afirmarse la relevancia que internet y las redes sociales han cobrado en los fines educativos y, más específicamente, en relación a la ecología y el medio ambiente. Entre ellas destacan *Youtube* y *Facebook*; la primera porque permite publicar videos informativos, documentales y campañas educativas, mientras que la estructura de *Facebook* habilita entre otras cosas a la creación de grupos bajo temáticas ambientales, establecer foros a partir de diversos recursos, publicar y compartir información sobre temas medioambientales y crear campañas que permiten llegar de forma rápida, directa y certera a sus usuarios.

Según Castañeda²¹, las redes sociales en la educación deben mirarse desde tres perspectivas:

Aprender con las redes sociales

Aprender a través de las redes sociales

²¹ I. Castañeda Quintero, *Aprendizajes con redes sociales*. Bogotá, Ediciones de la U, 2010, p. 172.

Aprender a vivir en un mundo de redes sociales

En la primera, se refiere al tipo de educación formal y no formal; a través del uso de herramientas dentro de las redes sociales como compartir documentos, comunicación sincrónica y asincrónica, compartir enlaces, fotos o archivos, también se pueden crear grupos de interés para un curso específico y para facilitar la comunicación entre los estudiantes. Por su parte, la segunda comprende la educación a través de las redes sociales, la educación no formal que se hace de manera independiente y autónoma al hacer uso de una red social determinada. De esta manera, los usuarios de la red pueden aprender y estar informados en todo momento, el tipo de conocimiento dependerá de la red en sí y de la forma de comunicación que se use. La última perspectiva, se trata de concientizar e informar a la gente sobre los beneficios de las redes sociales.

La información es el recurso para generar conciencia y promover la reflexión.

La comunicación es un proceso, una estrategia a largo plazo, pero sucede que muchas veces la conciencia aparece a modo de “click” / despertar instantáneo, y no se desenvuelve como un proceso racional. Lo que importa en este tipo de comunicación es que todos los aprendizajes latentes que tenemos (información que leemos aislada, una publicidad, un grafiti, un comentario de alguien cercano), terminan de generar conciencia e identificación cuando se encuentra una voz, un referente, o un recurso (el humor) con el que identificarse. Vale decir, un vínculo emocional. Por eso la importancia de crear referentes, personajes, formas desacartonadas e incluso puntos de vista de la cámara que pueden ser cotidianos (en relación a los videos, el personaje habla como si le hablara a una amiga), y así humanizar y sensibilizar un acto que en muchas oportunidades desde la comunicación se enmarca dentro de conductas impersonales, informativas y estructuradas.

Siguiendo a Castañeda, para la realización del proyecto se utilizarán las redes sociales *YouTube* y *Facebook* como plataformas de difusión y educación. Haciendo uso de la viralización que éstas traen emparentadas como estrategia de circulación, la postproducción

de los videos estará basada en su funcionamiento: se subirá el contenido a *YouTube* - la red social más popular en lo que respecta a videos- y luego de realizar la composición de una *Fanpage* - página de *Facebook*, donde los usuarios interesados en ver el contenido de la misma, le dan *click* a “me gusta” y comienzan a formar parte de esa comunidad-, se emplazarán los videos entrelazando ambas redes. De esta forma, se promoverá la causa medioambiental, pero al mismo tiempo, se marcará tendencia en materia de educación ambiental al hacer uso de internet y las redes sociales como herramientas de difusión y formación ciudadana.

2.5 El Stand Up y la comedia como medios educativos

La comedia²² es una de las partes que componen al género dramático. Junto a la tragedia consolida las formas clásicas del drama griego y uno de los tres géneros llamados realistas. Una de sus características compositivas está determinada por el predominio de personajes que se ven enfrentados a dificultades propias de la vida cotidiana. Por otro lado, la construcción de sus protagonistas tienden a corresponderse con arquetipos representativos de personas comunes y corrientes expuestas a situaciones conflictivas relacionadas en su mayoría con una lucha personal por superar obstáculos ligados a los social. Esto permite que el espectador sienta empatía con los personajes y las situaciones representadas, habilitando un efecto moralizador y educativo por medio de la hiperbolización de determinados rasgos que dejan en evidencia al protagonista. De esta forma, la ridiculización de ciertas conductas y costumbres por medio de la risa funciona como una suerte de corrector educativo: al brindar una imagen graciosa sobre algo que en verdad no lo es, lo que se produce es un impacto en el espectador que por medio de la identificación accede a

²² Comedia: del latín *comoedia* y del griego antiguo κωμῳδία.

un nuevo punto de vista. En este sentido, la comedia es de gran impacto social ya que a partir de criterios cotidianos que captan la atención del espectador permite interpelar y transmitir un mensaje de conciencia. A lo largo de la historia de la representación la comedia fue evolucionando y generando conmoción en las distintas sociedades, brindando una expectativa distinta de las experiencias de vida de forma práctica y sencilla que habilita al espectador a través de la empatía a adquirir una nueva cara a las problemáticas cotidianas afectando el modo vivir de las personas.

El *Stand up*²³ es un estilo de comedia contemporáneo que se caracteriza por la actuación de forma individual del comediante situado de frente al público sin más ayuda que un micrófono y su imaginación. Sus raíces pueden rastrearse en varias tradiciones del entretenimiento popular de finales del siglo XIX que incluyen desde monólogos humorísticos hasta las performances de los payasos de circo. Pasando de las radios a las salas teatrales, se considera que los primeros artistas relacionados al género fueron los presentadores radiales de Estados Unidos, quienes abrieron paso a una nueva generación de comediantes que emergieron entre 1950 y 1960 explorando temáticas vinculadas a la política, lo racial y el humor sexual. Durante las siguientes dos décadas el género se fue consolidando al mismo tiempo que ganó popularidad. De esta forma, comenzaron a destacar grandes figuras del espectáculo mientras emergían los *Comedy Clubs* dedicados especialmente a este tipo de espectáculos. Sin embargo, fue a partir de la figura de Jerry Seinfeld²⁴ y sus característicos monólogos que dieron formato a la serie de TV que el *Stand up* volvió a ser tendencia en Estados Unidos. Revitalizado por su adaptación a las pautas propias del mundo televisivo, comenzó a expandirse y trascender su origen geográfico permitiendo su irrupción en países que aún no habían experimentado la técnica. En Argentina el eco de este fenómeno comenzó a ser visible a partir del 2000 con la

²³ *Stand up*: “de pie” en su traducción literal.

²⁴ Jerome Allen Seinfeld es un comediante de stand up, actor y guionista estadounidense. Recordado por su participación en la comedia de situación Seinfeld, la cual fue emitida desde 1989 hasta 1998.

aparición de una nueva oleada de actores como Diego Wainstein, Sebastián Wainraich y Alejandro Angelini que, si bien incorporaron las técnicas de escritura de los monólogos estadounidenses, supieron aplicarlas a temáticas locales habilitando el *boom* a nivel nacional²⁵. Sin embargo, fue a partir de las tecnologías Web 2.0 que el *Stand up* se convirtió en la técnica predilecta de los humoristas. Pero también, comenzó a ser una herramienta comunicacional en permanente uso.

En el año 2005 se inició la actividad de la página *YouTube*²⁶. La nueva posibilidad de subir y compartir videos que el servicio habilitó fue el un puntapié para la emergencia de lo que hoy denominamos como *YouTubers*. Artistas, pero muchas veces también personas alejadas de las artes escénicas que se incorporaron a partir de esta experiencia, comenzaron a subir videos a partir de sus usuarios en la Web creando un canal y contenido propio. Probablemente, uno de los ejemplos más significativos en relación a su trascendencia sea el de Malena Pichot – citado previamente- quién haciendo uso de técnicas propias *del Stand Up* y el servidor web dio origen a una de las miniseries más famosas de internet marcando las pautas para los posteriores *yuoTubers*.

En el 2014 la plataforma se consolidó como el segundo buscador más utilizado después de *Google*. Esto se trasluce en mil millones de horas de video vistas, más de medio mil millones de usuarios por mes y alrededor de 100 hs. de video subidas por minuto. Sin embargo, lo llamativo es que en el *top ten* de los canales que más suscriptores sumaron durante el año pasado el 60%²⁷ de ellos, así como los primeros tres puestos en vistas, le pertenecen a *YouTubers*. En este sentido, puede afirmarse que la producción de contenidos deja de estar en manos de grandes productoras y medios de comunicación. Su origen está

²⁵Si bien *Stand Up Comedy* es el término adoptado hoy en día por su referencia anglosajona, esta modalidad tuvo sus orígenes a nivel local en humoristas como Antonio Gasalla, Enrique Pinti, Tato Bores y Carlos Perciavalle.

²⁶ El primer video fue subido por Jawed Karim, uno de los co-fundadores de *Youtube*.

²⁷ El %66 de éstos son de habla hispana.

ligado al nacimiento de la red social, pero lo que los diferencia del resto de los usuarios es haber producido un contenido lo suficientemente atractivo para lograr que un público exclusivo comience a suscribirse a sus canales y a consumir sus videos. Así, se transformaron en verdaderos *prosumers*, o consumidores activos; con la expansión de las nuevas tecnologías se abre paso a un proceso de democratización, no sólo de acceso de la información, sino del desarrollo del contenido audiovisual de calidad.

En este contexto, el *Stand Up Comedy* y su adaptación del género al formato web se convirtió en uno de los medios más utilizados por la publicidad. Esto puede verse en el uso de monólogos testimoniales a partir de dos recursos: la presentación de una situación ficcional o la incorporación de una voz en *off* que interpela al consumidor de forma directa o por medio de un discurso en primera persona del singular o del plural. Por otro lado, la influencia del género es perceptible en el ritmo y la concatenación de ideas o chistes dentro de un *spot*- que resulta similar a un monólogo-. Distintos estudios realizados en el marco de investigaciones académicas sobre la publicidad audiovisual revelaron que el 75%²⁸ de la publicidad actual apela a recursos asociados con el género humorístico, pero a la vez, que aquellas que apelan a la técnica del *Stand Up* permiten una mayor asimilación por parte de los consumidores como efecto de la identificación y la empatía que éstas trazan.

A partir de toda esta información puede afirmarse que “El medio ambiente en la era de la viralidad” responderá a parámetros similares de los productos realizados por cualquier *youTuber* en términos de duración, calidad visual y técnicas actorales. Por otro lado, *YouTube* será seleccionado como el medio para emplazar las pastillas que conformarán la campaña, ya que al ser publicados en el servidor podrán ser compartidos y difundidos de manera viral permitiendo su expansión a nivel masivo. Por otro lado, al complementar su difusión en la *fanpage* de Ciudad Verde, el alcance de la campaña será aún mayor al

²⁸<https://prezi.com/umso4fdhi-qt/la-influencia-del-stand-up-en-la-publicidad-audiovisual/>

involucrar e interrelacionar distintas redes sociales. De esta forma, lo que se llevará a cabo es un trabajo interdisciplinario a partir de las nociones de educación ambiental, viralidad y *Stand Up* que serán entrelazadas para dar forma al proyecto.

2.1. Sobre los residuos sólidos urbanos (RSU)

Es propio de nuestra contemporaneidad el reconocimiento de diversos y numerosos conflictos ambientales que afectan desde la escala local hasta la global. Pérdida de biodiversidad, calentamiento global, pérdida del patrimonio cultural de los pueblos, deforestación, contaminación del agua, escasez del agua y el tratamiento de los residuos. Estas problemáticas no surgen de una manera aislada, sino que se articulan como emergentes en un sistema de desarrollo humano a nivel planetario que genera complejidades en relación al ambiente inéditas en la historia de la humanidad.

La producción de residuos existe desde que el hombre habita el planeta Tierra. Sin embargo, con el desarrollo de las sociedades modernas su generación se consolidó como una de las problemáticas hegemónicas en relación al medio ambiente. Esto se debe primordialmente a que la cantidad de residuos generados en la actualidad no permite su asimilación por parte de la naturaleza de acuerdo al proceso lógico al funcionamiento de la Tierra. Por otro lado, su calidad compositiva que fue mutando en relación a los propios avances de la sociedad y la tecnología, ha incrementado su efecto dañino. De esta forma, el tratamiento sobre los residuos y los intentos por medio de las distintas gestiones para aplacar sus efectos se han convertido en una de las grandes emergencias a nivel mundial mientras que su generación incrementa exponencialmente.

Según publicaciones realizadas por el *MOPTMA*²⁹, existen cuatro factores claves que permiten comprender el incremento en la densidad de los residuos de las grandes urbes:

- El rápido crecimiento demográfico.
- La concentración de la población en los centros urbanos.
- La utilización de bienes materiales de rápido deterioro.
- El uso cada vez más generalizado de envases sin retorno fabricados con materiales no degradables.

Por otro lado, existen distintos tipos de residuos que pueden ser clasificados de acuerdo a su estado físico. A partir de ello, puede efectuarse una distinción entre aquellos sólidos, líquidos, gaseosos o pastosos. Sin embargo, desde otro punto de vista trazado de acuerdo a su estructura química, su origen y el destino final potencial de los residuos, priman cuatro categorías:

- **Residuos sólidos orgánicos:** son aquellos que en algún momento formaron parte de un ser vivo o derivan de los procesos de transformación de los combustibles fósiles.
- **Residuos sólidos inertes:** son no biodegradables e incombustibles. Proceden normalmente de la extracción, procesamiento o utilización de los recursos minerales, como los de la construcción, demolición, etc.
- **Residuos sólidos peligrosos:** son residuos orgánicos o inertes que por sus características físicas, químicas o biológicas no pueden ser acoplados a procesos de recuperación o transformación convencionales.

²⁹ Publicación anual, con información sobre la situación de los residuos urbanos, industriales, atmosféricos, aguas residuales, ruidos, etc. desarrollado por *Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente (MOPTMA)* en España.

- **Residuos sólidos urbanos:** son aquellos generados a partir de actividades desarrolladas en núcleos urbanos y sus zonas de influencia. Bajo estas condiciones, se involucran los domicilios particulares, comercios, oficinas y establecimientos destinados a brindar servicios.

Dentro de los denominados Residuos Sólidos Urbanos puede trazarse una clasificación a partir de la estructura compositiva que presentan. A partir de ella, se propagan cinco subcategorías:

- **Orgánicos:** derivados de los restos procedentes de la limpieza o los alimentos.
- **Papel y cartón:** periódicos, revistas, cajas, embalajes, cualquier elemento compuesto en su base por papel.
- **Plásticos:** elementos como botellas, bolsas, o cualquier tipo de objeto constituido por plástico.
- **Vidrio:** botellas, frascos diversos, etc.
- **Metales:** latas, botones, chapas.

El concepto de “Residuos sólidos urbanos” ha sido formulado y repensado a lo largo de la historia, por lo tanto, ha pasado por distintas definiciones. Actualmente, la OCDE³⁰ denomina como RSU a las materias generadas como consecuencia de las actividades de producción y consumo que no alcanzan en su contexto de origen ningún valor económico. Sin embargo, tal como señalan Hontoria García y Zamorano Toro en *Fundamentos del manejo de los residuos urbanos*³¹, esta clasificación parece no contemplar su incapacidad productiva como una consecuencia causada netamente por la falta de

³⁰ OCDE: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (Organismo internacional).

³¹ Hontoria Garcia, E. y Zamorano Toro, M: (2000) Fundamentos del manejo de los residuos urbanos. Ed. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.

tecnología adecuada para su aprovechamiento, así como por la inexistencia de un mercado capaz de capitalizar los residuos convirtiéndolos en productos recuperados.

En la Unión Europea, y marcando un antecedente en la gestión sobre los RSU, la directiva 75/442 de la CEE³², delimita como residuo cualquier sustancia u objeto del cual se desprenda su poseedor o tenga la obligación de desprenderse en virtud de las disposiciones nacionales vigentes. A partir de ello, puede afirmarse que los RSU comprenden todos aquellos residuos que provengan de actividades animales y humanas. Se trata de materia que, generalmente, se encuentra en estado sólido y es desechada como inútil o superflua. De esta forma, genéricamente se entiende como residuo urbano a aquellos producidos en el marco de cualquier tipo de actividad desarrollada en los núcleos de población o en sus zonas de influencia. Esto implica que necesariamente junto a los residuos generados en el ámbito domiciliario se incluya a aquellos derivados del abanico de actividades desarrolladas en el espacio urbano que puedan generar desechos. En este sentido, se incluye como parte de los RSU a la totalidad de desechos producidos como consecuencia de las actividades domiciliarias, comerciales y de servicios, limpieza viaria, zonas verdes y recreativas, abandono de muebles y enseres, industriales y de la construcción, así como los agrícolas y ganaderos que se produzcan en las zonas clasificadas con arreglo a la ley del suelo como urbanas y urbanizables.

En el marco nacional, fue a partir de la Ley N° 10/1998 del 21 de Abril que comenzó a distinguirse a partir de esta clasificación a los residuos sólidos. De esta forma, bajo las condiciones impuestas a partir de esta jurisdicción, se involucran los domicilios particulares, comercios, oficinas y establecimientos destinados a brindar servicios. Por otro lado, a partir de ésta ley, los RSU en Argentina se definen por oposición a los Residuos

³² Directiva del Consejo 75/442/CEE, de 15 de julio de 1975, relativa a los residuos (con las modificaciones de la Directiva del Consejo

Peligrosos, entendidos como los desechos patogénicos, los industriales y los radioactivos sobre los que existe legislación de forma autónoma³³.

Características de los Residuos Sólidos Urbanos

Además de ser generados en espacios urbanos, los RSU presentan ciertas cualidades que permiten una aproximación a su clasificación al mismo tiempo que habilitan y condicionan su tratamiento. Las características generales de los RSU son definidas en 1995 por un artículo sobre su tratamiento en América Latina³⁴ a partir de cuatro propiedades:

- La **densidad** es un parámetro que varía en función a la heterogeneidad de los residuos y que suele ser mayor en los países menos desarrollados. Es por eso que, en aquellos lugares con alto nivel de vida en los que se desechan menos envases sin retorno, voluminosos y de poco peso, los residuos tienen una densidad baja.
- El **contenido en agua** de los RSU tiene una gran influencia en el poder calorífico de las basuras, así como en la transformación biológica de las materias fermentables. En las zonas más céntricas de las ciudades con mayor concentración de habitantes y comercio, el nivel de agua suele ser menor.

³³ No se consideran como residuos sólidos urbanos los residuos patogénicos regidos por la Ley Nacional N° 154, los residuos peligrosos regidos por la Ley Nacional N° 24.051 y por la Ley N°2.214, los residuos industriales regidos por la Ley Nacional N°25.612 o las normas que en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el futuro reemplacen. Tampoco son considerados RSU los residuos radioactivos derivados de las operaciones normales de los buques y aeronaves.

³⁴ El manejo de residuos sólidos municipales en América Latina y el Caribe F Zepeda - 1995

- El **poder calorífico** suele variar de acuerdo al nivel de industrialización de las ciudades, siendo mayor en aquellas más avanzadas con baja proporción de humedad en sus residuos.
- La **relación carbono/ hidrógeno** depende fundamentalmente del aporte al residuo de la fracción papel-cartón, que hace que dicha relación aumente; en países desarrollados tiene valores superiores a 35, mientras que en los demás suele ser inferior a 28. Como valor óptimo para una transformación biológica adecuada se considera entre 20-35.

Tratamiento adecuado de los RSU

Se denomina como **disposición final** al proceso en el que se determina qué hacer con los RSU generados en una ciudad. Entre los diferentes métodos implementados en la actualidad priman cuatro modelos a nivel mundial.

Vertedor controlado

Consiste en la colocación de los residuos sobre el terreno extendiéndolos en capas de poco espesor y compactándolos para disminuir su volumen. Su recubrimiento diario suele realizarse con suelo para minimizar los riesgos de contaminación ambiental y favorecer al mismo tiempo la transformación biológica de los materiales fermentables. En este tipo de proceso la elección del terreno es fundamental para preservar a las aguas superficiales y subterráneas de la contaminación por lixiviados. El tratamiento que se puede seguir es el de compactación ligera y recubrimiento con mayor periodicidad o compactación intensa sin recubrimiento.

Este sistema presenta la ventaja de ser rentable en términos económicos por su reducido costo de instalación y funcionamiento. A su vez, trae emparentado una alta capacidad de absorción, escaso impacto ambiental si está bien gestionado y la posibilidad de utilizar espacialmente el espacio en el que es desarrollado. Sin embargo, tiene en contra la dependencia a la amplitud de la superficie y la ubicación lejana de los núcleos urbanos, provocando por lo tanto la necesidad de contar con un gasto extra que supone el transporte. Aun así, la mayor falencia que presenta este sistema es la imposibilidad de aprovechar los recursos contenidos en los vertederos, al mismo tiempo que no están definidas las consecuencias de la evolución de los residuos dentro de este sistema cerrado, es decir, los fenómenos físicos, químicos y biológicos que pueden alterar con el tiempo.

Incineración

Durante la década de los '60 la eliminación de los residuos sólidos urbanos mediante incineración era considerado como el sistema definitivo de tratamiento. A partir de ello se encargaron muchos proyectos y la implantación de instalaciones de incineración adquirió un gran auge. Esto se mantuvo hasta 1975, momento a partir del cual disminuyeron considerablemente las obras de construcción y los proyectos que se llevaban a cabo en referencia a este método de gestión de los residuos. El éxito del sistema fue especialmente importante en el norte y centro de Europa así como en EE.UU.

La incineración consiste en un proceso de combustión controlada que transforma los residuos en materiales inertes (cenizas) y gases. Como ventaja, este sistema no depende de grandes extensiones geográficas para ser implementado y sus instalaciones pueden estar situadas en zonas próximas a los núcleos urbanos; además, puede incinerarse cualquier tipo de residuo con poder calorífico y adecuarse incluso para la gestión de los lodos de depuradora. Por otro lado, este sistema implica necesariamente una alta inversión económica, ya que requiere un elevado aporte de energía externa a partir del bajo poder calorífico de los residuos. Sin embargo, su principal desventaja radica en el hecho de no ser

un sistema de eliminación total de residuos, ya que si bien se reduce su peso en un 70% y su volumen en un 80-90%, genera cenizas, escorias y gases que producen efectos secundarios en el ambiente pudiendo derivar en su contaminación a partir de los gases de combustión.

Compostaje

El compostaje consiste en la transformación mediante fermentación controlada de la materia orgánica fermentable presente en los residuos urbanos. Su finalidad es obtener un producto inocuo y con buenas propiedades como fertilizante o enmienda orgánica de suelos que recibe el nombre de compost. El proceso implica la separación de los metales, vidrios y plásticos, y la posterior fermentación - al aire libre o acelerada en digestores- de la materia orgánica.

Reciclado

Actualmente, la nueva tendencia en relación a las políticas de gestión de los residuos está destinada a reducir el volumen de los mismos que se elimina en vertederos. La producción de residuos actual es muy elevada, por lo que la vida útil de estas instalaciones está disminuyendo de forma considerable, además de encarecerse como consecuencia de las cada vez más estrictas exigencias para la protección del ambiente. Esto ha derivado en la búsqueda de otro tipo de tratamientos basados en la recuperación y reutilización de los residuos a partir de sus propiedades.

Se trata de un proceso que tiene por objeto la recuperación de forma directa o indirecta de determinados componentes contenidos en los residuos. Este sistema está basado en la conservación de los recursos naturales y supone una reducción apreciable del volumen de

residuos a tratar al mismo tiempo que contribuye a la preservación del ambiente. El reciclaje se puede llevar a cabo por recuperación directa de los componentes presentes en el residuo - mediante recogida selectiva - o bien partiendo del conjunto bruto, por trituración, cribado, separación de las fracciones ligeras y clasificación del resto por vía húmeda, electromagnética, electrostática y flotación por espumas, para la obtención y depuración de metales y vidrio.

2.2 Situación de los RSU y su tratamiento en Argentina

En nuestro país no existe de forma hegemónica un marco de apoyo a la introducción de tecnologías que permitan la reducción en el origen de los residuos sólidos urbanos, así como tampoco se llevan a cabo iniciativas que con éxito fomenten las pautas de disminución de consumo y generación de residuos a gran escala. Por otro lado, en la mayoría de las ciudades medianas y pequeñas el servicio de recolección y transporte es operado por los municipios en forma directa o por contratación con operadores privados. A su vez, estas pueden ser empresas especializadas o cooperativas locales cuyos fines suelen contemplar la prestación simultánea de otros servicios como la provisión de energía eléctrica, agua potable, gas u otros servicios. Sin embargo, en las ciudades de mayor envergadura prima la recurrencia al sector empresarial o la adaptación a modalidades mixtas compuestas por empresas y el municipio correspondiente.

La frecuencia de recolección oscila entre los cinco y seis días semanales en las grandes y medianas ciudades del país. A partir de ello, se efectúa el traslado a las denominadas Estaciones de Transferencia que son instalaciones en donde los residuos de los vehículos recolectores son transferidos a equipos de transporte de gran capacidad de carga que tienen como función llevarlos a su destino final. Se trata de edificios total o parcialmente cerrados, diseñados con una estética que no afecte el paisaje y que por una necesidad operativa se emplazan en puntos neurálgicos de las zonas de recolección, es decir, lo más cerca posible

al origen de los residuos. Los principales beneficios derivados del uso de las Estaciones de Transferencia son la economía de transporte, el ahorro de trabajo y energía, la reducción de costos por desgaste y/o roturas de equipo, la mayor versatilidad, la mejor resolución del frente de descarga en los rellenos y las menores emisiones. Sin embargo, nuestro país cuenta con pocos ejemplos de este tipo de instalaciones³⁵, ya que los sitios de disposición final están ubicados en las cercanías de los centros urbanos³⁶

La fracción valorizable de residuos sólidos urbanos existentes en Argentina es elevada. Al margen de la lista de residuos potencialmente recuperables, a nivel nacional se trabaja mayormente de manera informal con papel y cartón, vidrio, plástico (PEAD y PET), aluminio y chatarra. En el interior del país, el 15% de las localidades más pequeñas (de entre 2.000 y 10.000 habitantes) tiene recolección selectiva y plantas de tratamiento de los residuos para su posterior reciclado y compostaje en el caso de los residuos orgánicos, siendo creciente el número de comunidades que adhieren a este tipo de manejo. Sin embargo, estudios realizados por la *Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable*³⁷ revelan que aproximadamente el 44% del total de los RSU producidos en Argentina son vertidos en forma inadecuada, ya sea en basurales a cielo abierto o en sitios que no cuentan con los controles mínimos requeridos para una adecuada preservación de la salud humana y del ambiente.

En cada ciudad las características y el volumen de RSU producidos varían de acuerdo a factores como el tamaño y la densidad de población, los niveles socioeconómicos que la

³⁵ Existen tres Instalaciones de Referencias en Buenos Aires gestionadas por la CIAMSE, una en Rosario, Santa Fe) y otras dos en la provincia de Córdoba ubicadas en las localidades de Carlos Paz y Unquillo.

³⁶ Según un relevamiento realizado en 83 municipios éstos se encuentran -en promedio- a 8,4 km del centro de las ciudades y a 3,6 km del límite de las zonas urbanas.

³⁷ La SAyDS, *Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable*, es la oficina gubernamental encargada de las materias de medio ambiente.

componen, la ubicación geográfica, el clima y las distintas actividades económicas que se llevan a cabo. Sin embargo, a partir de un estudio de antecedentes orientado a construir un relevamiento por medio de visitas y entrevistas desarrollado por le ENGIRSU³⁸, se adquirió un diagnóstico sobre la situación de su manejo en Argentina. A partir de él, las cifras indican que se generan 12.325.000 toneladas de RSU por año a nivel nacional, siendo la provincia de Buenos Aires la mayor contribuidora con 4.268.000 toneladas anuales.

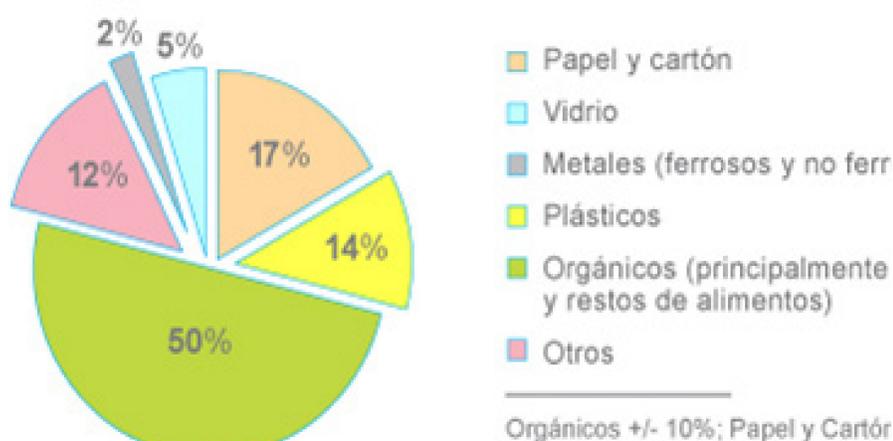
Generación de RSU *per cápita* y Total por provincia y país

Provincias	Población (Extrapolada a 2014)	GPC (kg / hab.día)	RSU Total (miles ton / año)
Buenos Aires	14.312.138	0,83	4.268
Catamarca	359.963	0,69	90
Ciudad de Buenos Aires	2.721.750	1,52	1.493
Córdoba	3.177.382	1,05	1.204
Corrientes	979.223	0,87	306
Chaco	1.053.335	0,61	232
Chubut	433.739	0,95	148
Entre Ríos	1.209.218	0,60	261
Formosa	518.000	0,65	122

³⁸ ENGIRSU: Estrategia Nacional para la Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos. Organismo auditado por Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable.

Jujuy	650.123	0,71	166
La Pampa	314.131	0,98	111
La Rioja	315.744	0,77	88
Mendoza	1.637.765	1,15	678
Misiones	1.033.676	0,44	163
Neuquén	508.309	0,92	169
Río Negro	571.013	0,86	178
Salta	1.157.551	0,76	316
San Juan	655.152	0,96	226
San Luis	399.425	1,12	161
Santa Cruz	211.336	0,82	63
Santa Fe	3.079.223	1,11	1.235
Santiago Del Estero	852.096	0,83	255
Tierra del Fuego	113.363	0,64	26
Tucumán	1.405.521	0,73	369
TOTAL	37.669.169	0,91	12.325

En relación a la composición física de la fracción valorizable de RSU, a partir del análisis de los datos disponibles y las estimaciones efectuadas por dichos organismos, puede afirmarse que tienen una humedad superior a un 50%, un contenido similar de materia orgánica biodegradable, y un 15 a 25% de papel y cartón, lo cual, a su vez, es similar a otros países de América Latina y el Caribe.³⁹



2.3 RSU en Buenos Aires

A pesar de ser el territorio que encabeza las cifras en relación a la generación de RSU en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires los impactos generados no son del todo visibles. Esto se debe a que su disposición final operada por la CEAMSE⁴⁰ es efectuada en las afueras del centro urbano. Según datos

³⁹ Gráfico extraído de la página del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

⁴⁰ CEAMSE: Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado es la empresa pública encargada de la gestión de residuos sólidos urbanos del Gran Buenos Aires, incluyendo 34 partidos, y la

oficiales sustraídos de este organismo, durante el 2012 se enterró un total de 2.145.162 toneladas de residuos generadas exclusivamente en el territorio porteño. Esto equivale aproximadamente a la producción de 6000 toneladas de residuos diarios.

Los tres rellenos sanitarios que forman parte de las locaciones de disposición final reciben más de 16 mil toneladas de RSU diarios de CABA y de otros 34 municipios del Área Metropolitana de Buenos Aires, generando el colapso de su capacidad. Frente a la emergencia que demanda la situación, se desarrolló la *Ley N° 1.854* denominada “Basura cero” promulgada en enero de 2006 y reglamentada en mayo de 2007. Su finalidad es lograr la eliminación progresiva de los rellenos sanitarios por medio de la disminución del envío de residuos sólidos urbanos para su entierro. Para ello, plantea la adopción de medidas dirigidas a la reducción de la generación de residuos, la recuperación y el reciclado y la disminución de la toxicidad de la basura por medio de la asunción de responsabilidad del fabricante sobre sus productos. Aun así, tanto el relleno de González Catán ubicado en el Partido de La Matanza, como el de Ensenada perteneciente a la Región Capital- La Plata, continúan al día de hoy recibiendo residuos pese a las medidas judiciales que exigen su cierre y las promesas de los sucesivos gobernantes de aplicar dichas medidas.

Posteriormente, bajo La Dirección General de Reciclado creada por el Decreto 2075/07 fueron postuladas una serie de políticas públicas orientadas a la implementación de la gestión integral de los residuos. De esta forma, en el marco del cumplimiento de la *Ley N° 1.854*, la DGREC⁴¹ se convirtió en el área responsable del incremento de los niveles de recuperación y reciclado de materiales producidos en la Ciudad. Sus principales objetivos son:

Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Como empresa interjurisdiccional, su capital es propiedad en partes iguales del estado bonaerense y del porteño.

⁴¹ DGREC: Dirección General del Reciclado.

- Concientizar a los vecinos y a los grandes generadores de residuos acerca de la necesidad de la separación en origen de residuos diferenciando entre materiales reciclables y basura.
- Minimizar los residuos a enterrar mediante la consolidación de la práctica de reducción, recuperación y separación de materiales reciclables en origen.
- Formalizar e integrar a los Recuperadores Urbanos en el circuito del servicio público de recolección diferenciada.
- Garantizar los espacios necesarios para la disposición final incorporando nuevas tecnologías.
- Desarrollar proyectos ambientales que contemplan la puesta en marcha de sistemas de recuperación y reciclado de residuos sólidos urbanos.
- Aumentar los materiales que regresan como materia prima post consumo a la industria y al comercio.
- Contribuir al ordenamiento de la cadena de valor del reciclado.

A partir del año 2012 la DGREC comenzó a ser supervisada exhaustivamente al ponerse en funcionamiento la Comisión de Asesoramiento Técnico de la Ley Basura Cero Nro. 1854, cuya principal función es monitorear el cumplimiento de las normativas estipuladas. Pese a ello, hoy en día aproximadamente el 40% de los residuos sólidos urbanos que entierra la Ciudad en los rellenos sanitarios de la CEAMSE son materiales potencialmente reciclables. Incluso las estadísticas oficiales desarrolladas por el Gobierno de la Ciudad de

Buenos Aires afirman ésto e indican que, de este porcentaje desaprovechado el 17% corresponde a papel y cartón, el 19% a plástico, el 3% a vidrio y el 1% a metales.

Actualmente, por medio del programa Ciudad Verde desarrollado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires se pusieron en funcionamiento distintos mecanismos que fomentan el reciclado. De esta forma, se fomenta a los ciudadanos a responsabilizarse de la producción personal de residuos generados y se los invita a participar activamente de la distinción de aquellos materiales reutilizables diferenciando su disposición para su posterior aprovechamiento. Esto es efectuado a partir de una serie de campañas que incluyen distintos mecanismos como la instrucción por medio de cursos para los encargados de edificios, charlas en escuelas estatales y en establecimientos privados, campañas en vía pública y, primordialmente, por medio de la difusión web. Por otro lado, existen cuatro recursos para facilitar esta tarea:

- Coordinar el retiro con la cooperativa correspondiente al barrio.
- Depositar los reciclables en el área que el edificio disponga (siendo el encargado el responsable de legislar su entrega).
- Acercar los residuos a la campana verde más próxima⁴²
- Llevar los residuos a alguno de los 32 puntos verdes de la ciudad ubicados en plazas y parques.

En cualquiera de los sistemas implementados, luego de su paso por alguna de las cooperativas de recicladores urbanos, los residuos tienen como destino final un Centro

⁴² Las campanas verdes son parte de la estrategia de contenerizar los distintos barrios de la Ciudad de Buenos Aires. Están situadas en las distintas comunas respondiendo a una lógica aproximada de una cada cuatro cuadras.

Verde. Actualmente existen 12 cooperativas⁴³ en las que aproximadamente 4.200 personas son empleadas de manera formal mediante el apoyo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En ellas se lleva a cabo el proceso de recolección y distinción exclusiva de los materiales reciclables en estado limpio y seco como parte del servicio público, ya que en el año 2002 fueron integradas al Servicio Público de Higiene Urbana.

En relación a los Centros Verdes, se trata de espacios de trabajo comunitario equipados con elementos que fomentan la seguridad, la higiene y la salubridad de los recicladores urbanos a fin de que puedan realizar su tarea mejorando sus condiciones laborales y favoreciendo su inclusión social. En ellos se jerarquiza su labor y se mejoran las condiciones de selección y recuperación de los materiales reciclables, se suma valor a la cadena del reciclaje y se brindan un espacio propicio para acopiar y enfardar los materiales. De esta forma, al contar con estos espacios de trabajo, se pone fin a la separación y clasificación en la vía pública. Al día de hoy, existen ocho Centros Verdes⁴⁴ a los que llega todo el material recolectado por los recicladores y por los camiones que se encargan de la recolección de los contenedores verdes que están dentro del circuito de RSU monitoreado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

⁴³ El Amanecer de los Cartoneros- El Álamo- Cooperativa del Oeste- Cooperativa de Recuperadores Urbanos del Oeste- Cartoneros del Sur- El Trébol- Alelí- Reciclando Trabajo y Dignidad- Baires Cero- Cooperativa Primavera- Cooperativa El Ceibo- Cooperativa Madreselva.

⁴⁴ Centro Verde Barracas: Está administrado por la Cooperativa “El Amanecer de los Cartoneros” y se ubica en la calle Herrera 2124- Centro Verde Parque Patricios: Está administrado por la Cooperativa “El Amanecer de los Cartoneros” y se ubica en la calle Cortejarena 3151- Centro Verde Núñez: Está administrado por la Cooperativa “Madreselva” y se ubica en la Av. General Paz 98- Centro Verde Retiro Norte: Está administrado por la Cooperativa “El Ceibo” y se ubica en Colectora Arturo Illia y Salguero (Ex Línea Belgrano)- Centro Verde Constituyentes: Está administrado por la Cooperativa “El Álamo” y se ubica en la Av. de los Constituyentes 6259 -Centro Verde Chilavert: Está administrado por la Cooperativa “Alelí y Baires” y se ubica en la calle Cnel. M. Chilavert 2745- Centro Verde Soldati: Está administrado por las Cooperativas Del Oeste y se ubica en la calle Barros Pazos 3701- Centro Verde Varela: Está administrado por las Cooperativas Recuperadores Urbanos del Oeste y se ubica en Av. Varela 2505.

En ese sentido, la separación de los residuos en su origen, más allá de tratarse de una obligación legal, permite la recuperación de los materiales reutilizables o reciclables generando beneficios ambientales y económicos, pero al mismo tiempo, sociales:

Reducción en el consumo de recursos naturales renovables y no renovables destinados a la producción industrial: la naturaleza produce recursos que se renuevan continuamente a un ritmo que permite que puedan volver a ser aprovechados - como el agua, la flora y la fauna-. Pero también, existen otro tipo de recursos que, si bien son naturales, tardan cientos o miles de años en regenerarse (como, por ejemplo, el petróleo) y, por lo tanto, pueden agotarse. Al utilizar materiales reciclados, se reduce la necesidad de extraer ambos tipos de recursos, permitiendo que sean generados por la Tierra.

Reducción de la emisión de gases que colaboran con el calentamiento global y el cambio climático: en Argentina la energía eléctrica utilizada en las industrias así como en los hogares se produce a partir de la quema de combustibles fósiles (petróleo, carbón y gas), lo cual produce la emisión de dióxido de carbono. A partir de la utilización por parte de las industrias de materias primas producidas por medio del reciclaje se reduce el consumo de energía necesaria para la producción de materia virgen, generando por lo tanto una reducción notoria en la producción de gases contribuyentes al efecto invernadero.

Ahorro en los costos de energía, insumos y entierro: muchos de los materiales que componen los objetos que nos rodean y utilizamos cotidianamente son recuperables o reciclables. Es decir, que pueden prolongar su ciclo de vida al convertirse nuevamente en materias primas. Al incorporar materiales recuperados por medio del reciclaje en el circuito comercial e industrial, se reducen los gastos de insumos, energía y agua que las industrias efectúan para la elaboración de materiales vírgenes. Además, se disminuye los derroches de recursos naturales, los costos de transporte y disposición final.

Fomenta el trabajo digno: además de beneficiar las industrias, la reinserción de materiales en distintos circuitos productivos beneficia a las cooperativas de recicladores urbanos, quienes realizan un gran aporte a la reducción de la basura destinada al enterramiento así como en la recuperación de materias primas. De esta forma, la separación de los residuos en origen colabora con la creación y el sostenimiento del trabajo digno y la integración de un sector de la población que durante mucho tiempo ha sido marginado, y hoy en día, es reinsertado socialmente a partir de las cooperativas.

Por otro lado, por medio del correcto tratamiento de los RSU, se **evitan problemáticas urbanas** como consecuencia de la acumulación de residuos en vía pública que varían afectando desde cuestiones vinculadas con la estética urbana hasta problemáticas vinculadas con la salud:

- La presencia de residuos abandonados produce una sensación de suciedad a la vez que deterioran el paisaje.
- Los depósitos incontrolados de residuos sólidos urbanos producen, al fermentar, olores muy molestos.
- Los residuos fermentables son fácilmente autoinflamables por lo que pueden provocar incendios que ocasionan una contaminación atmosférica muy desagradable para la vecindad y, en ocasiones, peligrosa para la circulación y para la seguridad de los bosques cercanos.
- Un vertido de residuos realizado sin ningún tipo de control, presenta un grave riesgo de contaminación de las aguas tanto superficiales como subterráneas, con

el consiguiente peligro para la salud si son utilizadas para el abastecimiento de agua potable a la población.

- Los residuos orgánicos favorecen la existencia de gran cantidad de roedores e insectos que son agentes portadores de enfermedades y algunas contaminaciones bacterianas.

3. Desarrollo de la propuesta

3.1 Guiones

Para la realización de las pastillas audiovisuales, se elaborarán previamente los guiones correspondientes a cada una de ellas.

A. “Está de moda que los hombres desaparezcan”

La protagonista (chica de aproximadamente treinta años, clase media. Aspecto casual, un look relajado pero arreglado) está sentada mirando a cámara, como si estuviese hablando con una persona. Tiene cosas sobre la mesa: su teléfono celular, una revista. De pronto, como si se diera cuenta que hay alguien frente a ella, comienza a hablar.

Ella

Uy pera, me entró un mensaje...

Baja su cabeza alejando su mirada de la cámara para leer su teléfono celular.

Ella

Es Flor, estaba saliendo con un flaco y de la noche a la mañana, o mejor dicho de la mañana a la noche, el pibe se borró... (Mientras continúa mirando el teléfono)

Vuelve su mirada a cámara.

Ella

¿Se puso medio de moda que los hombres desaparezcan no?... como que viene todo bien, mensajes, salidas, te chatea todo el día y de pronto, como por arte de magia... de-sa-pa-re-ce... (Entrecortando la frase con cierto tono de indignación)

Acelera el tono de su voz y sin dejar de mirar a cámara continúa.

Ella

Y nosotras nos podemos pasar una cena entera con amigas, desmenuzando hasta el más mínimo detalle de qué dijimos, qué hicimos, cómo nos despedimos... hasta que una amiga te bate la posta: ese pibe es una basura!

Porque en verdad no desaparece, en algún lado está... y con la basura pasa lo mismo... la basura cuando nosotros la sacamos de nuestro departamento o de nuestra casa no desaparece...

Toma una revista de arriba de la mesa y mientras la mueve continúa hablando a cámara.

Ella

Estaba leyendo una revista que dice que si uno hace algo durante 21 días, al día 21 se convierte en un hábito. Y esto me da pie para contarles algo que yo hago hace mucho tiempo, pero que ustedes bien podrían empezar a probar, al menos por 21 días.

Deja la revista en la mesa y apoya un brazo para tomarse la cámara mientras continúa relatando. Con un tono dinámico, próximo a la transmisión de conocimiento pero de un par al otro.

Ella

El uso de una compostera... sabían que toda la basura orgánica que producimos en nuestra casa se pueden poner en una compostera, que con la ayuda de lombrices, se desintegra y crea compost, que es una tierra súper fértil que tus plantas van a AMAR (aumenta el tono de su voz).

Vuelve a cambiar su postura frente a la cámara. Pasando de la exaltación a cierta preocupación.

Ella

Por día, cada uno de nosotros genera 1 kilo y medio de basura. Yo hice la cuenta y por año, 547 kilos y medio! Una vaca pesa 500 kilos. Yo tengo 30 años, atrás mío hay 30 vacas en basura... me quiero morir, chicos!... es una depresión este dato nada que hacer...

Se acerca a la pantalla, sonrío y apaga la filmación.

Corte final.

B. “La separación de residuos me cambió la vida”

La protagonista está de nuevo sentada mirando a cámara en el mismo living, en cuanto la cámara comienza a grabar, ella inicia el monólogo.

Ella

Tal vez me conozcan de videos como “Está de moda de que los hombres desaparezcan”. Hace poco decidí que si yo separaba mis residuos reciclables, todo el edificio tenía que separarlos. Así que me tomé una tarde y toqué todos los timbres, contándoles a mis vecinos, que empiecen a separar la basura.

Toma de la mesa un dibujo muy simple, similar al que puede realizar un nene en el que pueden verse diez pisos y una flecha en la que se indica que son cuatro departamentos por piso.

Ella

En mi edificio hay 40 departamentos... (Revolea los ojos señalando cansancio) imagínate lo que fue. A las 8 de la noche no daba más pero me faltaba el 10mo D, de Pablo.

Marca con su dedo en el piso diez una ventana de la que sale una flecha que dice “Pablo” con un corazón.

Ella

Pablo es un chico divino, nos habíamos visto un par de veces en el ascensor....

Para dos segundos el relato y continúa sonriendo

Ella

Y bueno nada, le toqué el timbre, y empezamos a charlar...
me dijo que todo bien pero que él no tenía lugar para poner un segundo tacho y que le iba a
llevar mucho tiempo...

Exagerando sus movimientos lleva a cabo la representación de sus propios actos.

Ella

A ver, ¿puedo pasar? ¿interrumpo algo?

Sonríe a cámara.

Ella

A los dos minutos, estábamos tomando mate y le expliqué que el tiempo es el mismo, que
sólo hay que aprender, como todo!

Le expliqué que poniendo una bolsita colgando de la manija de la puerta está perfecto!

Pablo vive solo hace un montón, hace más de 2 años que está separado...

Y bueno, una cosa llevo a la otra, le dije si quería le lavaba los platos que tenía acumulados,
igual yo no tenía nada que hacer...

Levanta los hombros como señalando que su encuentro con Pablo fue casual....

Ella

El mate se lavó. Cambiamos la yerba y la usada la tiramos en el tacho de lo orgánico, la servilleta usada también... Ah, no les dije. Comimos unas medialunas... (Levantando las cejas) unas botellas de vino las pusimos con lo reciclable y unas botellas de Coca también...

Frunce un poco el ceño acompañando gestualmente el caos que relata, pero sin dejar de sonreír.

Ella

Había como diez cajas de pizza y separamos la parte sucia para la basura orgánica y la tapa de la caja para lo reciclable...

Qué quilombo que es un hombre viviendo solo!

Bueno, y nada, de tanto separar... obvio! estamos juntos!

Hace 20 días, así que mañana, esta relación se convierte en un hábito... además se dónde vive, así que muy lejos no puede ir.

Sonriendo a cámara, apoya el dibujo del edificio en la mesa.

Ella

Si vos hoy empezás hoy a separar los residuos... yo estoy feliz... y si yo estoy feliz, mi novio está feliz. Y con eso, ya estás poniendo tu granito de arena a la ciudad...

Cambia la expresión pasando de la felicidad a una gestualidad que denota de duda.

Ella

Igual, lo de “poné tu granito de arena” nunca lo entendí... no es que todos tenemos un granito de arena guardado en casa que de canutos no queremos entregar... Hay que salvar el mundo, no hacer una playa!

Acerca los juguetes plásticos a la cámara y finaliza la grabación

Corte final.

Como se señaló previamente, cada uno de los videos será emplazado en *YouTube* pudiendo ser visibilizados desde el link correspondiente:

- **“Está de moda que los hombres desaparezcan”**
<https://www.youtube.com/watch?v=PjoD0hntEKM>
- **“La separación de residuos me cambió la vida”**
<https://www.youtube.com/watch?v=nU9YKEVFZ0c>

En una segunda instancia, las publicaciones serán difundidas por medio de *post* en la *fanpage* de *Facebook*. De esta forma se llevará a cabo la unificación de usuarios de las redes sociales, siendo visibilizado cada video de la siguiente manera:

“Está de moda que los hombres desaparezcan”

BA Ciudad Verde
Organización gubernamental

SEPARAMOS LOS RECICLABLES.

Ver video Compartir

Biografía Información Sumá Verde Eventos Más

Índice de respuesta: 53; tiempo de respuesta: 5 minutos
Responde más mensajes para activar el icono

267 476 Me gusta +519 esta semana

287 781 personas alcanzadas esta semana

Fortalece ahora tu marca
Acércate a los fans de tu negocio e impulsa tus ventas.
Promocionar página

INFORMACIÓN

- Agregar dirección postal
Ciudad, estado, código postal
- Agregar número de teléfono
- Agregar horario
- Agregar rango de precios
- http://www.buenos... Promocionar sitio web

Estado Foto/Video Oferta, evento +

Escribe algo...

BA Ciudad Verde
Publicado por Agus Green · 1 h · Editado

¿Se puso de moda que los hombres desaparezcan, ¿no?

Video player showing a woman looking at her phone.

“La separación de residuos me cambió la vida”

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'BA Ciudad Verde', a governmental organization. The page header includes the organization's profile picture, name, and category. A video player is featured at the top with the title 'SEPARAMOS LOS RECICLABLES.' and a play button. Below the video, the page layout includes a navigation bar with 'Biografía', 'Información', 'Sumá Verde', 'Eventos', and 'Más'. The main content area displays a post from 'BA Ciudad Verde' with the text 'Mirá cómo la separación de residuos me cambió la vida.' and a video thumbnail showing a woman speaking. The left sidebar contains a response rate indicator, a 'Me gusta' count, a 'Personas alcanzadas' count, a 'Fortalece ahora tu marca' advertisement, and an 'INFORMACIÓN' section with options to add postal address, phone number, hours, price range, and website.

BA Ciudad Verde
Organización gubernamental

SEPARAMOS LOS RECICLABLES.

Ver video · Compartir · Más

Biografía · Información · Sumá Verde · Eventos · Más

Índice de respuesta: 53; tiempo de respuesta: 5 minutos
Responde más mensajes para activar el icono

267 476 Me gusta +519 esta semana

287 781 personas alcanzadas esta semana

Fortalece ahora tu marca
Acércate a los fans de tu negocio e impulsa tus ventas.
Promocionar página

INFORMACIÓN

- Agregar dirección postal
Ciudad, estado, código postal
- Agregar número de teléfono
- Agregar horario
- Agregar rango de precios
- http://www.buenos... Promocionar sitio web

Estado · Foto/Video · Oferta, evento +

Escribe algo...

BA Ciudad Verde
Publicado por Agus Green (7) · 1 h · Editado (7) ·

Mirá cómo la separación de residuos me cambió la vida.

Mirá cómo la separación de residuos me cambió la vida.

4. Reflexiones / conclusiones

Pese a las medidas implementadas durante los últimos años de gestión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la situación en relación a la producción y el tratamiento de los residuos sólido urbanos es una de las mayores problemáticas contemporáneas a nivel local y mundial. La falta de concientización en relación a la magnitud y la emergencia que la causa requiere es potenciada por la ausencia a nivel general de información efectiva para disminuir su generación y propagar su aprovechamiento. En este contexto, mientras que el CEAMSE se encuentra en un estado límite, el ambiente permanece en estado de riesgo.

Si bien las campañas efectuadas en el marco del departamento de Ciudad Verde fomentan el reciclado y brindan a los ciudadanos las herramientas necesarias para su desarrollo, las acciones puestas hasta ahora en marcha no logran interpelar a los ciudadanos de lleno para que su funcionamiento sea radical. A partir de este contexto, en el marco del desarrollo del Trabajo de Integración Final para la especialización en Comunicación y Ambiente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, lo que se intentará llevar a cabo es una serie de pastillas de carácter audiovisual que tienen como finalidad primordial brindar información a los ciudadanos para profundizar las medidas desarrolladas hasta ahora.

Para lograr la efectividad de la campaña “El medioambiente en la era de la viralidad”, lo que se ha intentado es poner en relación distintos medios e instancias de difusión para la integración de los ejes temáticos así como de las problemáticas propias al tratamiento de los residuos sólidos urbanos buscando nuevas estrategias comunicacionales. Para ello, se ha elaborado en primer instancia una investigación de carácter teórico que brinde las herramientas necesarias para poder desarrollar los contenidos de las piezas audiovisuales. De esta forma, se ha trabajado de manera

interdisciplinaria con conceptos vinculados a la educación ambiental, las artes escénicas y los nuevos medios de comunicación, permitiendo el desarrollo de los productos audiovisuales y su posterior difusión.

Bibliografía

Libros y artículos académicos

ÁLVARES VILLA, M.T. (2013) *El tratamiento económico de los residuos sólidos urbanos*. Tesis doctoral VI Encuentro de Economía pública. Departamento de Economía, Universidad de Oviedo.

BAUMAN, Z. (2010) *Mundo Consumo*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós

BORÓN, A. (2012) *América latina en la geopolítica del imperialismo*. Buenos Aires, Editorial Luxemburgo.

CASTAÑEDA QUIENTORO I. (2010) *Aprendizajes con redes sociales*. Bogotá: Ediciones de la U.

GARCIA, A.A (2005) historia de la educación ambiental: del conservacionismo hacia el desarrollo sostenible. Futuros n 12 pp. 1-10.

GREENPEACE (2008) *Casos de contaminación en los rellenos sanitarios del conurbano, en Impactos de los Residuos Sólidos Urbanos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los rellenos sanitarios del conurbano bonaerense*. Buenos Aires: [http://www.greenpeace.org/argentina/Global/argentina/report/2008/10/impacto-de-los-residuos-de-la.p](http://www.greenpeace.org/argentina/Global/argentina/report/2008/10/impacto-de-los-residuos-de-la-p)

GONZÁLES MINA, J.A. (2013) *Grafos y genética de los acontecimientos: representando las relaciones entre eventos, comunicación no mediática, comunicación mediática y viralización*. Artículo de La Escuela de Comunicación Social, Universidad del Valle.

KLEIM, N. (2015) *Esto lo cambia todo: el capitalismo contra el clima*. Barcelona: Editorial Paidós.

LEFF, E. (1998). “Saber Ambiental, Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad y Poder”. Ed. Siglo XXI. México.

MESA P. E. (2010) Los recuperadores urbanos en la Gran ciudad Metropolitana de Buenos Aires. Buenos Aires: Editorial Prometeo

PIGLIA, R. (1999). “Tesis sobre el cuento. Los dos hilos: Análisis de las dos historias”. En Formas breves, Buenos Aires, Temas Grupo Editorial.

TESTA, M.E. (2008) *Casos de contaminación en los rellenos sanitarios del Conurbano, en Impactos de los Residuos Sólidos Urbanos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los rellenos sanitarios del Conurbano Bonaerense.* Artículo de Greenpeace, disponible en su versión online: <http://www.greenpeace.org/argentina/Global/argentina/report/2008/10/impacto-de-los-residuos-de-la-p>

[org/argentina/Global/argentina/report/2008/10/impacto-de-los-residuos-de-la-p](http://www.greenpeace.org/argentina/Global/argentina/report/2008/10/impacto-de-los-residuos-de-la-p)

TESTA, M.E. (2003) Gestión de residuos sólidos urbanos Área Metropolitana de Buenos Aires. Buenos Aires: <http://www.greenpeace.org/argentina>

El Manifiesto por la Vida. Bogotá, Simposio sobre Ética y Desarrollo Sustentable 2-4 de mayo de 2002.

Páginas web

- www.facebook.com/BAciudadverde
- <http://www.buenosaires.gob.ar/ciudadverde>
- <http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/UCEA/file/Aportes%20Pol%C3%ADticos%20y%20Pedag%C3%B3gicos.pdf>
- <https://tratamientodelosresiduos.wikispaces.com/>
- <http://www.greenpeace.org/argentina/es/campanas/contaminacion/basura-cero/Preguntas-frecuentes-sobre-Residuos-Solidos-Urbanos-RSU/>
- http://www.farn.org.ar/wp-content/uploads/2011/05/residuos_IAF2012.pdf
- http://www.fi.uba.ar/archivos/institutos_calidad_gestion_residuos.pdf
- <http://www.ambiente.gov.ar/cursoea/descargas/M1.pdf>

- <http://storyofstuff.org/>
- <https://www.youtube.com/user/malepichot>

- <http://www.enter.co/cultura-digital/redes-sociales/ahora-los-videos-en-instagram-pueden-ser-de-60-segundos/>
- <http://www.lanacion.com.ar/1884451-instagram-con-videos-de-60-segundos-de-duracion-y-orden-cronologico-de-las-publicaciones-por-ahora>