

Trabajo Final de Graduación



Campaña de Concientización

**Caso: comunicación externa de la Secretaría de
Medioambiente de la Municipalidad de Merlo**

Alumna: Andrea Tourret

Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

Abril 2013

Índice

	Pág.
Abstract	3
Introducción	4
Justificación	5
Etapa de Diagnostico	6
Objetivos de investigación	7
Marco de referencia institucional	8
Marco teórico	10
Organización	10
Relaciones Públicas	12
Medio Ambiente	24
Metodología de investigación	34
Análisis e interpretación de datos	38
Conclusión	65
Etapa de Intervención	69
Estrategia	70
Objetivos de intervención	70
Programas.....	71
Tácticas	72
Diagrama de Gantt	106
Presupuesto	107
Evaluación global	108
Conclusión Final.....	110
Bibliografía	111
Anexos	113

Abstract

Una campaña de concientización en el marco de las relaciones públicas es, antes que todo, un proceso complejo de comunicación. Su diseño, básicamente persuasivo, no solo busca informar a los individuos sobre una problemática determinada, sino que su fin supremo es lograr un cambio de hábito por parte de los mismos. En el presente trabajo final de graduación, lo anterior se circunscribió a la labor de concientización sobre la separación de residuos sólidos en origen.

El trabajo durante la etapa investigativa se volcó al conocimiento profundo sobre la situación real del ente comunicador y de los distintos públicos. Para dicho propósito fue necesario iniciar la investigación de manera exploratoria, con una metodología cualitativa, y continuar con una descriptiva, basada en métodos cuantitativos. Se utilizaron como instrumentos de recolección de datos, entrevistas grupales y en profundidad y cuestionarios respectivamente.

En la siguiente etapa, la de intervención, se diseñó una estrategia global de comunicación externa con el objetivo de persuadir a los vecinos de la comunidad a que separasen los residuos en orgánicos e inorgánicos. Dicha planificación atendió a las conclusiones obtenidas del trabajo de campo y dio como resultado un plan abarcativo, sólido y participativo.

Palabras claves: comunicación externa, campaña de concientización, separación en origen.

An awareness campaign in the context of public relations is, above all, a complex process of communication. His design basically persuasive, not only seeks to inform individuals about a particular problematic, but it's main goal is to achieve a change of habit by themselves. In this final graduation, the above was limited to the awareness work on the separation of solid waste at the source.

Work during the investigative stage turned to deep understanding of the real situation of the entity communicator and the different audiences. For this purpose it was necessary to start an exploratory research with a qualitative methodology, and continue with a descriptive, based on quantitative methods. Group and in-depth interviews, and questionnaires respectively were used as data collection instruments.

In the next stage, the intervention one, we designed a comprehensive overall external communications strategy in order to persuade the residents of the community to separate waste into organic and inorganic. Such planning attended the conclusions drawn from fieldwork and resulted in a comprehensive, solid and participatory plan.

Keywords: external communication, awareness campaign, source separation.

Introducción

El presente trabajo final de graduación de la carrera Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales, es un proyecto de aplicación profesional; en el mismo se indagó la comunicación externa de la Secretaría de Ambiente de la Municipalidad de la Villa de Merlo y posteriormente se proyectaron soluciones a los problemas de comunicación detectados. La investigación y propuesta profesional se limitaron al caso de estudio sobre la concientización de la separación de residuos sólidos en origen, necesidad que surgió por la construcción e implementación de una planta de tratamiento de residuos regional. Dicha planta es una solución ecológica al basural, sumamente contaminante, que posee la ciudad.

En la etapa de diagnóstico se establecieron objetivos, generales y específicos, que guiaron la búsqueda de conocimiento. Asimismo, se trabajó un marco de referencia institucional con las características más relevantes sobre la organización seleccionada y su situación particular. Se continuó la labor investigativa realizando un marco teórico que abordó y describió el fenómeno a investigar; por último se definió la metodología y se confeccionaron los instrumentos de recolección de datos.

A continuación, se sucedió el análisis e interpretación de la información alcanzada en el campo y con las conclusiones formuladas, se prosiguió a realizar la propuesta profesional.

En la etapa de intervención se redactó una estrategia de comunicación externa para abordar la concientización en la ciudad, los programas fueron definidos así como cada táctica diseñada para alcanzar los objetivos planteados. La planificación alcanzó un tiempo y se definieron los costos, a través de un diagrama de Gantt y un Cash Flow, respectivamente. Por último, se diseñaron y expusieron las piezas comunicacionales.

Finalmente, se arribó a la conclusión final del presente Trabajo Final de Graduación.

Justificación

Gruning (2000), pionero de las Relaciones Públicas, utilizó un modelo llamado “la teoría del domino de los efectos de las relaciones públicas” para ejemplificar los efectos de la comunicación. El mismo tenía cuatro fichas de dominó; la primera pieza se denominó mensaje, la segunda conocimiento, la tercera actitud y la última conducta. Esta teoría de los efectos fue, con el tiempo, calificada como simplista ya que aunque tiremos la primera ficha (el mensaje comunicacional) no hay seguridad de que las demás fichas caigan por inercia. Pero este modelo en particular es la base en la cual debe organizarse una campaña de concientización.

Una campaña de concientización radica básicamente en llegar con un mensaje a una comunidad, sensibilizarla respecto de una problemática y conseguir un cambio de actitud por parte de dicha colectividad. El modelo descrito anteriormente se basaba en una comunicación de una sola dirección, pero las relaciones públicas actuales pueden llevar adelante un proceso comunicativo en donde se informe sobre una determinada problemática y los receptores al poseer el conocimiento necesario, puedan elegir que hacer con el mismo.

Las relaciones públicas son una disciplina que investiga, planifica, actúa y evalúa, llevando adelante una labor sensible, que considera distintas voces como así la realidad misma de la situación. Los profesionales de la comunicación, dentro del ámbito de una campaña de concientización, hacen uso extensivo de las llamadas tácticas de comunicación externa, las cuales, basadas en información recopilada del campo y contenidas en una planificación global, serán dirigidas a conseguir un cambio de actitud sobre, en este caso en particular, el tratamiento primario de residuos urbanos.

La necesidad de considerar esta disciplina se basa primordialmente en el esfuerzo que se requiere por parte del ciudadano para que este modifique un hábito adquirido (estamos acostumbrados a deshacernos de nuestros residuos de una manera habitual) Si no media una planificación profesional en los mensajes y su organización, la campaña sencillamente no tendrá éxito ya que las personas no estarán dispuestas a cambiar una costumbre, a raíz de que no tendrán la información necesaria y por ende, razones para hacerlo.

Las relaciones públicas son la herramienta estratégica de la cual pueden servirse tanto municipios, como ONG o cualquier tipo de organización que quiera llevar adelante un proceso de este tipo. Por último, vale aclarar la necesidad de coordinar la acción y conocimiento de las relaciones públicas con profesionales y organizaciones específicas pertinentes a la temática especial a desarrollar, el medio ambiente.

Etapa de Diagnóstico

Objetivos de Investigación

General

Analizar la gestión de la comunicación externa de la Secretaría de Medio Ambiente de la Municipalidad de Merlo, en su trabajo de concientización sobre la separación de residuos sólidos en origen.

Específicos

- Conocer el perfil de los públicos para una campaña de concientización sobre separación de residuos.
- Analizar los hábitos comunicacionales del público.
- Indagar el nivel de conocimiento que poseen los habitantes sobre el tratamiento que se le da a los residuos en dicha ciudad y sus consecuencias.
- Analizar las acciones comunicativas externas llevadas a cabo por nombrada Secretaría: mensajes, segmentación, canales y frecuencia.
- Determinar la presencia que el issue tiene en los medios de comunicación.

Marco de Referencia Institucional

- Villa de Merlo

La villa de Merlo es la tercera ciudad más importante de la provincia de San Luis, cuenta con una población demográfica de aproximadamente 21.000 habitantes. Geográficamente, Merlo se ubica en el extremo noreste de la provincia, sobre la falda occidental de las Sierras de los Comechingones, límite natural con la provincia de Córdoba. Dichas sierras alcanzan una altura de 1280 metros sobre el nivel del mar, de donde se puede apreciar la vista de todo el Valle del Conlara. El casco urbano de la villa se encuentra a 800 metros sobre el nivel del mar (aproximadamente).

La historia de su fundación comenzó en 1794 a raíz de la visita al paraje Piedra Blanca por parte de Juan de Videla, Comandante de Armas y Subdelegado de la Real Hacienda, quien informaría al Gobernador Intendente de Córdoba, Marqués de Sobremonte, sobre la existencia en el lugar de un asentamiento de más de 60 vecinos, agua de excelente calidad y una capilla, todo lo que hacía conveniente la creación de una villa.¹

1º de octubre de 1796 Sobremonte ordena la fundación a través del siguiente decreto:

Visto este expediente formado con el objeto de erigir una villa útil, en el paraje hasta aquí conocido como "La Piedra Blanca", jurisdicción de San Luis de Loyola, procédase a la formación del pueblo, titulándose desde ahora la "Villa de Melo", en justa memoria del Excelentísimo Señor Nuestro actual Virrey Don Pedro Melo de Portugal...." Así nació el pueblo, y con el tiempo su nombre se deformó hasta convertirse en Viilla de Merlo.²

Merlo se caracteriza por poseer un microclima único, cuyas manifestaciones se dan en temperaturas templadas a lo largo del año, gran cantidad de aire puro, etc. y es la atracción principal, además de los paisajes, de una gran cantidad de visitantes, haciendo del turismo la principal actividad económica y social de la ciudad.

- Municipalidad de la Villa

El 20 de noviembre del 2011 se llevó a cabo, en la Villa De Merlo, la votación para la elección de un nuevo intendente; de cuatro listas presentadas la mayoría de votos fue para Compromiso Federal, liderada por Gloria Petrino. Así, desde el 10 de diciembre de 2011 Gloria Petrino inició una nueva gestión municipal. Cabe destacar que durante 16 años previos a dicha elección, la ciudad estuvo gobernada por intendentes radicales únicamente.

¹ <http://luis-g.espacioblog.com/> (10/03/2012)

² <http://www.lavillademerlo.com.ar/merlo-historia.htm> (22/04/2012)

En un acto celebrado al mediodía, en la Plaza Sobremonte, la intendenta Gloria Petrino, tomó juramento a los flamantes funcionarios que la acompañarán en su gestión. De las ocho secretarías, cinco estarán en manos de mujeres. Entre ellas, áreas claves como gobierno y hacienda. Aquí los nombres de los nuevos funcionarios: La secretaría de Gobierno será ocupada por María Cristina Gatti. Como secretaría de Hacienda juró Patricia Morande. Obras y Servicios Públicos estará a cargo de Gonzalo Ginestar y en la secretaría de Turismo Miguel Angel Santa Cruz. Desarrollo Social estará en manos de Adriana Gargiullo y en Cultura Claudia Oil. La secretaría de Medio Ambiente será dirigida por Diana Tarcetano y Deportes está a cargo de Lucas Liendo.³

Las Secretarías nombradas deben su existencia a decretos fundacionales posteriores a dicha gestión. Actualmente el proyecto sobre la nueva planta regional de tratamiento de residuos esta siendo abordado por la Secretaría de Medio ambiente, siendo necesario el aporte de demás secretarios y directores técnicos de la municipalidad, para una visión conjunta de la situación.

- Planta Regional de Tratamiento de Residuos

Con la presencia del gobernador de San Luis, Claudio Javier Poggi, el Estado provincial firmó este viernes el contrato correspondiente a la construcción de la primera Planta Regional de Reciclado de Residuos Sólidos Urbanos, previéndose que a mediados de 2012 comience su funcionamiento. Se trata del centro de tratamiento a desarrollarse a ocho kilómetros de Carpintería y que beneficiará a los departamentos Chacabuco y Junín, cuyos municipios firmaron sendos convenios de cooperación técnica con el Ministerio de Medio Ambiente.⁴

Dicha planta, que recibirá residuos de 12 municipios, comenzará a funcionar en el mes de Febrero de 2014 y el desafío que se presenta para su funcionamiento eficaz, es la separación de residuos en origen, es decir, en los distintos hogares y comercios. La planta recibirá unas 50 toneladas de residuos a diario. De tal manera, el Municipio de Merlo es el mayor productor de residuos de la región, siendo necesaria la ejecución de una campaña de concientización que logre la implicancia de los vecinos a dicho proyecto.

³ <http://infomerlo.com/politica/604-el-gabinete-que-acompanara-a-la-intendenta-gloria-petrino-con-mayoria-de-mujeres> (29/05/2012)

⁴ <http://infomerlo.com/politica/716-planta-regional-de-reciclaje-la-obra-estara-finalizada-para-mediados-de-2012-> (29/05/2012)

Marco Teórico

La problemática a abarcar, sus múltiples facetas e interrelaciones, se fundamenta en tres grandes ámbitos temáticos: Organizaciones, Comunicación y Medio Ambiente.

1. Organización

1.1 Definición

Una organización, del tipo que sea, es un ser social que nace con un finalidad determinada, un objetivo dado (económico, social, etc.). Está compuesta por un conjunto de personas, que utilizan otros recursos, como los tecnológicos, etc., determinadas en una jerarquía o división del trabajo, por la cual se establecen relaciones de interacción constantes. Se crea así una unidad compuesta de subsistemas. Se relaciona el concepto de sistema al de organización debido a que todas las partes que conforman la organización tienen repercusión en la misma: lo que afecta a una parte de la organización afecta a todas las partes (Koontz; Weihrich y Canice; 2008).

Simultáneamente la organización, convive en un sistema social más amplio: la sociedad y el medio ambiente que la rodea. Entre estos últimos y la organización se establece una relación de condicionamiento y modificación mutua, en constante búsqueda de equilibrio. Asimismo, en este sistema social del que hablamos, encontramos distintas organizaciones con diferentes fines, pero en las cuales la sociedad actual se organiza para alcanzar determinados objetivos comunes. Decimos entonces que las organizaciones surgen en base a la necesidad humana de coordinarse y alcanzar determinadas metas de modo eficiente y cooperativo.

En la necesidad de introducir una descripción sucinta y resaltar las características particulares de la organización con la cual se trabajó, el primer apartado se refiere a:

1.2 Municipios

De la Constitución Nacional vemos

Ya nuestra Constitución de 1853, tras adoptar la forma de gobierno representativa, republicana y federal, dispone el dictado de constituciones provinciales que aseguren la administración de la justicia, el régimen municipal y la educación primaria; y a mayor abundamiento luego dispone que cada provincia dicte su propia constituciones asegurando la autonomía municipal, y reglando su alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo, económico y financiero. Esta tendencia se ha reforzado en las sucesivas reformas, y muy particularmente en la última de 1994 (Delgado; 1991; 78).

De la Constitución Provincia de San Luis, en su Capítulo XXVI vemos ⁵

⁵ "Definición de municipio
Artículo 247

Esta Constitución reconoce al municipio como una comunidad natural con vida propia e intereses específicos, con necesarias relaciones de vecindad. Como consecuencia de ello es una institución política-administrativa territorial, que sobre una base de capacidad económica, para satisfacer los fines de un gobierno propio, se organiza independientemente dentro del Estado, para el ejercicio de sus funciones, que realiza de conformidad a esta Constitución y a las normas que en su consecuencia se dicten.

Autonomía municipal

Artículo 248

Se reconoce autonomía política, administrativa y financiera a todos los municipios. Aquellos que dicten su carta orgánica municipal, gozan además de autonomía institucional.

Organización del régimen municipal

Artículo 249

El régimen municipal se organiza teniendo en cuenta el número de habitantes dentro del ejido de cada población permanente, determinado por ley en base a los censos nacionales, provinciales o municipales.

Municipalidades

Artículo 256

Toda población permanente que cuente con más de 1.500 habitantes, tiene una municipalidad. En los departamentos donde no existan municipalidades de conformidad con el párrafo precedente, su respectiva cabecera departamental se constituye en municipalidad, contando su concejo deliberante con el mínimo de concejales fijados por esta Constitución.

Atribuciones y deberes del Concejo Deliberante

Artículo 258

Algunas atribuciones y deberes que resultan pertinentes de los concejos deliberantes, dictar ordenanzas y reglamentos sobre:

- 1) Salubridad y moralidad públicas, sin perjuicio del ejercicio de las facultades concurrentes de la Nación y de la Provincia, cuando exista un interés provincial y/o nacional comprometido.
- 2) Servicios públicos, pudiendo disponer su concesión a empresas estatales o particulares con límites de tiempo. Tratándose de concesión a empresas privadas, ésta se otorga mediante el voto de los dos tercios de la totalidad de los miembros del Concejo, previa licitación pública, si ésta correspondiere.
- 3) Urbanismo, seguridad, recreos y espectáculos públicos.
- 8) Rentas del municipio, estableciendo tributos sobre materia que autorice la ley o carta municipal respectiva.
- 11) Disposición de los bienes municipales requiriéndose los dos tercios de los votos de la totalidad de sus miembros para su autorización.
- 15) Tratados de mutuo interés con otros entes de derecho público y privado.
- 17) Conservación del patrimonio arquitectónico local, medio ambiente y recursos naturales.
- 20) Todas las demás atribuciones y facultades que hagan a la prosperidad y bienestar del municipio, pudiendo tipificar faltas compatibles con la naturaleza de sus poderes.

Atribuciones y deberes del Departamento Ejecutivo Municipal

Artículo 261

Algunas atribuciones y deberes que resultan pertinentes del departamento ejecutivo municipal:

- 1) Promulgar, publicar y hacer cumplir las ordenanzas sancionadas por el concejo deliberante.
- 2) Reglamentar las ordenanzas municipales en los plazos que correspondan y si no se hubieren fijado, dentro de los ciento ochenta días de promulgadas. Si vencido ese plazo no se las reglamenta, debe hacerlo el concejo deliberante, si corresponde, por el procedimiento para la formación de las ordenanzas y no pueden ser vetadas ni reglamentadas nuevamente. En ningún caso la falta de reglamentación de las ordenanzas pueden privar a los habitantes de los derechos que en ella se consagran.
- 3) Administrar los bienes municipales, adquirir y disponer de los mismos de conformidad a lo dispuesto en esta Constitución, carta constitucional cuando corresponde o ley orgánica municipal.
- 4) Nombrar y remover los funcionarios y demás agentes de la administración municipal, con sujeción a los principios de estabilidad consagrados en esta Constitución.
- 5) Vetar total o parcialmente, dentro de los diez días de recibido los proyectos de ordenanzas sancionados por el concejo deliberante, expresando en detalle los fundamentos del veto. Si no lo hace se consideran promulgados.
- 8) Contratar servicios públicos y otorgar permisos o concesiones a particulares con límites de tiempo, en la forma determinada en esta Constitución
- 9) Ejecutar por el sistema que fija la ley, las obras que estime convenientes.
- 13) Participación por medio de representantes, en los organismos provinciales de planificación y/o desarrollo, cuyas disposiciones afecten directamente los intereses municipales.
- 17) Ejercer el poder de policía municipal pudiendo imponer sanciones en los casos de contravenciones a sus reglamentos; en tales casos puede hacer uso de la fuerza pública y recabar orden judicial de allanamiento. Ningún funcionario de la Provincia puede negar a los municipios el concurso de la fuerza pública para el cumplimiento de los fines aquí dispuestos.

Es normal que los pequeños municipios cuenten con una estructura poco flexible, escasamente técnica y con una planta permanente insuficientemente especializada, sin motivación ni capacitación, lo que a veces puede retrasar procesos de innovación, mejora y profesionalización. En este panorama se hace difícil adaptarse a los entornos sociales, culturales y económicos, tan cambiantes al presente.

Por otra parte, los gobiernos locales cuentan con ciertas características como ser escasamente autónomos, recibir poca atención por parte de medios importantes y poseer una imagen de desprestigio en la sociedad argentina (Delgado; 1997). Lo anterior, claro está, esto depende de la constitución de cada provincia.

Lo importante a destacar, es que los gobiernos municipales tienen una posibilidad que los gobiernos provinciales y nacionales no poseen, la cercanía con sus votantes, con el público, con la población local. Sin embargo, los municipios cuentan cada vez más, con mayores presiones, demandas y funciones pero con los mismos recursos de siempre, lo que dificulta una gestión eficaz de todos los elementos de una comunidad, como el servicio de recolección de calles o alumbrado.

La cercanía que los distintos funcionarios públicos pueden tener, en el ámbito de un gobierno local, se da con una pluralidad de públicos. Dentro de este grupo heterogéneo debemos destacar las asociaciones barriales, comerciales, ONG y cualquier tipo de agrupamiento de individuos que persigan objetivos específicos. Mediante el abordaje conjunto con ellos, se da puede dar un trabajo coordinado que culmina en un bien mayor para la comunidad, como bien lo explica el autor de desarrollo local Delgado:

Ante este panorama, parece lógico plantear la necesidad y la convivencia de una estrecha relación entre las municipalidades, titulares desde siempre de las políticas locales y de los proyectos urbanos, y las organizaciones no gubernamentales de promoción social. A nuestro juicio, esas relaciones pueden darse sobre todo en el siguiente marco: municipalidades y organizaciones no gubernamentales, ambas planifican y ejecutan, pero en la planificación general prima la labor municipal, y en la ejecución de los proyectos que las atañen priman las organizaciones no gubernamentales (1997; 96).

En este marco, las Relaciones Públicas se configuran como la herramienta ineludible para el establecimiento de relaciones fructíferas entre la municipalidad y los múltiples actores de una comunidad.

2. Relaciones Públicas

El segundo ámbito temático considerado, constituye el núcleo y eje central de este trabajo de tesis, por lo que su desarrollo abarca una multiplicidad de aspectos considerados importantes para el desarrollo de la misma. Desde una definición inicial del concepto de Relaciones Públicas, su inserción y acompañamiento en la historia, hasta llegar al desarrollo central del concepto de comunicación, principal herramienta de nuestra profesión.

Es así que definimos siguiendo a (Herlow en Gruning; 2000; 53)

2.1 Definición

“Las relaciones públicas son la función característica de dirección que ayuda a establecer y mantener unas líneas de mutua comunicación, aceptación y cooperación, entre una organización y sus públicos (...) y utiliza la investigación, el rigor y las técnicas de la comunicación ética como herramientas principales”

Wilcox (2006) afirma que las relaciones públicas son un proceso que se compone de cuatro actividades centrales:

- Investigación: es decir, la detección y el estudio del problema o situación
- Acción: debe existir una planificación.
- Comunicación: es la ejecución de la planificación
- Evaluación: cuales fueron los efectos.

Entonces, las relaciones públicas son la gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos; dicha gestión requiere de profesionalización y ética, lo que necesariamente incluye planificación y evaluación. Las actividades nombradas anteriormente contribuyen, entre otras cosas, a hacer de las relaciones públicas una ciencia. Por ende, al conducirse los comunicadores bajo ciertos principios científicos y éticos, las organizaciones cuentan con una herramienta que contribuye a lograr los objetivos organizacionales y que aporta valor a todos los sistemas de la organización, tanto internos como externos.

Si avanzamos en la comprensión de este rico proceso de interacción social, a partir de su aparición histórica, vemos numerosos autores, libros y debates que establecen el inicio de las relaciones públicas paralelamente al surgimiento de la raza humana, ya que siempre ha existido la necesidad de comunicarse tanto de manera individual como grupal o inclusive como época, sin embargo, a continuación resumiremos el inicio de las relaciones públicas como una disciplina.

2.1.1 Historia y actualidad

En la historia o evolución de esta rama de las ciencias sociales, podemos destacar que el trabajo de los relacionistas públicos estaba orientado básicamente a informar, sin considerar el feedback del público, su respuesta. En un punto evolutivo intermedio podemos ver un trabajo orientado hacia la propaganda o campañas a favor de candidatos o productos, con un fuerte matiz persuasivo manipulador. Hoy en día las relaciones públicas se moldean como una disciplina sensible, capaz de considerar realidades y tendencias, el ambiente en el cual conviven organización y públicos; y su objetivo no es solo informar una realidad estática de la organización, sino que impera el mantenimiento de relaciones simétricas y de entendimiento mutuo con dichos públicos, modificando comportamientos en ambas partes relacionantes.

La evolución histórica presentada de manera resumida hasta aquí se ve reflejada en los modelos de comunicación propuestos por Grunig (2000): los modelos de agente de prensa, información pública, asimétrico bidireccional y por último simétrico bidireccional. El autor destaca la necesidad de concentrar los esfuerzos profesionales en este último modelo, donde la comunicación tiene un doble flujo o sentido, dado que no existen relaciones desiguales o asimétricas. Los otros modelos continúan vigentes y dependiendo de la situación concreta es la aplicabilidad que le concierne a cada uno.

Diversos autores, como Villafañe (1998), Grunig (2000), Wilcox (2006), Black (1996), entre otros, presentan definiciones similares de lo que son y no las relaciones públicas, pero la palabra comunicación aparece reiteradamente en cada uno de ellas. La comunicación, entonces, es la materia prima con la que trabajan los relacionistas públicos. Es pertinente entender a partir de su definición y desarrollo, como la insertamos en nuestro trabajo.

2.2. Comunicación

Las personas se comunican más a través de un lenguaje no verbal como los gestos, las actitudes u otros símbolos, que mediante la comunicación verbal. Además, se calcula que las personas pasamos un 70% de nuestro día comunicándonos, de una u otra manera (Barquero; 2000). Asimismo, dentro de las empresas existe una mayor comunicación verbal de tipo no formal, cuando en realidad resultaría más beneficioso un mayor porcentaje de comunicación escrita dentro de canales formales, dejando menor espacio a malos entendidos, ruidos, etc.

2.2.1. Definición y desarrollo

Según el diccionario, comunicación se entiende como un proceso por el que se transmite y se recibe información; y tanto los humanos como los animales poseen la capacidad

de comunicarse. Además de la comunicación humana, los estudios se enfocan en la comunicación de masas, la cual se soporta en medios de comunicación que gozan de una llegada masiva a la audiencia. Asimismo, otra tipología útil de destacar es la comunicación organizacional, la cual se da en el seno de cualquier organización, tanto puertas adentro como hacia el exterior.

Históricamente, la comunicación se ha estudiado conjuntamente con la intención del emisor, es decir, la comunicación nunca ha sido una actividad desprovista de una finalidad. Siempre nos comunicamos con una intencionalidad determinada: informar, persuadir, hacernos entender, motivar, etc.

Alrededor de 1950 el profesor Laswell, de la Universidad de Yale (Estados Unidos), propuso un modelo de comunicación que consideraba los efectos de la comunicación previstos anteriormente por el emisor o la fuente; el modelo se basaba en cinco preguntas:

¿Quién?, ¿dice qué?, ¿a través de qué canal?, ¿a quién?, y ¿con qué efectos?

Laswell y diversos autores, entre los que cabe resaltar: McLuhan, Lazarfield, Hovlan, Lewin, Shannon, Weaver, etc. fueron considerados los padres del estudio de la comunicación, desarrollaron múltiples teorías acerca de la comunicación y sus alcances desde la primera guerra mundial en adelante, las cuales se conocen como Teorías de la Comunicación de Masas (Mass Communication Research).

“¿A qué se refieren cada una de estas teorías? Cada una, destaca diferentes elementos del proceso de comunicación, o los interpreta desde la perspectiva de enfoques teóricos más generales (no de comunicación), sobre todo sociológicos”.⁶

Lo importante a destacar, es que en el desarrollo de una comunicación debemos prestar especial atención al contexto en que es emitido y recibido el mensaje y los efectos. Para ello es necesario analizar sus diversos componentes, los diversos tipos de comunicación según el ámbito y modo en que se desarrollan y por último, los resultados plasmados en procesos complejos, tales como una campaña de concientización.

2.2.2 Componentes de la comunicación

Comúnmente se le da prioridad al emisor y receptor de una comunicación, pero en la actualidad, teniendo en cuenta la diversidad de canales y de códigos como así también de fuentes de información y de las distancias que puedan existir en emisor y recetor, todos los

⁶ <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos07-08/cisneros.pdf> Artículo de la Revista Ámbitos, por Cisneros José. Pág. 57 (11/06/2012)

componentes de la comunicación, en especial el mensaje, cobran vital importancia en el proceso comunicativo. De la misma manera, el relacionista público deberá anticipar las diferentes interferencias o ruidos en la comunicación que puedan afectar el envío o recepción de los mensajes o su significado.

A continuación se desarrolla el modelo comunicativo propuesto por David Berlo (1990), sobre los componentes del modelo de la comunicación:

- La fuente: persona, grupo, organización, etc. que posee una razón y un objetivo para comenzar una comunicación. Normalmente la fuente se conoce como emisor.
- El codificador: permite transformar la idea o intención de la fuente en un mensaje.
- El mensaje: escrito, oral, conductas, acciones, etc. Es la intención comunicada, un estímulo.
- Canal: es el portador del mensaje
- El decodificador: para comprender el código del mensaje
- El receptor: el blanco de la comunicación, que debe ser similar a la fuente.

A lo anterior debemos sumarle un componente sumamente importante, la respuesta o feedback: "es la respuesta del receptor una vez que ha recibido el mensaje y lo ha comprendido, así el emisor se convierte en receptor" (Barquero; 2000; 541).

Asimismo podemos destacar otro componente, el ruido, el cual es una posible interferencia en el proceso comunicativo, que de existir puede dificultar el entendimiento.

"Lo importante no es la literalidad de los términos (...), sino la intencionalidad del comunicante (lo que quiere decir) y la percepción del destinatario (lo que realmente entendió)" (Barquero; 2000; 540).

2.3 Comunicación estratégica

Una estrategia de comunicación da coherencia a la multiplicidad de comunicaciones de una organización; la estrategia se convierte en un marco único de actuación, en una guía general. Esta afirmación surge del análisis de una definición de comunicación estratégica que contempla y abarca todos los componentes:

En ciencias de la comunicación, llamamos comunicación estratégica a la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos de la empresa (publicidad, marketing, folletería, canales comunicativos, ambiente laboral, organigrama, distribución espacial, higiene, atención al cliente, posventa, etc.) para diferenciarnos de la competencia y lograr un lugar en la mente de los públicos que nos interesa.⁷

⁷ <http://www.rppnet.com.ar/comunicacionestrategica.htm> (30/04/2012)

Barquero (2000) propone una guía para el momento de trazar una estrategia, en donde desarrolla los siguientes pasos:

1. Identificación de los públicos objetivos de la comunicación
2. Objetivos de comunicación
3. Determinación de los mensajes a desarrollar
4. Selección de los canales de comunicación a utilizar.

De lo anterior, se puede apreciar que el paso número uno, el cual determina en gran manera los siguientes, es la segmentación de los públicos en base al tipo de comunicación que se quiere efectuar.

Los objetivos serán las formulaciones que nos plantearemos cumplir; al respecto Wilcox (2006) establece que pueden existir dos tipos de objetivos: los informativos y los motivacionales, siendo estos últimos los que persiguen un cambio de actitud en el público.

Por otra parte, los programas serán las formas de agrupar objetivos, metas y recursos y en donde se determinarán plazos razonables de ejecución.

Además, debemos destacar claramente quienes serán los responsables del desarrollo de la planificación.

Por último, siendo un parte clave en una estrategia de comunicación, deberemos realizar los mayores esfuerzos por obtener una lectura de los resultados, es decir, una evaluación que nos permita obtener un feedback y recomenzar el proceso.

2.4 Comunicación externa

“La comunicación corporativa comprende formas de comunicación cuyos públicos destinatarios no se definen como consumidores de productos (como ocurre en la publicidad o en el marketing) sino como interlocutores sociales” (Piñuel Raigada; 1997; 93).

La comunicación externa es aquella dirigida a los públicos externos de la organización y que tiene en cuenta la respuesta del mismo. Dicho tipo de comunicación debe basarse en los atributos existentes de una organización, en su realidad. Lo que al fin y al cabo una organización termina comunicando es su propia personalidad, que conforma en el público la imagen de la misma.

El esfuerzo comunicativo que se realiza puerta afueras está dirigido a grupos de interés que mantienen un vínculo con la organización, basado éste en la relación que tenga sobre las actividades que la misma realice.

Pese al auge que ha tenido la importancia de mantener departamentos o asesores de relaciones públicas, independientemente del rubro o actividad en que la empresa se desenvuelva, son numerosas las organizaciones que no consideran la comunicación externa como una condición fundamental para la existencia armónica de la organización. Existe una premisa en materia de comunicación que versa: todo comunica.

Con lo anterior se quiere recalcar que las empresas que permanecen en la oscuridad, con la intención específica de mantener un low profile, están comunicando de todas maneras y manteniendo una estrategia de este tipo pierden la oportunidad de poseer un escudo protector en épocas de crisis, de aumentar su visibilidad en el mercado, de proyectar una imagen de confiabilidad y transparencia, de conocer a sus distintos públicos y las opiniones que estos mantiene de la organización y de todos aquellos beneficios estratégicos que acarrea implementar una estrategia de comunicación externa.

Villafañe (1998), y otros autores establecen que la base de cualquier estrategia o plan de comunicación externa eficaz debe ser una correcta segmentación de los públicos y la adecuación de los mensajes dependiendo al tipo al que se dirige.

2.4.1 Públicos

Gruning define a los públicos como “un sistema libremente estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema o tema, interactúan, ya sea cara a cara o por medio de canales interpuestos, y se comportan como si fueran un sola unidad” (2000;236).

De la definición anterior, el autor aclara que son las consecuencias de la organización las que crean a los públicos. De la misma manera, Avilia Lammertyn establece que un público es “aquel agrupamiento humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias, cuya categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional” (1997; 129). Este autor coincide con el anterior a establecer que el público, para las relaciones públicas, es un grupo humano que se ve afectado o que reacciona ante un problema resultante de la actividad organizacional. En este caso, reaccionar implica reconocer el problema y tener una conducta hacia el.

También cabe destacar las características transitorias del mismo, los intereses que el grupo posee pueden ir cambiando a lo largo del tiempo; tal característica hace que el mismo autor prefiera la denominación grupos de interés ante qué públicos (Avilia Lammertyn; 1997). La última definición además nos brinda la posibilidad de una clasificación, la misma estará basada en la proximidad que el grupo tenga con el objetivo supremo de la organización, es decir, con su misión.

Avilia Lamertyn (1997) categoriza a los públicos de la siguiente manera: internos, mixtos y externos. Diremos que los primeros serán aquellos que influyen diariamente, desde su trabajo, en el cumplimiento de los designios de la organización. Los mixtos serán quienes continúan cercanos a la misión organizacional pero no constituyen su planta permanente de trabajadores (proveedores, distribuidores, etc.) Por último se encuentran los externos, quienes “influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo” (1997; 131)

Por otro lado, Grunig (2000) establece ciertas características que debemos tener en cuenta al momento de pensar en un público, como ser: su tamaño, su cohesión, la cantidad y calidad de la información que poseen, etc. También debemos considerar si el público merece la categorización de un público especializado, como pueden ser los medios de comunicación social o una agrupación ecologista, por nombrar alguno de los tantos. El establecimiento de las características específicas que el grupo posea y sus relaciones nos darán el puntapié inicial de cómo trabajar con él.

La clasificación de los públicos es básica al trazar la estrategia de comunicación, y continuamente se deberá revisar las categorías en donde hemos agrupado a un determinado público, ya que la organización se encuentra todo el tiempo produciendo nuevas consecuencias, vinculándose de distinta manera con los mismos grupos o generando nuevos.

2.4.2 Tácticas de comunicación externa

Las llamadas tácticas de comunicación outdoor, por el autor Avilia Lamertyn (1997), son aquellas utilizadas para conectar a la organización con sus públicos. Al momento de determinar cuáles van a ser las tácticas a implementar debemos considerar el tipo de público al que van dirigidas, el mensaje, el presupuesto que poseemos y debe, por sobre todo, regir un principio de coherencia y armonía entre todas las propuestas.

Existen tácticas de comunicación externa que podrían ser consideradas más bien tradicionales y otras, propulsadas por los presupuestos reducidos que manejan muchas veces los comunicadores, que dependen más de un sentido de oportunidad y creatividad.⁸ Dentro del primer grupo podemos nombrar: gacetillas de prensa, publi-notas, solicitadas, página web, info-comerciales, artículos periodísticos, eventos, visitas guiadas, publicidad en la vía pública, etc. Dentro del segundo grupo podemos destacar las distintas intervenciones urbanas, como

⁸ Cabe destacar que dicha clasificación no es propuesta por autor alguno, se utiliza para facilitar la comprensión del lector.

las artísticas, asociaciones estratégicas, redes sociales, envío masivo de mails o mailing, regalos empresariales, etc.

2.5 Comunicación gubernamental

Todo comunica; dicha frase se aplica de la mejor manera a las instituciones del gobierno y en especial, a las distintas figuras políticas. En cualquier medio de comunicación escuchamos a los ciudadanos indignados con el accionar político, con que nunca “dan la cara”, vemos en las calles afiches de repudio o paredes escritas con diversas opiniones de la gestión pública, etc.

Lo anterior ocurre porque muchas veces los funcionarios tienen la creencia que salir en público tiene dos consecuencias negativas, por un lado los medios lo van a hacer "quedar mal" y por otro, el público no lo va a entender o lo va a responsabilizar únicamente a él por una situación problemática. La mayoría de las veces las figuras políticas no están entrenadas en el arte de aparecer en público, con un lenguaje directo, con simpatía, pudiendo transformar tecnicismos en un código común, etc.

Lo descrito anteriormente contribuye a una comunicación poco aceptada entre las distintas organizaciones del gobierno y la comunidad, ya que sólo ciertas secretarías o ministerios o a veces sólo ciertas figuras públicas comunican y no todas y cada una de las partes del sistema y ciertamente, ninguna que comunica lo hace como sistema.

“Es en la necesidad de comunicación colectiva y de ejercicio eficaz de las demandas sociales y de las estructuras de poder, donde acción política y relaciones públicas encuentran la interfase de su mutua relacionabilidad” (Barquero; 2000; 141).

Barquero (2000) propone una serie de características, que a su criterio, componen la acción política:

- Capacidad de integración: se refiere a la capacidad que tiene el aparato del estado para conseguir cohesión y estabilidad social.

- Necesidad de debate: en una democracia el debate y el dialogo son acciones que sustentan a la misma y que la diferencia, por ejemplo, de un régimen autoritario. A su vez, dicho dialogo debe basarse en hablar, pero también en escuchar. Cabe resaltar que es en este sentido en que las relaciones publican desempeñan un papel fundamental.

- Definición de las estructuras reales: se refiere a las distintas estructuras de poder, económicas, técnicas, etc. y las posibilidades que estas ofrecen al accionar político. Lo mismo sucede para las instituciones políticas.

- Voluntad de favoreceres: la acción política no tiene cabida en donde no exista la acción popular; es necesario movilizar, comprometer al ciudadano y hacerlo, de cierta manera, también responsable de la realidad. Lo anterior es importante en el marco de una campaña de concientización, ya que los ciudadanos, como lo es también el político en concreto, son los responsables de la generación de basura y del tratamiento que se le da a la misma, y según sea ese tratamiento, las consecuencias negativas o no que tendrá para el conjunto total de la comunidad (política o no).

- Interés por el bien público: el autor establece que el bienestar social debe ser el norte de la acción política.

Dentro de las ciencias políticas, se encuentra hoy de moda el término legitimidad. La misma se da de dos maneras, primero el gobierno de turno adquiere legitimidad siendo el elegido entre varias propuestas, pero después, y siendo más importante lo siguiente, los ciudadanos consideran legítima la gestión en base a las políticas que plantean, a los acercamientos entre gobierno y ciudadanía, etc. y sobre todo en base a la información y transparencia con la que se maneja los funcionarios e instituciones públicas. "El público, informado o no, es el juez de la administración pública" (Barquero; 2000).

La democracia ha sido ya descrita como un sistema de comunicaciones entre el poder funcionalmente especializado y la masa social como un juego mutuo de llamadas y respuestas.

"El problema del ejercicio democrático consiste, por tanto, en hacer este sistema de comunicaciones lo más directo y sensible y también, lo más generalizado posible" (Barquero; 2000; 146).

2.6 Comunicación ambiental

Desde hace ya un tiempo, la "cuestión ambiental" ha sido introducida en nuestras vidas; los consumidores pedimos a las empresas que cuiden el medio ambiente, los legisladores se ven presionados a introducir nuevas regulaciones que también garanticen el cuidado ambiental, etc.

Por ende, son cada vez más las organizaciones, privadas, gubernamentales, públicas, etc. que realizan esfuerzos por desarrollar una comunicación medioambiental. Dicha comunicación es una respuesta a las continuas demandas que las personas, consumidores, clientes, ciudadanos, etc. tenemos acerca de la situación ambiental en cada lugar propio.

La comunicación ambiental, la comunicación ecológica, la comunicación verde, "se debe basar, como es lógico, en la realidad de una serie de actuaciones acorde con lo que se

reflejara después mediante las correspondientes lecturas de convencimiento por seriedad, de dialogo y de información” (Calvo; 1997; 167).

A nivel organización, son varios los beneficios que plantea una estrategia de comunicación ambiental. Lo fundamental es que tiene un criterio básico, el cuidado del medio ambiente. Lo anterior sirve también como atributo para la alineación de la imagen de la empresa, asimismo es una forma adicional de comunicación interna, lo cual moviliza recursos y conductas en pos de ser una empresa más eficiente en el compromiso del cuidado medioambiental.

“Las actuaciones medioambientales deben realizarse a plazo indefinido o mas bien a largo plazo, y deben incluir relaciones de asociación, de responsabilidad, y por supuesto, de cambios de comportamiento, lo que requiere una labor intensa de dialogo y una necesidad de establecer relaciones de confianza”(Calvo; 1997; 175).

Por lo anterior descrito, un comunicador debe, en el marco de una comunicación ambiental, lograr empatía por el tema y adhesión al proyecto en concreto, como así manejarse ética y responsablemente.

Por ultimo, como lo destaca Calvo (1997), debe realizarse en primera instancia una adecuada segmentación de los públicos para realizar una comunicación totalmente adaptada a los receptores.

Entre los grupos más frecuentes de la comunicación ecológica podemos nombrar: fundaciones, empresas, asociaciones, comunidad, poderes locales, etc.

2.7 Campañas de concientización

Una campaña de concientización es, ante nada, un proceso complejo. La mayoría de las veces, los temas a desarrollar tienen una complejidad técnica superior al conocimiento común del público. Además, la intención de concientizar tiene un trasfondo obvio de persuasión; el objetivo básico y a la vez supremo de una campaña de concientización, es un cambio de actitud por parte del público objetivo.

No es fácil que el público actúe en función de un determinado mensaje. A propósito de lo anterior, Wilcox (2006) desarrolla un modelo, llamado “el proceso de adopción”, que se resume en los siguientes cinco pasos:

1. Concienciación: la persona recibe el mensaje
2. Interés: el individuo, luego del primer contacto, puede buscar activamente más información.

3. Evaluación: la persona evalúa la propuesta según sus necesidades. Las personas cercanas forman parte de este proceso.
4. Prueba: la persona puede probar el producto, la idea, el servicio, etc.
5. Adopción: el individuo adopta el producto, lo integra en su sistema de creencias.

El proceso descrito se puede visualizar con un embudo, los individuos siempre pasaran por el paso numero uno pero muy pocos adoptaran el producto. Hay ciertas características que pueden intervenir en el proceso: la ventaja relativa, es decir, el grado de novedad de la idea. La compatibilidad: la novedad en relación a las creencias del individuo. Asimismo la complejidad, la cual se refiere a la manera de utilizar o llevar a cabo la idea. Por último la observabilidad, es decir, la posibilidad de que los resultados de la novedad puedan ser o no visibles para los demás (Rogers en Wilcox; 2006).

El profesional de relaciones públicas debe estar atento a diversos factores durante una campaña de concientización, la repetición y circulación de mensajes, los demás mensajes contra los cuales se compite por atención, y por sobre todo, los efectos parciales de persuasión que se vayan sucediendo. "La persuasión es una actividad, o proceso, por la que un comunicador intenta inducir un cambio en las creencias, actitudes o comportamientos de otra persona o grupo de personas, transmitiendo un mensaje en contexto en el que el persuadido tiene cierto grado de libertad de elección" (Perloff en Wilcox; 2006).

A continuación se detallan los factores claves para la persuasión de los públicos a través de técnicas de comunicación, conocidos en Estados Unidos como las siete C:

- Credibilidad: la comunicación debe iniciarse en un momento de confiabilidad entre organización y público.
- Contexto: adaptar la estrategia a la realidad del entorno local.
- Contenido: el mensaje debe tener significado para el receptor y ser, en cierto modo, una revelación para el mismo.
- Claridad: mensajes elaborados en base a la topología del receptor. La sencillez en la comunicación es la base.
- Continuidad y consistencia: la comunicación debe ser un proceso reiterativo, se tiene que dar una repetición de mensajes para lograr efectividad.
- Canales de comunicación: emplearse los que el receptor normalmente usa.
- Capacidad de auditorio: la comunicación es más eficiente cuando el receptor debe realizar el menor esfuerzo en recibirla y procesarla (Barquero; 2000).

3. Medio ambiente

Para el tercer ámbito temático, dada su extensión, el análisis ha sido orientado a aquellos aspectos más relevantes que se relacionan directamente con los objetivos de investigación, desarrollando previamente, una breve definición conceptual y caracterización histórica del mismo.

Desde las definiciones más complejas y técnicas hasta las más simplificadas y generales, todas conciben en un factor común al referirse al medio ambiente; es aquello que nos rodea. Como seres humanos consideramos este contexto como un sumo de cosas: animales, plantas, recursos, etc. Asimismo sabemos que mediante él satisfacemos nuestras necesidades como especie. Ahora bien, el medio ambiente no es solo natural, es social, es económico, es político y cultural, es por eso que es incorrecto verlo como un listado de elementos aislados, yuxtapuestos en un mismo esquema.

3.1 Definición

El medio ambiente es un conjunto de relaciones, que se modifican y limitan continuamente. Su entendimiento no es posible solo analizando los procesos naturales, ya que siempre la historia del medio ambiente estará entrelazada con el desarrollo de la sociedad humana (Enkerlin; Cano, Garza y Martines; 2002).

3.1.1 Historia y actualidad

En un intento por resumir esta relación del hombre con el medio ambiente podemos decir que se paso de una forma de dependencia del primero sobre el segundo a otra, centrada en el dominio sobre el medio. Históricamente el hombre vivía a merced de las condiciones del ambiente, la población mundial era reducida y nómada, por lo tanto el impacto sobre el medio ambiente no era significativo. Cabe aclarar que el impacto ambiental puede ser producido no solo por los seres humanos, sino también por la propia naturaleza; “es la consecuencia de una actividad antropogénica o natural, sea esta ultima física, química o biológica” (Cázares y Garza; 2002; 431).

A medida que las sociedades humanas se fueron complejizando, los impactos producidos por esta fueron rebasando la capacidad del medio ambiente para amortiguarlos. La agricultura y la expansión demográfica y económica fueron grandes motores del desarrollo de la sociedad y requirieron cada vez más del medio ambiente para avanzar, transformándolo. La revolución industrial fue el hecho histórico que condicionó y afectó profundamente la relación

hombre y ambiente, ya que durante dicha época y hasta nuestros días, necesitamos y hacemos un uso poco eficiente de recursos naturales, tanto renovables como no. (Miller; 2002)

“Recurso es cualquier cosa que se obtiene del medio, ya sea biótico o abiótico, para satisfacer las necesidades o deseos humanos” (Cázares y Garza; 2002; 192). Para los seres humanos un recurso lo es en base a su utilidad. A su vez somos responsables de la contaminación de muchos y variados recursos como el agua, el aire, el suelo, etc.

Actualmente el crecimiento demográfico mundial se da de manera exponencial, “al principio va despacio pero, tras doblarse unas pocas veces, crece hasta cifras enormes, porque cada vez que se duplica se obtiene una cantidad mayor que la suma de todo el crecimiento anterior” (Miller; 2002; 1) y los valores sobresalientes en esta cultura tienen como base la ganancia desmedida sobre el descuido del medio ambiente, como las condiciones de nuestro planeta los demuestran.

Sin embargo, existe una tendencia actual que se viene dando a lo largo del último siglo y a principios del veintiuno y es la de una mayor conciencia sobre el cuidado del medio ambiente. Se da al presente una gran proliferación de grupos ecologistas, de productos y empresas ambientalmente responsables, nuevas legislaciones, etc. Todo esto pone el acento en lo que hoy se conoce como el desarrollo sostenible, es decir, aquel que no compromete el medio ambiente hoy para las generaciones del mañana; aquel desarrollo que tiene en cuenta la variable ambiente en las decisiones políticas y económicas. (Enkerlin; Cano, Garza y Martines; 2002).

La idea de desarrollo sostenible fue consolidada desde la conferencia organizada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), llamada Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo, llevada a cabo en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil, en el año 1992. En dicha conferencia también se delimitan los principales problemas ambientales a escala mundial, estos son: agotamiento de la capa de ozono, aumento de la contaminación, degradación del suelo, cambio climático y pérdida de la diversidad biológica (ONU; 1994)

Este proceso tuvo sus inicios en el informe Brundtland que se realizó en 1987 para Naciones Unidas. En él se utiliza por primera vez el término desarrollo sostenible.

3.2 Contaminación:

3.2.1 Definición, contaminantes y fuentes.

La contaminación es un impacto negativo sobre el estado natural del ambiente, es una alteración de su equilibrio. Lo anterior se produce por la introducción de un agente (contaminante) en el medio. “Un contaminante es una sustancia química, biológica o

radiológica, en cualquiera de sus estados físicos y formas, que al incorporarse o encontrarse por encima de sus concentraciones normales en la atmósfera, agua, suelo, fauna o cualquier elemento del medio ambiente, altera y cambia su composición y condición natural” (Cázares y Garza; 2002;236).

Normalmente los niveles de contaminación o polución se dan de manera concentrada en grandes centros urbanos, pero cabe destacar que ciertas partículas o contaminantes son diseminados por distintos lugares geográficos no próximos a través del aire o del agua. La gran mayoría de las veces, el proceso de contaminación no tiene barreras ni fronteras. Cuando podemos determinar el lugar de donde surge la contaminación estamos ante una fuente puntual de la misma, pero la mayor parte de la veces se origina del tal modo que es confuso poder identificar su origen, estando ante la presencia de una fuente no puntual (Miller; 2002).

3.2.2 Contaminantes

Con respecto a los contaminantes, Miller (2002) aclara que son tres las características que determinan el nivel de importancia de los efectos: su naturaleza química, es decir de que manera es contraproducente para distintos organismos vivos, su concentración es la segunda característica y por último la persistencia, es decir su permanencia en el ambiente antes de que puede ser absorbido por este último. Con respecto a esta última característica, el autor establece una diferenciación entre aquellos componentes degradables o no persistentes y los no degradables, “aquellos que no se descompondrán a través de procesos naturales y deberá evitarse su introducción en el medio ambiente, alentando el reciclaje o reutilización.” (2002; 13)

3.2.3 Fuentes

Además de lo anterior, es útil distinguir que la contaminación puede tener un origen natural, como en la explosión de un volcán o, tener un origen antropogénico, es decir, como consecuencia de las actividades del hombre. Podemos destacar a la agricultura, y a la actividad industrial como las principales actividades humanas que generan una gran cantidad de contaminación ambiental.

Asimismo se la puede diferenciar por el tipo de fuente que la genera. Dicha clasificación es la realizada por los autores Enkerlin, Cano, Garza y Martines (2002):

- Contaminación biológica: principalmente debido a microorganismos como las bacterias. Suele ser más fácil controlar este tipo que los siguientes, sin embargo, si no se controla puede producir efectos nocivos en la salud de las personas, por ejemplo, el

cólera que se transmite a través del agua, como así también eliminar especies acuáticas, ya sean animales o plantas.

- Contaminación física: causada por factores físico mecánicos relacionados principalmente con la energía. Comúnmente sus efectos son a largo plazo y no son fáciles de identificar.
- Contaminación química: provocada por sustancias químicas, ya sean estas orgánicas o inorgánica. Luego de la revolución industrial esta contaminación ha aumentado en magnitud y su contención es difícil de controlar ya que cada elemento varía en sus características físicas y químicas.

Clásicamente, los autores han dividido a la contaminación en tres tipos: la contaminación del agua, del aire y de la tierra o suelo. Cabe destacar que un basural a cielo abierto, puede afectar la calidad de los tres recursos nombrados anteriormente.

3.2.4. Contaminación del agua

En abril del 2010 la ONU estableció que 884 millones de personas viven sin acceso al agua potable, es decir que consumen agua que posee distintos niveles de contaminación; razón por la cual contraen serias enfermedades como el cólera o tífus. Es así que 1.8 millones de personas mueren cada año a causa de este tipo de padecimientos (OMS, UNICEF, 2005).

Hay una percepción errada acerca de este recurso, y es la afirmación de que hay un cantidad infinita en el mundo, ya que dos tercios de la superficie del planeta esta cubierta por agua. Lamentablemente, no toda esa cantidad es apta para el consumo humano pero su consumo si es vital para la vida humana. El 97% del total del agua del planeta, es agua del océano, no apta para beber y muchas veces tampoco es útil para la industria, la agricultura, etc. debido a sus elevadas concentraciones de sal; lo anterior solo deja un 3% de agua dulce apta para el consumo humano, e inclusive bajo estos números alarmantes, contaminamos y hacemos uso poco eficiente de los principales acuíferos del mundo, ríos, arroyos y lagos (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, PNUMA).

"La contaminación del agua es un cambio en la calidad, de tipo químico o físico que tiene un efecto perjudicial sobre los organismos vivos o hace que el agua sea inadecuada para los usos deseados" (Miller; 2002; 349). Este autor utiliza una clasificación de los distintos contaminantes del agua que a continuación se exponen:

- Agentes que causan enfermedades (patógenos): producen enfermedades a través de bacterias y parásitos que dañan la salud humana.

- Residuos que demandan oxígeno: su descomposición requiere de bacterias aeróbicas que requieren oxígeno.
- Compuestos químicos inorgánicos hidrosolubles: ácidos, sales y compuestos de metales tóxicos.
- Nutrientes inorgánicos de las plantas: producen una excesiva cantidad de una determinada especie acuática y al pudrirse agotan el oxígeno de la misma.
- Productos químicos orgánicos: plásticos, detergentes, etc.
- Sedimentos o materiales en suspensión: partículas del suelo
- Isótopos radiactivos solubles: su radiación produce efectos nocivos sobre la salud como el cáncer o daños genéticos.
- El calor: grandes centrales hidroeléctricas o la refrigeración industrial consumen grandes cantidades de agua que son devueltas al ambiente pero con su calidad afectada, debido a las altas temperaturas a la que fue expuesta (contaminación térmica).
- Contaminación genética: los sistemas acuáticos se alteran con la introducción de una especie no autóctona (Miller; 2002).

Pese a lo anterior es posible recuperar, bajo ciertas condiciones, la calidad del agua que se vio afectada o expuesta a un contaminante, pero este proceso resulta más costoso e ineficaz que el cuidado y la prevención inicial. Entre las consecuencias de este tipo de contaminación podemos destacar: desaparición de la vida marina y de la flora terrestre, enfermedades en poblaciones humanas, efecto invernadero, etc. (Masters y Ela; 2008).

3.2.5. Contaminación atmosférica

Podemos definir a la contaminación del aire como "cualquier condición atmosférica en la que las sustancias presentes producen un efecto adverso medible en la salud del humano, de los animales y vegetales o bien un daño físico en materiales" (Martines y Urdanivia; 2002; 386). Los autores utilizan el término "sustancias" para referirse a contaminantes. Su definición sería: aquellos que afectan la composición química de la atmósfera. Los contaminantes atmosféricos se dividen en dos, primarios y secundarios. Martines y Urdanivia (2002) establecen que su caracterización se debe a que los primeros son aquellos que penetran en la atmósfera directamente desde la fuente. Los secundarios son aquellas reacciones físicas o químicas que se dan en el interior de la atmósfera. "Entre los contaminantes atmosféricos más importantes se encuentran compuestos que contienen azufre, nitrógeno, carbono, halógenos, sustancias tóxicas y compuestos radioactivos" (Martines y Urdanivia; 2002; 386).

Como ocurre con la contaminación hídrica, la contaminación del aire puede deberse a actividades del hombre o a procesos naturales. Dentro de la primera clase se hace una distinción entre fuentes móviles y fijas, siendo un ejemplo de la primera la combustión que generan un automóvil al funcionar y ejemplos de la segunda las chimeneas de industrias, la quema de residuos y vegetación, etc.

La atmósfera es una capa de aire (gases) que rodea el planeta y lo protege. Esta formada por cuatro capas: troposfera, estratosfera, mesosfera e ionosfera (Miller; 2000).

Nos dedicaremos en especial a la troposfera y estratosfera. La troposfera posee el 75% de la masa del aire de la tierra y a su vez es la encargada del clima y los fenómenos meteorológicos. Esta capa es la más cercana a la tierra y su extensión es de unos 8 kilómetros aproximadamente. Por otro lado, la estratosfera es la segunda capa de la atmósfera y su característica más importante es que debido a su particular composición no permite el paso de rayos ultra violetas hacia la superficie terrestre, altamente dañinos para la salud humana y de las demás especies (Masters y Ela; 2008). Es decir, permite la vida en la tierra y nos protege de quemaduras, cáncer de piel, etc. “evita que gran parte del oxígeno de la troposfera se convierta en ozono, un contaminante del aire altamente perjudicial” (Miller; 2002; 292).

Uno de los principales efectos a nivel mundial de la contaminación atmosférica es el llamado efecto invernadero. Este fenómeno es natural, establece la temperatura de la tierra pero a medida que la concentración de gases de efecto invernadero (dióxido de carbono, vapor de agua, etc.) aumenta en la atmósfera, la energía que irradia la tierra queda atrapada en las capas bajas de la atmósfera, haciendo que la temperatura del planeta aumente más de lo normal (Miller; 2000).

Además del fenómeno descrito, la contaminación del aire acarrea otras consecuencias negativas como la lluvia ácida, la destrucción de la capa de ozono, el smog fotoquímico, con sus respectivas consecuencias sobre la salud humana como problemas respiratorios, cardíacos, cáncer, etc. además de afectar la flora y fauna mundial.

3.2.6 Contaminación del suelo

“El suelo es una compleja mezcla de roca erosionada, nutrientes minerales, materia orgánica en descomposición, agua, aire y millones de microorganismos vivos, la mayoría de los cuales son descomponedores microscópicos” (Miller; 2002; 233). Si bien consideramos al suelo con un recurso renovable, debemos considerar que dicha mezcla compleja es producto de años de formación. Al hablar de contaminación de los suelos nos referimos a la disposición sobre la superficie, de distintos contaminantes que con el tiempo provocarán la

improductividad del mismo. Se consideran contaminantes a insecticidas, pesticidas, materia orgánica, aguas residuales, desechos industriales, vidrios, plásticos, aerosoles, etc.

Los autores Martínez, Urdanivia y Rodríguez proponen la siguiente clasificación para analizar la contaminación de suelo:

- “Por aplicación directa de químicos tales como fertilizantes
- Por disposición de residuos antropogénicos
- Por derrames accidentales
- Por deposición de contaminantes atmosféricos “ (2002; 414)

Sumado a la contaminación, existe otro proceso que afecta la calidad del suelo y es la erosión. Este fenómeno se da cuando el suelo es desprovisto de su cubierta vegetal. Si bien este se da de manera natural en el ambiente, como por ejemplo el desgaste de las montañas, la necesidad del hombre de llevar adelante ciertas actividades como la agricultura, la ganadería, la construcción, la tala, etc. ha acelerado y expandido este proceso haciendo que el suelo sea mas permeable a la contaminación y por ende a su agotamiento. Entre las consecuencias negativas de lo anterior podemos destacar: disminución de su capacidad para retener agua y la que se escurre lo hace de manera contaminada con partículas y sedimentos que arrastra; inundaciones e improductividad.

Autores, entre los que cabe resaltar Millar (2002), Masters y Ela (2008), Enkerlin y Garza (2002), coinciden en señalar dos hábitos humanos como la principal causa de contaminación del suelo y en general del ambiente: producción y consumo. Los seres humanos contaminamos al producir lo que necesitamos para vivir y a su vez cuando eliminamos los desechos o las cosas que ya no nos sirven.

Se hará énfasis sobre la problemática de los residuos, su eliminación y tratamiento en el siguiente apartado.

3.3 R.S.U

“Los residuos sólidos comprenden todos los residuos que provienen de actividades humanas, que normalmente son sólidos y que son desechados como inútiles o superfluos” (Thobanogluos; Theisen y Vigil; 1994; 3). De la definición anterior podemos subrayar que los residuos son una condición inherente a la vida del ser humano, y se generan en distintos ambientes de la misma, permitiendo así una clasificación simple: existen residuos sólidos secos y húmedos. Dentro de la primera categoría podemos identificar al cartón, vidrios, textiles, metales, etc. Dentro de los segundo podemos nombrar a los residuos generados por desperdicios tanto en hogares, restaurantes, etc. A lo anterior podemos añadir una clasificación

más extensa que intenta clarificar el origen del residuos: este puede ser domestico, proveniente de las viviendas de una comunidad, puede tener un origen comercial, puede ser producto de la construcción y a su vez del propio accionar del municipio de una comunidad, como ser los elementos de un hospital o de los servicios de limpieza municipal, etc. Todas las nombradas fuentes producen lo que es conjunto se denominan los residuos sólidos urbanos (RSU). De este tipo de residuos se excluyen los residuos provocados por procesos industriales o agrícolas (Thobanogluos; Theisen y Vigil; 1994).

Cada fuente de residuos genera tipos particulares de los mismos, pero todos tienen un destino común: el basural. El problema inicial de esta forma de tratar los residuos finales es que no discrimina; se trata de igual manera una materia orgánica o susceptible de ser transformada naturalmente por el ambiente sin contaminar, como puede ser restos de comida, papeles, etc. junto con un electrodoméstico dañado, ladrillos y demás residuos de una construcción, líquidos inflamables, etc. A su vez, estos lugares normalmente proceden a la quema de los residuos para aumentar el espacio disponible, lo cual puede producir un daño en las personas, iniciar incendios no controlados, etc. y contaminar el ambiente.

Por otra parte, al estar todo este cúmulo de residuos incapaces de ser transformados por la naturaleza, los procesos naturales del ambiente colaboran con la contaminación que el mismo produce, ya que por ejemplo, la lluvia arrastra todos los contaminantes desde las capas superficiales de la basura y los conecta con el agua subterránea y las capas profundas del suelo, contaminando ambos recursos. Por otro lado, el viento esparce los contaminantes atmosféricos por grandes espacios geográficos más allá del delimitado para el uso de dicho basural.

3.3.1 Basurales a cielo abierto

Cabe destacar inicialmente que la contaminación producida por los llamados basureros a cielo abierto tiene consecuencias negativas para la calidad tanto del aire, como del agua, sea esta subterránea o superficial y por último, para la composición del suelo o tierra. Los basurales son propios de la sociedad de consumo en la cual vivimos, donde el ciclo producción-consumo-desecho es vertiginoso e irresponsable. (Ministerio de Salud y Seguridad de Córdoba; 1996) Normalmente, estos centros de disposición final de residuos están alejados de los centros urbanos para no producir contaminación visual, pero no se tiene en cuenta los daños al ambiente en general, que por ejemplo, producen la quema de plásticos y demás materiales en dichos lugares para conseguir mayor espacio.

Además de los inconvenientes relativos a la polución, los basurales tiene una problemática social: se da en la actualidad personas que habitan o desarrollan actividades en los basurales como la separación de residuos como el cartón, el vidrio, etc. Tanto para quienes pueden habitar en el propio basural, o en las proximidades o quienes trabajen en él, se exponen diariamente a enfermedades producto de los altos niveles de toxicidad en el aire, suelo y agua que rodea a estos recintos (Ministerio de Salud y Seguridad de Córdoba; 1996).

3.3.2 Separación de residuos

Un basural es una manera de darle un tratamiento a los residuos sólidos urbanos, la cual no es ambientalmente responsable ni es la forma mas económica, ya que el tratamiento de residuos a través de plantas de tratamiento ahorra costos de recolección, de procesamiento, etc. y el reciclaje de residuos aporta valor a través de la generación de productos nuevamente utilizables y asimismo, erradicar un basural también significa afrontar la problemática social de una comunidad y sus habitantes (Ministerio de Salud y Seguridad de Córdoba; 1996).

Si anteriormente dijimos que uno de los problemas de los basureros era que toda la basura estaba junta, el paso inicial para controlar este fenómeno es la separación de los residuos en origen, es decir, desde donde se producen. Haciendo énfasis en los hogares, podemos decir que la manipulación de los residuos es clave a la hora de llevar a cabo procesos de reutilización o reciclaje de materiales. “La manipulación se refiere a las actividades asociadas con la gestión de los residuos sólidos hasta que estos son colocados en los contenedores utilizados para su almacenamiento antes de la recogida” (Thobanogluos; Theisen y Vigil; 1994; 184).

La separación en origen persigue la finalidad de separar todo aquello que puede ser reutilizado de lo que no. La recolección de los mismos debe ser también diferenciada y transportar los materiales reutilizables a los centros de acopio y los no reutilizables, mayormente residuos húmedos, ser tratados eficientemente y convertidos posteriormente en compostaje. Esto da lugar a la recuperación: es decir a la captación de materiales como el vidrio y el cartón, que pueden venderse directamente desde un centro de acopio o al reciclaje, a través del cual obtendremos un producto nuevo, la ventaja es que tendrá como materia prima lo que antes era considerado un residuo.

Para que lo anterior se de en la realidad es necesario concientizar sobre la problemática, gestionar incorporando los recursos humanos necesarios y legislar para dar el marco regulatorio hoy inexistente.

La prevención es uno de los mejores métodos para reducir la cantidad de residuos y para lograr que los habitantes de una comunidad se encuentren dispuestos a separar sus residuos.

3.4 Marco Regulatorio

Se incluye en Anexo 1, el Marco regulatorio vigente nacional y provincial, este último referido a los residuos peligrosos, y específicamente, el tratamiento dado a los residuos patogénicos o patológicos. Es muy amplio y ofrece una plataforma legal completa, el problema es que al no ser conocido, sobre todo la ley Nacional 25916, muchos de sus artículos no se cumplen.

Para concluir el Marco Teórico del presente trabajo, cabe destacar que en el Municipio de Merlo, hasta la fecha, no hay normativa municipal sobre manejo de residuos, va a ser necesario convalidar los procedimientos que se estipulen para la separación en origen, mediante ordenanza.

Existe un paso previo necesario antes de plantear una estrategia de comunicación, dicho paso se denomina momento metodológico. La metodología será la herramienta que ordenará y dará coherencia a la recopilación de información necesaria para abarcar los objetivos de conocimiento planteados en la etapa de investigación.

Diseño Metodológico

Luego de establecer los objetivos de investigación y confeccionar el marco teórico, el diseño metodológico se configura como la herramienta que nos permitirá reunir la información necesaria para dar respuesta a nuestros objetivos.

- Fichas Técnicas

Objetivo Nº 1: *Conocer el perfil de los públicos para una campaña de concientización sobre separación de residuos.*

Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección de datos	Entrevista Grupal
Instrumento de recolección de datos	Guía de Pautas
Población en estudio	Habitantes de Merlo mayores a 18 años (21.000 hab.)
Criterio muestral	No probabilístico intencional
Muestra	Se realizarán 3 entrevistas grupales de 10 personas cada una

Tipo de investigación	Descriptiva
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección de datos	Encuesta
Instrumento de recolección de datos	Cuestionarios
Población en estudio	Habitantes de Merlo mayores a 18 años (21.000 hab.)
Criterio muestral	No probabilístico por cuotas
Muestra	Se realizarán 103 encuestas

Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección de datos	Entrevista en Profundidad
Instrumento de recolección de datos	Guía de Pautas
Población en estudio	Comité de Concientización de la Municipalidad
Criterio muestral	No probabilístico intencional
Muestra	Se realizarán 3 entrevistas a miembros del Comité

Objetivo Nº 2: *Analizar los hábitos comunicacionales del público.*

Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección de datos	Entrevista Grupal
Instrumento de recolección de datos	Guía de Pautas
Población en estudio	Habitantes de Merlo mayores a 18 años (21.000 hab.)
Criterio muestral	No probabilístico intencional
Muestra	Se realizarán 3 entrevistas grupales de 10 personas cada una

Tipo de investigación	Descriptiva
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección de datos	Encuesta
Instrumento de recolección de datos	Cuestionarios
Población en estudio	Habitantes de Merlo mayores a 18 años (21.000 hab.)
Criterio muestral	No probabilístico por cuotas
Muestra	Se realizarán 103 encuestas

Objetivo Nº 3: *Indagar el nivel de conocimiento que poseen los habitantes sobre el tratamiento que se le da a los residuos en dicha ciudad y sus consecuencias.*

Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección de datos	Entrevista Grupal
Instrumento de recolección de datos	Guía de Pautas
Población en estudio	Habitantes de Merlo mayores a 18 años (21.000 hab.)
Criterio muestral	No probabilístico intencional
Muestra	Se realizarán 3 entrevistas grupales de 10 personas cada una

Tipo de investigación	Descriptiva
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección de datos	Encuesta
Instrumento de recolección de datos	Cuestionarios
Población en estudio	Habitantes de Merlo mayores a 18 años (21.000 hab.)
Criterio muestral	No probabilístico por cuotas
Muestra	Se realizarán 103 encuestas

Objetivo Nº 4: *analizar las acciones comunicativas externas llevadas a cabo por nombrada secretaria: mensajes, segmentación, canales y frecuencia.*

Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica de recolección de datos	Entrevista en Profundidad
Instrumento de recolección de datos	Guía de Pautas
Población en estudio	Comité de Concientización de la Municipalidad
Criterio muestral	No probabilístico intencional
Muestra	Se realizarán 3 entrevistas a miembros del Comité

○ Desarrollo de la Metodología

El objetivo de esta investigación es analizar la comunicación externa que realiza la Secretaría de Medio Ambiente de la Municipalidad de la Villa de Merlo en el marco de una campaña de concientización de separación de residuos. El alcance de esta investigación es, en una primera instancia exploratorio y en una segunda instancia descriptivo. Lo anterior es así porque la investigación exploratoria tiene como fin acercarse a un objeto desconocido o poco estudiado, por lo que la intención es obtener una visión aproximada del tema a estudiar. Una vez superado esto, la investigación descriptiva nos permitirá diagnosticar el fenómeno, estableciendo sus rasgos más característicos.

En el intento de medir exhaustivamente el fenómeno proponemos dos tipos de metodología de investigación, una cualitativa, interesada por construir un tipo de conocimiento sobre el fenómeno desde quien lo vive y transita diariamente. Una de las técnicas de recolección de datos que se utilizará para cumplir con este propósito será una entrevista en profundidad, es decir, no estructurada, recurriendo a la mirada interpretativa de la Secretaria de Medio Ambiente; de la responsable de Prensa y Protocolo y de la Directora de Área Florofaunística y Mascotas. La entrevista se desarrollará en base a la guía de pautas (ver Anexo 2) con tópicos que abarcarán distintos ámbitos de la comunicación como públicos, mensajes, frecuencia, canales, etc. El criterio muestral será no probabilístico intencional, ya que se ha decidido seleccionar a tres individuos en base a criterios determinados por el investigador, fundados en la oportunidad de representatividad.

Otra de las técnicas de investigación cualitativa que se llevará a cabo en esta investigación será una serie de entrevistas grupales con ciudadanos de Merlo. El criterio

muestral será nuevamente no probabilístico intencional y se hará una cantidad de 3 entrevistas, de 10 personas cada una. Al igual que en la entrevista individual, las grupales serán organizadas en base a una guía de pautas (ver Anexo 3). El objetivo de esta técnica será relevar información acerca de las preferencias comunicacionales del público potencial de una campaña de concientización y además obtener información sobre el nivel de conocimiento o proximidad que tiene los ciudadanos con la problemática de la disposición final de residuos.

Para el segundo momento del presente trabajo, la investigación será de tipo descriptiva con el afán de obtener un conocimiento generalizado pero destacando las características más relevantes del fenómeno a estudiar; para lo anterior realizaremos una investigación cuantitativa que nos conduzca a datos obtenidos estadísticamente, de los cuales procuraremos obtener una conclusión difundida respecto del fenómeno. Bajo esta mirada, obtendremos datos de manera sistemática a través de cuestionarios aplicados a ciudadanos que sean usuarios del servicio de recolección de residuos, que nos brindarán una visión global de la situación (ver Anexo 4). Los cuestionarios serán aplicados telefónicamente, razón por la cual la mayoría de las respuestas serán de tipo abierta. El criterio muestral será de tipo no probabilístico, al igual que para las entrevistas, debido a que no todos los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra. El tipo de muestreo no probabilístico será por cuotas, siendo las mismas las siguientes:

BARRIO AMERICA	2	LAS MAGDALENAS	2
LAS MORERAS I	2	PEQUEÑO PAIS	1
SAN AGUSTIN SUR	20	FRANSISCA HERNANDEZ	1
RINCON DEL ESTE	10	DR RENEE FAVALORO	4
NUEVO MERLO	14	BARRANCA ABAJO	1
PARQUE (140 V)	3	PIEDRA BLANCA ABAJO	4
LOS ESTRIBOS	6	PIEDRABLANCA ARRIBA	5
PELLEGRINI	3	EL PANTANILLO	3
SAN CARLOS	10	BARRANCA COLORADA	1
BALNEARIO	4	VIRGEN DEL TALA	1
PARQUE LOS NOGALES	2	LAS ACACIAS	4

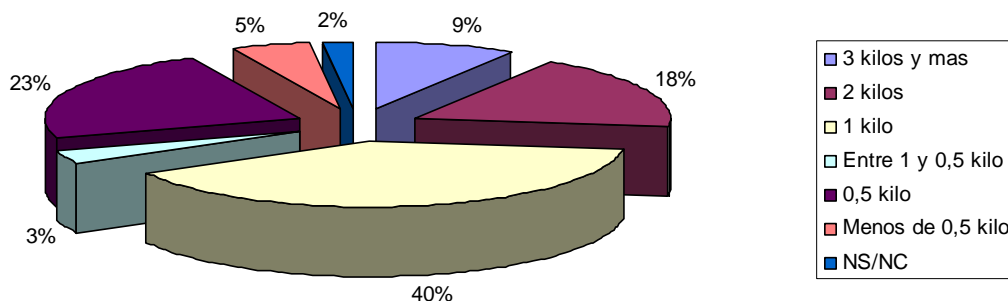
Análisis e Interpretación de datos

Las actividades de análisis e interpretación de los datos obtenidos a través de los 103 cuestionarios aplicados y de las entrevistas realizadas, serán expuestas de manera conjunta. El análisis estará representado gráficamente y la interpretación acompañará cada uno de los gráficos. Asimismo se irán introduciendo citas de las entrevistas en profundidad (individuales y grupales), para cruzar los resultados de cada instrumento de recolección. (Transcripción completa, ver anexos 5 y 6)

Los siguientes gráficos pretenden dar respuesta al objetivo de indagar el conocimiento que los habitantes de Merlo poseen sobre los residuos, contaminación, separación, etc. En resumen, la percepción que tienen los individuos sobre la problemática. De la misma forma, los datos obtenidos nos interesan para realizar conclusiones sobre el perfil de los destinatarios o públicos posibles de una campaña de concientización.

1)

¿Cuánta basura genera una persona por día?



La cantidad de basura que creemos que generamos es un dato importante por dos razones, primera: nos provee información acerca si la gente intenta reducir la producción de basura, es decir, si intenta ser cuidadoso o no. Los datos ofrecidos por la ex Secretaria de Ambiente, Diana Tarcettano nos indican que en Merlo se producen 30 toneladas diarias de residuos, es decir que la media es de casi 1,5 kilos por persona por día. Lo anterior deja en evidencia que Merlo se encuentra produciendo medio kilo de más que la media estipulada de 1 kilo para países desarrollados.

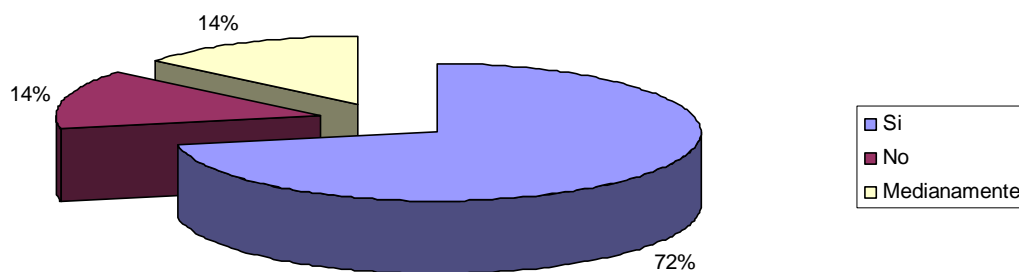
Por otra parte, nos da un dato inicial sobre la posibilidad o no de que se haga la separación de residuos en cada hogar, ya que podemos inferir que aquellas personas que producen medio

kilo o menos de basura diaria, ya están realizando una cierta separación en su hogar, más que nada de basura orgánica para el compost. De lo anterior podemos inferir que aquellas personas que producen más cantidad de basura serían más reacias a la separación, a razón de ser una actividad que involucre demasiado tiempo y esfuerzo.

La municipalidad de Merlo tiene una gran responsabilidad respecto a la separación, ya que este municipio producirá el 50% de basura del total que recibirá la planta diariamente, como parte de un total de once localidades nucleadas por dicha planta regional.

2)

¿Sabe en qué consiste la separación de residuos?

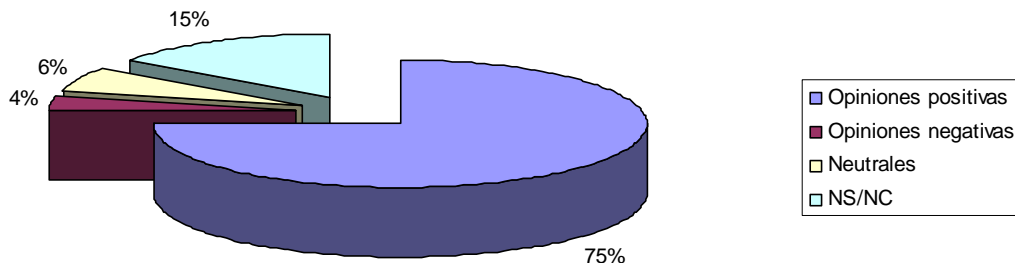


Si bien el 75% de los encuestados respondió positivamente sobre el conocimiento de la actividad de separación, la mayoría lo describió como la separación de cada elemento, plásticos por un lado, vidrios por otro, cartones por otro, residuos de cocina, etc. Lo anterior se convierte en un problema: la información es incorrecta. La separación debe hacerse en orgánico o húmedo por un lado e inorgánico o seco por el otro, lo cual es más sencillo. La separación por cada material específico se hará posteriormente en la planta, facilitando así la tarea en los hogares. Pero si se cree que la separación es tan complicada o conlleva un trabajo importante, más personas no estarán dispuestas a hacerla.

De lo anterior podemos destacar que los intentos comunicativos que la Secretaría de Ambiente ha ido efectuando como notas radiales y televisivas, como así también el folleto publicado en facebook, no han sido retenidos por el público, ya que no recuerdan la clasificación planteada desde el municipio.

3)

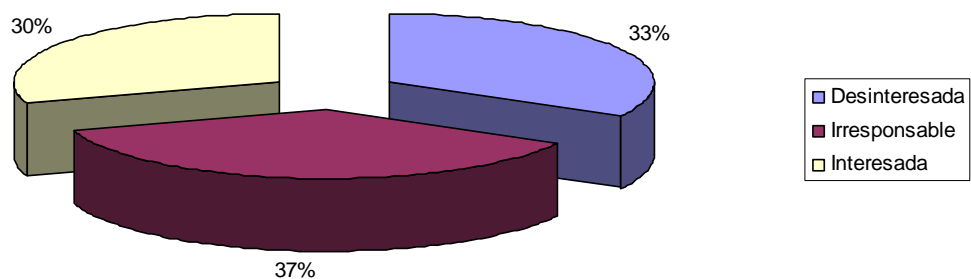
¿Qué opina sobre el reciclaje?



Si bien el 75% de los encuestados respondió positivamente respecto del reciclado, la gran mayoría admitió no efectuarlo o reconoció que no es una práctica habitual en la comunidad. Tan solo el 4% respondió negativamente sobre dicha actividad, en alusión a los costos económicos y de tiempo que conlleva. Finalmente, un 15% declaró no saber en que consiste el proceso de reciclado. La anterior descripción concuerda con las opiniones brindadas en las entrevistas grupales acerca de la percepción de los participantes sobre si creían que en su ciudad se desarrollaba una cultura tendiente al reciclado.

4)

Opinión respecto de los demás



En la pregunta sobre cómo la gente consideraba la actitud de los habitantes en general respecto a los residuos, el cuidado, etc. las respuestas estuvieron divididas. Sin embargo, podemos agrupar el 70% en una categoría negativa de respuesta ya que corresponde a las opciones de desinteresada o irresponsable. Al preguntarles porque lo consideraban de esa

forma, hay que destacar que los encuestados siempre se referían a las actitudes desinteresadas o irresponsables de los demás, pero nunca como una comunidad en la que el individuo propio estuviese involucrado o fuese en parte responsable. Se nombraron reiteradamente situaciones como basura en las calles, perros que rompen bolsas, baldíos y arroyos contaminados de basura, poca conciencia e interés, falta del accionar gubernamental, etc. A lo anterior podemos agregar la percepción que una de las funcionarias entrevistadas mantiene sobre el ciudadano medio de Merlo respecto del medio ambiente y la comunidad:

"Como que más de una vez cuestionaron, criticaron desde atrás de una pantalla y eso fue muy sencillo, pero cuando vos le decís, venís, acércate, sumate, ahí ya es como que organizar una reunión, conseguís el lugar, traes la gente de San Luis y después tenés una convocatoria muy baja, entonces es como que el compromiso de los vecinos con distintas situaciones que se van dando en la comunidad me parece que muchas veces no pasa del discurso".

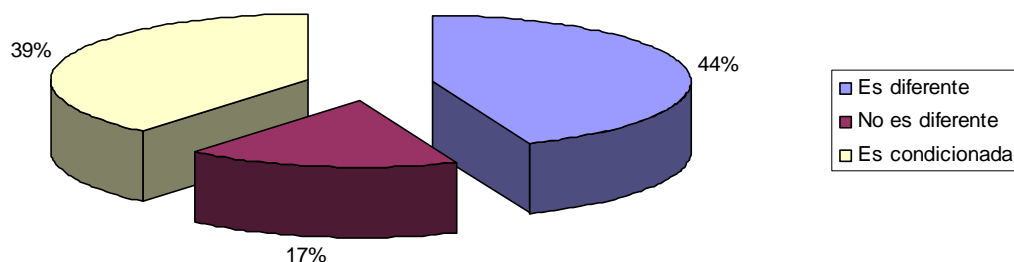
De este modo, durante las entrevistas grupales los participantes concordaron en hacer una diferencia entre quienes son nativos del lugar, y quienes vienen "de afuera":

"En general los Merlinos, la gente de acá tiene menos conciencia que los que venimos de afuera que somos la gran mayoría, inclusive dentro de la gente nacida acá, la clase media baja es la que menos cuida. No solo con la basura, con la tala de árboles, con el agua".

Lo mismo piensa una segunda funcionaria entrevistada: "Creo que el de acá es más difícil. El que viene de afuera, viene más permeable a adaptarse a un medio en el cual se tiene que integrar, si estamos hablando que viene de ciudades grandes"

5)

Actuación de los niños



Al preguntar sobre la actuación de los niños, pregunta que quiere identificar si los niños pueden tener o desarrollar una conciencia ambiental diferente y ser agentes de cambio de actitudes, el 44% respondió que sí es diferente, mientras que un 17% no. El 39% que respondió que algo condicionado y establece dos relaciones, por una parte la relación con la educación y

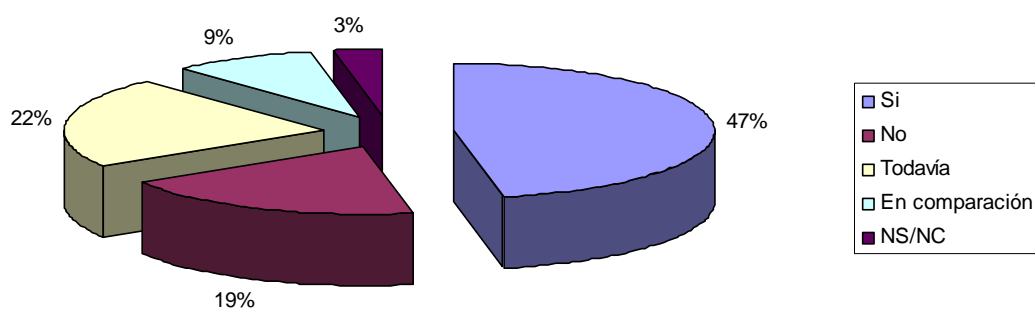
por otra, la relación con los ejemplos que pueden llegar a tener en sus casas y de los adultos. Como podemos observar en las entrevistas individuales a funcionarios, el Ministerio de Ambiente provincial realizó charlas educativas en cada uno de los colegios de las localidades afectadas por la planta, considerando a las escuelas un centro multiplicador para la campaña. Sin embargo, cabe destacar que las dos funcionarias que brindaron entrevistas se contradicen, una comenta que ellas acompañaron el proceso de charlas, dando ellas mismas nuevas charlas en los colegios y la segunda declara "que todavía no entraron a los colegios, pero que piensan hacerlo". Por otro lado, durante la tercera entrevista grupal, un participante hizo la siguiente afirmación:

"Mirá, yo estoy en la comisión de un colegio y desde abril que estamos pidiendo a la Secretaría de Medio Ambiente que vengan a dar una charla porque estaban dando unas charlas por las escuelas desde San Luis y queríamos que en nuestra colegio hacer algo ecológico, informarnos para los chicos y bueno ni siquiera nos contestaron la carta, la nota".

La Secretaría afirma tener una gestión de puertas abiertas, recurso que muchas veces no es utilizado por los vecinos pero en este caso y en estricta relación con la planta de tratamiento y su concientización, hubo una falencia comunicativa y de tratamiento con un público que podríamos considerar especializado, los docentes.

6)

¿Merlo es una ciudad poco contaminada?



Al preguntarles a los ciudadanos de Merlo respecto de la contaminación que creían podría existir en el lugar, un 47% respondió que Merlo no es una ciudad contaminada. Sin embargo podemos agrupar un 50% de respuestas en una categoría negativa, ya sea porque contestó que si es contaminada, o porque "todavía" no lo es. Lo anterior deja ver que se ha pasado de una percepción sobre un lugar no contaminado a uno no tanto, y por último también contestaron que Merlo sería una ciudad poco contaminada en relación a otras. Esto se debe

principalmente al porcentaje de la población que en estos últimos años viene de grandes ciudades, donde la contaminación es normalmente mayor.

De la descripción anterior podemos concluir que si la gente no reconoce los focos de contaminación que existen en la ciudad o cercanías (uno de ellos, el basural) y nos les asigna la importancia o jerarquización suficiente, no se actuará en pos de resolver la situación.

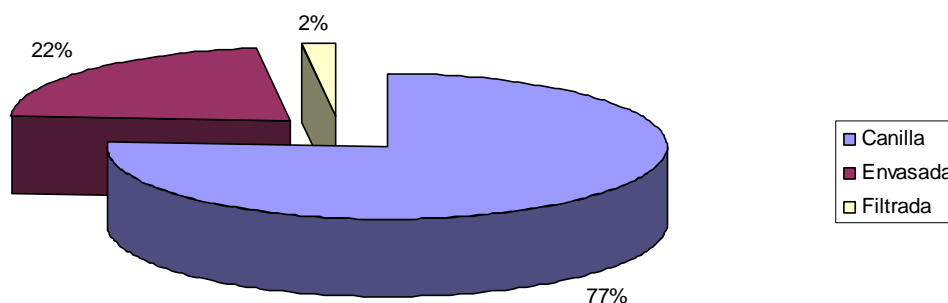
Durante las entrevistas individuales, se reconoce la dificultad de trabajar desde la concientización con un grupo demográfico que está en constante crecimiento, y deja a la luz el principal problema, el basural ya no es viable. La cantidad de basura supera las 30 toneladas diarias y durante el verano dicha cantidad se multiplica, a causa del turismo.

Al respecto, la directora de Planificación detalla: "siempre que se habla de la temática ambiental, tratamos de que aunque no se hable específicamente de la planta, de generar una conciencia ambiental en general..."

Por otra parte, durante las entrevistas grupales, los individuos destacaron que la contaminación se ve en mayor o menor medida según qué sectores, en estricta relación con aquéllos que son turísticos de los que no.

7)

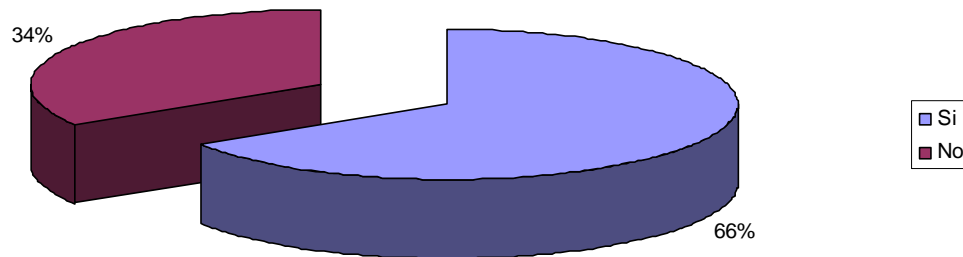
¿Agua de la canilla o envasada?



La pregunta sobre si los encuestados consumen agua de la canilla o no, es una pregunta para observar si las actitudes son concordantes con las opiniones. Si bien una gran parte de los encuestados considera a Merlo una ciudad algo contaminada, la gran mayoría (77%), consume agua de la canilla que viene por red. El 29% que consume agua envasada o filtrada declaró tener dudas sobre la calidad del agua, ya sea por su sabor, gusto o color.

8)

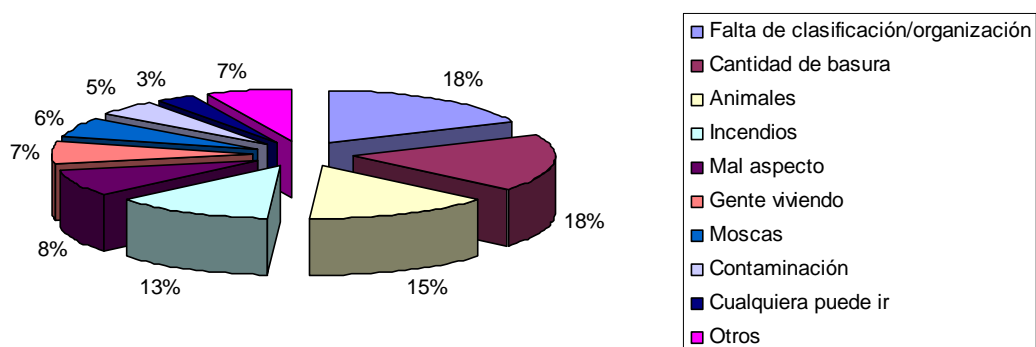
¿Conoce el basural?



El basural de la ciudad de Merlo es de libre acceso, si uno quiere ir a tirar una heladera que no funciona mas puede ir, o una poda, o un animal muerto, etc. Inclusive, si uno quiere puede pagar por llevarse cosas. Por lo tanto, podría considerarse totalmente normal que una gran mayoría, el 66%, conozca el basural. Ya sea porque fue, porque vive cerca, por la columna de humo que diariamente se ve desde cada hogar o por las imágenes que muestran los medios, ya que el basural es tema recurrente de noticia debido a los episodios de incendios reiteraros.

9)

Lo más llamativo del basural

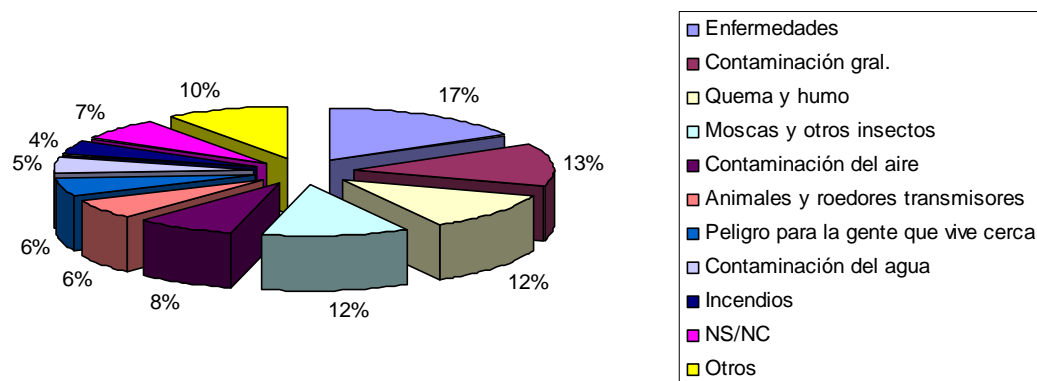


De quienes lo conocen, ¿que es lo que más le llama la atención del basural? A la categoría falta de organización y acumulación le corresponde un 18% de veces nombradas, como así también para la categoría de cantidad de basura. Después continúa en un 15% para los animales, perros, gatos, roedores, etc. que viven en el basural y por ultimo en un 13% los incendios.

Es importante llevar los efectos nocivos del basurero a la conciencia de las personas, la situación apremiante en la que se encuentra y las consecuencias que producen, las que se encuentran a la vista, en la mayoría de los casos. A medida que la gente este más informada sobre la situación actual respecto de la basura, tendrá mas razones lógicas para encauzarse en actividades que colaboren a un cambio positivo o mejor.

10)

¿Conoce las consecuencias negativas?

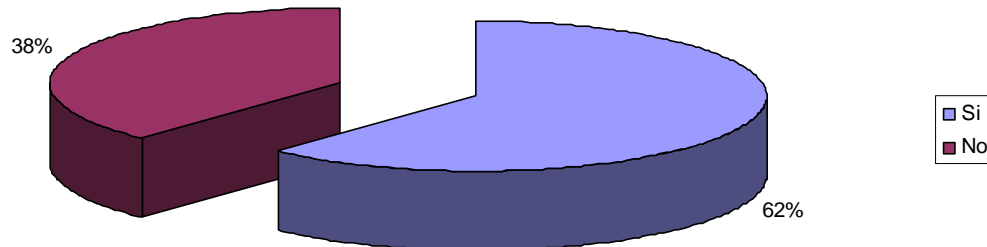


Cuando se les consultó a los encuestados sobre cuales creían que podrían ser las consecuencias de tener un basural a cielo abierto, la palabra enfermedades fue la que más se repitió, un 17%. A contaminación en sentido general le correspondió un 13%. La quema y el humo, junto con las moscas y demás insectos les correspondió un 12% a cada una.

De lo anterior podemos inferir que si bien, a nivel general, los habitantes pueden destacar que el basural contamina el ambiente y enferma a las personas, no saben en qué grado y a qué nivel lo hace. La información sobre las consecuencias, al día de hoy, es superficial. Hay falta de información técnica sobre la problemática en general, del entramado de relaciones que posee con varios aspectos de la vida del ciudadano: ambiente, salud, economía, etc.

11)

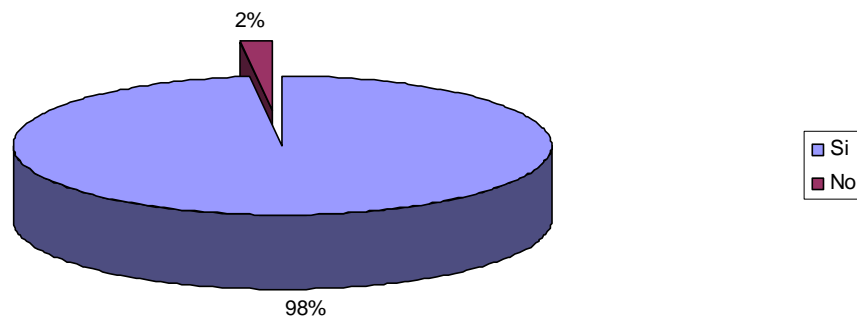
¿Está al tanto del cirujeo que se desarrolla en el basural?



Un aspecto no considerado en las consecuencias es el que podríamos denominar social. Al día de hoy, hay gente que vive en el basural, que hace de ese espacio su actividad económica. El 62% de los encuestados está al tanto de esta situación y la gran mayoría opina que la municipalidad debe encargarse de eso. Podemos entonces decir, que el basural o mejor dicho sus consecuencias no son tomadas por la sociedad de Merlo como responsabilidad colectiva, si no que resulta en una falla gubernamental. Se debe lograr que los vecinos tomen conciencia que mantener el basural y no colaborar con la planta, es una conducta poco responsable respecto del resultado de nuestras acciones; siendo toda la comunidad responsable de ello.

12)

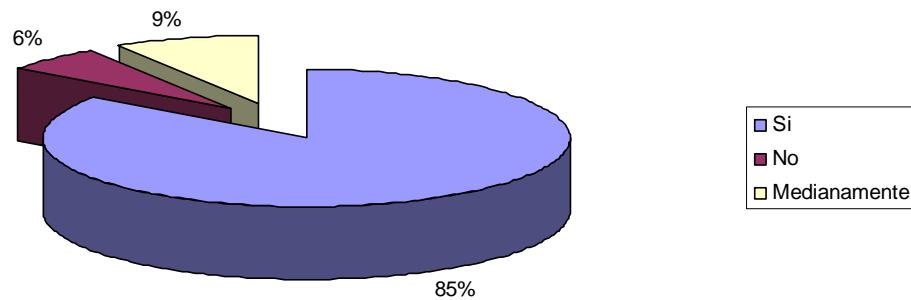
¿Le gustaría que como ciudad tengamos otra manera de deshacernos de los residuos y por ende el basural dejara de existir?



* el investigador se reserva dudas acerca de los datos obtenidos acerca de esta pregunta, ya que la misma puede ser de un tipo que induce a una única respuesta obvia: si, me gustaría que el basural deje de existir.

13)

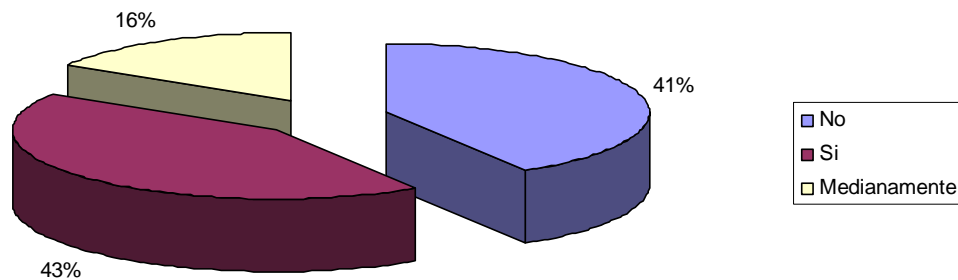
¿Existe una preocupación en los hogares por la problemática?



El 85% de los encuestados declaro tener una preocupación por los residuos, su disposición final y tratamiento, etc. Es interesante comparar estos resultados con los de la pregunta numero 4.

14)

¿Se practica el reciclaje?

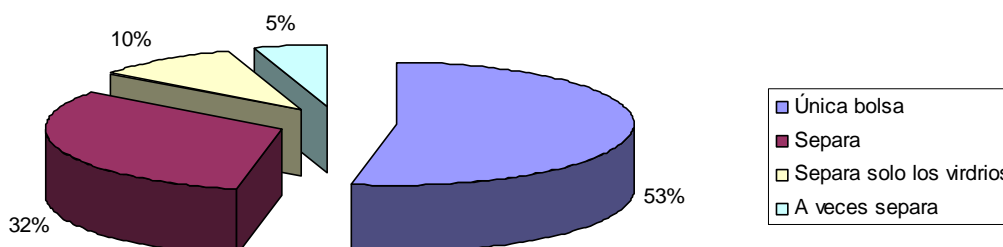


El 46% de los encuestados respondió ser constantes con la práctica del reciclado, una cifra menor a la obtenida para la anterior pregunta. El reciclado es una manera de reducir la cantidad de basura, por una parte, y por otra de reutilizar basura como materia prima para obtener nuevas materias, elementos, etc.

La idea del municipio de Merlo es, en una primera etapa, lograr que los vecinos separen gradualmente la basura que ya producen, y en una segunda reducir dicha producción a través del compostaje y el reciclado.

15)

Separación en origen



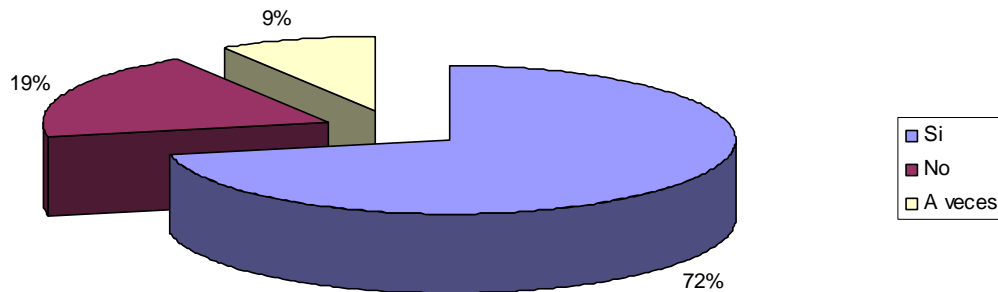
En general, solo un 32% reconoció que separa la basura. Si bien no es una cifra menor, la misma no nos dice si se separa como la municipalidad lo desea o bajo algún otro modelo. Por otra parte, quien ya tiene el hábito o la practica estará más dispuesto a seguir la manera que plantea el municipio. Transformar un habito conllevará tiempo y esfuerzo. Asimismo, el esfuerzo puede prolongarse en varias etapas. El individuo no actuará por iniciativa propia y sobre todo, no lo hará si no tiene una información que legitime el pedido. Para ejemplificar lo anterior, se transcribe una cita textual de la entrevista realizada a la Directora de Planificación:

"Sabemos que la gente se va a empezar a interesar cuando nosotros le digamos una fecha. Cuando nosotros le digamos si no sale en bolsa negra o blanca no se la recogemos más. Ahora estamos haciendo un trabajo que yo lo ejemplifico como la gota que orada la piedra. Le tiramos el tema, la gente lo habla, lo piensa, lo escucha, escucha la radio, lo ve en la tele, pasan unos días volvemos a tirarlo, como que está aceptado, saben que está la planta, que se va a separar, no saben cuándo se va a implementar, no se ha dado una fecha límite a la gente, entonces es como que el tema está, está dando vueltas en el aire. Yo creo que cuando nosotros digamos bueno, a partir de tal fecha se va a hacer así, la gente va a venir en tropel, van a llamar por teléfono, seguramente muchos se van a quejar, se van a oponer, ahí es donde nosotros dentro del equipo sabemos cómo manejar ese tipo de situaciones en donde la gente no viene ya a consultar, a resolver situaciones, sino a desarrollar todo un monólogo".

El problema de lo anterior descrito es que hubo gente que cuando escuchó el tema en la radio o lo vió en el noticiero local o leyó el folleto informativo sobre la separación, comenzó a separar los residuos pero después observó que los vecinos no lo hacían y que el camión recolector se llevaba toda la basura junta, entonces ocurrió que esas personas ahora forman parte de un público (creado por una actividad de la Secretaria) decepcionado. Es decir, el trabajo de concientización se ha iniciado con una carencia de planificación y esto está dando lugar a situaciones contradictorias que generan una mala imagen y restan credibilidad a la campaña.

16)

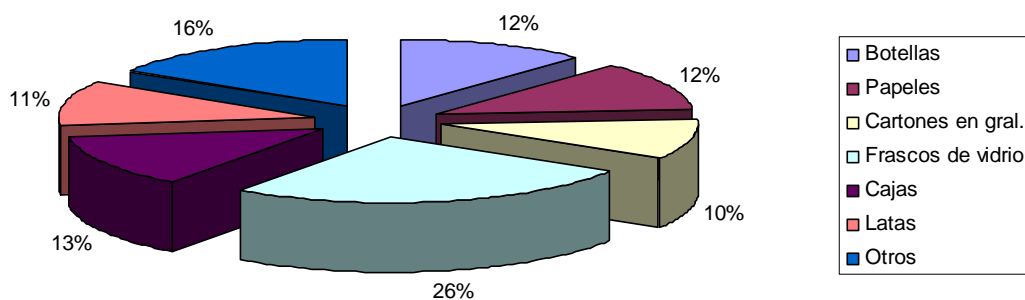
¿Reutilizamos?



Para la pregunta referida a las probabilidades de reutilización, un 72% contestó que si lo hace; pero de ese porcentaje el 30% solo utiliza un solo elemento. Es decir que no lo hace de manera general, como una constante, si no que es aislada. En general, el trabajo de concientización deberá hacer foco en la separación y su importancia, pero asimismo deberá tener un contexto amplio de aplicación, dejando ver un objetivo primordial de cuidado general con el medio ambiente.

17)

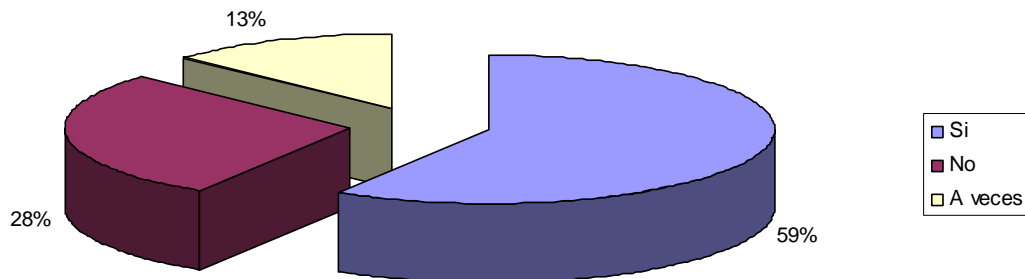
Elementos reutilizados



El elemento reutilizado más nombrado durante los cuestionarios son los frascos, utilizados normalmente para hacer dulces caseros. La totalidad de los materiales nombrados son 100% reutilizables, el cartón, el vidrios, los plásticos, los papeles, el metal, etc. En relación a esto, la Directora de Planificación declaró que se proponen un objetivo de separación de entre un 50% y 60% de los hogares, aludiendo a que es casi imposible que el 100% se adhiera al proyecto.

18)

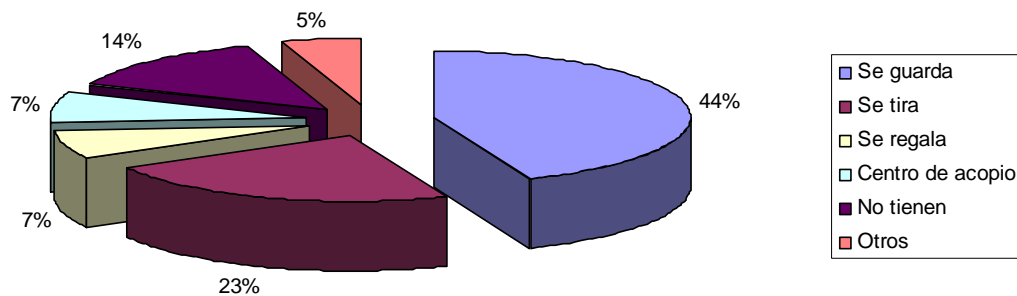
¿Utilizan residuos orgánicos como abono?



Del 59% de los encuestados que utilizan desechos como abono de jardín, más de la mitad solo utiliza un desecho: la yerba. El resto declaró usar la mayor parte de los restos de comida como insumo para el compost. De los anteriores gráficos, en conjunto con este, podemos inferir que más de la media de los encuestados posee una cierta sensibilidad ambiental, reutiliza, separa, recicla, cuida, etc.

19)

¿Qué ocurre con la basura electrónica?



Casi la mitad de los encuestados tienen en su casa residuos electrónicos. Algunos, como las pilas producen toxinas altamente contaminantes al momento de descomponerse. Asimismo, un 23% de las personas reconoció que tira los electrodomésticos en desuso, celulares, etc. junto con el resto de la basura. En el año 2005 se produjo un importante incendio, que se propagó por 18 kilómetros hasta la ciudad de Sta. Rosa, producto de la explosión de un motor de una heladera que se estaba quemando en el basural.

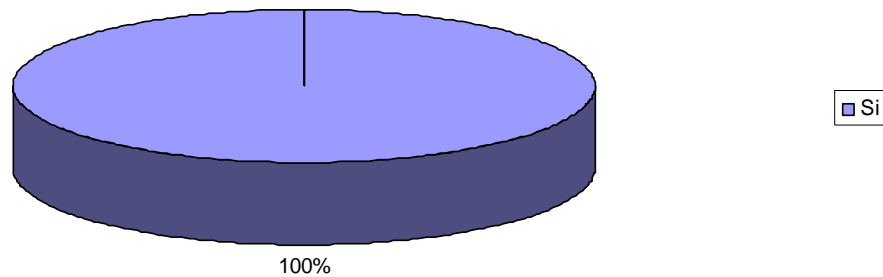
La basura electrónica necesita un tratamiento diferenciado, luego de haber separado todo lo que se pueda reutilizar. Al respecto, la directora de Planificación Florofaunística decía:

"Hay un ente que se llama B.R. que depende del gobierno provincial, cobran por peso, la idea es reutilizar, reciclar toda esa basura. La tarea se haría a partir de la recolección común. O sea que la basura informática debe ponerse con el resto de la basura".

Esta información no está en poder de los usuarios de recolección, como bien se puede observar en los resultados.

20)

¿Estaría dispuesto a separar los residuos?

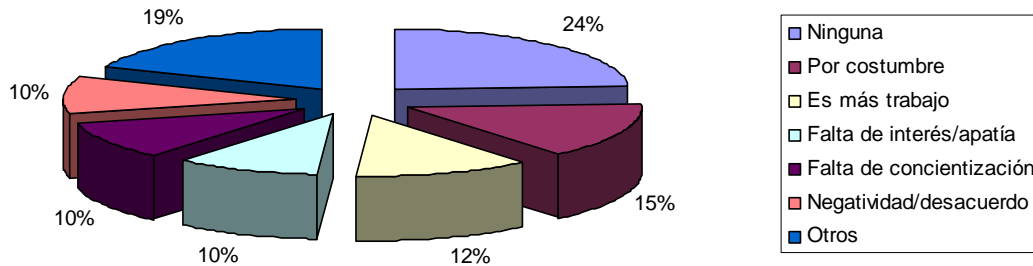


A simple vista los resultados obtenidos en esta pregunta son positivos; si bien la pregunta puede ser considerada como una que indudablemente induce a una determinada respuesta. Cabe resaltar, que del 100% de los encuestados que contestaron que estarían dispuestos a separar los residuos en la forma que lo solicita la Municipalidad de Merlo, tan solo una cuarta parte declaró que no existiría ninguna dificultad para hacerlo.

Asimismo en las entrevistas grupales, los participantes declararon que si lo harían, pero no creían que fuese una actividad que todo el resto fuese a hacer. Aludieron a razones de tipo falta de interés, apatía, etc.

21)

Dificultades de la separación



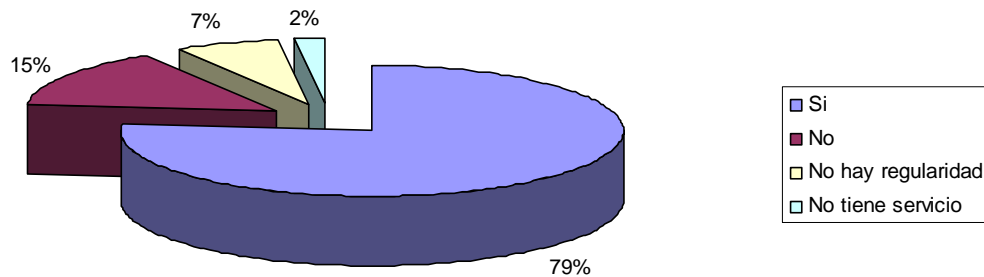
Además de lo anterior descrito, cuando se preguntó sobre las dificultades que podrían existir para la actividad de separación, el 15% contestó que la mayor dificultad para llevar a cabo el proceso sería por costumbre. El objetivo básico de una campaña de concientización es el de lograr una actitud por parte del público destinatario de la misma.

El tercer ítem más nombrado fue que la separación de los residuos exige más trabajo. Falta de interés, de concientización y negatividad respecto del pedido, comparten cada uno el 10% de repeticiones.

Por otra parte, cuando se les preguntó a los participantes de las entrevistas grupales que facilidades se les ocurrían para poder hacer más aceptable la petición de separación, nombraron dos: tachos clasificadores y bolsas de colores. Al respecto Jorgelina Moschella comentó que dar las bolsas desde la Municipalidad es una tarea imposible y los tachos comunitarios no son bien recibidos por los vecinos. Se puede llegar a inferir de lo anterior que quizás la Secretaría no esté bien informada sobre las necesidades y demandas de los vecinos respecto a la problemática. Asimismo, brindar facilidades a los usuarios será una manera de respaldar el pedido.

22)

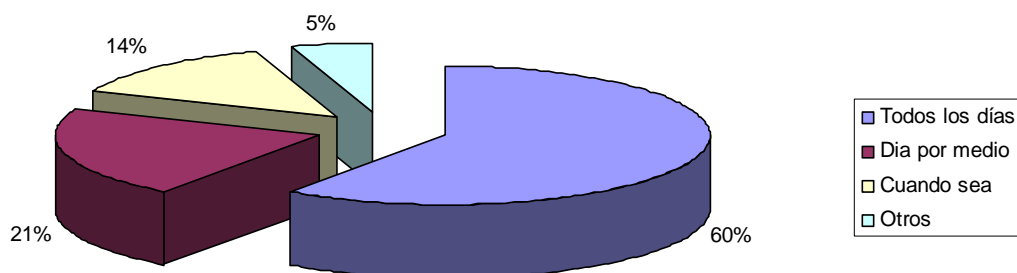
¿Conoce días y horarios de recolección?



El 79% de los encuestados pudieron establecer los días y horarios de recolección para su barrio. Podemos inferir de lo anterior que ha habido un trabajo eficaz de comunicación, el cual posibilitó que la gran mayoría tenga conocimiento sobre el recorrido del servicio y lo utilice según sea la necesidad.

23)

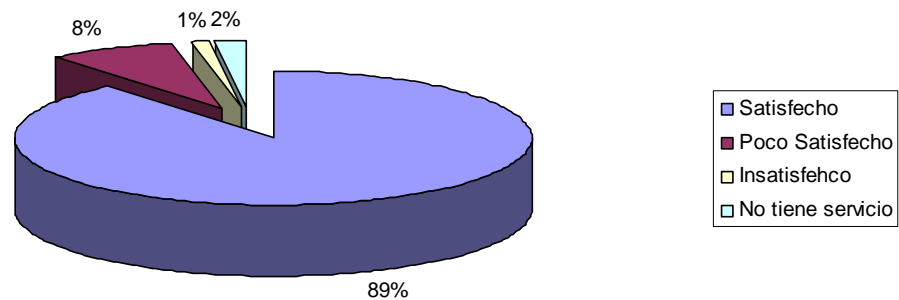
¿Cada cuánto saca la bolsa de basura?



La intención de esta pregunta es por un lado saber si la gente mantiene o no una rutina en la manera en que se deshacen de los residuos y por otro, brindar información para poder planificar el operativo futuro de recolección de basura diferenciada. Al día de hoy, el 60% de los encuestados saca la basura todos los días.

24)

Nivel de satisfacción con el servicio de recolección



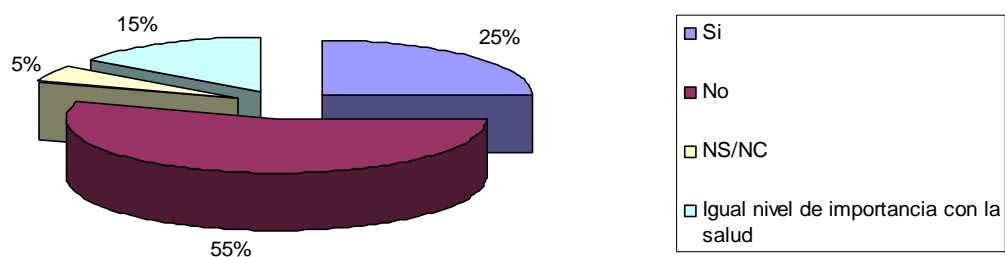
Las respuestas para conocer el grado de satisfacción respecto del servicio de recolección son altamente positivas. Del 9% de las personas que se sitúan en poco o insatisfecho, el 67% de las razones fue que no hay regularidad en el servicio.

La satisfacción que haya en relación a dicho servicio ofrecido por la municipalidad es un factor positivo en el marco de una campaña de concientización sobre residuos, ya que habla de una actividad proporcionada de manera correcta por dicho municipio en relación a la temática. Se establece una relación de qué me piden y qué me dan.

Al momento de efectuar las entrevistas individuales una de las funcionarias declaró que Servicios Públicos era el área encargada de tomar decisiones en cuanto al servicio; una vez que lo hagan, se deberá planificar la comunicación del recorrido, horarios etc. de manera que la imagen y satisfacción del servicio no disminuya.

25)

¿Hay algo mas urgente?

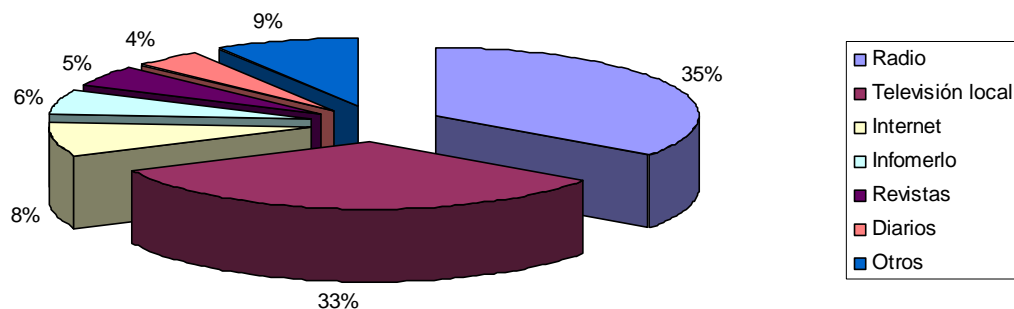


Cuando se les consultó a los encuestados respecto de la urgencia o necesidad de una planta de tratamiento de residuos o de una obra pública diferente, más de la mitad coincidió que esta obra es urgente. Es importante que la gente posicione esta necesidad en lo más importante de su estructura mental, ya que a razón de esto se encontrará más predispuesta a colaborar con el proyecto. Por el contrario, si se tratará de hacer un esfuerzo mayor por un tema o situación que no consideramos relevante o que no nos afecta de manera negativa, el cambio de actitud no será posible.

Los gráficos que suceden a continuación responden al objetivo de conocer los hábitos comunicacionales que los ciudadanos de Merlo poseen. De igual manera que en el primer conjunto de gráficos, los datos obtenidos sobre las preferencias mediáticas no servirán además para determinar parte del perfil de los públicos de nombrada campaña.

26)

¿Qué medios de comunicación se conocen?



Respecto a la pregunta sobre el conocimiento de los medios locales de comunicación, radio y televisión local comparten el 70% de las respuestas. En tercer lugar se encuentra el Internet, con solo un 9%. En primera instancia cabe destacar que la Secretaria de Medio Ambiente afirma tener una buena relación con los medios locales, y hasta ahora toda la información que ha circulado por los mismos sobre la temática ha sido sin costo, a través de una gestión de prensa.

Cuando se indagó en las entrevistas individuales sobre la segmentación de públicos y mensajes, se obtuvo la siguiente respuesta:

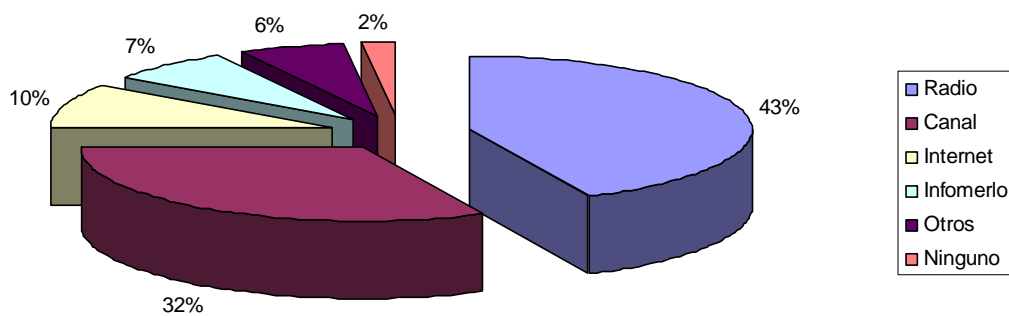
"tratamos siempre a nivel de los medios de comunicación que el mensaje sea lo más amplio posible, que sea claro, conciso, sintético y amplio, tratamos de eliminar todo lo que tenga que ver con el lenguaje técnico, o

con dificultades de abstracciones, ¿no?, bien concretito, con un lenguaje bien simple, que cualquier persona de cualquier barrio y con cualquier tipo de formación lo pueda llegar a comprender las acciones necesarias que cada uno de nosotros realiza en su casa para que la planta funcione correctamente. Sabemos que el público al cual debemos apuntar es muy variado, de muy variado origen, sabemos que es una de las particularidades que tiene la población de Merlo".

Sin embargo, cuando se indaga aún más, se obtiene información acerca de que la Secretaría no se ha puesto en contacto con ninguna ONG o asociación intermedia que trabaje sobre la misma temática, tampoco se ha hecho una labor con las asociaciones que trabajan diariamente con el turismo como la hotelera y gastronómica y peor, no se los reconoce como interlocutores validos para realizar un trabajo participativo sobre la separación, si no que se piensa en su cumplimiento solo sobre la base de la obligatoriedad de las ordenanzas existentes o por sancionar.

27)

¿Cuáles son utilizados normalmente?

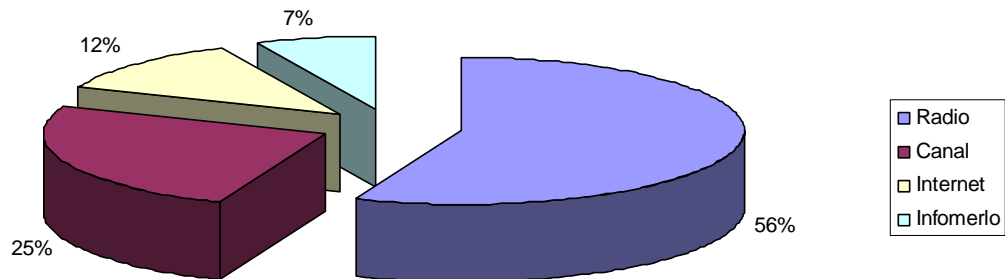


De los medios conocidos, los utilizados por los encuestados son: Radio (43%), televisión (32%) y un 10% para Internet.

Por falta de posibilidades económicas, la Secretaría de Ambiente está haciendo un uso mayor de la pagina facebook de la Municipalidad. Esta está administrada por la Dirección de Prensa, y es utilizada para publicar novedades de todas las demás direcciones y secretarías; entonces no solo la información sobre la planta y separación compite con otras de diferente temática, si no que solo una porción muy reducida de los habitantes utiliza internet y quien lo hace se refiere más a los periódicos electrónicos como Infomerlo, Nuestro Tiempo y Mensajero Ambiental. Cabe resaltar que los encuestados reconocen a Infomerlo como un medio, y no como lo que es: un formato de diario digital.

28)

¿Cuál es el más utilizado?

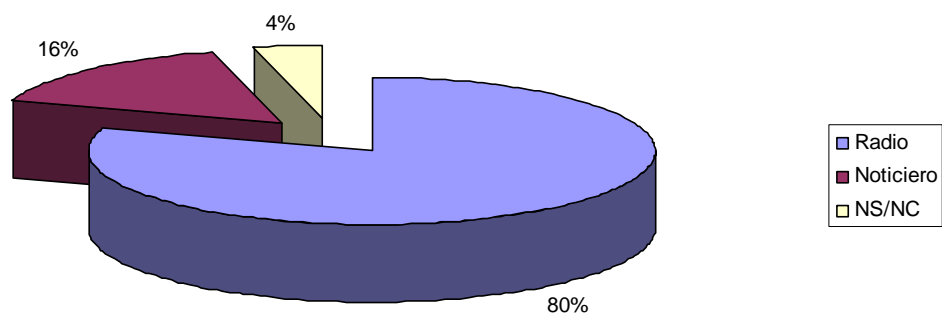


Como se puede observar en el avance de las preguntas, en relación a los medios de comunicación, se ha filtrado de lo general hasta lo específico. El medio más utilizado por cada encuestado es, con ventaja, la radio. No hay dudas que la gente se considera informada a través de la radio y lo convierte en el medio de comunicación más importante de la localidad de Merlo. Y dentro de este medio, es la radio Alternativa la más señalada por los individuos y durante el periodo de la mañana. Por otro lado, el noticiero local tiene dos horarios: a las 21 horas la primera edición y al día siguiente de esta, a las 13 horas, la repetición. La mayoría de los encuestados se inclina por la primera edición.

Por otra parte, durante las entrevistas grupales los individuos declararon que la radio en general no es utilizada por la gente joven y que la misma se identifica más con internet y redes sociales.

29)

¿Cuál es el medio que cree más utilizado por otros?

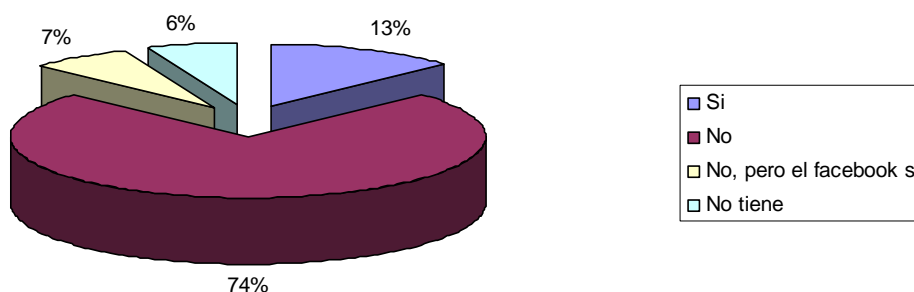


El porcentaje, para el ítem radio, aumenta cuando se les pregunta a los individuos sobre el medio que cree mas utilizado por los habitantes de Merlo, independientemente de que no sea la elección propia.

También cabe destacar que la radio fue el primer medio que la mayoría de los encuestados nombró, porque lo recordó más rápido. Es decir que la radio encabeza la lista de evocación, es el medio de comunicación más presente en la mente de las personas.

30)

¿Conoce la pagina web de la Municipalidad?

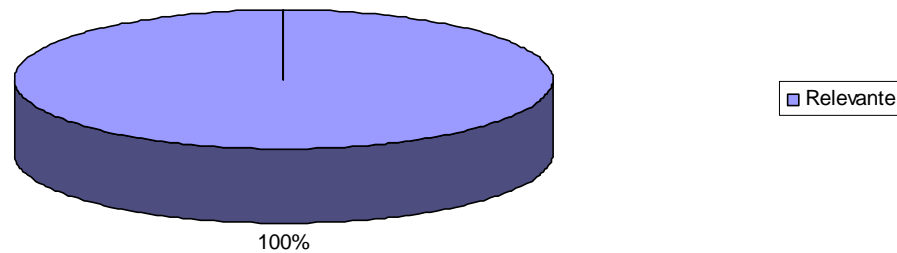


Cabe destacar que recién a principios del mes de Octubre, la Municipalidad inauguró su pagina web (solo un 6% afirmo que no tiene pagina web). Por lo tanto, el 13% que contestó que sí conocía dicha página, podría estar refiriéndose a la página de la anterior gestión.

Sin embargo y más importante aún, un 74% de los encuestados no conoce la página web; es decir que no tuvo la intención de conocerla, de ingresar al sitio. Una vez más nos encontramos con un medio no utilizado, no explotado para comunicar. Es importante entonces hacer llegar a la gente que hoy sí existe una página y acompañar e interactuar con el Facebook que el Municipio posee, con Twitter y demás redes sociales, ya que varios de los encuestados declara no conocer la pagina pero si el facebook.

31)

¿Considera relevante que la Municipalidad lleve adelante una campaña de concientización sobre los residuos y sus consecuencias?



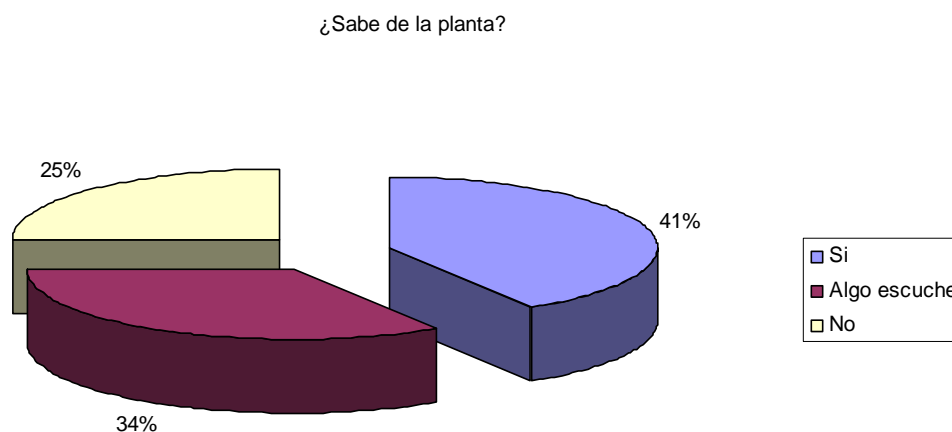
Nuevamente, esta pregunta busca conocer si existe el mínimo de acuerdo en relación a la importancia y urgencia de la problemática planteada.

Cabe destacar que en el mes de Julio del 2012, la Secretaria de Ambiente convocó a una reunión publica a todos los habitantes de la ciudad e invitó a representantes del Ministerio de Ambiente de la Provincia para que expusiera sobre la planta. La convocatoria de la misma fue baja, según la conclusión de la Directora de Planificación. Se debería evaluar si la razón corresponde a que no hay interés real en la temática o si la convocatoria no fue planificada y ejecutada adecuadamente.

Por otra parte, cabe destacar que la Municipalidad desde la Secretaría de Prensa, mantiene una política de integrar toda la imagen a un mismo logo y lo que se va modificando es el nombre de cada secretaria o dirección que facilita la información. Sumado a lo anterior, las funcionarias entrevistadas concuerdan en aceptar que al día de hoy, son varias las temáticas que atraviesan la labor de la Secretaría, haciendo que la campaña de concientización sea un tema más a tratar. Por ende, en base a lo anterior, podemos afirmar que en la actualidad la campaña no tiene una imagen propia, que pueda diferenciarse del resto de las comunicaciones de la Municipalidad, ni es un tema que cobra relevancia en cada oportunidad, ni tampoco es tratado como jerárquico en la agenda diaria de la Secretaría.

Los gráficos a continuación están agrupados bajo el criterio de analizar las acciones comunicativas llevadas a cabo por la Municipalidad, su frecuencia, retención, calidad informativa, etc. Para enriquecer la lectura se recomienda remitirse a los gráficos expresados en este trabajo ⁹

32)



Cabe destacar que si bien solo una cuarta parte de los encuestados no tienen conocimiento sobre la planta, un 34% contestó "algo escuché". En cierto modo, estos resultados son concordantes con las actividades de comunicación que ha estado realizando la Secretaría de Ambiente. En palabras de la directora de planificación:

"Ahora estamos haciendo un trabajo que yo lo ejemplifico como la gota que orada la piedra. Le tiramos el tema, la gente lo habla, lo piensa, lo escucha, escucha la radio, lo ve en la tele, pasan unos días volvemos a tirarlo, como que está aceptado, saben que está la planta, que se va a separar, no saben cuándo se va a implementar, no se ha dado una fecha límite a la gente, entonces es como que el tema está, está dando vueltas en el aire".

El público en general posee información incompleta, y esos vacíos o huecos pueden ser llenados por información no oficial, errónea, falsa, etc. Si bien las funcionarias reconocen que habrá una segunda etapa, quizás más intensiva una vez inaugurada la planta, en esta etapa inicial se están cometiendo fallas por falta de una planificación (más que por una falta de recursos) que están atentando con la credibilidad y legitimidad futura del proyecto.

Por otro lado, la Secretaría plantea, respecto a la comunicación, una política de puertas abiertas y observa que los vecinos no concurren a evacuar sus dudas. Por lo anterior, es

⁹ Gráficos número 2; 5; 10; 15; 19; 22; 26; 27; 30 y 31

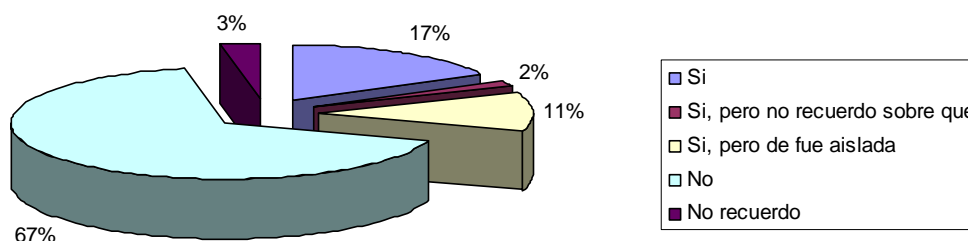
necesario que la propia Secretaría se plantee si esta herramienta es útil o si la ha promocionado adecuadamente, para que tenga éxito.

Otro ejemplo que vale la pena resaltar es que en Carpintería, localidad donde se va a instalar la planta, hay oposición por parte de los vecinos a dicha instalación ya que desde el inicio no se les informó sobre las condiciones, el proceso, etc. de la nueva obra. Hoy, los vecinos creen que van a tener un basural como el de Merlo, en vez de una planta con el plus de recibir los residuos de 10 localidades más. Esto es un grave error de comunicación, como se apuntó anteriormente, a nivel general, sobre el tema a desarrollar durante la campaña.

Dentro de lo que es específicamente la comunicación interna del Municipio, en las entrevistas se puede observar una contradicción o desacuerdo. El desacuerdo existe entre lo que la Secretaría de Ambiente considera que debe existir como proceso para comunicar externamente y lo que la Dirección de Prensa delimitó, como un lineamiento general para todas las demás secretarías. Lo anterior se refleja en la comunicación no planificada que ha venido realizando la Secretaría; en palabras de la Directora de Prensa: "mientras tanto, también para nosotros ha ido siendo un aprendizaje ir viendo como se instala el proceso de de comunicación en cada secretaría y dirección, para ir difundiendo lo que se requiera a la comunidad". El párrafo anterior deja entrever la ausencia de una planificación proactiva, la comunicación externa se va efectuando día a día. Cuando se le pregunto al respecto, la respuesta obtenida fue: "No, lo que ocurre es que nosotros vamos viendo la relación que tenemos con cada medio para salir, y con qué información salir. A veces se va manejando de acuerdo al desarrollo que tiene la actividad."

33)

¿Recibió información sobre residuos y contaminación en su hogar?



Para la pregunta sobre si alguna vez recibieron información sobre residuos, contaminación, etc. en su hogar, un 67% no recibió y un 28% no recuerda sobre que fue o considera que fue aislada, que no invitaba a interiorizarse. De lo anterior podemos obtener la siguiente conclusión, por un lado la gente no está acostumbrada a recibir información ambiental en su casa, porque de hecho no lo hace. Y por otro, la temática ambiental no esta instalada por este medio, es un tema nuevo a instalar y se puede hacer de forma novedosa. Del 17% que contestó que si había recibido, nombró actuaciones de Juvennat (una ONG ambiental que trabaja en la comunidad a través de los jóvenes) y por la revista mensual de la Cooperativa de Agua. Además, por los resultados obtenidos, podemos suponer que la gente no considera las acciones hasta ahora realizadas por la Secretaría de Ambiente, notas radiales y televisivas a modo de ejemplo, como un esfuerzo comunicativo propiamente dicho. Asimismo, cabe resaltar que en las entrevistas realizadas a las funcionarias, ambas coincidieron en dos situaciones que limitan su accionar, la falta de recursos por un lado y el poco tiempo que paso desde que asumió la gestión, por otro. Sin embargo, resaltan que el ideal sería tener una campaña mediática mas fuerte y llegar casa por casa a cada vecino.

Respecto al objetivo de conocer la presencia que el issue tiene en los medios de comunicación, se realizó un clipping. La dimensión temporal fue desde el 1ero de Noviembre al 30 de mismo mes, en los dos periódicos digitales locales en donde aparecían noticias relacionadas al tema; Informerlo y Merlo Actualidad. (Ver Anexo 7)

La primera y más importante conclusión que recae sobre el clipping efectuado es, que durante el periodo analizado no hubo ninguna noticia referente al tema "concientización". Durante las entrevistas, cabe recordar, las funcionarias declararon tener "una muy buena relación con los medio locales". Esta gestión informal que se mantiene con la prensa tiene como resultado que el tema no se halle presente en la Agenda de los medios y por ende, tampoco en la audiencia.

A razón de lo anterior descrito, es que las valoraciones de las noticias seleccionadas y analizadas en dicho clipping, ya sean positivas, neutras o negativas, refieren al efecto que pueden tener sobre el ente comunicador de la campaña, la Secretaría de Medio Ambiente.

En total, de los 7 artículos, 4 son las valoraciones neutrales, 2 positivas, y 1 negativa.

A continuación se resumen los resultados obtenidos. (Ver Anexo 7 para el desarrollo completo del clipping)

Artículo Nº 1	
Nombre del artículo	Medio Ambiente, Cortaderas puso en marcha el Proyecto Piloto de Separación de Residuos Sólidos Urbanos
Valoración	Negativa
Resumen	El artículo tiene una valoración negativa, ya que si bien se relaciona con la problemática de los residuos y la planta de tratamiento, da a conocer que el Municipio de Cortaderas (cercano a Merlo) esta actuando sobre dicha problemática a través de una ordenanza. En Merlo todavía no hay ninguna propuesta al respecto, sobre una base legal.

Artículo Nº 2 (Se repite la noticia en dos medios diferentes)	
Nombre del artículo	Planta Recicladora El Jote: Medio Ambiente se reunión con los intendentes beneficiados
Valoración	Neutra
Resumen	La valoración de este artículo es neutra ya que el contenido es informativo: ubicación, procesos, etc. (todo referido a la planta de tratamiento) Nombra al Municipio de Merlo, como así también a los demás participantes o afectados por la planta.

Artículo Nº 3	
Nombre del artículo	La intendenta Gloria Petrino se reunió con la ministra Daiana Hissa
Valoración	Positiva
Resumen	La valoración se determina en positiva ya que el artículo refiere a la labor intensiva por parte del Municipio de Merlo en relación a la planta de tratamiento y los desafíos logísticos que plantea. Si bien el tema de la concientización no aparece, dicho artículo permite que los lectores recuerden el tema.

Artículo Nº 4	
Nombre del artículo	Cambios en los horarios de recolección de residuos en la Villa de Merlo
Valoración	Negativa
Resumen	La valoración es negativa por dos razones, primero porque en el marco de la campaña, el artículo refiere a una cambio de horario en el servicio de recolección de residuos y no explica la razones. Por otra parte no nombra a la propia campaña o a la labor de concientización. Segundo, la fotografía ilustra una situación donde la basura desborda los canastos, está en la calle y esparcida.

Artículo N° 5	
Nombre del artículo	A fin de año la basura de Merlo y otros 8 municipios será trasladada a la Planta Recicladora “El Jote”
Valoración	Neutral
Resumen	El artículo es informativo, razón de que la valoración sea neutral. Hay datos sobre la puesta en funcionamiento de la planta y se nombran a los municipios participantes del proyecto.

Artículo N° 6	
Nombre del artículo	En dos semanas quedará habilitada la Planta de Tratamiento de Residuos Sólidos
Valoración	Neutral
Resumen	La valoración es neutral ya que el artículo refiere a la inauguración de la planta de tratamiento de residuos sólidos; fecha, lugar, etc.

Conclusión

Gruning (2000) concibe que las diferentes actividades que la organización realiza son productoras de públicos. Es así que en el momento en que se aprobó, en el seno de sus representantes, que los ciudadanos de Merlo debían deshacerse de los residuos de una manera diferente a la habitual, surgió una diversidad de públicos. Es la relación, es el vínculo lo que hace a la existencia de un público determinado.

Al día de hoy, la Secretaría de Medio Ambiente no ha identificado a los diferentes públicos de su campaña. Cualquier emprendimiento de comunicación tiene un paso previo necesario y excluyente, la segmentación de los públicos. Esta actitud permite adecuar el mensaje, plantear los objetivos, seleccionar los canales, etc.

A instancias del investigador, una primera división de públicos de dicha campaña debería pensarse entre el habitante permanente de la ciudad, el vecino y por otra parte, el individuo que transita temporalmente en Merlo, el turista. Dentro del primer grupo cabe dividir al sector privado del sector civil de la población. Nuevamente, dentro del primero podemos encontrar: cabañas, hoteles, hosterías, hostales, casas de alquiler y demás alojamientos turísticos, como así también negocios gastronómicos (principales productores de residuos orgánicos), de la misma forma negocios comerciales y de servicios. Además deben incluirse en esta clasificación aquellos prestadores de salud privada (ya que originan residuos patógenos) y aquellos prestadores de servicios de jardinería, los cuales producen gran cantidad de basura orgánica.

Un llamado de atención especial merece el sector industrial de Merlo, para el cual es necesario plantear una estrategia diferenciada a razón del elevado volumen de residuos que produce, estrategia que deberá ser viable en sentido económico y social. Cabe destacar que durante las entrevistas individuales, el sector industrial no fue nombrado, como así tampoco los centros creadores de residuos patógenos.

Por otra parte, dentro de sector civil (segundo grupo), encontramos a los particulares, a las asociaciones civiles y ONG e instituciones públicas, como las escuelas y hospitales (también productores de residuos patógenos).

El trabajo de concientización ha sido, hasta ahora, desarrollado únicamente con el particular, con el vecino. Asimismo, dentro de este último se destaca un esfuerzo especial con los habitantes en edad escolar.

Sin embargo, la nombrada Secretaría no ha convocado al dialogo a ninguna asociación o representantes de los sectores anteriormente nombrados, principales promotores de la

actividad económica de la ciudad: el turismo. No obstante, cuando se les consulta a los funcionarios sobre que estrategias tiene delimitadas respecto a la concientización con los turistas la respuesta es trabajar desde los prestadores.

De esta forma, se delimita un nuevo público, el turismo. El mismo es un grupo de características transitorias, temporada tras temporada. Durante las mismas, la población se multiplica, por ende también los residuos. En la actualidad no existe una propuesta concreta en relación al turismo y la separación de residuos durante su estadía.

Por último, dentro de los llamados públicos especializados, podemos nombrar a los medios de comunicación social y a los docentes y especialistas en la materia. El equipo de concientización afirma tener una estrecha relación con los medios locales, sin embargo todavía no ha implementado estrategias con el segundo grupo.

Luego de indagar el grado de conocimiento que los vecinos poseen respecto de la problemática en cuestión, se puede concluir que los mismos tienen un conocimiento parcial y a veces errático respecto de la planta de tratamiento y qué condiciones deben cumplir los residuos para poder ser transportados a la misma. Esto se debe en primera instancia a la actitud con la que se ha abordado la campaña de concientización; hay una falta de planificación global, como de implementación de estrategias particulares para cada público a partir de una adecuada segmentación; no se han asignado responsabilidades ni metas, ni planteado objetivos a corto y mediano plazo, ni seleccionado los canales apropiados como una frecuencia determinada. Finalmente, no se encuentra disponible un mensaje central desde el cual proyectar la comunicación de la campaña.

Sin embargo, es importante destacar que se da entre los vecinos un consenso respecto a la importancia que se le asigna al cuidado del ambiente como un activo necesario de preservar para el sostén de la economía local.

Si bien los individuos admiten, en un 100%, estar dispuestos a separar los residuos de la manera solicitada por el Municipio, lo anterior no va a suceder si no media una labor de concientización intensa. Este es el primer paso de una campaña, lograr interés y adhesión al proyecto a través del dialogo, y posteriormente hacer partícipe al individuo de la realidad; siempre desde su sector particular de actividad.

Otro objetivo de investigación fue examinar las acciones comunicativas efectuadas por la Secretaria de Medio Ambiente en relación a la concientización. Como se describía anteriormente, los mayores esfuerzos comunicativos se enfocaron en el vecino particular y sobre todos en los individuos en edad escolar, a través de charlas educativas en cada colegio

de la localidad, como también en la asociación de boy scouts (se considera a este grupo como uno potencialmente multiplicador de la información brindada).

Asimismo, el único soporte gráfico fue un folleto que ilustra dos bolsas de residuos diferentes con la explicación de que elementos van en cada una. Este folleto se ha impreso en una cantidad reducida y es entregado sólo a aquellos vecinos que concurren a la Secretaría. También se postean imágenes, frases y novedades en relación a la planta por el facebook oficial del Municipio, que son compartidas pocas veces y casi nunca comentadas, al contrario de la afirmación hecha por la Directora de Planificación. También han sido múltiples las notas que han tenido salida en el noticiario del canal de la Cooperativa de Teléfono y por diferentes radios. Estas salidas, han sido posibles como fruto de la gestión de prensa que mantiene dicha Secretaría y la Dirección de Prensa con los distintos medios, las cuales han tenido bajo impacto ya que no han sido tomadas en cuenta o recordadas por los encuestados.

La cifra negativa del 59% para la pregunta sobre el conocimiento de la existencia e implementación de la nueva planta de tratamiento, revela una clara falta de información en las manos de la ciudadanía sobre la problemática, nuevamente a razón de la ausencia de una plan de relaciones públicas orientado a la concientización.

Además, se convocó en el mes julio una reunión abierta a toda la comunidad, con especialistas invitados, sin embargo la convocatoria fue reducida. Por último, cabe destacar que la Secretaría no ha capitalizado las oportunidades que brindan los días o fechas relacionadas con la temática, como el día del medioambiente, del agua, etc. Son ocasiones en las cuales se puede trabajar con un evento o intervención, y que nos brinda la posibilidad de llegar directamente a los vecinos con la problemática.

Si bien la Secretaría tiene planeadas otras tácticas para el futuro, las mismas no están enmarcadas en una programación; son aisladas y no responden a ningún objetivo de comunicación, como así tampoco tienen una razón determinada en un tiempo y en un espacio. Por otra parte, se evidencia una falta de coordinación fluida con la Dirección de Prensa, razón por la cual el equipo concientizador se encuentra falto de la experiencia técnica de un comunicador.

En relación al Clipping realizado, se concluye que si bien hay noticias en los periódicos digitales locales, noticias relacionadas a la problemática tales como la inauguración de la planta de tratamiento, la logística de recolección de residuos, etc. el tema central de la campaña, concientizar sobre la separación, no emerge en ninguna noticia, y la Secretaría de Medio Ambiente no es nombrada en ningún caso.

Como atenuante de la evaluación realizada, es importante destacar que existen limitaciones de tiempo, ya que son pocas las personas involucradas y varios los temas por trabajar. También se debe subrayar las restricciones económicas y de recursos que los funcionarios destacan en sus entrevistas. Y por último, reconocer el complejo entramado social que se desarrolla en Merlo, el cual hace más difícil la tarea de llegar a cada hogar con un mismo mensaje comprensible para todos.

Para finalizar, en la conclusión respecto de los hábitos comunicacionales de los individuos, se puede destacar que la radio es el medio más evocado y en segundo lugar el canal local. Sin embargo, una gran mayoría declara tener la radio encendida todo el día, acompañando sus actividades diarias. Lo anterior es contraproducente para brindar información a la cual debe prestarse suficiente atención para lograr su comprensión, como es la separación de residuos. Se destaca además, que nuevos medios como las redes sociales y los periódicos digitales van ganando poco a poco un espacio como fuentes de información.

Cuando se les preguntó a los encuestados telefónicos y a los integrantes de las entrevistas grupales acerca de como encararían ellos una selección de medios para la campaña de concientización, concordaron en utilizar todos, llegar a las personas desde muchos lugares. También destacaron que la manera de presentar la información debía ser creativa y fácilmente entendible.

Para finalizar, cabe destacar que el presente trabajo desarrollado hasta aquí abre un rico panorama de posibilidades para la próxima etapa de este trabajo final de graduación, la de propuesta profesional.

Etapa de Intervención

Estrategia

Elaborar un plan de relaciones públicas destinado a concientizar a los ciudadanos de Merlo sobre la importancia de separar los residuos sólidos en origen, a través de la aplicación de tácticas de comunicación externa.

Objetivo general de intervención

Lograr un cambio de hábito por parte de los ciudadanos a través de diversos esfuerzos comunicacionales, enmarcados los mismos en una Campaña de Concientización.

Cabe destacar que dicho plan tendrá dos grupos de públicos destinatarios distintos. **Público Nº 1:** los individuos que habitan permanentemente en la ciudad. Con este primer grupo se hará énfasis en brindar la información necesaria para generar conciencia, interés y adopción de un nuevo hábito (tirar los residuos de manera diferenciada). Se trabajará con el individuo particular, instituciones educativas, asociaciones civiles y comerciales, ONG y medios de comunicación.

Público Nº 2: los individuos que habitan transitoriamente en la ciudad, el turismo. Con el segundo, el objetivo será que los turistas se puedan adaptar al modelo que proyecta la ciudad de Merlo en relación a sus residuos.

Dimensión temporal: 7 meses, de Enero 2014 a Julio 2014.

Objetivos específicos

- Sistematizar la identidad visual
- Perfeccionar herramientas de comunicación externa actualmente utilizadas por la Secretaria de Medio Ambiente
- Delinear nuevas herramientas comunicativas
- Generar participación ciudadana
- Construir vínculos estratégicos

Programas y Tácticas

Programa 1: *IDENTIDAD VISUAL*

- Identidad visual: nombre, logo, tipografías, gama de colores, etc.
- Mensajes

Programa 2: *REUTILIZANDO*

- Facebook oficial
- Página Web
- Folletería
- Línea Informativa
- Relación con la prensa

Programa 3: *¿NOS CONCIENTIZAMOS MÁS?*

- Facebook propio
- Nuevo soportes: bolsas de residuos, tachos clasificadores y camión recolector
- Publicidad en la vía pública
- Acto de lanzamiento
- Información turística

Programa 4: *REUNIENDO FUERZAS*

- Talleres Educativos
- Fechas especiales
- Brindar ejemplos
- Reuniones
- Apoyo logístico



Andrea Turret
Trabajo Final de Graduación
"Campaña de Concientización"



Tácticas

Identidad Visual

- **Objetivo:** Sistematizar la identidad visual
- **Descripción:** Si bien la Secretaría de Medio Ambiente no puede diferenciarse visualmente del resto de las comunicaciones de la Municipalidad, por la estrategia que se ha planteado desde la Dirección de Prensa y Protocolo, la Campaña de Concientización si puede y debe hacerlo. Será necesario dar a conocer el nombre (“Separemos Juntos”), crear un logo, establecer tipografías y colores, etc.
- **Recursos:** diseñador gráfico y comunicador
- **Destinatarios:** público en general.
- **Control:** breve encuesta telefónica (Anexo 10)

Mensaje

- **Objetivo:** Sistematizar la identidad visual
- **Descripción:** ¿Qué es lo que queremos comunicar, cuál es el objetivo de la campaña?
Se trabajará para desarrollar un mensaje básico de comunicación y las distintas modalidades o manifestaciones que el mismo tendrá según el público destinatario y el soporte o canal seleccionado.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** público en general.
- **Control:** breve encuesta telefónica (Anexo 10)

Facebook Oficial

- **Objetivo:** perfeccionar las herramientas comunicacionales actualmente utilizadas
- **Descripción:** En la actualidad, los mensajes difundidos por el facebook de la municipalidad tiene dos falencias: la primera es que el mismo no posee una gran cantidad de “amigos” (623) y la segunda, que las comunicaciones no poseen ningún elemento visual que permita diferenciarlas. Deberemos, entonces, distinguir las comunicaciones que sean exclusivas sobre la campaña y planear la difusión de las mismas.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** particulares, mayormente jóvenes. Medios de comunicación y turistas.
- **Control:** se evaluarán los comentarios en cada difusión, positivos, neutrales o negativos y la cantidad de veces que el estado fue compartido. Además, se utilizará la herramienta de feedback que Facebook posee para las páginas institucionales.

Página web

- **Objetivo:** perfeccionar las herramientas comunicacionales actualmente utilizadas
- **Descripción:** Desde Octubre, la Municipalidad de Merlo inauguró su nueva página web. La táctica no consistirá en tener un espacio propio en dicho portal, sino en utilizar este soporte para mostrar novedades, información respecto a los días de recolección, etc. En resumen, sobre cualquier información que merezca ser conocida. (Ver anexo 8)
- **Recursos:** programador web y comunicador
- **Destinatarios:** particulares. Medios de comunicación y turistas.
- **Control:** Google Analytics

Folletería

- **Objetivo:** perfeccionar las herramientas comunicacionales actualmente utilizadas
- **Descripción:** Dicha táctica constará del rediseño del folleto utilizado por la Secretaría de Medio Ambiente (Ver anexo 9). El mismo estará determinado por la identidad visual anteriormente configurada. Será un folleto meramente informativo, se hará énfasis en que tipos de residuos va en cada bolsa de color, se resaltaré el nombre de la campaña y su aplicación será diversa: se podrá entregar en mano, se podrá pegar en cestos de basura, se podrá leer en una revista o contemplar en un periódico digital.
- **Recursos:** diseñador gráfico y comunicador
- **Destinatarios:** público en general.
- **Control:** breve encuesta telefónica (Anexo 10)

Línea Informativa

- **Objetivo:** perfeccionar las herramientas comunicacionales actualmente utilizadas
- **Descripción:** Durante la entrevista, la Directora de Concientización se mostró molesta porque el vecino no acudía a hacer consultas a la Secretaría. Por lo tanto, se deberá disponer de una línea telefónica, mediante la cual el vecino pueda evacuar sus dudas respecto a cualquier asunto relacionado a la planta, la separación, la recolección, etc. sin la necesidad de salir de su casa. La persona a cargo de esta función deberá ser capacitada sobre la propia problemática y en materia de comunicación también, para poder responder de manera eficiente.
- **Recursos:** comunicador y capacitador externo
- **Destinatarios:** particulares y comerciantes.
- **Control:** encuesta de satisfacción en el mismo momento de la llamada (Anexo 11)

Relación con la prensa

- **Objetivo:** perfeccionar las herramientas comunicacionales actualmente utilizadas
- **Descripción:** Desde la Secretaría han declarado mantener una estrecha relación con los medios de comunicación locales, lo que ha permitido brindar reportajes y notas sin contemplar costo alguno, el problema ha radicado en la falta de planificación de las salidas. Entonces, una vez conquistado el objetivo básico de comunicación, cada nota tendrá un mensaje adaptado según el público y se irán comunicando las novedades de manera organizada y siempre reiterando el mensaje central, de manera que paulatinamente pueda ser recordado y aprehendido por los oyentes, televidentes y lectores. La idea general es mantener una relación formal con los medios, manteniendo un criterio de relevancia y oportunidad, anticipando novedades. Por último, crear situaciones que capten la atención de los medios, sin recurrir al llamado.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** público en general
- **Control:** clipping.

Facebook

- **Objetivo:** delinear nuevas herramientas comunicativas
- **Descripción:** El facebook será exclusivamente sobre la Campaña de Concientización, no de la Secretaría y sus diversos asuntos. La idea es lograr una interacción directa con el público, distinta a la posible mediante los medios de comunicación y el contacto personal. Se respetará la identidad visual en todos los casos. Sus contenidos serán diversos: fotos, videos, notas, etc.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** particulares, mayormente jóvenes. Medios de comunicación y turistas.
- **Control:** se evaluarán los comentarios en cada difusión, categorizándolos de positivos, neutrales o negativos y la cantidad de veces que el estado fue compartido. Además se utilizará la herramienta de feedback que Facebook posee para las páginas institucionales.

Nuevos soportes

- **Objetivo:** delinear nuevas herramientas comunicativas
- **Descripción:** Si bien la Secretaria no tenía planeado asumir esta actividad por los costos que involucraba, se hará un convenio con los supermercados de la ciudad para se entreguen además de bolsas blancas, bolsas negras. Conjuntamente, cada bolsa tendrá la descripción de

qué residuos van en cada una según el color. El beneficio para los supermercados será una deducción de impuestos municipales.

Por otra parte, si bien durante las entrevistas grupales varios entrevistados declararon que en la ciudad no hay suficiente cantidad de tachos para residuos, desde la gestión anterior existen, en varios puntos de la localidad, cestos que son dos tachos unidos: uno para residuos orgánicos y el otro para inorgánicos. Se procederá a pintar dichos tachos con los colores de la campaña y cada uno tendrá la descripción de que residuos corresponder tirar en él.

Además, se deberá reacondicionar la imagen del vehículo que recolecta los residuos, respetando la identidad visual de la campaña y logrando así, que la imagen de la campaña se difunda por distintos medios y vaya sedimentando en la memoria de los ciudadanos.

- **Recursos:** diseñador gráfico
- **Destinatarios:** público en general
- **Control:** breve encuesta telefónica (Anexo 10)

Publicidad en la vía pública

- **Objetivo:** delinear nuevas herramientas comunicativas
- **Descripción:** La intención es reforzar la información que cada vecino recibe en su casa con cartelera en la vía pública, hacer reconocible para todos los individuos que nos encontramos en una campaña de concientización. La cartelera debe ser persuasiva, creativa y llamativa, con mensajes e imágenes que despierten el interés y ayuden a la recordación.
- **Recursos:** diseñador gráfico y/o publicista y comunicador
- **Destinatarios:** público en general
- **Control:** breve encuesta telefónica (Anexo 10)

Acto de lanzamiento

- **Objetivo:** Delinear nuevas herramientas comunicativas
- **Descripción:** el lanzamiento oficial de la Campaña de Concientización se llevará a cabo en el salón de la Municipalidad. Se invitará al canal local, las radios acreditadas y los periódicos impresos y en formato digital. También se invitarán a las asociaciones, ONG e instituciones educativas, de salud, etc. Al final de la misma se entregará a los concurrentes un dossier de prensa con información técnica, simplificada sobre la planta, los residuos, contaminantes, etc. Además, la folletería, bolsas de residuos, etc. como souvenirs.
- **Recursos:** espacio físico, sonido e iluminación, etc. Diseñador gráfico y comunicador
- **Destinatarios:** medios de comunicación, asociaciones y ONG y distintas instituciones

- **Control:** clipping

Información turística

- **Objetivo:** Delinear nuevas herramientas comunicativas

- **Descripción:** Actualmente, la ciudad de Merlo tiene tres centros de información turística oficiales; los mismos colaboradores que se dedican a la atención personalizada de los turistas serán quienes introducirán brevemente a los recién llegados al nuevo proceso de separación de residuos. Además, junto con la folletería del ámbito local se les entregara el folleto informativo diseñado anteriormente, los folletos stickers y las bolsas de residuos.

- **Recursos:** comunicador

- **Destinatarios:** turistas

- **Control:** encuesta de satisfacción en el mismo momento de la atención (Anexo 11)

Talleres

- **Objetivo:** generar participación ciudadana

- **Descripción:** desde el inicio de clases hasta el receso invernal se llevarán a cabo en las escuelas talleres con los niños desde edad inicial hasta el séptimo año. El objetivo es concientizar al público en edad escolar sobre la separación de residuos, su importancia y beneficios. Las personas a cargo serán representantes de la ONG Juvennat, representantes de la Asociación Merlina de Boys Scouts y miembros de la Secretaría de Medio Ambiente, junto con educadores. La idea es que, al finalizar, los talleres tengan una producción, que en cada oportunidad puede ser diferente; como una obra de teatro, una canción, etc. siempre relacionada con la temática.

- **Recursos:** comunicador, colaboradores.

- **Destinatarios:** público en edad escolar

- **Control:** análisis de contenido de las producciones

Fechas especiales

- **Objetivo:** generar participación ciudadana

- **Descripción:** el objetivo de conmemorar fechas “ecológicas” es hacer llegar la problemática al público desde un contacto directo y con la posibilidad de interactuar. Así encontramos que el 22 de Marzo es el día del agua, el 22 de abril el de la tierra, el 17 de Mayo el del reciclaje y el 5 de Junio el día del Medio Ambiente.

Además de intervenciones artísticas, culturales, charlas, maratones, etc. los eventos servirán para obtener espacios en los medios, generar mayor participación del público joven, etc.

El festejo de dichas fechas, entonces, deberán estar enmarcadas en la Campaña de Concientización.

- **Recursos:** espacio físico, sonido e iluminación, etc. Diseñador gráfico y comunicador.
- **Destinatarios:** público en general
- **Control:** participación en cada evento y clipping

Brindar el ejemplo

- **Objetivo:** generar participación ciudadana
- **Descripción:** durante las entrevistas grupales, varios individuos coincidieron en que les gustaría ver a los funcionarios separar los residuos. La idea es que desde un primer momento, desde el lanzamiento de la campaña, el ejemplo empiece por casa, por la Municipalidad. Se apelará a una cartelería que llame la atención de los concurrentes y que los mismos puedan observar como los empleados municipales en su trabajo, están separando la basura que generan, en residuos orgánicos e inorgánicos.
- **Recursos:** diseñador gráfico y comunicador
- **Destinatarios:** público en general, medios de comunicación y turistas.
- **Control:** observación

Reuniones con Asociaciones

- **Objetivo:** construir vínculos estratégicos
- **Descripción:** En la ciudad de Merlo, podemos encontrar dos grandes núcleos de asociación, la Asociación Hotelera y la Gastronómica. Además de éstas, deberemos considerar a todas aquellas que representen los intereses de los afectados por la nueva disposición de separación. La primera reunión será informativa: exhaustivamente les explicaremos todo el proceso de la planta, de separación, recolección y transporte, la normativa, etc. Posteriormente, estas reuniones tomarán una frecuencia regular, para poder así recibir las dudas, consultas y recomendaciones que estas asociaciones tengan hacia la Secretaría. El producto será un trabajo en conjunto para lograr que el sector privado de Merlo sea un colaborador en la Campaña y no un contrincante. Debemos tener en cuenta que los prestadores de servicios serán quienes deberán brindar un marco moderador para que los turistas en cada cabaña, habitación de hotel, etc. desechen los residuos de manera diferenciada.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** Asociaciones comerciales de Merlo.
- **Control:** concurrencia, participación y resultados

Reuniones con ONG

- **Objetivo:** construir vínculos estratégicos
- **Descripción:** la dinámica de las reuniones con las dos ONG pertinentes al tema que existen en la ciudad será diferente, ya que los intereses perseguidos coincidirán con los de la campaña. En cambio, a las Asociaciones comerciales hay que persuadirlas y brindarles facilidades. El objetivo de esta táctica es poder trabajar con centros multiplicadores de concientización y cambio. Los encuentros tendrán una doble función, informar acerca de novedades y por otra parte, diseñar proyectos conjuntos como el de los talleres en los colegios.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** ONG pertinentes a la temática
- **Control:** concurrencia, participación y resultados

Reuniones con Asociaciones Barriales

- **Objetivo:** construir vínculos estratégicos
- **Descripción:** las reuniones con este tipo de público tendrá una dinámica diferente a las anteriores. En primer lugar, será el comité concientizador quien concurrirá a las oficinas de cada delegación. En segundo lugar, la propuesta inicial será tendiente a escuchar más que informar, ya que dichas asociaciones aprovecharán la oportunidad para expresar sus reclamos, consultas, etc. Con posterioridad a este momento, el trabajo se volcará a generar adhesión y participación de todos los vecinos de dicha delegación, al proyecto de separación.
Estas reuniones tendrán el beneficio de generar una relación directa con un grupo representante de un lugar geográfico delimitado.
- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** Asociaciones reconocidas por la Municipalidad
- **Control:** concurrencia, participación y resultados

Apoyo logístico

- **Objetivo:** construir vínculos estratégicos
- **Descripción:** por falta de recursos, la Municipalidad no puede asumir los costos de llegar casa por casa con la Campaña de manera particular. Sin embargo, la Cooperativa de Agua Potable de Merlo es una institución altamente comprometida con el cuidado del recurso y del ambiente en general. Es por eso que todos los meses, junto con la boleta del consumo hídrico, entrega a cada asociado una revista denominada "Limpia y Clara". La misma contiene información y novedades institucionales, pero siempre contiene una o mas notas de matiz

ecológico. El acuerdo con la Cooperativa de Agua será la posibilidad de insertar el folleto informativo de la Campaña, y los de pegar también, en cada edición de su revista.

- **Recursos:** comunicador
- **Destinatarios:** particulares socios de la Cooperativa de Agua
- **Control:** breve encuesta telefónica (Anexo 10)

Desarrollo de Tácticas

Identidad Visual

La identidad visual de la campaña fue producida con el aporte y conocimiento de un profesional del diseño.

El nombre y su tipografía específica, como el logo y los colores colaborarán a que los individuos reconozcan cuando se encuentran en presencia de la campaña y asimismo provocarán su evocación.

- Logo



Síntesis: el logo de la campaña, más que una síntesis, es una imagen para asociarla a la campaña. Sus elementos principales son el signo del reciclaje, que en la actualidad es utilizado para referirse las 3R (reducir, reutilizar, reciclar). Y el árbol, el cual debe ser verde cuando se utilice sobre fondo blanco o claro y blanco cuando se utilice sobre fondos de color.

En general, el logo acompaña al nombre, la disposición del mismo debe estar a la altura, de abajo hacia arriba, desde donde comienza el nombre.

- Nombre

SEPARAREMOS JUNTOS

El nombre de la Campaña fue dispuesto por la propia Secretaría, y es un juego de palabras antagónicas. Refiere por un lado a la separación de los residuos y por otro a lo colectivo y la forma, juntos.

La tipografía es Rage Italic en mayúsculas. Sobre fondos de color, su escritura debe realizarse en color blanco. Sobre fondos blancos, su color es gris oscuro (negro y 15% blanco)

- Subtitulo

El nombre irá acompañado, en la mayoría de los casos, de un subtítulo explicativo:

CAMPAÑA DE SEPARACIÓN PRIMARIA DE RESIDUOS SÓLIDOS EN ORIGEN

Letra: Century Gothic todo mayúscula. Los colores se aplican de igual manera que para el nombre.

- Gama de colores

El color principal de la campaña es el verde. Continúan los acromáticos blanco y negro, por ser los colores de las bolsas de residuos.

Por otra parte, los colores del logo nos permiten disponer de una amplia gama para utilizar en el caso de que se necesiten mas tonos de los ya detallados.

Al ser el color principal el verde, la mayoría de las tipográficas van en color blanco. Sino, gris oscuro.

*Nota: el programa de diseño utilizado fue Corel Draw X4

Mensajes

Se trabajó en dos mensajes comunicacionales básicos:

1. ¡Ya no es suficiente con tirarla, tenemos que separarla!

Es el mensaje utilizado en casi todos los soportes gráficos de la campaña; la idea subyacente al mismo es dar cuenta de la situación actual respecto de la basura (ya no es suficiente con tirarla) y que es lo que debe cambiar (tenemos que separarla).

Tipografía utilizada en los folletos para la frase: Swis721 LtCn Bt. Color: blanco.

2. Cuando separas, la basura ya no es más basura.

Es el mensaje que se utilizará en los medios de comunicación, ya que dichos canales permiten una mayor ampliación/explicación del mismo. Si bien el concepto de basura cero es una utopía, cuando la basura se clasifica, pasa a convertirse (en su mayoría) en materia prima y no en desechos. Este es un concepto en el cual se debe ahondar y la comunicación oral posibilita de mejor manera lo anterior.

En lo que se refiere a los distintos eventos e intervenciones, como así también reuniones y el contacto personal, los mensajes serán difundidos de igual modo, de manera combinada mediante la línea informativa y la atención turística.

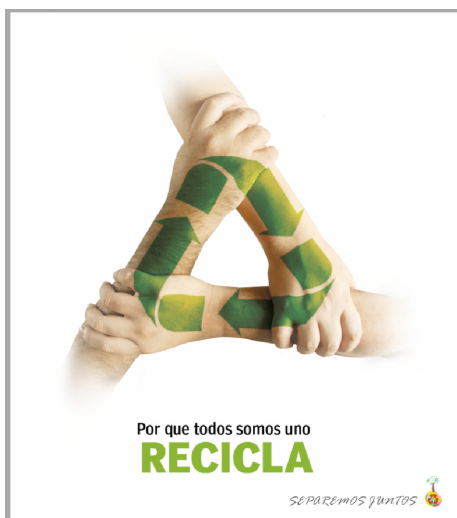
Facebook Oficial

Los contenidos subidos al Facebook Oficial de la Municipalidad serán compartidos a través del Facebook exclusivo de la Campaña. Las imágenes como fotografías, folletos, infografías, etc. deberán estar acompañadas en todos los casos del logo y el nombre de la Campaña.

La periodicidad de las publicaciones no será fija, dependerá más de un sentido de oportunidad y relevancia de la publicación, como así también del orden de importancia de las comunicaciones difundidas por el facebook oficial.



* Ejemplos de publicaciones



Página Web

El sitio oficial de la Municipalidad es un portal en constante recambio de información, las novedades son publicadas todos los días. Con mayor frecuencia se refieren a las actividades del Municipio a nivel general.

Por otra parte, las pestañas que denominan cada secretaria solo te permiten conocer el personal que se desenvuelve en cada área, sus datos de contacto y sus estudios universitarios como así también las relaciones que mantiene con los demás individuos o secretarías de la estructura. No contienen otra información.

A su vez, pestañas como las de Videos, Noticias, y ONG no poseen contenido alguno.

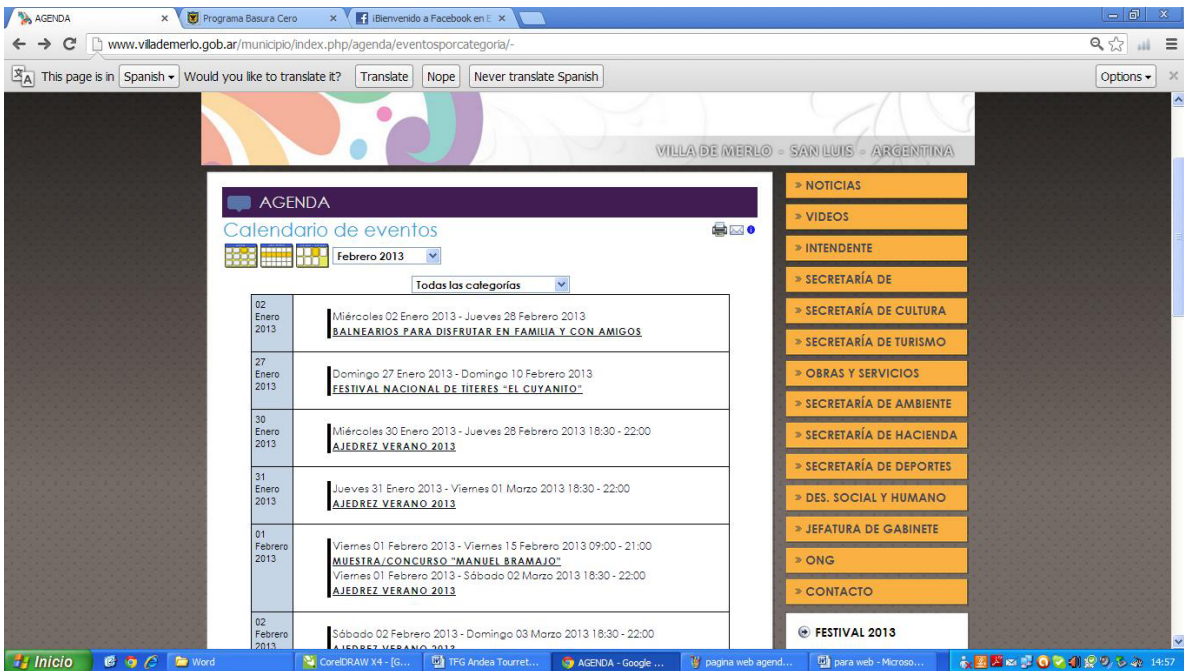


Por el resumen brindado anteriormente, del estado de la página y de los contenidos a los cuales se le da mayor prioridad, la Campaña solo utilizará esta herramienta comunicacional para:

1. A través de un pequeño recuadro (link), que contendrá el logo y el nombre de la campaña, se podrá acceder al calendario de recolección diferenciada de residuos y por otra parte, a un recuadro que estará en continuo movimiento, en el cual se podrá observar los distintos residuos que van en cada bolsa de color. (Gráficos en la siguiente página)



2. Publicar los eventos que se desarrollen en el marco de dicha Campaña. Para esto se hará uso del calendario de eventos que facilita dicha página:



Folletería

Nuevamente, para el rediseño del folleto, se requirió la colaboración de un diseñador gráfico.

- El nuevo diseño optimizó la cantidad y calidad de la información.
- Se resaltó el nombre de la campaña y se utilizaron todos los elementos de la nueva identidad visual. Además, se destacó la Ordenanza que da validez legal al pedido de separación.
- Por último, se estableció la relación con otras tácticas de comunicación externa utilizadas para la campaña, como el facebook, la línea informativa, etc.

(Tamaño real: A5. Papel: Ilustración 90 gramos)

SEPAREMOS JUNTOS

CAMPAÑA DE SEPARACIÓN PRIMARIA DE RESIDUOS SÓLIDOS EN ORIGEN



¿Cómo separar sus residuos?
Ordenanza 600/06-

INORGÁNICOS

(Bolsas negras)

- Papeles y cartones
- Textiles
- Vidrios
- Metales
- Plásticos
- Maderas
- Telgopor
- Envases de comestibles y bebidas
- Bolsas plásticas
- Latas, envases de acero y aluminio

ORGÁNICOS

(Bolsas blancas)

- Restos de comida (todos)
- Papeles y cartones húmedos
- Pañales y demás residuos sanitarios
- Envases húmedos
- Textiles húmedos
- Residuos de jardinería: ramas, hojas, podas, etc.
- Cerámica, loza y lamparitas de luz

¡YA NO ES SUFICIENTE CON TIRARLA, TENEMOS QUE SEPARARLA!



TFG Campaña
villademerlo.gob.ar

Consultá, llámanos!
Tel. 476 017
Línea Informativa



VILLA DE
MERLO
TERCER MICROCLIMA DEL MUNDO
SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE

Línea Informativa

Debido al recorte de recursos económicos por el cual atraviesa la Secretaría de Medio Ambiente no habrá una persona dedicada exclusivamente a dicha tarea, sino que será llevada a cabo por todos los miembros ocupantes de dicha Secretaría.

Los individuos, entonces, serán capacitados en dos grandes ámbitos:

1. Separación: si bien por el puesto y división que ocupan, los funcionarios están al tanto de la temática, se convocará a la especialista en Medio Ambiente Diana Tarcettano, quien además estuvo involucrada en el proyecto de la Planta de Tratamiento. Los puntos sobre los que se hará mayor énfasis serán: separación en orgánicos e inorgánicos, traslado de los residuos a la planta, proceso de clasificación y reciclado y compostaje. Por último, se hará énfasis en la ordenanza vigente en materia de separación.
2. Comunicación, con la información pertinente sobre la problemática en cuestión, los aspectos comunicacionales a desarrollar se enfocarán en la empatía, y la claridad y eficacia en la información brindada. El objetivo básico de la capacitación será, que el individuo que atiende la línea pueda desenvolverse con una actitud tendiente siempre a la resolución tranquila y satisfactoria de las quejas o problemas planteados por los interlocutores.

- Ficha capacitación medioambiental (ejemplo)

MES	DÍA	HORA	DISERTANTE	TEMA	CANT. ASIST	HORA RECESO	RECURSOS
Enero	Lunes 28	9.00 a 9.40	Lic. Tarcettano	SEPARACIÓN Fundamentos Método	7	-	Proyector Computadora Material Asist.
Enero	Lunes 28	9.40 a 10.00	Lic. Tarcettano	RECOLECCIÓN Logística Trasporte	7	10.00	Proyector Computadora Material Asist.
Enero	Lunes 28	10.20 a 11.00	Lic. Tarcettano	PLANTA Funcionamiento Resultados	7	-	Proyector Computadora Material Asist.
Enero	Lunes 28	11.00 a 11.30	Lic. Tarcettano	ORDENAMIENTO Ordenanza Aplicación	7	-	Proyector Computadora Material Asist.
Febrero	Lunes 29	11.30 a 12.00	Lic. Tarcettano	DEBATE	7	-	-

- Ficha capacitación comunicación (ejemplo)

Capacitación N°1

Nombre del capacitador:

Día y horario:

Lugar:

Cant. de asistentes:

FASE INICIAL

Presentación 9.00 horas

Exposición mediante diapositivas

Receso 10.00 horas

FASE CENTRAL

Trabajo activo 10.15 horas

Juego de Roles

Observación

Receso 11.45 horas

FASE FINAL

Devolución 12.00

Expectativas y temores

Relación con la Prensa

Luego de elaborar el listado de medios, el paso a seguir en la relación con la prensa será el de enviarles el cronograma de actividades a realizarse en el marco de la campaña de concientización:










Febrero						
L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			




Marzo						
L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



Abril						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Mayo						
L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Junio						
L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

	Inauguración Facebook		Evento día del Agua
	Acto Lanzamiento Campaña		Reunión con Asociaciones Empresarias
	Reunión con Asociaciones Empresarias		Reunión con ONG
	Reunión con ONG		Reunión con Asociaciones Barriales
	Reunión con Asociaciones Barriales		

	Comienzo de Talleres Educativos		Evento Día del Reciclaje
	Evento Día de la Tierra		

	Evento Día del Medioambiente
	Finalización de Talleres Educativos

Con dicho cronograma, los medios disponen de antemano de la información necesaria para la cobertura, selección y encuadre de las noticias de todos los eventos durante la campaña. Además de lo anterior, se diferencié el tratamiento con la prensa escrita y radial por una parte y con la prensa televisiva por otra. Con el primer grupo se hará énfasis en el uso de comunicados de prensa. Con el segundo tipo de medio, el énfasis se hará en pautar entrevistas y reportajes con personalidades. La imagen o personaje principal de esta acción será la intendenta de Merlo. Sin embargo, con los dos tipos, el énfasis estará puesto en comunicar el mensaje básico, como así también novedades y avances. La estrategia en relación a los comunicados tendrá el objetivo de mantener la presencia del issue en los medios locales.

- Comunicado de prensa (ejemplo evento de lanzamiento)

COMUNICADO DE PRENSA

08/02/2014

Periodista Sr. Juan Carlos Chistriansen, Radio Alternativa



"Separemos Juntos"

El día lunes 11 de Febrero, la Secretaria de Medio Ambiente lanzará la Campaña Separemos Juntos.

El evento se llevará a cabo en el Salón de Usos Múltiples de la Municipalidad de Merlo a las 10 horas. El objetivo de dicha campaña será la adhesión de todos los vecinos de la comunidad al proyecto de separación diferenciada de residuos.

El acto de lanzamiento de la Campaña, a realizarse el día lunes 11 de febrero a las 10 horas, es el inicio de una serie de actividades destinadas a la concientización en la población, respecto de la basura que se produce. En palabras de la Secretaria de Planificación y Concientización de la Secretaría de Medio Ambiente, Jorgelina Moschella: "Los residuos son nuestra responsabilidad, y la comunidad tiene el compromiso colectivo de deshacerse de sus desechos de manera amigable con el ambiente. La nueva Planta de Tratamiento de residuos nos brinda esa posibilidad; pero tenemos que separar".

La Secretaría de Medio Ambiente de la Municipalidad de la Villa de Merlo será el ente encargado de llevar adelante la Campaña Separemos Juntos. La misma tiene como objetivo que los vecinos de Merlo separen los residuos en orgánicos e inorgánicos.

La iniciativa surge de la aplicación de la Ordenanza 600/60, la cual establece que tanto los particulares como las industrias deberán atenerse al nuevo modelo bajo imputación de severas multas. Además, dicha ordenanza impone el uso de bolsas de color negro para los desechos inorgánicos y la utilización de bolsas blancas para los orgánicos.

En el evento se harán presentes la Sra. Intendente Gloria Isabel Petrino, la Secretaria de Gobierno Sra. Patricia Morandé, la Secretaria de Prensa Sra. María Rosa Miravet y los funcionarios miembros de la Secretaría de Medio Ambiente a cargo de dicha Campaña. Además, se harán presentes Asociaciones Comerciales y Civiles de la Villa, como así también representantes de Centros Educativos y de Salud Pública.

La difusión del evento al público en general se hará a través de los medios de comunicación locales.

SE AGRADECE SU INMEDIATA DIFUSIÓN

Prensa Campaña Separemos Juntos

Andrea Tourret 1548663

atourret@munimerlo.com

Facebook Propio

El facebook pertenece exclusivamente a la campaña, no pertenece a la Secretaria de Medio Ambiente o a la Municipalidad y a todos los temas que la atraviesan. Lo anterior es clave para determinar el carácter que va a tener la pagina; principalmente persuasivo en lo que se refiere a la separación de residuos.

Los contenidos subidos al mismo, como mínimo dos por día, serán videos, imágenes, notas, enlaces a temas relacionados, etc.

La calidad de la información será técnica pero simplificada para los receptores. Asimismo, los aspectos de entretenimiento y atractivo no deben faltar.



* Ejemplo de publicación



Nuevos Soportes

- Camión recolector



- Cestos y bolsas de residuos



Acto de Lanzamiento

- Invitación al evento

La Secretaría de Medio Ambiente de la Municipalidad de la Villa de Merlo se complace en invitarlo al Acto de Lanzamiento de la Campaña *Separemos Juntos*. El objetivo de la misma será el de concientizar a los vecinos de la Villa sobre la importancia de la separación diferenciada de residuos en origen.

Lo esperamos en el Salón de Usos Múltiples de la Municipalidad, el día Lunes 11 de Febrero a las 10 horas para compartir un paso más, muy importante, en el proceso ya iniciado de mejora de la salud ambiental de nuestra ciudad.

Jorgelina Moschela
Directora de Concientización y Planificación
Secretaría de Medio Ambiente

Gloria Isabel Petrino
Intendente



- Listado de invitados al evento

INSTITUCIÓN/PERSONA	REFERENTE	Nº TEL.
Asociaciones y Fundaciones		
Asociación Empresaria Hotelera	Presidente Sr. Carlos Geuna	475930
Asociación Empresaria Gastronómica	Presidente Sr. Carlos Geuna	
Asociación de Casas de Alquiler La Merlina	Presidente	
Cámara de Comercios y Servicios de Merlo	Presidente Sr. Favio D'Angelo	
Cámara de la Industria	Presidente Sr. Ricardo Mendoza	
Fundación Espacios Verdes	Presidente Sra. Diana Tarcettano	
Fundación Tierra de Oro	Presidente Sr. Marcelo Rodríguez	
ONG Juvennat	Presidente Interina Sra. Lucia Rodríguez	476017
Asociación de Médicos del Valle del Conlara	Presidente	
Radios		
Radio Alternativa	Periodista Sr. Juan Carlos Chistriansen	
Radio Bonanza		
Radio Ciudad de Merlo		
Radio del Sol	Productor Sr. Omar Leiva	
Radio Estación XXI		
Radio FM Cadena 9		
Radio FM Cuatro		

Radio FM Latidos		
Radio Identia		
Radio Metropolitana		
Radio Mis Sierras		
Radio Zeta		
Canales		
Merlo Cable Color		
	Sr. Carlos Sosa	470246
Diarios		
InfoMerlo (Digital)	Sr. Gustavo Menéndez	
Merlo Actualidad (Digital)	Sra. Alejandra Irupe	
Nuestro Tiempo (Impreso y Digital)	Sr. Ricardo Chávez	
Establecimientos Educativos		
Universidad Nacional de San Luis	Rectora	
Universidad Empresarial Siglo 21	Coordinador Gral. Sr. Ezequiel Randazo	
Instituto Terciario Monseñor Orzali	Director	
Escuela Dr. Horacio de la Mota	Director	
Escuela Modelo	Director	
Escuela Antonio Esteban Agüero	Director	
Escuela N° 361	Director	
Escuela María Palmira Cabral	Director	474605
Escuela San José de Calasanz	Director	
Escuela N° 159	Director	
Escuela N° 221	Director	
Escuela Complejo Educativo Merlo	Director	
Escuela Las Monjas	Director	
Asociaciones Vecinales		
Bº El Rincón	Presidente	
Bº Rincón Del Este	Presidente	
Bº San Agustín	Presidente	
Bº Piedra Blanca Arriba	Presidente	
Bº Piedra Blanca Abajo	Presidente	
Bº San Carlos	Presidente	
Bº 156 Viviendas	Presidente	
Bº 57 Viviendas	Presidente	
Bº 207 Viviendas	Presidente	
Bª 140 Viviendas	Presidente	
Otros		
Hospital	Director	

Cabe destacar que dicho listado es una propuesta realizada por el comunicador, la decisión y selección final será llevadas a cabo por los funcionarios competentes.

- Cronograma de actividades del evento

Hora	Actividad	Responsable	Otros
9.20	Recibimiento E instalación de Prensa	Prensa Muni y Comunicador	
10.00	Palabras de bienvenida a cargo de la Directora de Planificación y Concientización	Jorgelina Moschella	
10.10	Discurso Sra. Intendente Gloria Isabel Petrino		
10.25	Presentación principales acciones y actividades (video)	Comunicador	Carlos de Sonido
10.45	Entrega de dossiers y souvenirs	Comunicador	Colaborador Andrés
11.00	Cierre	Prensa Muni	

Otros elementos que se tuvieron en cuenta para el acto de lanzamiento son un fondo de prensa (de 2m x 3m) y una video institucional, presentación de la campaña, de 20 minutos. En la siguiente página se encuentra el dossier de prensa, pieza grafica que completa el desarrollo de esta táctica.

Dossier de Prensa



SEPARAREMOS JUNTOS



CAMPAÑA DE SEPARACIÓN PRIMARIA
DE RESIDUOS SÓLIDOS EN ORIGEN

36

será la cantidad de camiones introducidos por la Municipalidad de Merlo diariamente a la Planta. Dicha cantidad, se reduce a la mitad fuera de temporada.

50

será el porcentaje, del total de los residuos que la Planta reciba, provenientes únicamente de la ciudad de Merlo

95

es el porcentaje de que basura que se puede recuperar, cuando la separación primaria en origen es llevada a cabo exitosamente.



Planta Regional de Residuos "El Jote"
Ubicación: Ruta Provincial N° 28, km 10

El Jote procesará alrededor de 50 toneladas diarias y cubrirá las necesidades de más de 45 mil usuarios de la zona, residentes de 13 localidades, Merlo, Carpintería, Villa Larca, Cortaderas, Los Molles, La Punilla, Villa del Carmen, Papagayos, Santa Rosa del Conlara, Renca, San Pablo y Naschel.

Respecto a la maquinaria, la Planta está equipada por una tolva de recepción, cinta de elevación, desgarrador de bolsas, cinta transportadora, sistema de control de olores y de separación de ferrosos. También cuenta con un molino de orgánicos, prensa de tetra pack y telgopor, y una prensa para plásticos, cartón y aluminio.

La infraestructura con la que cuenta la Planta permitirá cubrir todas las etapas del proceso. Éste comienza en los domicilios con la separación de los residuos en orgánicos e inorgánicos (separación primaria en origen), y continúa en la Planta donde se lleva a cabo una separación rigurosa de cada tipo de material. Los residuos orgánicos serán destinados para fabricar compostaje, previo pase por el molino triturador, y los inorgánicos se procesarán para transformarlos en "fardos compactos". Los mismos pueden insertarse en el mercado con un valor de hasta 90 centavos el kg.





Números En términos de cantidad y composición, la generación de residuos sólidos urbanos (RSU) sigue ciertos patrones estandarizados. En la Argentina, del promedio de 0.91 kg/habitante por día de residuos sólidos urbanos generados, aproximadamente el 50% lo constituyen residuos orgánicos, el 17% papel y cartón, 14% plásticos, 5% vidrios, 2% metales y 12% otros.



Información Turística

La misma capacitación diseñada para la línea informativa será aplicada a los individuos que se ocupan de las mesas de atención al turista. Si bien sus interlocutores no acudirán con quejas o reclamos, será necesario que los individuos estén al tanto de todo el proceso de separación, para evacuar cualquier duda que pudiera surgir al momento de la atención al turista. Por otra parte, la capacitación en materia de comunicación, brindará un marco general de desenvolvimiento general en su trabajo.

A los turistas se les entregará dos folletos stickers (1 y 2), el folleto rediseñado (3) y dos bolsas de residuos (4):

1)

SEPARAREMOS JUNTOS
CAMPAÑA DE SEPARACIÓN PRIMARIA DE RESIDUOS SÓLIDOS EN ORIGEN

¿QUÉ RESIDUOS VAN EN LA BOLSA NEGRA?

- Bolsas plásticas
- Latas y telgopor
- Botellas plásticas
- Textiles y maderas
- Vidrios y plásticos
- Papeles y cartones
- Envases de comestibles
- Envases de aluminio y acero

Ordinanza 400/04

¡YA NO ES SUFICIENTE CON TIRARLA, TENEMOS QUE SEPARARLA!

TFG Campaña villademerlo.gob.ar
Consultá, llámanos! Tbl. 476 017 Línea Informativa
VILLA DE MERLO SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE

2)

SEPARAREMOS JUNTOS
CAMPAÑA DE SEPARACIÓN PRIMARIA DE RESIDUOS SÓLIDOS EN ORIGEN

¿QUÉ RESIDUOS VAN EN LA BOLSA BLANCA?

- Cerámica y loza
- Focos y tubos de luz
- Residuos de jardinería
- Restos de comida (todos)
- Envases y textiles húmedos
- Papeles y cartones húmedos
- Pañales y demás residuos sanitarios

Ordinanza 400/04

¡YA NO ES SUFICIENTE CON TIRARLA, TENEMOS QUE SEPARARLA!

TFG Campaña villademerlo.gob.ar
Consultá, llámanos! Tbl. 476 017 Línea Informativa
VILLA DE MERLO SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE

3)

SEPARAREMOS JUNTOS
CAMPAÑA DE SEPARACIÓN PRIMARIA DE RESIDUOS SÓLIDOS EN ORIGEN

¿Cómo separar sus residuos? Ordinanza 400/04

INORGÁNICOS (Bolsas negras)	ORGÁNICOS (Bolsas blancas)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Papeles y cartones ■ Textiles ■ Vidrios ■ Metales ■ Plásticos ■ Maderas ■ Telgopor ■ Envases de comestibles y bebidas ■ Bolsas plásticas ■ Latas, envases de acero y aluminio 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Restos de comida (todos) ■ Papeles y cartones húmedos ■ Pañales y demás residuos sanitarios ■ Envases húmedos ■ Textiles húmedos ■ Residuos de jardinería: ramas, hojas podas, etc. ■ Cerámica, loza y lamparitas de luz

¡YA NO ES SUFICIENTE CON TIRARLA, TENEMOS QUE SEPARARLA!

TFG Campaña villademerlo.gob.ar
Consultá, llámanos! Tbl. 476 017 Línea Informativa
VILLA DE MERLO SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE

4)



Talleres Educativos

Los talleres educativos deberán llevarse a cabo en todas las escuelas primarias de la ciudad. La dinámica de los mismos será diseñada en conjunto por: expertos en la materia (funcionarios de la Secretaria de Ambiente junto con los delegados de Juvennat y Boys Scouts), por docentes de las propias escuelas y por ultimo, el comunicador.

El taller solo ocupará 1 hora cátedra (40 minutos) y constará, en principio, de dos fases diferenciadas: la primera informativa/educativa. La segunda, una producción en la cual participen los alumnos y donde pueda observarse el entendimiento y percepción de lo aprehendido en la fase anterior.

* Ejemplo de afiche para escuelas

(Tamaño original: A3)



Fechas Especiales

Durante el tiempo que dure la Campaña, las fechas relacionadas con la misma, en especial fechas ecológicas, serán enmarcadas dentro de la Campaña.

Todos los eventos o actividades a realizarse serán comunicados con antelación a la prensa y difundidos por los medios con los que cuenta la Secretaría de Medio Ambiente.

Si bien la actividad, acto, etc. a realizarse en la fecha no tiene que estar directamente relacionada con la separación, se aprovechará en cada oportunidad para repartir folletos, bolsas, etc. a cada concurrente.

* Ejemplo afiche Día Mundial Del Agua.

(Tamaño original: A3. Papel: Ilustración 120 gramos)



Brindar el ejemplo

El afiche que se expone a continuación se encontrara en las oficinas, secretarías y distintos espacios de circulación del edificio Municipal.

Debajo del afiche, los individuos se encontrarán con dos cestos: uno con bolsa blanca para los residuos orgánicos y otro con una bolsa negra para los residuos inorgánicos. Los empleados deberán tirar sus residuos siempre de manera diferenciada.

(Tamaño original A4. Papel: Ilustración 120 gramos)



Reuniones

Las reuniones se llevarán a cabo con Asociaciones empresarias o comerciales, con ONG de la temática ambiental y con asociaciones barriales. (Anteriormente, en el desarrollo de cada tipo de táctica, se identificaron sus diferencias)

- Carta de Convocatoria

Lunes 4 de Febrero, Merlo, San Luis.



Estimado Sr. Carlos Geuna

Presidente de la Asociación Empresaria Hotelera de Merlo

PRESENTE

En nombre de la Secretaría de Medio Ambiente de la Municipalidad de la Villa de Merlo y en el marco de la Campaña *Separemos Juntos* nos dirigimos a usted, como representante de dicha Asociación, para invitarlo a una reunión informativa. La misma se llevará a cabo el lunes 18 del corriente mes en el salón de usos múltiples de la Municipalidad a las 10.00 horas.

El tema principal del encuentro será la puesta en conocimiento, por parte de todas las asociaciones de la ciudad, de la ordenanza 660/66. Su implementación se debe a la necesidad de que, como ciudad, comencemos a deshacernos de nuestros residuos de manera diferenciada. Desde los inicios de nuestra Villa, el predio ubicado en el kilómetro 10 de la Autopista, ha sido utilizado como vertedero local. La situación del mismo, al día de hoy, es insostenible.

Se torna urgente, entonces, el aprovechamiento de un recurso tan importantes como es la nueva Planta Regional de Tratamiento de Residuos. Dicha Planta se plantea como una solución ecológica y eficiente al problema de los residuos en nuestra ciudad.

Desde la Secretaria, como ente principal a cargo de la Campaña de Concientización sobre la Separación Primaria de Residuos en Origen, creemos que el trabajo debe realizarse de manera conjunta con los principales actores sociales de Merlo, de manera que estaremos sumamente agradecidos de contar con su presencia.

En la reunión se harán presentes funcionarios a cargo de dicha Campaña, la Sra. Intendente, Gloria Isabel Petrino, Secretaria de Gobierno Sra. Patricia Morandé y la Secretaria de Prensa Sra. Maria Rosa Miravet.

Esta invitación puede hacerse extensiva a toda la comisión directiva, o según su criterio, a aquellas personas que se consideren pertinentes por su posición representativa de los intereses de tan importante Asociación.

Le rogamos confirmar su presencia.

Saludos cordiales,



Jorgelina Moschela

Directora de Planificación y Concientización
Secretaría de Medio Ambiente

- Agenda de la reunión (ejemplo)

Reunión con Asociaciones Empresarias

18/02/2014

10.00 horas

Reunión convocada por: **Secretaría de Medio Ambiente de la Municipalidad de la Villa de Merlo**

Asistentes:

- Intendente
- Secretaría de Gobierno
- Responsable de Prensa
- Comité de concientización
- Asociación Empresaria Hotelera
- Asociación Empresaria Gastronómica
- Asociación de Casa de Alquiler La Merlina
- Cámara de Comercios y Servicios de Merlo
- Cámara de la Industria
- Asociación de Médicos del Valle de Conlara"

10.00	Introducción
	Situación actual
	Explicación Ordenanza

10.30 a 11.00	Debate
------------------	---------------

11.00 a 11.45	Grupos de trabajo
	Grupo A: Prestadores de Turismo
	Grupo B: Comercios y Servicios
	Grupo C: Salud

11.45 a 12.00	Resumen
------------------	----------------

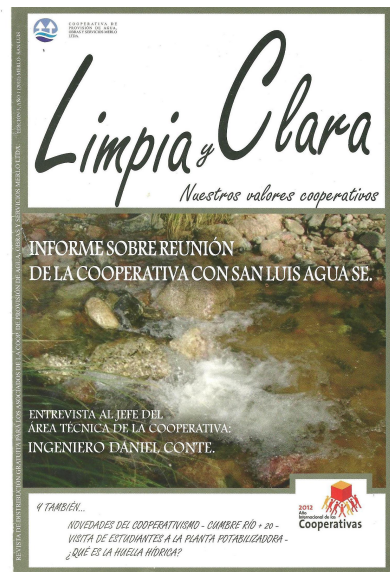
Información adicional:

* La prensa estará convocada para las 10.00. Solo podrá permanecer durante la introducción.

Apoyo Logístico

Los stickers de la campaña serán introducidos en el interior de la revista Limpia y Clara de la Cooperativa de Agua de Merlo. Los beneficios serán dos: asociar la imagen de una entidad responsable ecológicamente a la campaña y por otra parte, llegar a todos los domicilios de la ciudad con el soporte grafico.

- Revista



- Folletos stickers

(Tamaño origina ¼ A4. Papel: Ilustración 90 gramos)

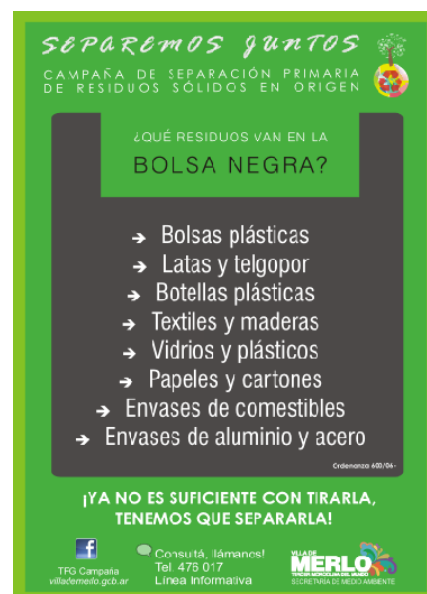
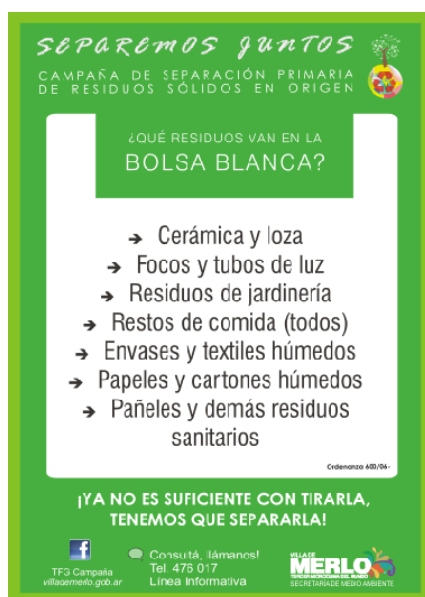


Diagrama de Gantt

Presupuesto

Evaluación

EVALUACIÓN GLOBAL				
Resultados Esperados	Resultados Logrados	Resultados Inesperados		Instrumento de medición
		Positivos	Negativos	
<p><i>Sistematizar la identidad visual</i></p> <p>Identidad Visual</p> <p>Mensajes</p>				<p>Encuesta Telefónica</p>
<p><i>Perfeccionar herramientas de comunicación externa</i></p> <p>Facebook Oficial</p> <p>Página Web</p> <p>Folletería</p> <p>Línea Informativa</p> <p>Relación Prensa</p>				<p>Control de Facebook</p> <p>Google Analytics</p> <p>Encuesta Telefónica</p> <p>Encuesta de Satisfacción</p> <p>Clipping</p>
<p><i>Delinear nuevas herramientas comunicativas</i></p> <p>Facebook Propio</p> <p>Nuevos Soportes</p> <p>Publicidad vía pública</p> <p>Acto de lanzamiento</p> <p>Información Turística</p>				<p>Control de Facebook</p> <p>Encuesta Telefónica</p> <p>Encuesta Telefónica</p> <p>Concurrencia y Clipping</p> <p>Encuesta de Satisfacción</p>

<p><i>Generar participación ciudadana</i></p> <p>Talleres</p> <p>Fechas Especiales</p> <p>Ejemplo</p>			<p>Análisis de Contenido</p> <p>Concurrencia y Clipping</p> <p>Observación</p>
<p><i>Construir vínculos estratégicos</i></p> <p>Reuniones</p> <p>Apoyo logístico</p>			<p>Concurrencia y Participación</p> <p>Encuesta Telefónica</p>

Conclusiones finales del TFG

El plan de comunicación externa diseñado para poner en práctica la Campaña de Concientización estuvo determinado por dos características, una limitante y la otra determinante. La primera refiere a la limitación de recursos económicos que atraviesa la Secretaría de Medio Ambiente, situación que dió un carácter austero al plan, llevando al comunicador a explorar el uso de su mayor creatividad y sentido de oportunidad posibles. La segunda característica se vincula al tipo de cultura manifestado en la ciudad destinataria de la Campaña, la cual determinó la naturaleza misma de la planificación.

El plan, compuesto de cuatro programas, mejoró las herramientas comunicacionales con las que ya se contaba e ideó nuevas para cubrir vacíos comunicacionales y ampliar la llegada. Además, se diseñó una propuesta para aunar colaboradores, como ONG, instituciones, asociaciones civiles y comerciales y medios de comunicación. Por último se diseñó una identidad visual que sirvió a la armonización e identificación de todas las comunicaciones.

El conjunto final resulta en una planificación sólida y abarcativa, que hace énfasis en el trabajo individual, pero a la vez, colectivo con los distintos actores sociales alcanzados por el pedido de separación. Asimismo, el plan vincula actividades de concientización con procesos de participación, como las reuniones, talleres educativos, eventos ecológicos, etc.

Por otra parte, cabe destacar que una campaña de concientización no tiene una finalización precisa en el tiempo. Por lo tanto, la dimensión temporal establecida en el plan configura una primera etapa de la misma; a su conclusión, se impone una evaluación global para poder contar con una segunda etapa de trabajo, diseñada esta según el feedback que devuelva la realidad.

Para concluir, cabe destacar que durante las entrevistas realizadas a funcionarios de Medio Ambiente, declararon que una planta que trabaje con un 70% de residuos separados en origen, es una planta exitosa. De no existir, a la conclusión de la primera etapa ese porcentaje de separación, se recomienda volcar el trabajo al tratamiento de cada vecino en particular, visitando casa por casa haciendo un trabajo minucioso y exhaustivo.

Como último recurso, se puede apelar a la imposición de la ordenanza vigente, utilizando multas para su cumplimiento. Sin embargo, el proceso de concientización en la población, es un trabajo que deberá realizarse por un extenso periodo de tiempo, el necesario para incorporar conciencia ambiental que dé como resultado un cambio de hábito en el manejo de sus residuos.

Bibliografía consultada

- *Radical la vida erradicando basurales*. Manual de líneas operativas para los Municipios. (1996) Ministerios de Salud y Seguridad Social del Gobierno de Córdoba.
- AVILIA LAMMERTIN, R. (1999). *RR.PP: Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora*. 3^{ra} Edición. Revista Imagen. Córdoba.
- BERLO, D. (1990) *El proceso de la comunicación*. 16^a reimpresión. Editorial El Ateneo. Argentina.
- BLACK, S (1996) *ABC de las Relaciones Públicas*. Editorial Gestión 2000 España.
- CALVO, M Y AGUADO I. (1997) *El medio ambiente en la opinión pública*. Editorial Mundi-Prensa. Madrid.
- DELGADO, D. (1997) *Hacia un nuevo modelo de gestión local*. Publicaciones de la UBA. Argentina.
- ENKERLIN, E, CANO, G, GARZA, R Y MARTINES, E. (2002) *Ciencia Ambiental y Desarrollo Sostenible*. Editorial Internacional Thomson Editores. México.
- GOODIN, R Y KLINGEMANN, H. (2001) *Nuevo manual de ciencia política*. Tomo 1. Editorial Istmo. Madrid.
- GRUNIG, J. HUNT, T. (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*. Gestión 2000. Barcelona.
- KOONTZ, H, WEHRICH, H y CANICE, M. (2008) *Administración Una Perspectiva Global Y Empresarial*. 13 Edición. Editorial Mc. Graw-Hill. Madrid.
- LENNON, F. (1999) *Edgard Bernays, el hombre que inventó las relaciones públicas*. Revista Imagen S.A. Argentina.
- MASTERS, G Y ELA, W. (2008) *Introducción a la ingeniería medioambiental*. Editorial Pearson Educación. Madrid.
- MILLER, T. (2002) *Ciencia Ambiental*. 5^a Edición. Internacional Thomson Editores. México.
- SHEIN, E. (1981) *Psicología de la Organización*. Editorial Dossat, S.a
- SCHEISOHN, D (1998) *Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa*. Fundación OSDE, Buenos Aires.
- TCHOBANOGLOUS, G, THEISEN, H Y VIGIL, S. (1994) *Gestión integral de residuos*

sólidos. Editorial McGraw. Madrid.

- VIEYTES, R. (2004) *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: De las ciencias.
- VILLAFañE, J. (1998) *Imagen Positiva, gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Editorial Pirámides. Madrid.
- WILCOX, D. Y CAMERON G. (2006) *Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas*. 8va Edición. Editorial Pearson. Madrid.

Páginas Web consultadas

- <http://luis-g.espacioblog.com/> (10/03/2012)
- <http://www.lavillademerlo.com.ar/merlo-historia.htm> (22/04/2012)
- <http://infomerlo.com/politica/604-el-gabinete-que-acompanara-a-la-intendenta-gloria-petrino-con-mayoria-de-mujeres> (29/05/2012)
- <http://infomerlo.com/politica/716-planta-regional-de-reciclaje-la-obra-estara-finalizada-para-mediados-de-2012-> (29/05/2012)
- <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos07-08/cisneros.pdf> (11/06/2012)
- <http://www.rppnet.com.ar/comunicacionestrategica.htm> (30/04/2012)
- <http://www.un.org/es/> (22/04/2012)
- <http://www.pnuma.org/> (22/04/2012)
- <http://es.scribd.com/doc/54018604/46/Ciudadania-y-conciencia-ambiental> (29/05/2012)
- <http://www.anea.org.mx/Topicos/T%207/Paginas%2052%20-%2057.PDF> (29/05/2012)
- <http://secgral.unsl.edu.ar/docs/Constitucion%20San%20Luis.pdf> (05/11/2012)
- <http://www.medioambiente.sanluis.gov.ar/MAmbienteWeb/Contenido/Pagina3/File/Leyp%20PPMM%2025916%20Residuos%20Domiciliarios.pdf> (05/11/2012)
- <http://www.medioambiente.sanluis.gov.ar/MAmbienteWeb/Contenido/Pagina3/File/Decreto%20N%203105%20Reglamento%20de%20Patologicos.pdf> (05/11/2012)

Anexos

5. Normativa nacional y provincial sobre manejo de residuos

Ley Nacional 25916 Gestión integral de residuos domiciliarios

Sancionada: **Agosto 4 de 2004**. Promulgada parcialmente: **Septiembre 3 de 2004**

Disposiciones generales

ARTÍCULO 1º — Las disposiciones de la presente ley establecen los presupuestos mínimos de protección ambiental para la gestión integral de los residuos domiciliarios, sean éstos de origen residencial, urbano, comercial, asistencial, sanitario, industrial o institucional, con excepción de aquellos que se encuentren regulados por normas específicas.

ARTÍCULO 2º — Denomínese residuo domiciliario a aquellos elementos, objetos o sustancias que como consecuencia de los procesos de consumo y desarrollo de actividades humanas, son desechados y/o abandonados.

ARTÍCULO 3º — Se denomina gestión integral de residuos domiciliarios al conjunto de actividades interdependientes y complementarias entre sí, que conforman un proceso de acciones para el manejo de residuos domiciliarios, con el objeto de proteger el ambiente y la calidad de vida de la población. La gestión integral de residuos domiciliarios comprende de las siguientes etapas: generación, disposición inicial, recolección, transferencia, transporte, tratamiento y disposición final.

- a) Generación: es la actividad que comprende la producción de residuos domiciliarios.
- b) Disposición inicial: es la acción por la cual se depositan o abandonan los residuos; es efectuada por el generador, y debe realizarse en la forma que determinen las distintas jurisdicciones.

La disposición inicial podrá ser:

- 1. General: sin clasificación y separación de residuos.
- 2. Selectiva: con clasificación y separación de residuos a cargo del generador.

c) Recolección: es el conjunto de acciones que comprende el acopio y carga de los residuos en los vehículos recolectores.

La recolección podrá ser:

- 1. General: sin discriminar los distintos tipos de residuo.
- 2. Diferenciada: discriminando por tipo de residuo en función de su tratamiento y valoración posterior.

- d) Transferencia: comprende las actividades de almacenamiento transitorio y/o acondicionamiento de residuos para su transporte.
- e) Transporte: comprende los viajes de traslado de los residuos entre los diferentes sitios comprendidos en la gestión integral.
- f) Tratamiento: comprende el conjunto de operaciones tendientes al acondicionamiento y valorización de los residuos. Se entiende por acondicionamiento a las operaciones realizadas a fin de adecuar los residuos para su valorización o disposición final. Se entiende por valorización a todo procedimiento que permita el aprovechamiento de los recursos contenidos en los residuos, mediante el reciclaje en sus formas física, química, mecánica o biológica, y la reutilización.
- g) Disposición final: comprende al conjunto de operaciones destinadas a lograr el depósito permanente de los residuos domiciliarios, así como de las fracciones de rechazo inevitables resultantes de los métodos de tratamiento adoptados.

Asimismo, quedan comprendidas en esta etapa las actividades propias de la clausura y postclausura de los centros de disposición final.

ARTÍCULO 4º — Son objetivos de la presente ley:

- a) Lograr un adecuado y racional manejo de los residuos domiciliarios mediante su gestión integral, a fin de proteger el ambiente y la calidad de vida de la población;
 - b) Promover la valorización de los residuos domiciliarios, a través de la implementación de métodos y procesos adecuados;
- Minimizar los impactos negativos que estos residuos puedan producir sobre el ambiente;
- d) Lograr la minimización de los residuos con destino a disposición final.

Autoridades competentes

ARTÍCULO 5º — Serán autoridades competentes de la presente ley los organismos que determinen cada una de las jurisdicciones locales.

ARTÍCULO 6º — Las autoridades competentes serán responsables de la gestión integral de los residuos domiciliarios producidos en su jurisdicción, y deberán establecer las normas complementarias necesarias para el cumplimiento efectivo de la presente ley.

Asimismo, establecerán sistemas de gestión de residuos adaptados a las características y particularidades de su jurisdicción, los que deberán prevenir y minimizar los posibles impactos negativos sobre el ambiente y la calidad de vida de la población.

ARTÍCULO 7º — Las autoridades competentes podrán suscribir convenios bilaterales o multilaterales, que posibiliten la implementación de estrategias regionales para alguna o la totalidad de las etapas de la gestión integral de los residuos domiciliarios.

ARTÍCULO 8º — Las autoridades competentes promoverán la valorización de residuos mediante la implementación de programas de cumplimiento e implementación gradual.

Generación y Disposición inicial

ARTÍCULO 9º — Denomínase generador, a los efectos de la presente ley, a toda persona física o jurídica que produzca residuos en los términos del artículo 2º. El generador tiene la obligación de realizar el acopio inicial y la disposición inicial de los residuos de acuerdo a las normas complementarias que cada jurisdicción establezca.

ARTÍCULO 10. — La disposición inicial de residuos domiciliarios deberá efectuarse mediante métodos apropiados que prevengan y minimicen los posibles impactos negativos sobre el ambiente y la calidad de vida de la población.

ARTÍCULO 11. — Los generadores, en función de la calidad y cantidad de residuos, y de las condiciones en que los generan se clasifican en:

- a) Generadores individuales.
- b) Generadores especiales. Los parámetros para su determinación serán establecidos por las normas complementarias de cada jurisdicción.

ARTÍCULO 12. — Denomínase generadores especiales, a los efectos de la presente ley, a aquellos generadores que producen residuos domiciliarios en calidad, cantidad y condiciones tales que, a criterio de la autoridad competente, requieran de la implementación de programas particulares de gestión, previamente aprobados por la misma.

Denomínase generadores individuales, a los efectos de la presente ley, a aquellos generadores que, a diferencia de los generadores especiales, no precisan de programas particulares de gestión.

Recolección y transporte

ARTÍCULO 13. — Las autoridades competentes deberán garantizar que los residuos domiciliarios sean recolectados y transportados a los sitios habilitados mediante métodos que prevengan y minimicen los impactos negativos sobre el ambiente y la calidad de vida de la población. Asimismo, deberán determinar la metodología y frecuencia con que se hará la recolección, la que deberá adecuarse a la cantidad de residuos generados y a las características ambientales y geográficas de su jurisdicción.

ARTÍCULO 14. — El transporte deberá efectuarse en vehículos habilitados, y debidamente acondicionados de manera de garantizar una adecuada contención de los residuos y evitar su dispersión en el ambiente.

Tratamiento, Transferencia y Disposición Final

ARTÍCULO 15. — Denomínase planta de tratamiento, a los fines de la presente ley, a aquellas instalaciones que son habilitadas para tal fin por la autoridad competente, y en las cuales los residuos domiciliarios son acondicionados y/o valorizados. El rechazo de los procesos de valorización y todo residuo domiciliario que no haya sido valorizado, deberá tener como destino un centro de disposición final habilitado por la autoridad competente.

ARTÍCULO 16. — Denomínase estación de transferencia, a los fines de la presente ley, a aquellas instalaciones que son habilitadas para tal fin por la autoridad competente, y en las cuales los residuos domiciliarios son almacenado transitoriamente y/o acondicionados para su transporte.

ARTÍCULO 17. — Denomínase centros de disposición final, a los fines de la presente ley, a aquellos lugares especialmente acondicionados y habilitados por la autoridad competente para la disposición permanente de los residuos.

ARTÍCULO 18. — Las autoridades competentes establecerán los requisitos necesarios para la habilitación de los centros de disposición final, en función de las características de los residuos domiciliarios a disponer, de las tecnologías a utilizar, y de las características ambientales locales. Sin perjuicio de ello, la habilitación de estos centros requerirá de la aprobación de una Evaluación de Impacto Ambiental, que contemple la ejecución de un Plan de Monitoreo de las principales variables ambientales durante las fases de operación, clausura y postclausura.

ARTÍCULO 19. — Para la operación y clausura de las plantas de tratamiento y de las estaciones de transferencia, y para la operación, clausura y postclausura de los centros de disposición final, las autoridades competentes deberán autorizar métodos y tecnologías que prevengan y minimicen los posibles impactos negativos sobre el ambiente y la calidad de vida de la población.

ARTÍCULO 20. — Los centros de disposición final deberán ubicarse en sitios suficientemente alejados de áreas urbanas, de manera tal de no afectar la calidad de vida de la población; y su emplazamiento deberá determinarse considerando la planificación territorial, el uso del suelo y la expansión urbana durante un lapso que incluya el período de postclausura. Asimismo, no podrán establecerse dentro de áreas protegidas o sitios que contengan elementos significativos del patrimonio natural y cultural.

ARTÍCULO 21. — Los centros de disposición final deberán ubicarse en sitios que no sean inundables. De no ser ello posible, deberán diseñarse de modo tal de evitar su inundación.

Coordinación interjurisdiccional

ARTÍCULO 22. — El Consejo Federal de Medio Ambiente (COFEMA) a los fines de la presente ley, y en cumplimiento del Pacto Federal Ambiental actuará como el organismo de coordinación interjurisdiccional, en procura de cooperar con el cumplimiento de los objetivos de la presente ley.

ARTÍCULO 23. — El organismo de coordinación tendrá los siguientes objetivos:

- a) Consensuar políticas de gestión integral de los residuos domiciliarios; b) Acordar criterios técnicos y ambientales a emplear en las distintas etapas de la gestión integral;
- c) Consensuar, junto a la Autoridad de Aplicación, las metas de valorización de residuos domiciliarios.

Autoridad de aplicación

ARTÍCULO 24. — Será autoridad de aplicación, en el ámbito de su jurisdicción, el organismo de mayor jerarquía con competencia ambiental que determine el Poder Ejecutivo nacional.

ARTÍCULO 25. — Serán funciones de la autoridad de aplicación:

- a) Formular políticas en materia de gestión de residuos domiciliarios, consensuadas en el seno del COFEMA. b) Elaborar un informe anual con la información que le provean las provincias y la Ciudad de Buenos Aires, el que deberá, como mínimo, especificar el tipo y cantidad de residuos domiciliarios que son recolectados, y además, aquellos que son valorizados o que tengan potencial para su valorización en cada una de las jurisdicciones.
- c) Fomentar medidas que contemplen la integración de los circuitos informales de recolección de residuos.
- d) Promover programas de educación ambiental, conforme a los objetivos de la presente ley.
- e) Proveer asesoramiento para la organización de programas de valorización y de sistemas de recolección diferenciada en las distintas jurisdicciones.
- f) Promover la participación de la población en programas de reducción, reutilización y reciclaje de residuos.
- g) Fomentar, a través de programas de comunicación social y de instrumentos económicos y jurídicos, la valorización de residuos, así como el consumo de productos en cuya elaboración se emplee material valorizado o con potencial para su valorización.

- h) Promover e incentivar la participación de los sectores productivos y de comercio de bienes en la gestión integral de residuos.
- i) Impulsar y consensuar, en el ámbito del COFEMA, un programa nacional de metas cuantificables de valorización de residuos de cumplimiento progresivo; el cual deberá ser revisado y actualizado periódicamente.

De las infracciones y sanciones

ARTÍCULO 26. — El incumplimiento de las disposiciones de la presente ley o de las reglamentaciones que en su consecuencia se dicten, sin perjuicio de las sanciones civiles o penales que pudieran corresponder, será sancionado con:

- a) Apercibimiento.
- b) Multa de diez (10) hasta doscientos (200) sueldos mínimos de la categoría básica inicial de la Administración Pública Nacional.
- c) Suspensión de la actividad de treinta (30) días hasta un (1) año, según corresponda y atendiendo a las circunstancias del caso.
- d) Cese definitivo de la actividad y clausura de las instalaciones, según corresponda y atendiendo a las circunstancias del caso.

ARTÍCULO 27. — Las sanciones establecidas en el artículo anterior se aplicarán previa instrucción sumaria que asegure el derecho de defensa, y se graduarán de acuerdo con la naturaleza de la infracción y el daño ocasionado.

ARTÍCULO 28. — En caso de reincidencia los máximos de las sanciones previstas en los incisos b) y c) del artículo 26 podrán multiplicarse por una cifra igual a la cantidad de reincidencias aumentada en una unidad.

ARTÍCULO 29. — Se considerará reincidente al que, dentro del término de tres (3) años anteriores a la fecha de comisión de la infracción, haya sido sancionado por otra infracción de idéntica o similar causa.

ARTÍCULO 30. — Las acciones para imponer sanciones previstas en la presente ley prescriben a los cinco (5) años contados a partir de la fecha en que se hubiere cometido la infracción o que la autoridad competente hubiere tomado conocimiento de la misma, la que sea más tardía.

ARTÍCULO 31. — Lo ingresado en concepto de multas a que se refiere el artículo 26, inciso b) serán percibidas por las autoridades competentes, según corresponda, para conformar un fondo destinado, exclusivamente, a la protección y restauración ambiental en cada una de las jurisdicciones.

ARTÍCULO 32. — Cuando el infractor fuere una persona jurídica, los que tengan a su cargo la dirección, administración o gerencia, serán solidariamente responsables de las sanciones establecidas en el presente capítulo.

Plazos de adecuación

ARTÍCULO 33. — Establécese un plazo de 10 años, a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para la adecuación de las distintas jurisdicciones a las disposiciones establecidas en esta ley respecto de la disposición final de residuos domiciliarios. Transcurrido ese plazo, queda prohibida en todo el territorio nacional la disposición final de residuos domiciliarios que no cumpla con dichas disposiciones.

ARTÍCULO 34. — Establécese un plazo de 15 años, a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para la adecuación de las distintas jurisdicciones al conjunto de disposiciones establecidas en esta ley. Transcurrido ese plazo, queda prohibida en todo el territorio nacional la gestión de residuos domiciliarios que no cumpla con dichas disposiciones.

Disposiciones Complementarias

ARTÍCULO 35. — Las autoridades competentes deberán establecer, en el ámbito de su jurisdicción, programas especiales de gestión para aquellos residuos domiciliarios que por sus características particulares de peligrosidad, nocividad o toxicidad, puedan presentar riesgos significativos sobre la salud humana o animal, o sobre los recursos ambientales.

ARTÍCULO 36. — Las provincias y la Ciudad de Buenos Aires deberán brindar a la Autoridad de Aplicación la información sobre el tipo y cantidad de residuos domiciliarios recolectados en su jurisdicción, así como también aquellos que son valorizados o que tengan potencial para su valorización.

ARTÍCULO 37. — Se prohíbe la importación o introducción de residuos domiciliarios provenientes de otros países al territorio nacional.

ARTÍCULO 38. — La presente ley es de orden público.

ARTÍCULO 39. — Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS CUATRO DIAS DEL MES DE AGOSTO DEL AÑO DOS MIL CUATRO.

— REGISTRADO BAJO EL Nº 25.916— EDUARDO O. CAMAÑO. — MARCELO A. GUINLE. —
Eduardo D. Rollano. — Juan Estrada.

DECRETO 3105 REGLAMENTARIO DE LEYART 19 Y 20 LEY RESIDUOS PELIGROSOS

RESIDUOS PATOGENICOS O PATOLÓGICOS

VISTO:

El Expte. Nº 0000-2007-049374, mediante el cual el Programa Gestión Ambiental y Control de Contaminación, tramita la aprobación de la reglamentación de los Artículos 19º y 20º de la Ley Nacional de Residuos Peligrosos Nº 24.051, a la cual adhirió la Provincia de San Luis mediante Ley Nº IX-0335-2004, y;

CONSIDERANDO:

Que resulta necesario establecer un sistema de generación, manipulación, transporte, tratamiento y disposición ambientalmente adecuada y sustentable de los residuos patogénicos o patológicos, a fin de evitar perjuicios a la salud de los habitantes y asimismo preservar el medio ambiente; Que en tal sentido cabe considerar los artículos 19º y 20º de la Ley Nacional Nº 24.051, que no han sido objeto de reglamentación en ocasión del dictado del Decreto Nº 2092-MLyRI-2006, por referirse los mismos exclusivamente a los Residuos Patogénicos o Patológicos; Que el Programa Gestión Ambiental y Control de Contaminación dependiente del Ministerio de Medio Ambiente, tiene a su cargo la protección, recuperación y control del medio ambiente, siendo la Autoridad de Aplicación de la Ley Provincial Nº IX-0335-2004, adhesión a Ley Nacional Nº 24.051 y su reglamentación; Que han tomado debida intervención a fs. 117 Fiscalía de Estado y a fs. 120 el Programa de Fiscalización e Infraestructura Hospitalaria dependiente del Ministerio de Salud, expresando que no existen objeciones que formular, en consecuencia se estaría en condiciones de dictarse el pertinente acto administrativo; Por ello y en uso de sus atribuciones, EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA
D E C R E T A:

Art. 1º.- Aprobar la reglamentación de los Artículos 19º y 20º de la Ley Nacional de Residuos Peligrosos Nº 24.051, a la cual adhirió la Provincia de San Luis mediante Ley Nº IX-0335-2004, que como Anexo forma parte integrante del presente Decreto.-

Art. 2º.- Notificar a Fiscalía de Estado.-

Art. 3º.- Hacer saber al: Ministerio de Salud, Programa de Fiscalización e Infraestructura Hospitalaria y al Programa Gestión Ambiental y Control de Contaminación.-

Art. 4º.- El presente Decreto será refrendado por el Señor Ministro Secretario de Estado de Medio Ambiente y el Señor Ministro Secretario de Estado de Salud.-

Art. 5º.- Comunicar, publicar, dar al Registro Oficial y archivar.-

CDE.DECRETO Nº -MMA-2009.-

Art 19º: A los efectos de la presente reglamentación son considerados residuos patológicos, todos aquellos desechos o elementos materiales en estado sólido, semisólido, líquido o gaseoso, que presumiblemente presenten o puedan presentar características de infecciosidad, toxicidad, teratogenicidad, o actividad biológica que puedan afectar directa o indirectamente a los seres vivos, o causar contaminación del suelo, el agua, o de la atmósfera que sean generados en la atención de la salud humana o animal por el diagnóstico, tratamiento, inmunización o provisión de servicios, así como también en la investigación o producción comercial de elementos biológicos tóxicos, incluyéndose los siguientes:

- a) Residuos provenientes de cultivos de laboratorio;
- b) Restos de sangre y de sus derivados;
- c) Residuos orgánicos provenientes del quirófano, servicios de hemodiálisis, hemoterapia, anatomía patológica, morgue;
- d) Restos de animales, producto de la investigación médica y/o académica, clínicas veterinaria;
- e) Algodones, gasas, vendas usadas, ampollas, jeringas, objetos cortantes o punzantes, materiales descartables, elementos impregnados con sangre u otras sustancias putrescibles que no se esterilizan;
- f) Agentes quimioterápicos, y todos los residuos cualesquiera sean sus características que se generen en áreas de alto riesgo infecto- contagioso; Los residuos de naturaleza radiactiva, quedan excluidos de la presente y se regirán por las disposiciones vigentes en esa materia, de conformidad con lo normado en el Artículo 2º de la Ley Nacional Nº 24.051.

Art. 20º: Las autoridades responsables de la habilitación de edificios destinados a hospitales, clínicas de atención médica, odontológica o veterinarias, maternidades, laboratorios de análisis clínicos o de investigación científica biológica, y en general centros de salud humana o animal, centros de investigación biomédica y en aquellos que se utilicen animales vivos, exigirán como condición para otorgar esa habilitación el cumplimiento de los siguientes requisitos: a) Estar inscripto en el Registro Provincial de Generadores- Operadores y Transportistas de Residuos peligrosos.

b) Contar con un Manual de Gestión de Residuos Patológicos, que deberá cumplirse estrictamente, visado por la Autoridad de Aplicación de la presente norma, el que contendrá los siguientes principios básicos:

b.1.) Programa de manejo de residuos.

- b.2.) Grado o peligrosidad de los residuos.
- b.3.) Separación de los residuos patogénicos de otro tipo de residuos.
- b.4.) Procedimientos de seguridad interna para el manipuleo de los residuos patológicos generados.
- b.5.) Rutas de transporte interno hospitalario, estableciendo vías sucias y limpias.
- b.6.) Recintos de acumulación de residuos patológicos y limpieza de los mismos.
- b.7.) Envases para la recolección, transporte y tiempo de permanencia en el establecimiento.
- b.8.) Normas de bioseguridad, vestuarios y elementos de protección para quienes manejan estos residuos.
- b.9.) Programas de contingencias, acciones y notificaciones en caso de accidentes.
- b.10.) Planes de Minimización de riesgos: en este caso el generador debe proveer obligatoriamente a su personal, a los efectos de minimizar los riesgos de las tareas, cursos de capacitación sobre riesgos y precauciones necesarias para el manejo y transporte interno de residuos patogénicos y peligrosos, exámenes preocupacionales y médicos periódicos, inmunizaciones obligatorias y aquellas que por vía reglamentaria se dispongan, equipo de protección personal, de acuerdo a las tareas que desempeñen, e instrucciones operativas del Manual de Gestión de Residuos Patológicos.

A efectos de dar cumplimiento a este apartado, la Autoridad de Aplicación elaborará en un término de ciento veinte (120) días un Manual de Gestión de Residuos Patológicos, que servirá de guía o modelo, para los solicitados.

c) Contar con un sitio de almacenamiento de residuos patológicos que cumpla estrictamente los siguientes requisitos:

- c.1.) Poseer las dimensiones correctas, en función con el diagnóstico estimativo de la cantidad de residuos generados en el establecimiento, y estar diseñado como para almacenar el equivalente a siete (7) días de acumulación y con una ubicación que permita fácil acceso, maniobra y operación de quien recoge los residuos, ya sea interna o externamente.
- c.2.) El sitio de almacenamiento deberá estar construido de material seguro, con paredes, techos y pisos de material impermeable y que permitan el fácil lavado y desinfección. Los pisos además deberán poseer pendientes o alcantarillado enrejado, que permita la recolección selectiva de los efluentes de lavado y el tratamiento o disposición de los mismos.
- c.3.) Si el área es un sitio externo separado del edificio, el mismo deberá estar cercado con cierre perimetral y con carteles que señalen que en el mismo se disponen “Residuos Patológicos”, por tanto con carteles que indiquen “PELIGRO”, y restrinjan el ingreso.

c.4.) Deberá tener buena ventilación e iluminación natural o artificial, de poseer ventanas las mismas deberán contar con telas metálicas para impedir el ingreso de moscas, mosquitos, roedores o cualquier insecto, y rejas de seguridad.

c.5.) Carpintería metálica con puertas y ventanas con cierre de seguridad, contar con todas las medidas de seguridad necesarias para prevenir incendios, incidentes o accidentes en el sitio.

En aquellos casos en que los volúmenes generados y la peligrosidad de los residuos lo ameriten, previa autorización de la autoridad de aplicación, el generador podrá almacenar transitoriamente sus residuos en un sitio o equipo adecuado (freezer).

d) Identificar y separar adecuadamente los residuos generados, todo generador deberá obligatoriamente disponer los residuos patológicos generados MÍNIMAMENTE en BOLSAS DE COLOR ROJO de 120 μ (ciento veinte micrones).

2. Guía de pautas para entrevista individual

1. De la Secretaria

- 1.1. Puesto
- 1.2. Funciones y tareas en el Comité
- 1.3. Colaboradores

2. Comunicación de la Secretaria de Medio Ambiente

- 2.1. Planificación
 - 2.1.1. Responsable
 - 2.1.2. Objetivos
- 2.2. Públicos
 - 2.2.1. Segmentación
 - 2.2.2. Relación
- 2.3. Mensajes
- 2.4. Frecuencia
- 2.5. Canales
 - 2.5.1. Medios de Comunicación Masiva
 - 2.5.2. Internet
 - 2.5.3. Contacto personal
- 2.6. Comunicación Visual
 - 2.6.1. Logotipo, folletería, colores, etc.

2. Comunicación y concientización: planta de residuos

- 2.1. Estrategia
 - 2.1.1. Objetivos
 - 2.1.2. Plazos
 - 2.1.3. Recursos
 - 2.1.4. Responsables
- 2.2. Públicos
 - 2.2.1. Segmentación
 - 2.2.2. Relación
- 2.3. Mensajes

2.4. Frecuencia

2.5. Medios

2.5.1. Medios de Comunicación Masiva

2.5.2. Internet

2.5.3. Contacto Personal

2.5.4. Otros

2.6. Actividades

2.6.1. De Concientización

2.6.2. De Intervención

3. Guía de Pautas para entrevista grupal

1. Residuos

1.1. Cultura

- 1.1.1. Modo de desecho
- 1.1.2. Creencias y hábitos

1.2. Reciclaje y compostaje

1.3. Recolección

- 1.3.1. Conocimiento
- 1.3.2. Opinión

2. Separación

2.2 Posibilidades

- 2.2.1. Opiniones

2.1. Dificultades

2.2. Beneficios

3. Medios

3.1. Conocimiento

3.2. Utilización

- 3.2.1. Preferencias
- 3.2.2. Expectativas
- 3.2.3. Frecuencia

3.3. Mensajes

4. Cuestionarios

Barrio:	Fecha:
----------------	---------------

Contaminación

1. ¿Cuanta basura cree usted que genera una persona tipo por día?
2. ¿Sabe usted en que consiste la separación de residuos?
 - 2.1. ¿Podría describirlo?
3. ¿Qué opina usted sobre el reciclaje?
4. ¿Cómo calificaría usted la posición por parte de la población en general respecto a la problemática de los residuos en su ciudad?

DESINTERESADA INTERESADA INTERESADA Y ACTIVA IRRESPONSABLE

 - 4.1 Si en la anterior pregunta contestó DESINTERESADA o IRRESPONSABLE, ¿por qué?
5. ¿Considera usted que los niños tienen o podrían tener una actitud diferente a la de los adultos, al momento de deshacerse de los residuos?
6. ¿Considera usted que Merlo es una ciudad poco contaminada?
 - 6.1. Si contestó NO en la anterior pregunta, ¿por qué?
7. ¿Toma agua de la canilla o agua envasada?
 - 7.1. Si contestó ENVASADA en la anterior pregunta, ¿por qué?
8. ¿Conoce usted el basural a cielo abierto de la ciudad de Merlo?
 - 8.1. ¿Puede describir lo que le llamo más la atención del mismo?
9. ¿Conoce usted las consecuencias negativas para el ambiente que genera una situación de este tipo?
10. ¿Esta al tanto usted del fenómeno denominado cirujeo, que actualmente se desarrolla en el basurero de la ciudad?
 - 10.1. Si contestó SI en la anterior pregunta, ¿qué opina?

11. ¿Le gustaría que el basural dejara de existir?

En los hogares

12. ¿Considera usted que en su hogar existe una preocupación por la contaminación generada por el desecho de residuos y su disposición final?

13. ¿Cree usted que en su casa existe una cultura tendiente al reciclaje?

14. ¿En su hogar se lleva a cabo la separación de residuos o se desecha todo en un mismo contenedor/bolsa?

15. ¿Existe algún elemento que sea normalmente considerado como residuo que usted no desecha y que lo reutiliza para otro uso? (ejemplo: cajas de zapatos, bolsas, vasos de plástico, etc.)

15.1. ¿Los puede nombrar?

16. ¿Dispone usted de algún desecho como abono orgánico de jardín? (Ejemplo: cáscara de huevos o frutas, yerba usada, etc.)

17. ¿Que hacen en su hogar con los residuos electrónicos (computadoras, celulares, electrodomésticos, etc.)?

18. ¿Estaría usted dispuesto a separar los residuos en orgánicos e inorgánicos, si supiera que lo anterior generaría un cambio radical en la comunidad?

18.2. ¿Cuáles considera usted que podrían ser las dificultades de llevar a cabo esta actividad?

18.3. ¿Cuáles cree usted que podrían ser los beneficios de separar los residuos en los hogares?

Recolección

19. ¿Sabe usted cuales son los horarios y días de recolección de residuos en su barrio?

20. ¿Saca usted todos los días las bolsas de basura para que los recolectores las recojan?

21. ¿Esta usted satisfecho con el servicio de recolección de residuos que brinda la Municipalidad de Merlo?

SATISFECHO

POCO SATISFECHO

INSATISFECHO

21.1. Si contestó POCO SATISFECHO o INSATISFECHO, ¿por qué?

Planta de Tratamiento

22. ¿Esta usted al tanto de la planta de tratamiento de residuos regional que el gobierno provincial esta construyendo al kilómetro 9 de la ruta 1?

23. ¿Considera usted que el gobierno provincial o municipal debería haber invertido en una obra pública distinta a la planta de residuos, que satisfaga alguna otra necesidad de la población?

23.1. ¿Cuál?

Medios de Comunicación

24. ¿Alguna vez recibió información sobre temas relacionados a los residuos, contaminación o demás cuestiones ambientales? Ya sea desde el ámbito del gobierno, o de ONG.

25. ¿Podría usted nombrar todos los medios de comunicación masiva existentes en la ciudad de merlo?

25.1. ¿De los anteriores, cuales utiliza usted?

25.2. ¿Cuál es el que mas utiliza?, ¿porque?

25.3. ¿Durante que momento del día y durante cuanto tiempo lo hace?

26. ¿Cual es el medio y programa que usted considera como el más importante o el más seguido por los habitantes de Merlo?

27. Si usted quiere confirmar o ampliar una información, ¿de que manera lo hace?

28. ¿Conoce usted la página web de la municipalidad?

28.1. Si contestó SI en la anterior pregunta, ¿qué opina?

29. ¿Considera usted relevante el hecho de que la Municipalidad lleve adelante una campaña de concientización respecto a la problemática de los residuos y la separación en origen?

RELEVANTE

POCO RELEVANTE

IRRELEVANTE

29.1. Si contestó POCO RELEVANTE o IRRELEVANTE, ¿por qué?

5. Transcripción de entrevistas individuales

Entrevista individual Nº 1

NOMBRE Y APELLIDO DE ENTREVISTADA: Jorgelina Moschella

CARGO: Directora de Concientización, Planificación y control de la Secretaria de Medio Ambiente

Merlo, Julio 2012

ANDREA Y ahora que está vacante el cargo de secretaria de Medio Ambiente, ¿cómo se maneja la Secretaria?

JORGELINA Dentro de la Secretaría estoy a cargo, pero en realidad la Dirección depende actualmente de la Secretaría de Gobierno. La cabeza de la secretaría es la Secretaria de Gobierno, y por debajo de ella, yo.

ANDREA Bien, perfecto. Yo tengo entendido que para la planta de tratamiento, ¿ahora específicamente hay un Comité de concientización, es así?

JORGELINA Desde la Secretaría no, estamos manejando varios temas y uno de ellos es la Planta de Concientización.

ANDREA Bien, o sea, ¿la misma gente que trabaja en otras áreas trabaja en Concientización o se hizo un grupo específico?

JORGELINA No, no, no. El mismo personal de la Secretaría para Merlo somos nosotros y el Ministerio tiene su equipo de gente que va recorriendo todas las localidades, pero dentro de Merlo, la Secretaría completa, el equipo completo está trabajando en este tema.

ANDREA Bien; dentro de la Secretaría para lo que es ahora esta parte de concientización, ¿cuales son un poco tus tareas o funciones?

JORGELINA Y nosotros lo que fuimos haciendo es participar en las reuniones de Intendentes, para la creación del consorcio de intendentes de las localidades participantes de la planta, y después, bueno, organizamos determinadas reuniones para tratar de que la gente pueda llegar a la información

ANDREA Reuniones públicas

JORGELINA Claro, trajimos a la gente del Ministerio y convocamos a los vecinos para que bueno, pueda haber intercambio de la información y los vecinos puedan sacarse todas las dudas que puedan tener sobre la planta de residuos; y después realizamos con las charlas en los colegios, más allá de las que realizó el Ministerio, realizamos nosotros algunas que bueno,

recién empiezan, vamos a continuar, para que los chicos también vayan aprendiendo como es el tema de la separación en la casa , y como va a funcionar la planta.

ANDREA Bien, perfecto, la convocatoria a las reuniones públicas que tal fue?

JORGELINA Bastante poca gente, muy poca gente. Sabemos por ahí hoy en día por las páginas de noticias o por el facebook te va poniendo comentarios la gente, y por ahí decís bueno acérquense, estamos con las puertas abiertas, le amplias el horario y por ahí la gente no se acerca, como que más de una vez cuestionaron, criticaron desde atrás de una pantalla, y eso fue muy sencillo, pero cuando vos le decís vení acércate, sumate, ahí ya es como que organizas una reunión conseguís el lugar, traes la gente de San Luís y después tenés una convocatoria muy baja, entonces es como que el compromiso del vecino con las distintas situaciones que se van dando en la comunidad me parece que muchas veces no pasa de la o el discurso, en muchos temas, no solamente en la temática ambiental. La experiencia nuestra hasta ahora es que por ahí la gente tiene muchas dudas pero no se acerca para poder salvar esas dudas entonces se queda con esas dudas y crea, genera opinión en relación a la falta de información que tiene.

ANDREA Bien, dentro de la Secretaría me decís que todos trabajan, pero que, ¿cual es el aporte técnico que hacen para esta tarea?

JORGELINA ¿Para la concientización?

ANDREA Sí, para todo lo que se refiere a la planta, y la adhesión al proyecto de separación en domicilio

JORGELINA Sí en realidad nosotros nos sumamos a la idea del ministerio; la idea la trajo el ministerio y nosotros nos sumamos, bueno a ver desde Merlo en que podemos colaborar, por ejemplo fuimos los iniciadores de las reuniones de intendentes, nosotros invitamos al resto de los intendentes para que nos encontráramos y habláramos del tema de la planta de residuos. Vamos acompañando el proceso digamos, no hemos aportado ni al diseño, ni a la planificación de la planta, en realidad fue una idea que surgió del gobierno de la provincia y nosotros por ahí somos un nexo entre la población y el gobierno de la provincia que a lo mejor desde San Luís le resulta dificultoso organizar reuniones acá o generar convocatoria, entonces es como que hemos ido aportando en relación a lo que el ministerio fue planteando. Tratamos de ver la realidad particular que tiene Merlo y que otras comunidades por ahí no lo tienen, como es la cantidad de residuos que generamos por habitante por día; es prácticamente el 50% de lo que va a recibir la planta o el hecho de que Merlo tiene una población en primera instancia con un índice de crecimiento muy grande, acá se viene a vivir

gente todos los días, y aparte el aporte del turismo que donde vos tenés un fin de semana largo o lo que es temporada alta, se incrementa la población de un día para el otro. Entonces es una realidad que otras poblaciones no la tienen, por ejemplo La Punilla, Villa del Carmen, San Pablo, comunidades pequeñas, con una realidad muy distinta. La Punilla por ejemplo tiene 180 habitantes, comparado con la monstruosidad que es Merlo hay una realidad diferente. Nosotros lo que tratamos es de defender la postura de Merlo, los intereses de Merlo, en relación a este proyecto, digamos, pero acompañándolo para que sea lo más exitoso posible, más allá de que se generó en San Luís, que se va a hacer en toda la provincia, nosotros desde Merlo lo que queremos es que sea una experiencia exitosa.

ANDREA Bien. Desde San Luís, más allá de saber la estrategia que ellos tienen, ¿ellos continúan realizando acciones? ¿O las acciones terminan con la construcción de la planta...?

JORGELINA No, ellos vienen participando en las reuniones de Intendentes, han capacitado a empleados municipales, de cada localidad fueron enviados empleados municipales a San Luís, para después capacitar en cada municipio, y están generando... siguen dando charlas en los colegios, sigue el tema de la campaña publicitaria, digamos que se sigue trabajando en el tema de la concientización a la comunidad por un lado, y coordinación de acciones entre los municipios por otro.

ANDREA Bien, pero ellos siempre plantean una estrategia global para todos los municipios, no toman en cuenta la realidad, cuestiones específicas de cada lugar...

JORGELINA Y, la idea es que dentro de las diferentes realidades poder ir encontrando una metodología de trabajo en común, que todos por ejemplo separemos en bolsas blancas y negras, que todos los municipios van a enviar los residuos de la misma forma a la planta, o sea la planta ya sabe lo que contiene una bolsa negra o una bolsa blanca. La idea es poder unificar todos esos criterios más allá de las particularidades que tiene cada uno: después hay una cuestión de diseño de logística, para ver como hace cada municipio para que sus residuos lleguen a la planta, eso ya es muy particular de cada uno de los municipios.

ANDREA Más allá de que ustedes quieran ser una pata más dentro de todo esto; ¿ustedes se han planteado objetivos que tengan específicos, por ejemplo seguir ayudando en las escuelas, o seguir teniendo las puertas abiertas para los vecinos, o sea hay un lineamiento entre todas las acciones y por ahí capaz en coordinación con el área prensa, coordinación con otras áreas y otros recursos?

JORGELINA Sí, dentro de lo posible sí, es muy difícil porque tenemos una realidad concreta y es que la Secretaría de Ambiente maneja muchos temas, no parece pero cuando nos hemos

puesto a elaborar informes y a hacer estadísticas y decir bueno, que hemos hecho en estos primeros 6 meses las temáticas que nos atraviesan son muchas, y muchas veces tenés que trabajar con recursos mínimos lo cual indica que no se alcanza lo ideal. Lo ideal hubiera sido llegar a tal cosa, lo ideal hubiera sido tal otra y muchas veces no se puede, entonces dentro de todo, se planifica y se trabaja en relación a las posibilidades, a lo posible y a la disponibilidad de personal y de recursos que hay. La realidad concreta es que uno hubiera querido tener una campaña mediática que por ahí hoy no está, o haber tenido mucha más presencia dentro de las escuelas y, incluso casa por casa, recorriendo los barrios, no se cuenta con personal ni recursos para contratarlo entonces eso..

ANDREA Te limita

JORGELINA Te obliga a trabajar en el marco de lo posible. Tenemos mucha colaboración de los medios. Siempre que nosotros a través del área de prensa de la municipalidad hemos tirado información a los medios, los medios lo han recibido y lo han reproducido y nos han buscado y nos han dado espacio para difundir la idea y explicarlo. Incluso han acompañado mucho la difusión de cada una de las actividades que desarrolla la secretaría. Tanto se hemos ido a dar una charla a una escuela los medios nos han acompañado. La respuesta por parte de los medios de Merlo con respecto a este tema es muy positiva. Están muy interesados y nos van apoyando digamos, pero sí sabemos que lo ideal es una campaña mucho más fuerte y mucho más presencia en las calles con este tema digamos.

ANDREA Bien, perfecto. Bueno esta es una pregunta propia de la comunicación, ¿pero ustedes en la forma de organizar sus actividades, tienen en cuenta que dentro de Merlo existe una segmentación de cómo dirigirse por ejemplo a una institución, a la asociación hotelera, a una escuela, a un particular..?

JORGELINA Sí, nosotros trabajamos lo que es mediático tratamos de llevarlo con un matiz más bien general, tratar de dirigirnos al ciudadano y al vecino de Merlo que aporta y muchas veces no, a través de sus impuestos, pero como que es el sujeto hacia el que más apuntamos en relación a la concientización. sobre todo en el cumplimiento de las ordenanzas y la implementación pero bueno, cuando hemos tenido que dar charlas en los colegios hemos adaptado el mensaje al público al cual nos estábamos dirigiendo; tratamos siempre a nivel de los medios de comunicación que el mensaje sea lo más amplio posible, que sea claro, conciso, sintético y amplio, tratamos de eliminar todo lo que tenga que ver con el lenguaje técnico, o con dificultades de abstracciones, no, bien concretito, con un lenguaje bien simple, que

cualquier persona de cualquier barrio y con cualquier tipo de formación lo pueda llegar a comprender las acciones necesarias que cada uno de nosotros realiza en su casa para que la planta funcione correctamente. Sabemos que el público al cual debemos apuntar es muy variado, de muy variado origen, sabemos que una de las particularidades que tiene la población de Merlo.

ANDREA Sí me pasó en las encuestas que el nivel de conocimientos detectados difiere mucho, gente que ya hace separación totalmente concientizada y que lo relacionan con el turismo y gente que...

JORGELINA Así que bueno dentro de todo en cada una de las reuniones dependiendo del público hemos planteado también la forma de llegar, digamos.

ANDREA Bien, perfecto. Me hablabas de los medios de comunicación masiva son el canal, y la radio..

JORGELINA Sí, y ahora tenemos la presencia de sitios como Infomerlo, que es un pagina web que informa bastante a la gente de Merlo a través de ...

ANDREA ¿Es un periódico virtual?

JORGELINA Claro, claro

ANDREA Y que otro medio, está la oficina abierta al que quiera venir, ¿pero que otro canal consideras?

JORGELINA Y, hoy en día se usa mucho, por ejemplo estamos utilizando mucho a través de Facebook

ANDREA ¿De la Secretaría o específico del tema?

JORGELINA De la municipalidad, y a través de los personales lo vas compartiendo, nosotros por ahí planteamos determinadas imágenes en donde planteamos un mensaje, lo subimos al facebook del municipio, y desde ahí lo vamos compartiendo, las amistades lo van reproduciendo, y eso nos permite llegar a muchísima gente, es más cruzar las fronteras de merlo, porque te termina contestando gente de Carpintería o de Buenos Aires, que te dicen, que lindo que bueno poder estar haciendo esto allá, como que las demás tecnologías también ayudan mucho, está bien hay mucha gente que no sabe ni lo que es usar una computadora, son otras formas de llegar, por ahí sabemos que la gente que no tiene facebook pero escucha radio, o mira TV con el noticiero a la noche. Y bueno, tratando de llegar siempre a cada uno de los vecinos con sus particularidades.

ANDREA Perfecto. Aparte de la escuela, que yo lo podría llegar a llamar como una intervención, ¿han producido alguna otra cosa en un día, el día del medio Ambiente, algo..?

JORGELINA Hemos hecho para el día del medio ambiente, para el día del animal, hacemos vacunaciones en los barrios, desparasitaciones y si por ahí no son eventos específicos en relación a la planta más allá de que se hicieron las reuniones, las charlas, siempre que se habla de la temática ambiental, siempre tratamos de que aunque no se hable específicamente de la planta tratamos de generar una conciencia ambiental en general, o sea que la gente tenga adentro sus animales, los yuyos de la calle, no prendas fuego, no quemes, no corte los árboles, como que tratamos de llegar a un mensaje general de conservación . Parece que no tiene sentido que el vecino te separe la basura en dos y después mate a su perro o corte a los árboles o inicie un incendio. La concientización ambiental, por lo menos desde donde yo lo veo, es integral. Lo que tratamos es de generar en la gente un vínculo con el entorno natural, que en realidad decimos mal en decir entorno, porque al decir entorno estamos refiriéndonos a algo diferente de nosotros, como algo que está alrededor nuestro, y en realidad nosotros somos parte del ambiente. Tratamos como de generar esa idea, un todo, un concepto del todo, en donde nosotros somos un parte más, no el rey de la naturaleza que puede hacer lo que quiera sin sufrir ninguna consecuencia. La gente comprende el cambio climático, más allá de que no tenga el conocimiento específico de porque se genera el efecto invernadero dicen el clima cambia, el clima cambió, no es el mismo que veinte años atrás, Merlo cambió.

ANDREA Si, exactamente, inclusive todo el mundo en el cuestionario por teléfono que estoy haciendo. Siempre por ejemplo el agua de merlo ha sido muy buena y se ha tomado de la canilla, muchos encuestados contestaron que toman agua envasada, que el médico lo recomendó,

JORGELINA: Por ahí vienen con hábitos de la ciudad, que el agua no es buena, le tienen desconfianza, a mi me pasa que por ahí me visita gente de Buenos Aire, me pide agua, le sirvo de la canilla y me mira, viste, no tenés agua mineral?

ANDREA Hablando de la Secretaría, no de esta campaña, ¿la secretaria tiene armada ciertos parámetros de comunicación visual en lo que se refiere, por ejemplo un logo, colores identifica torios, por ejemplo postean algo en le facebook y lo ponen, una frase?

JORGELINA: Nosotros trabajamos con el logo del Municipio, agregándole abajo de Municipalidad de Merlo, Secretaría de Medio Ambiente. Dentro de la Secretaría está la Dirección de protección florofaunística y mascotas, hace unos meses se hizo un concurso para definir el logo, que es una huellita de perro.

ANDREA: Ahora para la campana de concientización ¿tienen pensado usar colores un logo?

JORGELINA: Hicimos un folletito, con las dos bolsitas, la blanca y la negra y el listadito de lo que iría adentro de cada una. Se lo presentamos al resto de los intendentes y les gustó la idea, así que se lo elevamos al gobierno de la provincia para ver si a través de ellos se podía gestionar el pago, la realización. Estamos a la espera de que lo aprueben. Nosotros ya le mandamos el archivo par que ellos lo puedan mandar a imprimir.

ANDREA: ‘Cuáles serían las actividades que a nivel provincial van a separar para que hagan en común todos los municipios y cuales piensan que va a encarar particularmente Merlo?’

JORGELINA: Sí, nosotros en Merlo por ahí tenemos la particularidad de todo lo que es la hotelería o la gastronomía, que ellos van a tener que hacer lo mismo. Por ejemplo nosotros vamos a tener que promover una ordenanza que en todos los hoteles, hostería y cabañas va ser necesario instalar los dos tachos por ejemplo

ANDREA: ¿Ha habido algún tipo de comunicación al respecto con la asociación que nuclea hoteles y restaurants?

JORGELINA Hasta ahora no; si sabemos que la vamos a tener que tener, porque vamos a tener que hablar con ellos. Estamos redactando un proyecto de ordenanza, para ya contar con una posible herramienta para decirles señores esto hay que proceder así, ya irles planteando sobre una base la obligatoriedad, porque generalmente buscan hacer lo menos posible. Si vos le planteas que tienen que poner un tacho tienen que poner dos, van a empezar a llorar, se ha buscado lo más simple y básico para que haya la menor cantidad de quejas por parte de los empresarios. Igualmente también tenemos pensado un sistema de compensaciones que tenga que ver con un reconocimiento a aquellos establecimientos que tengan una metodología de manejo de residuos más amigable con el medio ambiente. No solamente los sólidos, sino rehúso de aguas grises. A medida que definan estrategias que vayan incorporando, nosotros vamos a ir dándole reconocimiento, pensábamos en concepto de por ejemplo estrellas verdes. El día de mañana puede servir esto para difundir a nivel nacional cuales son los hoteles que ambientalmente han cumplido, han puesto la voluntad de cumplir con determinadas cosas, y al hotel le sirve, porque son actividades que van ayudando a la difusión, y a todos porque mejora el ambiente. Así que bueno, estamos analizando todas las posibilidades para que no sea todo exigir, por parte nuestra, sino también reconocer a aquellos empresarios y prestadores que tienen la voluntad de aportar soluciones.

ANDREA Con respecto a las bolsas, cómo hacen para el reparto de bolsas negras, los supermercados so lo proveen blancas. ¿Cada particular y cada negocio debería conseguirlas o las va a repartir la municipalidad?

JORGELINA: No por la cantidad que somos. Hay algunos municipios que plantean que ellos van a comprar y se las van a dar. Sus municipios mucho más pequeños, estamos hablando por ahí de 400 casas. No es lo mismo repartir 400 bolsas que la cantidad enorme que es la Vila de Merlo. Para nosotros es imposible, y desde lo organizativo también. Como hacemos para saber a quién le diste, a quien no le diste. Hay que llevar un registro, se complica. Lo que pensamos bueno fue minimizar el costo de las bolsas, y que cada uno en su casa tenga las bolsas necesarias para la recolección de inorgánicos y orgánicos.

ANDREA: En la encuesta, sobre la recolección de residuos algunos contestan que el basurero pasa cada tres días, otros todos los días, ¿la recolección va a seguir siendo diferenciada por cada barrio? ¿O van a pasar todos los días y llevarse todos los días la basura?

JORGELINA Eso lo va a tener que decidir Servicios públicos en relación al diseño de recorridos que ellos tienen, la cantidad de vehículos disponibles, la cantidad de personal disponible. Lo venimos hablando con servicios públicos, pero en realidad los que van a hacer el diseño del cambio de recorrido son ellos

ANDREA La secretaría tiene pensada concientizar para dar respuesta, porque capaz bueno, desde tal fecha vamos a tener que empezar a separar. Que los vecinos puedan empezar a evacuar dudas.

JORGELINA: Si,si.si. Sabemos que la gente se va a empezar a interesar cuando nosotros le digamos una fecha. Cuando nosotros le digamos si no sale en bolsa negra o blanca no se la recogemos más. Ahora estamos haciendo un trabajo que yo lo ejemplifico como la gota que horada la piedra. Le tiramos el tema, la gente lo habla, lo piensa, lo escucha, escucha la radio, lo ve en la tele, pasan unos días volvemos a tirarlo, como que está aceptado, saben que está la planta, que se va a separar, no saben cuándo se va a implementar, no se ha dado una fecha límite a la gente, entonces es como que el tema está, está dando vueltas en el aire. Yo creo que cuando nosotros digamos bueno, a partir de tal fecha se va a hacer así, la gente va a venir en tropel, van a llamar por teléfono, seguramente muchos se van a quejar, se van a oponer, ahí es donde nosotros dentro del equipo sabemos cómo manejar ese tipo de situaciones en donde la gente no viene ya a consultar, a resolver situaciones, sino a desarrollar todo un monólogo. Estamos esperando que suceda, porque además ya sucede con otros temas. Cuando nosotros le decimos a un vecino que no puede cortar el árbol que está dentro de su propiedad ya ahí tenés una queja, porque no conoce la ordenanza, porque hay ordenanzas que tienen más de 15 o 20 años pero nunca se exigieron ni aplicaron entonces la gente tiene un gran desconocimiento. Hemos largado a través de facebook y de los medios de

comunicación una pequeña hojita que tiene los artículos más importante de las ordenanzas ambientales para que la gente sepa que no puede tirar agua a la calle, que no puede cortar árboles sin autorización, que no puede prender fuego pues hay riesgo de incendio, lo básico, los mandamientos básicos ambientales de Merlo que mucha gente no lo sabe. Cuando la gente viene y expresa que no está de acuerdo, nosotros lo escuchamos, que diga todo lo que tiene que decir y después le explicamos lo que dice la ordenanza. En general, en el 99% de los casos la gente se va tranquila, contenta, te agradece y entiende el porqué de la norma. Y en el 1% restante, lo único que nos queda es decirle, vaya al HCD y plantee una ordenanza diferente, mientras la ordenanza diga esto, esto es lo que nosotros tenemos que hacer cumplir. A veces se acerca gente que no tiene ningún tipo de sensibilidad mental, no le interesa nada. Cuando la concientización falla, lo único que queda es la ley. Por eso queremos proponer una ordenanza que fije los plazos, la metodología.

ANDREA Bien, hablando de plazos, ¿hay un plazo ya bastante definido, que va a determinar cuando comienza el funcionamiento de la planta, que implique el comienzo de separación obligatoria de bolsas?

JORGELINA Hay una fecha hasta ahora que es fines de septiembre, principios de octubre, esa es la fecha que a nosotros nos dieron de inauguración de la planta. Tenemos previsto que se puede estirar, igualmente sabemos que al principio el porcentaje de separación en domicilio va a ser bajo, y con el tiempo se va a ir afinando. Ahí creo que va a ser el trabajo de concientización más fuerte, donde la gente más va a prestar atención, cuando la planta ya esté funcionando. Ahora es un concepto abstracto, algo que parece que en algún momento va a existir, no la vemos, no sabemos dónde está, no es que pasamos por la puerta y vemos que van levantando las paredes. Y cuando llegue el momento de que empiece a existir, vamos a separar en casa. Hasta ese momento no. Una vez que el vecino la vea concretada, va a acompañar separando. Igual estamos esperando una expectativa ideal de un 50 60% de separación, sabemos que un 100% es poco probable. 60, 70% es un buen porcentaje, en comparación con otras plantas del país. Se podría decir que si no se separa el 90 100% y se recupera el 80% la planta es un fracaso, no. Hay varias plantas en el país que están recuperando menos de 10% Con un 60,70% de separación, ya la planta va a ser exitosa a nivel nacional. Siempre se trabajará para mejorar más pero esta es una muy buena meta.

ANDREA Esto que te pregunto por ahí es muy técnico, es para respuesta sí, no. ¿Han pensado en mensajes concretos, por distintos canales pero el mensaje tiene que ser éste?

JORGELINA Y el mensaje hoy en día es que el éxito de la planta depende de separar casa la basura. Ese es el mensaje de base, después vamos viendo como lo expresamos según el destinatario.

ANDREA El tema de salir a los medios tiene alguna periodicidad, ¿por ejemplo cada diez días?

JORGELINA No, lo vamos viendo de acuerdo a los eventos y sucesos que se vayan desarrollando. Si hay alguna novedad, un convenio, se aprovecha la noticia para difundir concientización sobre la planta y la separación. El evento es la excusa para salir a los medios y profundizar la concientización sobre el tema de la separación

ANDREA Lo de los medios hasta ahora sin costo, ¿nunca han pagado o sí por difundir temas ambientales?

JORGELINA Sí hasta ahora ha sido así, salir con una nota.

ANDREA Cuando la planta se inaugure termina esta etapa y empieza otra.

JORGELINA Empieza una etapa que no termina nunca. Va a terminar el día que esa planta se cierre, pero será para abrir otra más grande, porque con la particularidad de población que tiene Merlo, es imprescindible.

ANDREA ¿Y con el turismo como se concientiza?

JORGELINA Bueno en principio la colaboración de los prestadores, tienen que tener la calcomanía pegada que explique que va en cada tacho y porqué. También está este folleto que se pidió recursos a la provincia para su impresión. La idea es repartirlo para los huéspedes de todas las hosterías hoteles, cabañas de la localidad, para que cuando se encuentre con dos tachos sepa de que le están hablando, que significa y para que se usa. Y después contamos con la colaboración de Turismo. Un gran porcentaje de los turistas que llegan a Merlo, pasan o por la oficina de la rotonda, de turismo de la provincia, o por la oficina municipal; también pensamos pedirle colaboración a la gente que hace mapas o guías para el turismo para que incluyan dentro de sus publicaciones aunque sea pequeño, el folletito con las indicaciones básicas de separación por color de bolsa. Cosa que el turista lo encuentre en todos lados, una explicación sencilla de que va en cada bolsa y porqué. Es un trabajo permanente, porque es un público que permanentemente cambia. y aparte, la gente que permanentemente se está viniendo a vivir a Merlo, que también viene con sus costumbres de otro lado y hay que decirle, y le tiene que llegar, Aquí en Merlo separamos la basura.

ANDREA Esto quizás sea de servicios públicos, pero me encontré en las encuestas, con gente que no le pasa el camión de la basura y no hay cestos en la esquina para colocarla

JORGELINA Muchos vecinos no quieren el tacho. Al que le toca en la puerta de su casa, se queja por las moscas el olor, los perros que desparraman. Los tachos comunitarios no son bien recibidos por el vecino que le toca enfrente.

ANDREA BUENO, MUCHAS GRACIAS.

Entrevista individual 2

NOMBRE Y APELLIDO DE ENTREVISTADA: Adriana Paradzik

CARGO: Dirección de Planificación Florofaunística de la Secretaría de Medio Ambiente

Merlo, Julio 2012

ANDREA: Dentro de ese puesto, ¿cuales son las funciones principales?

ADRIANA: Estamos arrancando con reforestación con nativas, y el área fuerte de la Dirección es mascotas. Se ha hecho un estudio exhaustivo de la legislación nacional y las ordenanzas vigentes, para planificar la gestión en relación a este tema.

ANDREA Bien, a partir de la identificación de la problemática planificación de estas acciones, ¿como comunican a la comunidad desde la Dirección o desde la Secretaría?

ADRIANA Se hace permanentemente. Con la Dirección de Prensa, con la Dirección de Eventos.

ANDREA Bien. Aparte de los eventos, ¿desde algún medio se trató de concientizar a la gente como acción previa a la aplicación de las ordenanzas?

ADRIANA Sí. Yo tengo bastante salida en los medios, me han hecho reportajes en la tele, he tenido un bloque especial con el tema del envenenamiento de mascotas y cada vez que yo puedo le pido por favor a la gente que guarde las mascotas. Al respecto, considerando que las mascotas son nuestra responsabilidad, recientemente vino el veterinario encargado de la reserva florofaunística, y dio una charla sobre diferencia entre mascotas y fauna silvestre.

ANDREA Me decía Jorgelina que la relación con los medios es muy buena.

ADRIANA Sí, igualmente se refuerza con otras acciones. Conseguimos 1400 vacunas donadas del área de zoonosis de la provincia, y cada 15 días se hace un evento de dos horas en una plaza de Merlo. Eso también sirve para concientizar. Igual hay lugares donde hay que llegar al domicilio porque el vecino no va a ir a la plaza.

ANDREA ¿Cómo crees que hace ustedes publicidad?

ADRIANA Radial, por la tele, a través de internet, prensa, facebook; folletos; se trata de llegar a cada vecino. El otro tema que se atacó de entrada fue el de las castraciones.

ANDREA ¿Tienen identificadas todas las organizaciones y ONGS que trabajan por el medio ambiente acá?

ADRIANA Son pocas. Se trabaja en conjunto.

ANDREA Esto no tiene que ver mucho con las mascotas, ¿pero pensaron a partir de una base de datos de la ONG enviar información referida a la planta de tratamiento, o mensajes del mismo tema?

ADRIANA Sí a mí particularmente me ayudó mucho lo que es la base de datos del programa Pueblos Puntanos.; ahí se inscribieron muchas asociaciones y es una base de datos muy completa estén o no relacionadas con el medio ambiente. Creo que no se instaló todavía una cultura de respuesta a lo que el medio ambiente. Vienen a exigir, pero no saben que es lo que tienen que exigir. Vienen acá no es lo que tenían que canalizar, de medio ambiente. Lo que se ha generado es una base de datos de animales castrados, y de todas las inspecciones que se realizan.

ANDREA En tu opinión, ¿la comunicación de esta Secretaría, desde que empezó esta nueva gestión sigue ciertos parámetros o más bien cada integrante va realizando las acciones dentro de la limitación de recursos que hablaba Jorgelina, lo que se va cubriendo en el día a día, o hay una cierta planificación que guía, las acciones de comunicación específicamente?

ADRIANA Nosotros tenemos un área de comunicación que es la Dirección de Prensa, de todas maneras en Ambiente se está armando la base de datos también. Respetamos todo lo que es protocolar pero la idea es armar nuestro protocolo, entonces por más que lo pases por Prensa, estás comunicando desde la Secretaría, tenemos plena libertad en lo que es comunicación con otras entidades. La respuesta a través de Internet es increíble, al facebook y a través de Infomerlo

ANDREA ¿Qué es Infomerlo? No lo conozco.

ADRIANA Es un diario digital, con un formato que ha prendido muy bien.

ANDREA ¿Se acercaron a Juvenaat, Fundación Espacios Verde o a alguna otra ONG de temáticas ambientalistas específicamente con lo de la planta de tratamiento?

ADRIANA Este año no, el año pasado sí. La fundación Espacios Verdes está muy ligada al Ministerio. Donó 350 hectáreas de la reserva del mogote bayo y lo maneja la provincia. Entonces tienen dos guarda parques, tienen un criadero de llamas y trabajan en conjunto, la Fundación y el Ministerio. Juvenaat no, es más reacio. Se dio un curso de embajadores ambientales, desde el Ministerio.

ANDREA ¿Otras intervenciones?

ADRIANA Se dieron ideas muy lindas a partir de las charlas en las escuelas, por ejemplo en relación al compostaje. Que se hiciera también compost en la escuela, y nombrar un embajador por escuela. Ellos serían los encargados de ver que la gente que no hace compostaje en su casa, llevar lo orgánico a la escuela y hacer el compostaje ahí. No todas las familias quieren hacer compostaje. Estas charlas se hicieron desde la Provincia, nosotros todavía no hemos entrado a las escuelas.

ANDREA Cuando viene la gente aquí, por una denuncia, por un reclamo, llena un formulario, ¿pero si es una consulta, por ejemplo para informarse sobre el funcionamiento de la planta de tratamiento, se sienta a conversar, en cierta forma se corta un poco la gestión diaria al sentarse a conversar?

ADRIANA Yo creo que nosotros somos empleados al servicio de los vecinos. Es tan importante atender un turno de castración como una persona que viene a informarse y hay que conversar un rato. Es importante que se sientan escuchados, con algunos se logra, con otros no.

ANDREA Hablábamos de que la gente que viene a vivir a Merlo, trae otros hábitos, ¿vos cree que para concientizar el tema de la separación, es más difícil hacerlo con una persona que es de acá o con una persona que viene de afuera?

ADRIANA Creo que el de acá es más difícil. El que viene de afuera, viene más permeable a adaptarse a un medio en el cual se tiene que integrar, si estamos hablando que viene de ciudades grandes. Ahora el que hace muchos años que está, en tres meses está haciendo compost, porque hubo mucho trabajo de Juvenaat, de los guarda faunas.

ANDREA Tienen idea de que van a hacer, porque lo planteo en el cuestionario y mucha gente se ríe, en cuanto a celulares y computadoras que no sirven, basura informática, hay gente que no sabe si el basurero se lo va a llevar entonces va y lo tira en el arroyo o lugar medio descampado y se empiezan a formar microbasurales

ADRIANA Hay un ente que se llama B.R. que depende del gobierno provincial, lo cobran por peso, la idea es reutilizar, reciclar toda esa basura. La tarea se haría a partir de la recolección común. O sea que la basura informática debe ponerse con el resto de la basura. Con las pilas se pueden hacer bancos de plaza, por ejemplo.

ANDREA Yo creo que está todo ya...

ADRIANA Hay un tema también en la planta de tratamiento que es el de los residuos cloacales. Merlo es la única localidad en toda la provincia que no hace tratamiento de residuos cloacales. La idea es empezar a trabajar la colocación de biodigestores en los lugares donde probablemente no llegue la cloaca por la geografía o la pendiente.

Pero por otro lado el ciudadano no conoce el rol del concejal. No saben que es el representante de su voz. Creen que es un lugar donde se elaboran ordenanzas y vas a quejarte a la banca del vecino.

ANDREA Bueno, muchas gracias.

ENTREVISTA N° 3

NOMBRE Y APELLIDO DE LA ENTREVISTADA: Belen Ebner

CARGO: Dirección de Prensa y Protocolo de la Municipalidad de Merlo

Merlo, Julio 2012

ANDREA Después de las dos entrevistas que les hice a Jorgelina y a Adriana, la entrevista con vos va a estar centrada exclusivamente en la comunicación. ¿Hay una estrategia o un lineamiento específico de comunicación para lo que es la Secretaría de Medioambiente?

BELEN En realidad el eje con el que nosotros trabajamos en la comunicación al ser institucional distingue tres trayectos: uno que es la comunicación interna, otro que es la comunicación con los medios, y el tercero es la comunicación directa con la población. Específicamente con lo que se refiere a Medio Ambiente, el objetivo es tratar de desarrollar la difusión de todas las actividades que desarrolla la secretaría. Esto incluye difundir el informe de las actividades desarrolladas.

ANDREA Sí, ellas me decían que cada vez que querían difundir algo, ¿hay un proceso por el cual lo comunican a Prensa, se solicita la difusión y entonces Prensa autoriza?

BELEN No, lo que ocurre es que nosotros vamos viendo la relación que tenemos con cada medio para salir, y con qué información salir. A veces se va manejando de acuerdo al desarrollo que tiene la actividad. A veces se desarrolla un fin de semana y hay que difundirla electrónicamente o por mail, por el facebook, o en forma gráfica. Se tiene en cuenta que es lo que va a captar el usuario, es importante por eso coordinar la salida de la información desde la Dirección de Prensa, para calibrar la importancia que se le da a cada noticia y que llegue efectivamente a la población.

ANDREA Desde el aspecto de la comunicación, ¿con el tiempo prevén que cada secretaría pueda distinguirse en forma más autónoma, por ejemplo, un logo, un color, elementos visuales desde donde comunicar?

BELEN No, nosotros tenemos un criterio utilizado por la creación de una marca Merlo, fondo blanco, y cada Secretaría se mueve completándolo con los datos de la misma. La idea con este logo es marcar una integración, ninguna secretaría es más importante ni se destaca de la otra. Todas están bajo la marca Merlo.

ANDREA ¿Han recibido en algún momento los secretarios y directores capacitación respecto a como se maneja la comunicación?

BELEN Una capacitación formal no. Hay que tener en cuenta que hace poquito que hemos asumido (sic) y que cada uno ha tenido que acomodarse en su cargo, la gestión, la política que

tiene que implementar, y mientras tanto también para nosotros ha ido siendo un aprendizaje ir viendo como se instala en el proceso de de comunicación en cada secretaría y dirección, para ir difundiendo lo que se requiera a la comunidad.

ANDREA Bien. Específicamente en esto que se ha denominado Campaña de concientización de separación de residuos en origen, ¿han planificado ciertas cosas, identificar los públicos, segmentar?

BELEN En el tema de la comunicación de la campana, lo que se ha hecho es la parte gráfica, y nosotros en realidad mucho más no podemos avanzar porque se está haciendo un trabajo en conjunto con los demás intendentes. Entonces la idea es no accionar antes que el resto, y esto se está trabajando en toda la parte de las reuniones con los demás intendentes del consorcio de la futura planta. Se está trabando desde la provincia con las escuelas, con un grupo grande de boys scouts que hay en Merlo, que son agentes multiplicadores de la información sobre separación de residuos, y en forma conjunta con ellos, aplicando la gráfica, con un spot publicitario, calcomanías para poner en el lugar más cercano a los tachitos de basura.

ANDREA ¿Cuando se abra la planta, Merlo va a tener cierta autonomía?

BELEN Si, esta es una decisión de trabajar en conjunto en esta primer etapa con la Provincia y los Municipios en las tareas organizativas y de difusión.

ANDREA ¿Cual ha sido el pedido de espacio que han tenido las organizaciones dedicadas a la temática ambiental respecto de este tema? Si se prevé que se puede difundir a través de ellos o usar bases de datos comunes.

BELEN Nosotros al ser una municipalidad de puertas abiertas, creemos que todos los niveles de la sociedad trabajan, creemos que todos los niveles de la sociedad trabajan de alguna forma. Lo que pasa es que este tema es muy nuevo en la agenda municipal y todas las instituciones se deben ir involucrando al respecto no solo en la temática de la planta, sino en toda la temática ambiental

ANDREA Bueno, creo que estas eran las preguntas más concretas que tenía, muchas gracias.

6. Transcripción de entrevistas grupales

ENTREVISTA GRUPAL N° 1

Alumnos de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional del San Luis, 2do año.

Merlo, Agosto 2012

ANDREA Me presento soy Andrea Turret, estoy estudiando Relaciones Públicas en la Siglo XXI en Córdoba y esta entrevista grupal forma parte del material de análisis de mi tesis, que tiene como tema una campaña de concientización sobre la separación de residuos en origen. Bien, comencemos.

ANDREA. ¿Como ven ustedes que los habitantes de Merlo se comportan respecto a los cuidados en su ciudad, los residuos, la contaminación?

- Creemos que medianamente bien, maso menos interesada.

- También tiene mucho que ver por que sector de Merlo andes, porque barrio estás. Por ejemplo, a las orillas de los arroyos siempre hay basura, mas para el lado del rincón esta implacable por el turismo.

- También tiene que ver que hay pocos tachos de basura acá. Por ejemplo, en toda la avenida del sol hay dos tachos de basura cuando tendría que haber 3 tachos por cuadra.

ANDREA Bien, ¿saben en que consiste la separación de residuos sólidos en origen?

- Si si.

ANDREA ¿Y creen que acá en Merlo eso se lleva a cabo?

- No, para nada. Casi nadie lo hace.

ANDREA Bien, ¿qué otros hábitos ven en la gente respecto de la basura?

- Y por ejemplo, la materia fecal de los animales por todos lados. Nadie usa la bolsita.

ANDREA Bien, ¿y ustedes en su casa conocen los horarios y días en que pasa el camión recolector de basura?

- Si, lunes, miércoles y viernes.

- En el mió, todos los días.

- Si la verdad es que pasan. Todos los días que tiene que pasar y pasan bien.

ANDREA ¿Y ustedes sacan la basura cuando se llena la bolsa o esperan al basurero?

- Yo la saco la noche anterior.

- Si yo veo que en mi cuadra los vecinos esperan a que pase el basurero para sacar la basura.

- Eso es otro casa, el tema de los perros. Falta un poco el tema de los canastos y mas que nada canastos con tapas

ANDREA ¿y todos son canastos particulares?

- Si todos

ANDREA Bien, ¿conocen en que consiste el compostaje?

- Si maso menos

ANDREA ¿Conocen gente que lo hacen?

-Si

- Si, mi vecino lo hace

ANDREA ¿Y que es lo que hace?

Separa bien todo, por plásticos, metales, cartón, todo lo orgánico que va enterrado con hojas y va siendo enterrado en capa.

ANDREA Perfecto. ¿Si la municipalidad les pidiese a todos los vecinos que comenzaran a separar la basura en dos bolsas distintas, en una todo lo seco como los metales, los plásticos, lo vidrios, etc. y en otra todo lo orgánico o húmedo, cuales creen ustedes que serian las dificultades de esta actividad?

- Yo para mi el tema de tener dos tachos.

- También la cultura, el cambio de hábito y la voluntad. Tampoco es tan complicado, es un cambio.

- Se les va a complicar un poco, porque estamos acostumbrados

- Uno o tres tachos es lo mismo. Una vez que nos acostumbremos va a ser lo mismo.

ANDREA ¿Cuales son las facilidades que creen que la municipalidad debería brindar para esta petición?

- Por ejemplo el tema de las bolsas de colores, que pongan tachos clasificadores a cada cuadra. - Y las bolsas tiene que ser de calidad, no como las de carpintería que se rompen

ANDREA ¿Creen que es posible que la gente empiece a separar en Merlo?

- Si, es posible. Se puede. Tampoco de un día para el otro y también hay que educar al turista.

- Y si van a hacer algo así, lo tienen que hacer bien. De hecho tienen que hacer hincapié en los niños, son los que absorben mejor que los grandes

ANDREA ¿Creen que seria bueno que Merlo fuese una ciudad que separa los residuos, de manera que se reduzca la contaminación y reducir el basurero?

- Si por supuesto

ANDREA Bien, ¿cuáles son los medios de información que conocen acá en Merlo, es decir aquellos por los cuales la gente se informa?

- Si la radio, la televisión, ese auto que anda con parlante, la revista de la cooperativa, los clasificados de señales, infomerlo., actualidad Merlo.

ANDREA ¿Ustedes utilizan más la radio o medios electrónicos?

- Acá lo que se usa más es la radio

ANDREA ¿Como creen ustedes que les gustaría recibir información sobre esta situación, sobre esta actividad? Por ejemplo, ¿qué medios utilizarían?

- Creemos que todos, para lograr mayor impacto. Porque todos son distintos. Por ejemplo una cartelera en un lugar estratégico o un afiche que llegue a cada casa con la boleta del agua

ANDREA Si por ejemplo en la plaza se organiza un evento en relación a esta actividad, ¿ustedes irían?

- Siempre va la misma gente a esas cosas. Pero si es un evento más bien como una corrida o una bicicletada por la ecología en donde inclusive participará la intendenta yo creo que iría más gente o una peña.

-También carteles que queden un lugar fijo donde se lean mucho, todo el tiempo. Y si hay cuestiones de horarios o de mucho trabajo tenes Internet, siempre hay Internet. Hay que abarcar todo.

ANDREA Bien perfecto. ¿Algo más que quisieran aportar?

No está bien, gracias.

ANDREA Muchas gracias a ustedes.

ENTREVISTA GRUPAL Nº 2

Alumnos de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional del San Luis, 2do año.

Merlo, Agosto 2012

ANDREA Me presento soy Andrea Turret, estoy estudiando Relaciones Públicas en la Siglo XXI en Córdoba y esta entrevista grupal forma parte del material de análisis de mi tesis, que tiene como tema una campaña de concientización sobre la separación de residuos en origen. Bien, comencemos.

ANDREA ¿como ven ustedes que la gente se comporta acá en merlo respecto a la basura?

- Me parece que son re descuidados

ANDREA ¿Donde ves eso?

- Lo veo en el centro, la gente no busca los tachos, tira a la calle.

- Yo también veo mucho eso con los perros, muchos perros sin dueños o con dueños que hacen en la calle y queda ahí.

- También en los arroyos, la gente tira la basura hay como si fuese un tacho.

- Merlo esta un poco descuidado, actualmente pero antes no era así. Maso menos hace 6 años que aumento mucho la cantidad de gente que vive acá y más turismo. Antes había mas conciencias. Por ejemplo en el centro los canteros están todo sucios.

ANDREA Bien. ¿Que hábitos pueden ver incorporados respecto a la basura como personas?

- Y por ejemplo cuando viene el turismo cuidamos bien. Pero la municipalidad no hace mucho tampoco

ANDREA Esta bien. Saltando de tema, ¿Saben en que consiste el reciclaje y el compostaje?

- No muy bien, ¿nos los explicas?

ANDREA (Explicación)

ANDREA ¿Conocen gente que haga esto que les comente?

- No mucho, en carpintería más

Andrea ¿Y creen que es difícil que la gente haga esto?

- Si porque la gente es vaga, no le dedica tiempo a eso

ANDREA Bien. ¿Saben en que consiste la separación de residuos en origen?

- Si, a separa en vidrios, en plástico

ANDREA ¿Es decir, cada elemento por separado?

- Claro

ANDREA La municipalidad esta proponiendo separar la basura en dos bolsas distintas, en una todo lo seco como los metales, los plásticos, lo vidrios, etc. ¿conocen gente acá en merlo que hace eso?

- No

ANDREA ¿Creen que la gente estaría dispuesta a hacerlo?

- Yo lo haría

- Si yo también

ANDREA ¿Y que creen que dirían?

- Que si pero que después no lo harían

ANDREA Bien, ¿que facilidades les ocurre en relación al proceso que les comente para que la separación se haga mas facil?

- Tachos clasificadores, bolsas clasificadores, y dar el ejemplo desde la municipalidad

- Y hacer una campaña también para que la gente sepa lo que trae una basura a cielo abierto y las cosas buenas que se hacen con basura reciclada, pero son liniamientos políticos.

- Hacer mucho trabajo de concientizacion, y se ha hecho en otros lados.

Andrea ¿A ustedes les parece bueno ser una ciudad que separa y que no necesita un basural?

- Seria fantástico

- Si, ya hay varios lugares en la Argentina donde cosas así ya han tenido éxito y Merlo lo necesita.

Andrea Perfecto. ¿Qué me pueden decir sobre los medios de comunicación que funcionan en Merlo?

- La radio es un medio muy fuerte y la Alternativa es mas popular. Quizás no tanto para los chicos que buscan más bien música, redes sociales como el facebook, las cosas que pegan en la calle

ANDREA ¿Ustedes leen los carteles en la calles?

- Si me llaman la atención si

ANDREA ¿Como jóvenes que son, como les gustaría recibir información sobre esta problemática en particular?

- Y por ejemplo programas especiales, campañas con imágenes y videos.

ANDREA Bien, ¿alguna otra cosa mas que quieran decir?

No no.

ANDREA Bueno muchas gracias por el tiempo y todos los datos que me dieron.

ENTREVISTA GRUPAL Nº 3

Alumnos de la carrera Martillero Público de la Universidad Empresarial Siglo XXI

Merlo, Agosto 2012

ANDREA Me presento soy Andrea Turret, estoy estudiando Relaciones Públicas en la Siglo XXI en Córdoba y esta entrevista grupal forma parte del material de análisis de mi tesis, que tiene como tema COMPLETAR.

Aclaración: se explico es detalle el tea de la tesis y se empezó a grabar antes de hacer las preguntas

- La gente empezó a conversar independizada de la entrevistadora sobre la nueva planta de tratamiento de residuos. Básicamente había gente que se quejaba del lugar en donde se había instalado la planta, ya que la misma se encuentra muy cerca de la localidad de Carpintería y no se le consultó a los vecinos ni se les dio ninguna explicación. Esto habla de un error inicial de comunicación, ya que el proyecto no se inició con adecuada explicación a los usuarios de la nueva obra publica. La preocupación reside en un desconocimiento o falta de información completa y técnica ya que la planta no es como un basural, no produce olores, ni contaminación, ni roedores, ni insectos, etc. principal preocupación de los vecinos de Carpintería. Además de la quema continuada, aducen que la planta debería estar en Merlo porque es donde se produce la mayor cantidad de basura de entre todos los municipios que participarán de la planta regional de tratamiento. Se produce un intenso intercambio de opiniones sobre si la basura viene separada desde todas las localidades o no, porque el factor distancia hace necesario, que por ejemplo el traslado de basura desde localidades distantes 50 km hace que la basura llegue podrida. Opinan sobre la necesidad de los dos tachos de distinto color par separar la basura orgánica de la inorgánica, con la premisa de que tienen distintos días de recolección.

ANDREA Bien comencemos. El primer tópico se refiere a la cultura, me gustaría saber como creen que es la situación acá en Merlo respecto a la basura, al cuidado en general del medio-ambiente, el respeto al prójimo.

-Cuando vienen los turistas es otro cantar, los arroyos son un asco, etc. pero hay pocos tachos y encima la gente no cuida sus residuos y las bolsas de basuras son rotas por los perros, gatos o pájaros.

-Del total de población de Merlo, alrededor de 30.000 (sic) sólo 5000 son NIC (expresión que significa nacidos y criados), el resto somos todos VIQ (venidos y quedados), de 20 años, 15, 10 o dos años. Pero por ejemplo yo tengo un lugar en el arroyo Benítez que tiene agua todo el

año, divino, en verano la mugre que hay alrededor del arroyo es imposible. Quienes van va todo el pueblo, de los sectores populares de Cortaderas.

- En general los Merlinos, la gente de acá tiene menos conciencia que los que venimos de afuera que somos la gran mayoría, inclusive dentro de la gente nacida acá, la clase media baja es la que menos cuida. No solo con la basura, con la tala de árboles, con el agua.

ANDREA ¿Creen que la posición será mas bien de desinterés o falta de conciencia?

- Creemos que las dos, hay mucha gente que desconoce y mucha gente que sabe y que no le importa.

- Hay muy poca comunidad también, porque siempre está viniendo gente nueva, con intereses particulares e individuales y no hay sentido de comunidad; esto se hace más difícil de llevar en una ciudad con movimiento de turismo tal intenso como Merlo.

- Se hizo un Plan de Desarrollo Local con una consultora, se pagó 170.000 pesos y quedó en la nada. Ahora se contrató en forma directa la construcción de esta planta de tratamiento, y no hay un solo municipio que esté capacitando a la población en como hacer compostaje, ni uno. Y con un buen reciclado, se puede hacer sostenible una planta.

- Vos que sabes o por lo menos estas en el tema, ¿nos podrías decir como esperan que la gente haga compost así como así?

ANDREA Bien, yo les agradezco la información que me están suministrando. No vivo acá, pero les comento lo que poco que se. La idea es hacer dos grandes etapas de trabajo, la primera se refiere a concretizar para que se haga la separación primaria de residuos en origen. Hacer un gran trabajo en escuela y demás y que el compostaje se haga en la planta y posteriormente, después de un tiempo, la segunda etapa seria lograr que los vecinos comenzaran a hacer compost en sus casas para reducir la cantidad de basura. El compost no es la idea inicial.

-Mira, yo estoy en la comisión de un colegio y desde abril que le estamos pidiendo a la secretaria de medio ambiente que venga a dar una charla porque estaban dando unas charlas por las escuelas desde San Luis

ANDREA Si, estaban a cargo del ministerio de ambiente de la provincia

-Si, y queríamos que en nuestra colegio hacer algo ecológico, informarnos para los chicos y bueno ni siquiera nos contestaron la carta, la nota

-Cuesta muchísimo arrancar. En España la hicieron fácil, hicieron composteras para los colegios. Se las daban a los chicos y los chicos las hacían en casa. Eso, funcionaba

-Si, siempre hay que empezar desde los colegios.

-Si, hay que trabajar en un mar de ignorancia. La mayoría ignora como, porque, y de la actitud individualista de los funcionarios, a los que nosotros pagamos el sueldo.

- Yo lo que veo a nivel de dirigentes, de lo que nos toca es que no tienen voluntad de cambio, y se agarran de algo, por ejemplo en este caso la planta de residuos, para decir que son súper ecologistas o que velan por el medio ambiente, pero después aprueban una legislación de construcción o de urbanización donde quieren aprovechar la parte que no se puede construir. Para tapar o paliar una cosa, salen con otra.

- El problema es que nuestros dirigentes no tienen formación, ni educación ni están preparados para las funciones que ejercen.

-ANDREA ¿Cómo creen que es la perspectiva de la gente de Merlo, y de otras comunidades que van a estar usando la planta, de adhesión al proyecto, esto de separar los residuos?

- Para mí , aunque sea políticamente incorrecto, por ejemplo hubo una época donde la Cooperativa de Agua se manejó con una Comisión de Emergencia Hídrica, y se planteó y adelantó la solución que hoy estamos usando, que es la planta de bombeo. Habría que aplicar un sistema similar, incorporando tecnología que ya hace muchos años se utiliza en otros países. El problema del relleno sanitario, que tienen todas las ciudades, que no saben que hacer con la montaña de basura que generan. En Chamental funciona una planta que cobra una tasa, de alrededor de \$ 18,00 a cada hogar, pero es casi un pago simbólico, el grueso de los ingresos proviene de cobrar abultadas tasas a las industrias contaminantes. Pero no tienen que haber corrupción, porque te imaginás, una gran fábrica, hace así y ya está, entonces no salvamos nada, pero existe esta posibilidad de gestionar los residuos, en la Argentina se aplica ANDREA Las últimas preguntas están referidas a nombrar cuales son los medios que ustedes conocen, localmente

-Radio Alternativa, hay un canal de TV por cable, vía pública.

-Por ley las cooperativas que venden señal de cable deben tener un canal local

ANDREA ¿Algo más que utilizan para informarse?

-Existe un periódico Nuestro Tiempo, de Ricky Chaves,

ANDREA ¿Es impreso?

-Impreso y digital, hay varios periódicos digitales.

ANDREA Como ayuda, ¿cómo creen ustedes que podría llegar una información a la comunidad, desde un noticiero, una radio, cómo debería llegar?

-Como en las elecciones que tenés la cara del candidato por todos lados, aquí tiene que ser una campaña que llegue a todos lados. Después los colegios.

-Que los integrantes del Poder Ejecutivo municipal y hagan compost en su casa y que lo muestren. Yo quiero ver como la Intendenta hace compost en su casa.

-Acá lo que pasa es que hay intereses económicos muy fuertes. ¿Cuántos hoteles grandes hay en Merlo?

-Ustedes pasaron por atrás del hotel Casablanca, que está en la Avenida del Sol. Las montañas de basura en la calle de atrás.

-La gestión está desbordada, para meterte en la propiedad privada es muy complicado.

-Pero cuando ya es un foco de contaminación, bueno, se puede actuar.

-Tenemos temas hermosos para tu tesis, bárbaros, pero

-Acá escuchaste la voz del pueblo, puntos de vista diferentes.

ANDREA Esta perfecto, ¿alguna otra cosa mas que quieran decir?

-No

- No, creo que hablamos bastante.


ANDREA Les agradezco muchísimo por el tiempo que me han brindado y toda la información que me llevo.

7. Clipping

Medio	MERLO ACTUALIDAD
Fecha	3 de Noviembre de 2012
Sección	Medio Ambiente
Valoraciones	Negativa
Fotos	
Resumen del articulo	<p><u>Medio Ambiente, Cortaderas puso en marcha el Proyecto Piloto de Separación de Residuos Sólidos Urbanos</u></p> <p>El articulo tiene una valoración negativa, ya que si bien se relaciona con la problemática de los residuos y la planta de tratamiento, da a conocer que el Municipio de Cortaderas (cercano a Merlo) esta actuando sobre dicha problemática a través de una ordenanza. En Merlo todavía no hay ninguna propuesta al respecto, sobre una base legal.</p>

Medio	MERLO ACTUALIDAD
Fecha	16 de Noviembre de 2012
Sección	Locales
Valoraciones	Neutra
Fotos	

Resumen del artículo	<p><u>Planta Recicladora El Jote: Medio Ambiente se reunión con los intendentes beneficiados</u></p> <p>La valoración de este artículo es neutra ya que el contenido es informativo: ubicación, procesos, etc. Todo referido a la planta de tratamiento. Nombra al Municipio de Merlo, como así también a los demás participantes o afectados por la planta.</p>
-----------------------------	---

Medio	MERLO ACTUALIDAD
Fecha	28 de Noviembre de 2012
Sección	Locales
Valoraciones	Positiva
Fotos	
Resumen del artículo	<p><u>La intendenta Gloria Petrino se reunió con la ministra Daiana Hissa</u></p> <p>La valoración se determinó en positiva ya que el artículo refiere a la labor intensiva por parte del Municipio de Merlo en relación a la planta de tratamiento y los desafíos logísticos que plantea. Si bien el tema de la concientización no aparece, dicho artículo permite que los lectores recuerden el tema.</p>

Medio	MERLO ACTUALIDAD
Fecha	28 de Noviembre de 2012
Sección	Locales
Valoraciones	Negativa

<p>Fotos</p>	
<p>Resumen del artículo</p>	<p><u>Cambios en los horarios de recolección de residuos en la Villa de Merlo</u></p> <p>La valoración es negativa por dos razones, primero porque en el marco de la campaña, el artículo refiere a una cambio de horario en el servicio de recolección de residuos y no explica la razones. Por otra parte no nombra a la propia campaña o a la labor de concientización. Segundo, la fotografía ilustra una situación donde la basura desborda los canastos, está en la calle y esparcida.</p>

<p>Medio</p>	<p>INFOMERLO</p>
<p>Fecha</p>	<p>16 de Noviembre de 2012</p>
<p>Sección</p>	<p>Política</p>
<p>Valoraciones</p>	<p>Neutral</p>
<p>Fotos</p>	
<p>Resumen del artículo</p>	<p>A fin de año la basura de Merlo y otros 8 municipios será</p>

	<p><u>trasladada a la Planta Recicladora “El Jote”</u></p> <p>El artículo es informativo, razón de que la valoración sea neutral. Hay datos sobre la puesta en funcionamiento de la planta y se nombran a los municipios participantes del proyecto.</p>
--	--

Medio	INFOMERLO
Fecha	26 de Noviembre de 2012
Sección	Política
Valoraciones	Neutral
Fotos	
Resumen del artículo	<p><u>En dos semanas quedará habilitada la Planta de Tratamiento de Residuos Sólidos</u></p> <p>La valoración es neutral ya que el artículo refiere a la inauguración de la planta de tratamiento de residuos sólidos; fecha, lugar, etc.</p>

Medio	INFORMERLO
Fecha	27 de Noviembre de 2012
Sección	Política
Valoraciones	Positiva

Fotos	
Resumen del artículo	<p><u>La intendenta Gloria Petrino se reunió con la ministra Daiana Hissa</u></p> <p>La valoración se determina en positiva ya que el artículo refiere a la labor intensiva por parte del Municipio de Merlo en relación a la planta de tratamiento y los desafíos logísticos que plantea. Si bien el tema de la concientización no aparece, dicho artículo permite que los lectores recuerden el tema.</p>

8. Página Web

<http://www.villademerlo.gob.ar/municipio/>

The screenshot shows the website for Villa de Merlo, San Luis, Argentina. The browser is Mozilla Firefox. The page has a navigation menu with links: INICIO, MUNICIPIO, TURISMO, CONCEJO DELIBERANTE, CONTACTO, and AGENDA. The main banner displays the town's logo and the text "VILLA DE MERLO TERCER MICROCLIMA DEL MUNDO". Below the banner, there is a news section with a photo of people and a headline: "EL DIA JUEVES 29/11 LA OFICINA DEL CIPE SE ENCONTRARA CERRADA". To the right of the news section is a vertical menu of municipal departments: NOTICIAS, INTENDENTE, SECRETARÍA DE GOBIERNO, SECRETARÍA DE CULTURA, SECRETARÍA DE TURISMO, OBRAS Y SERVICIOS, SECRETARÍA DE AMBIENTE, SECRETARÍA DE HACIENDA, SECRETARÍA DE DEPORTES, DES. SOCIAL Y HUMANO, JEFATURA DE GABINETE, ONG, and CONTACTO. Further right is a weather forecast for Merlo, showing a current temperature of 22°C and a 6-day forecast. At the bottom of the page, there is a footer with the text "INICIO HISTORIA" and a small logo.

9. Folleto

10. Encuesta Telefónica

1. ¿Conoce usted la Campaña Separemos Juntos? ¿Podría describir sobre qué tema trata?
2. ¿Puede identificar qué entidad está llevando adelante dicha Campaña?
3. ¿Conoce usted el logo de la Campaña? ¿Puede describirlo?
4. ¿En qué soportes pudo usted visualizar el logo o nombre de la Campaña?
5. ¿Recuerda usted algún mensaje difundido en el marco de dicha Campaña?
6. ¿Ha recibido algún folleto de la Campaña en su hogar? ¿Y en alguna otra oportunidad o lugar?
7. ¿Qué le pareció?
8. Por último, ¿podría usted decirme los colores de bolsas para residuos que debemos utilizar y qué tipo de desechos va en cada una?

11. Encuesta de Satisfacción

1. En una escala del 1 al 10, ¿en qué posición calificaría la calidad de la información brindada en Atención Turística/Secretaría de Ambiente?
2. Nuevamente, es una escala del 1 al 10, ¿en qué posición calificaría la atención del personal?
3. ¿Sr. vecino, su duda, inquietud o reclamo fue atendido satisfactoriamente por la Secretaría de Medio Ambiente? (Pregunta válida solamente para la encuesta de satisfacción sobre la Línea Informativa)
4. Por último, ¿está de acuerdo con el modelo de separación diferenciada de residuos que se lleva a cabo en la ciudad de Merlo? ¿Por qué?

Formulario descriptivo del Trabajo Final de Graduación

Identificación del Autor

Apellido y Nombre del Autor:	Tourret Andrea Celina
E-mail:	andreatourret@hotmail.com
Título de Grado que obtiene:	Licenciatura en Relaciones Públicas

Identificación Del Trabajo Final de Graduación

Título del TFG en Español	Campaña de Concientización. Caso: Comunicación Externa de la Secretaría de Medioambiente de la Municipalidad de Merlo
Título del TFG en Ingles	Awareness campaign. Case: External communication of the Environment Secretariat of the Municipality of Merlo.
Tipo de TFG	Proyecto de Aplicación Profesional
Integrantes de la CAE	Lesta, Laura y Singer, Roxana
Fecha del último coloquio con la CAE	08/03/2013
Versión Digital del TFG	

Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis:

<input checked="" type="checkbox"/>	Si, inmediatamente
<input type="checkbox"/>	Si, después de meses
<input type="checkbox"/>	No autorizo

FIRMA DEL ALUMNO