



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

**“NARRATIVAS PARA LA SENSIBILIZACIÓN Y CONCIENCIA SOCIOAMBIENTAL DESDE
UN PERIODISMO DE SOLUCIONES”**

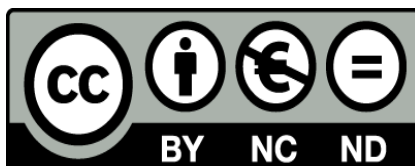
Karen Florencia Romero


Cita sugerida del Trabajo Final:

Romero, Karen Florencia. (2022). “Narrativas para la sensibilización y conciencia socioambiental desde un periodismo de soluciones”. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita).
Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





**Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social

**Karen Florencia Romero
Directora: Ximena Cabral**

**Narrativas para la sensibilización y conciencia socioambiental
desde un periodismo de soluciones**

CÓRDOBA, ARGENTINA 2022



Universidad Nacional de Córdoba

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social

**Narrativas para la sensibilización y conciencia socioambiental
desde un periodismo de soluciones**

Karen Florencia Romero - 39.721.469 - Audiovisual

Directora: Ximena Cabral

Diciembre 2022

Córdoba, Argentina

AGRADECIMIENTOS:

Gracias a mi mamá y mi papá, Eli y Antonio, que me enseñaron a ser como un roble,
fuerte y protectora como la sombra ante los rayos.

Gracias a mis abuelos, Florencia, Feliza y Eloy, por sembrar en mí ese interés por el
cuidado de la naturaleza, por mostrarme mis raíces para profundizar, crecer y perseguir mis
sueños.

Gracias a mi hermana, Luz, por ser ese sol que me guía, y siempre estar, incluso en
días nublados, tormentas y lluvias, pero esas lluvias que nos limpian para salir con más
fuerza.

Gracias a mis amigas y amigos por ser las estrellas que siempre estuvieron
acompañándome e iluminando en cada momento.

Gracias a la profesora Ximena por ser como el viento que me impulsó y ayudó a
seguir formándome en esta profesión tan hermosa.

Gracias a cada emprendedor y emprendedora por ser ese lindo atardecer que me
dejaron apreciar y me enamoran con cada trabajo que hacen.

Gracias a cada uno por nutrirme con sus saberes y sobre todo con su amor.

Gracias a la Universidad pública y a la Facultad de Ciencias de la Comunicación por
ser mi hogar, mi nido, por prepararme para salir a volar y no parar.

Gracias a todos y todas por compartir la pasión e interés por seguir cuidando de
nuestra casa y esforzarse cada día por ello, porque siempre llegan esos grandes frutos.

RESUMEN

La necesidad de sensibilización y conciencia sobre las consecuencias y las acciones vinculadas con el cambio climático necesitan de pensar otras formas de crear contenidos en el marco del derecho a la información y considerando a la información como un bien común. En ese sentido, vemos que por un lado, desde las prácticas periodísticas se ejerce un periodismo de catástrofe parcializando y espectacularizando la información. Pero por otro lado, vemos que avanza el número de pequeños productores en diferentes partes del mundo que trabajan desde y por el cuidado del Planeta Tierra que apenas tienen lugar dentro de la agenda mediática.

Desde este lugar nos preguntamos de qué manera podemos construir narrativas que den cuenta de las necesarias soluciones, los avances esenciales y la reflexividad para la urgencia de la toma de conciencia. En base a esto desarrollamos el siguiente trabajo con el supuesto de que es posible un periodismo para soluciones mostrando las prácticas de los pequeños emprendedores que aportan su “granito de arena al mundo” y marcan la diferencia al cuidar de ellos, de los otros y del planeta, es decir, ellos ejercen actividades que colaboran con la sensibilización y concienciación socio ambiental, las cuales están vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En este proceso de comunicar experiencias narradas a partir de las entrevistas a emprendedores desarrolladas en este trabajo buscamos la visibilización de otras voces, otros cuerpos y entornos, donde podemos observar y reconocer a estos personajes con quienes creamos y compartimos la empatía, el respeto, y la motivación por cultivar, preservar y defender nuestra única casa, la Tierra.

Este trabajo final promete reflexionar y entender nuestras prácticas y sus impactos, nuestros derechos ambientales, y reconocer la importancia de nuestro vínculo con la naturaleza. Así mismo, se propone un decálogo con recomendaciones destinado a comunicadores para poder informar con responsabilidad y de una forma considerada correcta para el periodismo de soluciones. Finalmente lograr sensibilizar y concientizar a la población, y reconocer que ya son varias personas en la Ciudad de Córdoba actuando por un ambiente más saludable.

Palabras claves: Derecho ambiental, derecho a la información, periodismo catástrofe, periodismo de soluciones, Objetivos de Desarrollo Sostenible.

ABSTRACT:

The need to sensitize and to raise people's awareness about the consequences and the actions connected to climate change have to be thought in other forms to create content in the field of information's rights and to consider the information as a common benefit. In this sense, it can be noted that among the journalist's practice there is a catastrophe journalism of partiality and speculation regarding information. On the other hand, there is a notable rise in the number of small producers from different parts of the world, who work the land with environmental awareness mostly for the care of the Planet Earth and whose actions are poorly placed in the media's agenda.

On the basis of this need for environmental protection that arises from these workers, questions are mainly placed on how narratives can be built on that account and for the necessary solutions, the essential advances and the urgency of awareness. Moreover, the following work is developed with the assumption that a solution journalism exists and it is possible by showing the practices of these small enterprising people who contribute by doing their best and trying to make a difference by taking care of themselves, others and the planet while they carry out activities that collaborate with the sensitiveness and socio-environmental awareness which are linked to the Sustainable Development Goals (SDGs).

During this process of communicating experiences narrated from interviews to small producers that were done for this project, we are looking for the visibility of other people's voices, of their bodies, and of their surroundings. There, it can be observed and recognized these actors with whom the people from this thesis feel as establishing and sharing a big feeling of empathy, respect and a motivation to cultivate, preserve and defend the only home known, the Earth.

This essay promises to reflect and understand the practices and the impacts of society's actions towards the world they live in, the environmental rights they have, and to recognize the importance of their bond with nature. In addition, a decalogue with recommendations is proposed and intended so therefore journalists can inform with more responsibility and in a way that is considered right by the solution journalism. Finally, this

work wants to raise people's awareness and sensitivity, and recognize a group of people in Córdoba's city who are taking action for a healthier environment.

Keywords: environmental law, right to information, catastrophe journalism, solution journalism, Sustainable Development Goals.

ÍNDICE:

Resumen.....	3
Palabras claves.....	4
Abstract.....	5
Keywords.....	6
Introducción.....	10
Justificación.....	14
Objetivos.....	16
Antecedentes.....	17
Estrategía metodológica	19
Marco Teórico y Metodológico.....	24
Capítulo 1: Nuestro vínculo con la Tierra	28
Responsabilidad	32
Cultura y reciclaje	35
Economía circular	37
Capítulo 2: Nuestros derechos.....	42
Derecho y comunicación.....	42
Derechos Ambientales.....	46
Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	52
Capítulo 3: Narrativas.....	55
Periodismo de soluciones.....	58
Decálogo para comunicadores.....	62
Capítulo 4: Emprender.....	65
Emprendedores, redes y ODS.....	71
Periodismo De Soluciones en Youtube	79
Conclusiones	84

Bibliografía	87
Anexo	91

En la medida en que la sociedad esté mejor informada, podrán tomar mejores decisiones que redundarán en beneficios en su vida cotidiana, en su entorno y en el futuro, que promoverán el "buen vivir". Es allí donde los y las periodistas ambientales deben jugar un papel determinante al dar a conocer la información con la mayor claridad y honestidad posible, utilizando diversidad de fuentes. Lo que no se cuenta, no se conoce y para lo que no se conoce, es casi imposible identificar soluciones.

Mariana Minervini

INTRODUCCIÓN

Constantemente estamos recibiendo información desde los medios de comunicación, redes sociales, eventos, comentarios de conocidos, amigos, familiares e incluso desconocidos; quién alguna vez no se enteró de historias y noticias, al escuchar una conversación en el colectivo, en una fila haciendo trámites o en la radio que sonaba de fondo en el taxi. Y luego para poder tener la información completa o en detalle acudimos a los medios donde podemos encontrar principalmente las secciones de deporte, espectáculo, política, economía, entre otros. Pero ¿qué pasa cuando estas noticias son de temática ambiental?, ¿cómo informan los comunicadores? ¿de qué manera utilizan el vocabulario, los datos e historias?

El presente trabajo final de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social dictada en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba surge a partir de la observación de la escasez de secciones de ambiente en los medios de comunicación y frente a las informaciones de un periodismo de catástrofe al comunicar sobre temáticas ambientales. Consiste en un proyecto audiovisual formado por un ciclo de cuatro entrevistas en la plataforma Youtube para visibilizar, difundir y reconocer el trabajo de emprendedores con compromiso ambiental, contar sus historias, las cuales nos hacen REvalorar y REpensar en nuestras acciones y vínculo con la naturaleza, ya que es fundamental aprender a interactuar con los elementos que conforman el ambiente y respetar su desarrollo natural, siendo cómplices y aprendices.

Este trabajo está motivado por un conjunto de experiencias transitadas durante el proceso académico en la universidad pública, libre y gratuita al incorporar nuevas formas de aprendizajes, observación, maneras de habitar, comunicar y empatizar, al mismo tiempo nos estimula y reta a seguir investigando y participando en espacios de encuentro, debate, colaboración y movilización en colectivo desde una comunicación para el cambio, sensibilización y concientización con perspectiva de compromiso, responsabilidad, derechos y formación.

Otro acontecimiento que impulsó este proyecto fue la pandemia del Covid-19, momento histórico que nos llevó a reflexionar sobre nuestra responsabilidad e impactos en la naturaleza, nos ayudó u obligó a buscar y descubrir nuevos caminos para sobrevivir, una de

las actividades que más se pudo observar fue el emprender. Por ello nos propusimos narrar experiencias de emprendimientos con una historia vinculada al cuidado y concientización ambiental.

Los emprendedores de Ambulante café de calle, las ingenieras ideadoras de Protón, los amigos creadores de Baum y la artista de So mon nos comparten en este trabajo sus historias, orígenes, experiencias, valores, motivaciones y más sobre cómo se adentraron al mundo emprendedor con ideas sustentables y sostenibles para cuidar el ambiente. Elegimos estos cuatro emprendimientos entre otros tantos porque en los diferentes encuentros, ferias y jornadas que participamos los escuchamos, vimos y conocimos sobre sus producciones, y nos cultivo la heterogeneidad de propuestas y lugares desde donde plantean y piensan sus acciones, respuestas y “soluciones” frente a las situaciones ambientales que transitamos. Esto nos estimuló a saber más sobre ellos y sus actividades para luego poder visibilizar sus historias, las cuales consideramos importantes en el contexto socioambiental que atravesamos actualmente.

Parafraseando a Bruno Rodríguez en el Panel Ambientalismo, economía circular y comunicación¹, Facultad Ciencias de la Comunicación, quien es cofundador, activista y militante de la agrupación Jóvenes por el Clima, lo que moviliza a la gente muchas veces no son los datos rigurosos de la ciencia climática y los informes técnicos respecto a las problemáticas ambientales, son las historias, son los relatos, los recursos que movilizan y proponen un camino emancipador. Esto nos recuerda que somos seres sentipensantes conectados con la naturaleza y que las narrativas de diferentes historias nos llevan a reflexionar y sentir sobre lo que sucede y nos sucede en este caso en relación a nuestra casa, la Tierra.

La iniciativa de este proyecto es lograr información de prevención y responsabilidad socio ambiental, al narrar historias donde prevalezcan casos reales para crear concientización en el cuidado del Planeta, como menciona Omar Rincón - periodista, investigador y profesor- contar historias es la forma popular de explicar el mundo y producir conocimiento sobre la vida. En este caso nos ubicamos en la ciudad de Córdoba, donde diferentes personas eligieron emprender y al mismo tiempo aportar su granito de arena en la conservación y regeneración

¹ Registro y toma de notas propias del Panel ambientalismo, economía circular y comunicación en la fecha 24/05/2022

de nuestra Madre Tierra, cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En el desarrollo de este trabajo se definirá de qué se tratan los ODS, sus cualidades y se identificará cuáles de ellos son aplicados por los emprendimientos entrevistados. Es decir que en las entrevistas vamos a contar historias con experiencias en el contexto de los ODS y siguiendo los principios de la Ley del ambiente que también se desarrollará a lo largo de este proyecto.

Sonia Fernández Parrat, licenciada en Ciencias de la Información de la Universidad del País Vasco, expone en su artículo titulado “*La información ambiental en los medios de comunicación*” para la revista Telos que se debe evitar en la medida de lo posible que el público relacione la temática ambiental con hechos negativos procurando un enfoque constructivo y destacando tanto lo positivo de las informaciones ambientales como el carácter reivindicativo y crítico. Además agrega que los medios de comunicación pueden y deben aprovechar su potencial para fomentar la concienciación ambiental de la ciudadanía mediante la ecoalfabetización.

En esta línea, este trabajo de investigación y proyecto audiovisual busca estimular la comunicación para el cambio social en los ciudadanos jóvenes adultos de 15 a 30 años por medio de las acciones e informaciones brindadas a través de estas historias, y de esta manera resaltar que las informaciones ambientales son transversales a todas las cuestiones.

Desde este enfoque reconoceremos que a través de la comunicación y el periodismo de soluciones fundamentalmente es posible modificar los hábitos de trabajo y que estos sean replicables a futuro en diferentes actividades humanas con impacto socioambiental, y que de tal manera logremos incentivar a más personas a continuar trabajando en sociedad de manera sustentable y visibilizar la potencialidad de este tipo de trabajo en articulación. En cuanto al periodismo de soluciones nos obliga a comparar, a buscar datos, a buscar en otras historias, porque en nuestra región raramente una historia está cubierta por primera vez (Adriana Amado, 2022).

Al mismo tiempo resaltando la importancia de que los espacios de comunicación deben ser ocupados por personas que conozcan en profundidad sobre los acontecimientos ambientales que nos atraviesan, se propone un decálogo con guías y recomendaciones destinado a comunicadores para poder informar con responsabilidad y de manera correcta, así

lograr sensibilizar y concientizar a la población, y reconocer que ya son varias personas en la ciudad de Córdoba actuando por un ambiente más saludable.

JUSTIFICACIÓN:


Este trabajo final responde a la necesidad de comunicar y crear más espacios para narrar historias de temáticas ambientales desde un periodismo de soluciones, es decir, informar, analizar, y visibilizar respuestas a problemas socioambientales por parte de diferentes personas que trabajan desde su lugar como emprendedores para colaborar con sus acciones al preservar la naturaleza.

La elección del tema “narrar historias desde un periodismo de soluciones” surge frente a las permanentes noticias que relacionan lo ambiental con lo apocalíptico, transmiten un periodismo de catástrofe que anuncia mayoritariamente solo las denuncias y los problemas, lo cual muchas veces provoca miedo e inmoviliza a las personas. Partiendo de este escenario, destacamos que es crucial en este momento construir relatos y discursos con soluciones y esperanzas, y al mismo tiempo hacer un llamado a la atención y acción para la humanidad y principalmente para los ciudadanos de la ciudad de Córdoba, provincia que en tan solo un año ardió en llamas más de 300.000 hectáreas dejando grandes extensiones de suelo, inertes. Un total de más de 900.000 hectáreas sufrieron lo mismo en el país. Para tomar dimensión esto es igual a 90.000.000 canchas de fútbol.

La situación ambiental de Córdoba moviliza: actualmente la provincia cuenta con menos del 5% de bosques nativos pertenecientes a la ecorregión de Chaco Serrano y el Espinal, según el Servicio Nacional de Manejo del Fuego el 95% de los incendios forestales son producidos por intervenciones humanas. Entre las primeras causas se encuentra el uso del fuego para la preparación de áreas de pastoreo. Otras causas que prevalecen son el abandono de tierras, las fogatas y las colillas de cigarrillos mal apagadas.

En cuanto a residuos, en la ciudad se genera diariamente 1,2 kilogramos por cada habitante, el 50% aproximadamente corresponde a material orgánico, 15% de plástico, 5% de papel, cartón, metales, madera, vidrios; redondeando en Córdoba hay 1,6 millones de habitantes, entonces se produce aproximadamente 20.000.000 kilogramos, igual a 2.000 toneladas de basura por día. ²

² Información de clase sobre “basura domiciliaria” de Juan José Lopensino, Prof. Ingeniería Mecánica, Universidad Tecnológica Nacional, Córdoba, Argentina.

 Basura domiciliaria - Clase de Juan Lopensino

Seleccionamos Youtube como la plataforma para transmitir este proyecto porque consideramos que tiene un gran impacto en la sociedad y por lo tanto en la divulgación de la ciencia, ya que en este sitio web, podemos encontrar una amplia diversidad de contenidos, y es utilizada por personas de diferente rango etario. Además esta plataforma es una de las principales al momento de la difusión de videos virales.

Este trabajo es una invitación de motivación para la acción, es decir, una investigación de comunicación para el cambio social, donde apostamos por un paradigma diferente al informar sobre hechos ambientales desde un periodismo que deja atrás las comunicaciones que separan naturaleza y humano. Proponemos la alternativa de contar historias desde una perspectiva distinta a la que habitualmente transmiten los medios hegemónicos, y en este sentido comunicar con responsabilidad y visibilizar soluciones, reconociendo desde la práctica las potencialidades de las personas que accionan al cuidar nuestro hábitat.

Tema: Narrativas para la sensibilización y conciencia socioambiental desde un periodismo de soluciones.

OBJETIVOS:

- **General:** Visibilizar historias de emprendedores con compromiso ambiental a través de un proyecto audiovisual de ciclo de entrevistas en el soporte Youtube, destinado a consumidores de la ciudad de Córdoba.
- Explorar las potencialidades de las narrativas desde un periodismo de soluciones para poder sensibilizar y concientizar sobre la problemática socioambiental.

- **Específicos:**
 1. Reconocer y poner en valor la relevancia de un espacio informativo sobre el ambiente en los medios de comunicación desde un periodismo de soluciones.
 2. Reflexionar sobre las prácticas realizadas por emprendedores cordobeses con impacto positivo en el cuidado de ambiente y la salud.
 3. Identificar la relevancia del derecho a la información en las problemáticas socioambientales.
 4. Valorar y profundizar en este proyecto los conceptos: ambiente, Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS), contaminación, reciclaje, economía circular, salud, y responsabilidad.
 5. Construir narrativas desde las experiencias de emprendedores con conciencia socioambiental de la ciudad de Córdoba.
 6. Propiciar la reflexión e intercambio de experiencias a partir de la divulgación de un decálogo para comunicadores y compartir como material para el seminario de Comunicación y salud, el taller de lenguaje I y producción gráfica y el seminario de Periodismo científico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y también como materia para la formación de vida y trabajo.

ANTECEDENTES

Para la elaboración de este Trabajo Final de Grado, cosechamos las herramientas que nos brinda cada actividad de encuentro, feria, foro, debate, jornadas desarrolladas en la ciudad de Córdoba en relación a temáticas socioambientales que convocan a profesionales, estudiantes, vecinos y toda persona que tiene curiosidad e interés por la situación ambiental que estamos viviendo.

Algunos de estos eventos en los cuales participamos son la Feria Agroecológica realizada todos los sábados en el bosquecito Facultad de Ciencias de la Comunicación donde participan diferentes productores ecológicos; las jornadas de #CórdobaSinColillas que se llevan a cabo gracias al trabajo en equipo de Agenda Ambiental Córdoba, la Secretaría de Extensión Universitaria (SEU) y la Fundación Ecolink; el primer Foro Federal de Cultura y Ambiente (FUTOPIA), la Diplomatura en Derecho Ambiental dictado por la Universidad Libre del Ambiente (ULA); Jornadas de reforestación organizado por la Secretaría de Ambiente, Agenda Ambiental Córdoba y BAUM fábrica de árboles; Festival Internacional de Cine Ambiental (FINCA), el Panel de Ambientalismo, economía circular y ambientalismo producido en la semana de los comunicadores en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC); el Congreso de Periodismo Digital producido por el Foro de Periodistas Argentinos (FOPEA) "Periodismo Ambiental y la necesidad de nuevas narrativas", y el conversatorio de ¿Crisis Ambiental? El rol del periodismo, Jornada "Cuidar la casa" La comunicación de la ciencia, la salud y el ambiente desde el sur global organizado por los seminarios de Periodismo científico, Comunicación y Salud, la cátedra de Narración Televisiva I y Cúbica, el Laboratorio de Contenidos Audiovisuales dentro del Centro de Investigación en Periodismo y Comunicación (CIPECO) 'Héctor Toto Schmucler' de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, y #DesdeLasCátedras Periodismo Ambiental: ¿catastrofismo o soluciones? Ideado por el Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica de la FCC, entre otros.

Cada una de estas actividades nos permitió conocer nuevas personas, descubrir nuevas áreas e historias, y crear redes, diálogos que apuntan a una misma dirección aportando pequeñas soluciones para el cuidado del ambiente y por lo tanto de nuestra salud.

Acudimos a los trabajos finales de compañeros graduados de la Licenciatura en Comunicación Social, *Carnaval tiene la Culpa* (2022) de Camila Serafini y Martín Alvarez, *Carga Vihral* (2022) de Florencia Batimanzi y Lucas Fuentes, ambas producciones nos sirvieron de referencia para el desarrollo estructural de este trabajo, del mismo modo rescatamos su tratamiento de narrativas audiovisuales al presentar relatos de experiencias y saberes desde una comunicación para la salud en el caso de “Carga Vihral” y por otro lado una narrativa que contempla sensibilidades a través del documental audiovisual “Carnaval tiene la culpa”.

Además el artículo de Sonia Fernandez Parra titulado “La información ambiental en los medios” extraído del n° 68 de la revista en papel Telos fue una reseña importante, en la cual la comunicadora española nos llama la atención al mencionar descriptivamente el papel fundamental que tienen los medios de comunicación en la conciencia ambiental de la sociedad y resalta la necesidad de que se dé más protagonismo a la actualidad ambiental mediante la creación de secciones o espacios fijos para tratar la temática, ya que la información medioambiental todavía representa un porcentaje muy pequeño de la cantidad total ofrecida por los medios de comunicación.

Por último, tomamos como referencia la obra de Arturo Escobar “*Sentipensar con la tierra, nueva lectura sobre desarrollo, territorio y diferencia*” (2014), antropólogo colombiano, estudiado durante la carrera en el cursado de la materia de antropología social, además es profesor de la Universidad de Carolina del Norte y demuestra inclinación hacia la temática de ecología política.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA:

Este trabajo final de grado de la Licenciatura en Comunicación Social consiste en desarrollar una tesis de proyecto de comunicación a partir de la exploración, investigación y desarrollo de un plan de acciones y dispositivos de comunicación a partir de visibilizar experiencias de cuidado y preservación del ambiente por medio de prácticas realizadas por emprendedores en Córdoba.

Una cualidad importante de la siguiente investigación es el trabajo de campo realizado por medio de asistencias a conferencias frente a un tema que es emergente e implica la divulgación y comunicación científica a través de diferentes plataformas. Se realizó una recuperación de materias como las producciones enseñadas, por ejemplo “Tierra sobre la mesa”³ una serie documental de La Tinta, las redes sociales recomendadas como Periodistas X el Planeta (@pxp_lac), y El Surtidor (@elsurti), el manual de prácticas sustentables para la industria audiovisual de la Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC), y por sobre todo las experiencias de diferentes profesionales que comparten el interés, preocupación y ocupación por temáticas ambientales.

La investigación aplicada es cualitativa, para lograr identificar el espacio social que ocupan las personas en el cuidado del ambiente, y descubrir cuales son sus principales estrategias de acción. Durante esta investigación nos basamos en la recolección de datos obtenidos desde perspectivas y puntos de vistas de los participantes, es decir, emprendedores y también de profesionales disertantes de los foros, jornadas y demás eventos asistidos, por lo tanto se tendrá en cuenta sus experiencias, prioridades, emociones y significados, entre otros. Además manifestamos la importancia por las interacciones entre los individuos, grupos y colectividades.

Los datos cualitativos son explicados como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones según el consultor independiente de desarrollo organizacional y evaluación de programas, y ex

³ Disponible en: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLDA5xieeiK10eDFg8DOnDfjYVoT6DFcsc>

presidente de la Asociación Estadounidense de Evaluación, también fundador y director de Evaluación centrada en la utilización, Patton, (2011).

El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo "visible", lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorguen). (Sampieri, 2014, p. 9)

Para analizar los datos acudimos a entrevistas de tipo semiestructuradas, mediante esta técnica cualitativa indagaremos aspectos subjetivos de los trabajadores y trabajadoras como sus valores, motivaciones y modos de actuar en relación al compromiso socio ambiental desde su lugar. A través del diálogo con cada uno de ellos se creará una valoración de los testimonios para comprender la interpretación de la realidad socioambiental. La elección de las personas para estas conversaciones se realizó en función de sus prácticas, experiencias de vida y sus lugares de acción con respecto a la temática. Estas experiencias, al ser compartidas, nos permitirían procesar y desarrollar de mejor manera las líneas narrativas de investigación.

Nos decidimos que para generar una narrativa sobre las experiencias profundizaremos en la recolección de datos por medio de estas entrevistas, para la realización del cuestionario tuvimos en cuenta como ejes conceptuales las buenas prácticas en relación a las responsabilidades y respeto por el ambiente, es decir, tomamos sus ejemplos de vida que permiten entender la importancia de la ocupación y cuidado hacia la naturaleza, y en cuanto a preguntas, principalmente nos centramos en cómo surgieron estos emprendimientos y en sus valores.

En relación a ello, la idea que perseguimos es visibilizar que es posible informar y mostrar las situaciones y prácticas socioambientales desde un periodismo de soluciones explorando nuevos modos de contar las historias desconocidas e invisibilizadas que emprendedores con compromiso ambiental desarrollan en las prácticas cotidianas en sus territorios. Desde su lugar cada uno de ellos pueden “echar fueguito” desde sus experiencias

en el campo del cuidado del ambiente, la particular ecología de saberes, la reflexión y a la creación de sus productos.

Además buscamos abordar los conceptos de derecho a la información en relación a los derechos ambientales, y por medio de ello intentamos llegar al conocimiento y concientización socioambiental de los ciudadanos, quienes tienen el poder también de incidir por medio de su consumo en empresas y gobernantes.

Cuando pensamos en el formulario semiestructurado tuvimos en cuenta la importancia de la escucha activa y la conversación estable que permitió identificar los principales objetivos de los emprendimientos, sus preocupaciones y ocupaciones socioambientales y sus alianzas con más personas y grupos para trabajar en equipo.

Asimismo complementamos durante la investigación fotografías propias y también imágenes de los emprendimientos, compartidas en sus redes sociales, esto permite explorar lo que las plataformas como las redes sociales posibilitan en el trabajo diario y el contacto con otros, hecho que se detalla en los próximos apartados.

Es importante que este trabajo de análisis logre un gran alcance, para llegar a todas las personas e informarlas y generar un impacto en ellas para actuar de forma más consciente por el cuidado del ambiente y por lo tanto también del cuidado de la salud. Al mismo tiempo creemos que es fundamental que este material se extienda para productos de divulgación en instituciones educativas, eventos y medios de comunicación para poder colaborar con la educación para el cambio y construir en sociedad concientización para un mundo mejor. Por ello proponemos un decálogo para comunicaciones ambientales también como material para trabajar de forma articulada con las cátedras de los seminarios de Periodismo Científico, Comunicación y Salud, y el Taller de Gráfica y lenguaje I en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

La teoría general de la Escuela de Chicago conocida como **ecología urbana** propone la idea de que dentro de la ciudad se constituyen áreas homogéneas en torno a las cuales convergen todos aquellos habitantes que comparten no sólo el nivel de renta y tipo de ocupación sino otros factores de contenido cultural y de carácter sociológico; de manera que estas áreas suficientemente homogéneas ofrecen posibilidades no sólo de supervivencia sino de integración, cooperación y mutua ayuda a aquellos que viven de ello. A través de mecanismos de selección similares a aquellos de la selección natural, la ciudad se organiza como un enorme ecosistema en el que cada grupo encuentra el ambiente adecuado a sus propias necesidades y a sus propias posibilidades.

Por ello ante nuestras constantes necesidades como sociedad es fundamental conocer cuáles son nuestras posibilidades para preservar nuestros recursos, proteger nuestros ecosistemas, pensar alternativas desde la racionalidad ambiental y proponer políticas públicas que beneficien a la naturaleza y nuestra salud de esta manera reconocer que desde nuestro lugar podemos accionar.

La médica, docente y bloguera, Maria Sol Fereyra, más conocida como Sol Despeinada, expresó “Cambiar el mundo no es algo de héroes con capas sino alguien en su casa que no le gusta la realidad y quiera cambiarla”⁴ en la jornada de educando al cerebro realizada en el pabellón Argentina de la Universidad Nacional de Córdoba. Estas palabras nos llevan a reflexionar sobre qué estamos haciendo desde nuestro lugar como ciudadanos, qué herramientas y conocimientos podemos poner en marcha para actuar con respecto a la situación socioambiental que estamos viviendo.

Habítamos nuestros espacios, dejamos huellas en ellos, con nuestras historias, mediante las cuales vivimos diferentes experiencias, una huella importante que dejamos en nuestro paso por la Tierra en nuestra huella de carbono, la misma se trata de el impacto que deja una persona o empresa en la atmósfera debido a la cantidad de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que se emiten por sus actividades diarias, desde las necesidades básicas como comer hasta la necesidad de transportarnos.

⁴ Parte de los apuntes registrados en el evento Educando al cerebro en la fecha 07/05/2022

En el marco de la realización de esta tesis en comunicación social de orientación audiovisual, es importante destacar que la producción audiovisual en Argentina genera aproximadamente más de 100.000 toneladas de Dióxido de Carbono anual (tonCO₂eq), el equivalente a la absorción anual de 500.000 árboles, sin incluir las emisiones de transporte de proveedores, procesos de fabricación de tecnologías (computadoras, cámaras, etc.). Estos datos nos brinda Florencia Nates, licenciada en comunicación social, egresada de la Universidad Nacional de Córdoba, responsable del Área de Producción Sustentable en Asociación de Producción Audiovisual de Córdoba- Argentina (APAC).

En este contexto podemos tomar las palabras de Omar Rincón quién expresa que habitamos un audiovisual expandido en pantallas, narrativas, formatos, relatos, convergencias, plataformas. Es por ello que elegimos contar las historias de estos emprendimiento por medio de la plataforma Youtube, para que las personas puedan escucharlas, conocerlas e interesarse por saber más sobre ellos, yendo al territorio y descubriendo estos trabajos sostenibles en el tiempo.

Por eso, el cambio más radical de esta mutación fue el del ritual de consumir medios: ahora cada ciudadano es el programador y censor de su entretenimiento (Rincón, 2019). Tenemos la capacidad de elegir que queremos ver y escuchar, como así también de qué queremos hablar y producir, entonces es crucial en este momento que estamos transitando, poder plantear hechos ambientales en relación con nuestras actividades diarias, con nuestro presente decisivo que tiene impacto en el futuro, y por lo tanto en las próximas generaciones.

Somos naturaleza y por lo tanto formamos parte del ecosistema, como expresa Rachel Carson, bióloga marina y ecóloga “El ser humano es parte de la naturaleza y su guerra contra ella es inevitablemente una guerra contra sí mismo.” Esta frase nos lleva a reflexionar sobre nuestra relación entre sí y con la naturaleza, de esta manera nos acercamos al término de “Buen vivir” (Sumak kawsay, en quechua) o Vivir y convivir bien (Suma qamaña, en aymara).

En relación con este término rescatamos la historia que compartió Bruno Rodríguez, -activista, estudiante de ciencias políticas- en Panel Ambientalismo, economía circular y

comunicación, Facultad Ciencias de la Comunicación donde narró que a los 8 años de edad su abuela, quien es de una comunidad de pueblos originarios del norte de la provincia de Salta, le explico el concepto de buen vivir, pero recién a los 13 años se enteró que su abuela era parte de una comunidad, y fue la primera vez que escuchó como concepto híbrido, el concepto de buen vivir. Además señaló como esto también hace referencia a lo que explica Maristella Svampa en sus obras de ecofeminismo populares, en la que la humanidad concibe a la naturaleza como una maquinaria que se puede dividir por partes, y considera que el Buen Vivir es justamente una conceptualización de la naturaleza completamente contraria a la que la modernidad nos trajo.

Según Rodríguez (2022) el buen vivir es una relación de la naturaleza con las personas en todo y no de manera dividida. En términos conceptuales, territoriales, quienes hacen estas conceptualizaciones originarias y ancestrales son un puntapié muy interesante incluso para pensar proyectos de impacto muy concreto, de planificación productiva, de ordenamiento territorial. Además añadió que en ese sentido los funcionarios públicos y quienes se ocupan de pensar los proyectos de desarrollo económico desestiman, subestiman, como en algún momento también lo hizo él sobre las concepciones ancestrales porque no le encuentran la solidez técnica como para incluirlas en los formatos actuales que establece el paradigma vigente de crecimiento económico ilimitado que no tiene en cuenta lo finita que es la tierra.

Son varios los autores que sostienen la idea de **buen vivir** como una variable del desarrollo, la cual constituye una alternativa al desarrollo y por ende representa una posible respuesta a las muchas críticas del post-desarrollo (Acosta y Martínez, 2009; Gudynas y Acosta, 2011), y que surgió de las luchas indígenas articuladas con otras agendas de cambio social de los campesinos, afrodescendientes, medioambientalistas, estudiantes, mujeres y juventudes. (Escobar, 2014), además supone un alejamiento y ruptura con la tradición, las instituciones y los órdenes establecidos (Papalini, 2017).

Entonces podríamos enunciar al resaltar las ontologías indígenas, que el buen vivir implica una filosofía de vida distinta, que permite la subordinación de objetivos económicos a los criterios de la ecología, la dignidad humana y la justicia social.

Los territorios en estos contextos son fundamentales para la socialización, concientización y resignificación de ideas y contenidos. Al mismo tiempo tenemos en cuenta que es necesario contar con más soportes y accesibilidad a historias que son interesantes para amplificar sus escuchas y visibilidades. Cabral y Mendizabal (2021) realizadoras del artículo *Comunicar la salud desde una perspectiva feminista e intercultural: algunas aproximaciones a las prácticas y la creación de contenidos en contextos situados (2021)*, proponen pensar en historias desde el periodismo de soluciones y desde los recursos expresivos y abordaje a campo próximos al documental antropológico.

CAPÍTULO 1

Nuestro vínculo con la Tierra

Las comunidades indígenas consideran a cada elemento de la naturaleza de manera sagrada, por lo cual protegen su territorio, crean una comunión con la naturaleza, de tal manera que se sienten uno. En muchas sociedades no occidentales o no modernas no existe una división entre naturaleza y cultura, sino personas en continua relación con todo el mundo, humano y no humano. Su forma de relacionarse y comunicarse con la naturaleza es diferente y única.

El territorio se presenta como una condición de posibilidad en el que se subyacen diversas lógicas comunales. En estas ontologías los territorios son espacios, tiempos vitales de toda la comunidad, son el lugar junto a la vida, constituye el espacio natural de la vida, con su cultura, tradiciones e historias y recursos naturales. De autogobierno y de autodeterminación.

En este contexto, las comunidades indígenas consideran a la naturaleza como entidades sintientes relacionadas con los humanos de cada territorio. Para ejemplificar podemos observar las costumbres festivas como el día de la Pachamama⁵ o también conocida como día de la Madre Tierra, celebrada todos los 1° de agosto de cada año para agradecer por las cosechas y el buen tiempo, por los animales y la abundancia del suelo.

Al mismo tiempo en esta celebración realizan pedidos y bendiciones a los frutos que brinda la Pachamama. Además desarrollan la ofrenda a la Pachamama de esta manera los seres humanos devuelven a la Madre Tierra todo lo que tomaron de ella. El objetivo de la fiesta es que tanto los humanos como la naturaleza se mantengan en un equilibrio mutuo.

Esta adoración a la Madre Tierra consta de una serie de rituales y ceremonias que se realizan principalmente en América Latina dentro de la cultura aimara y quechua del norte de Argentina, y también se conmemora en Bolivia y parte de Chile, así como en Perú, Ecuador y Colombia. Al avanzar el tiempo, los rituales de esta tradición fueron variando, tomando

⁵ Pachama proviene del quechua y del aimara. “Pacha” significa universo, mundo, tiempo, lugar, mientras que “Mama” es madre.

distintas formas y enriqueciéndose con los legados culturales, históricos y sociales de diferentes comunidades.

Al mismo tiempo vale resaltar que “nosotros, los seres modernos, hemos perdido nuestra relación integrada con el universo y debemos restaurarla para lograr una renovada intimidad con la Tierra.” (Escobar, 2014). En este caso el antropólogo también hace mención a que necesitamos urgentemente una nueva historia que nos permita reconectar lo sagrado con el universo, lo humano y lo no-humano.

Las sabias tradiciones, que incluyen las de los pueblos indígenas, nos sirven como guía parcial hacia esa meta de reintegrarnos con la Tierra. Dentro de estas tradiciones, los humanos son parte de la tierra y de su conciencia, no son existencias individuales en un mundo inerte. Cada ser viviente existe porque existen otros. Como lo dijo un líder indígena nasa del Suroeste de Colombia, «somos la continuidad de la tierra, miremos desde el corazón de la tierra». (Escobar, 2015, pp 27-28)

La Tierra constantemente sufre modificaciones de forma natural, pero principalmente los cambios que atraviesa son producto de las acciones antrópicas, la palabra antrópico proviene etimológicamente del vocablo griego ἄνθρωπος, que se pronuncia “anthropos” y su significado es "humano". Entonces esto quiere decir que la naturaleza soporta diferentes alteraciones fruto de nuestras acciones como humanos, las cuales están constituidas por elementos que son fruto del desarrollo tecnológico, urbanístico, industrial, y cultural en general.

Partimos de que las personas muchas veces alteramos con nuestro accionar el equilibrio natural, originando el mencionado sistema antrópico, tal vez porque en ocasiones nos olvidamos que somos parte de la naturaleza y nos observamos desde otro plano.

Virginia Martinez Luque (2022) “El antropocentrismo toma a la naturaleza como una entidad externa, un objeto, un recurso destinado a satisfacer las necesidades humanas, susceptible de apropiación, modificación, control, transformación”, en el webinar cultura del cuidado. También hace referencia a la colonización de la naturaleza como estrategia de dominación, que habilita la cosificación y apropiación de recursos.

Frente a esto es urgente en términos de responsabilidad como ciudadanos promover el cuidado, ya que “la causa profunda de la devastación actual es el modo de conciencia que ha planteado una discontinuidad radical entre lo humano y otras formas vivas, otorgando todos los derechos a los humanos” (Berry ,1999, como se citó en Escobar, 2014).

La idea de concebir al hombre como centro y dominio de todo refleja la existencia de una ficción antropocéntrica moderna que separa al ser humano de la naturaleza, por un lado se concibe a la naturaleza como el ámbito de “lo dado”, y por otro lado a la cultura como el ámbito de “lo creado”, se presentan como dominios diferenciados y en relación jerárquica. Frente a esto la Magister Virginia Martinez Luque explica que la visión antropocéntrica es una creencia tradicional en la superioridad de la especie, y con ello de la cultura, que separa la naturaleza de la cultura, y con ello de la sociedad, la modernidad las consideró como dos categorías claramente diferenciadas.



Grabando Sonido original: desactivado

- Creencia tradicional en la superioridad de la especie, y con ello de la cultura.
- Separación de naturaleza de la cultura, y con ello de la sociedad,
- La modernidad las consideró como dos categorías claramente diferenciadas.

Visión antropocéntrica Hablando: Ula Educación

Su micrófono no funciona. Compruebe su conexión o use un micrófono diferente.

The image shows a presentation slide with a green header 'Visión antropocéntrica' and a black footer 'Hablando: Ula Educación'. The main content is a pyramid of silhouettes representing a hierarchy of life forms. At the top is a human figure. Below it are a whale, a pig, a dog, and a cow. The next level includes a fish, a bird, and a chicken. The bottom level consists of various smaller organisms like a jellyfish, a starfish, a mushroom, an eye, a spider, a snake, and a frog. A mouse cursor is visible near the bottom right of the slide.

Concepción antropocéntrica de la vida según Virginia Martinez Luque, desde la cual se toma al ser humano como la medida de todas las cosas, se trata de una concepción hegemónica desde la modernidad en Occidente que es determinante para la relación del ser humano con su medio.

En este sentido, más que vivir una crisis ambiental, estamos atravesando una crisis en el modo de habitar, es decir no es una crisis ecológica sino una crisis social. Virginia Martinez Luque (2022) aclara que asistimos a un proceso de desencantamiento del mundo, que implica despojarlo de su carácter sagrado, negándole a su vez su condición de ser viviente. La

magister sostiene que la naturaleza sufrió una degradación ontológica, en la que pasó a ser simplemente un objeto, por lo tanto se desconoce de esta manera el orden complejo y la organización ecosistémica de la naturaleza, para transformarla en objeto de conocimiento y en materia prima.

Con el avance de los años, la preocupación mundial aumentó respecto a las consecuencias del impacto ambiental de las acciones antrópicas cotidianas, como ser la contaminación del agua y el aire por pesticidas, el adelgazamiento de la capa de ozono y el aumento del efecto invernadero.

Otra gran preocupación es la deforestación, acción que se replica por todo el planeta y está siendo determinante para intentar al menos detener el calentamiento global para las próximas generaciones. (Flores Nates, 2022, p 5)

En relación a las nuevas generaciones son ellas quienes más vivirán los resultados de las acciones que nosotros estamos realizando, como expresa la responsable de políticas medioambientales de la Confederación Sindical, Anabella Rosemberg, en el programa Autosustentable “Los niños del futuro son seguramente niños que serán bastante acusatorios de nuestra actitud como generación frente a este problema porque sabiendo lo que estábamos haciendo mantuvimos una línea que sabíamos nos llevaba contra una pared” (Canal Encuentro, 2019, 4m50s.)

Esto refleja que es necesario comenzar a crear el compromiso no solo con el ambiente sino también con sucesores mediante acciones concretas para poder habitar un mundo más saludable. Trabajar en nuestra responsabilidad social y generar más concientización, sensibilidad y conocimiento socioambiental.

La forma de vincularnos con lo ambiental, la racionalidad particularmente moderna e instrumental nos ha llevado a esta situación de crisis ambiental, tenemos un modelo hegemónico dominante de producción y de consumo que es insostenible, no sustentable y particularmente es desigual, la crítica se realiza al modelo de consumo y distribución desigual. (M.L. Forandi, comunicación personal, 07 de junio de 2022)

Estas situaciones nos llevan a que es preciso cuestionarnos las formas convencionales de entender y explicar la relación sociedad-naturaleza, ya que “no solo afectamos a la Tierra con la contaminación también influenciarnos con malos sentimientos, emociones destructivas”. Mele, J. y Scallan, G. (09 de abril de 2020). Nuestro vínculo con la tierra. Segundo Seminario Dinero y Conciencia 2020. De esta manera podemos observar que los problemas socioambientales son exclusivamente humanos, lo cual debemos resolver y está estrechamente relacionado con nuestra actitud.

Responsabilidad:

Pierre Bourdieu, explica que su concepto de habitus es un conjunto de disposiciones interiorizadas que informa las percepciones, los sentimientos y las acciones de las personas. Se construye a partir de la interacción del individuo, la cultura del grupo y las instituciones sociales de la familia y la escuela; actuar según estas disposiciones refuerza el habitus del individuo y el grupo. El habitus se reproduce y evoluciona con el tiempo mediante la interacción del subconsciente del individuo con las estructuras sociales con la que entran en contacto.

En el 2021, una nota de la empresa de productos sustentables, Meraki, manifestó que la forma más fácil, práctica y efectiva de incorporar masivamente el sentido de comunidad en nuestra sociedad, es comprendiendo la interconexión que existe con el ambiente a través de la educación, ya que aporta a la formación ciudadana y al ejercicio del derecho a un ambiente sano, digno y diverso.

Esto refleja la importancia de la educación ambiental en nuestra vida desde temprana edad para que el cuidado de la tierra sea parte de nuestros hábitos, y de esta manera mitigar los daños que producimos como sociedad ya que estamos acostumbrados a consumir masivamente y no somos conscientes de sus consecuencias.

Frente a estas situaciones podemos reconocer que como ciudadanos y consumidores tenemos diferentes responsabilidades incluso al momento de realizar las compras de los elementos que utilizamos y consumimos cotidianamente, tomarnos un momento de reflexión, realizar preguntas y de alguna manera analíticos sobre que impacto tienen los productos,

como de dónde vienen nuestros alimentos, quiénes lo hacen, cómo lo hacen, con qué lo hacen y mucho más, ya que todo lo que recibimos tiene un costo (ambiental, social, energético, etc).

Como individuos podemos elegir un modo de vida cero residuos, sin embargo, el cambio también se tiene que dar en el nivel más profundo, donde se discutan las fuentes del problema, generando un cambio de reglas y regulaciones que establezcan la responsabilidad del fabricante en este sistema: desechable a reutilizable, corta vida útil a duradero y sintético a orgánico (Melissa, 2021).

Entonces de alguna manera podemos influir en el sistema como consumidores, tal vez tenemos poco control sobre sistemas de producción de las grandes industrias, pero tenemos el poder de decidir qué queremos. “Y si lo que queremos no es lo que nos ofrecen, eventualmente tendrá que haber un cambio de dirección en la industria, hacia un diseño y proceso de producción más sostenible y circular” (Melissa, 2021). Es fundamental tener en cuenta que no hay excusas suficientes cuando queremos generar un cambio y los desafíos siempre se convierten en oportunidades.

Además en la nota de Melissa para Meraki sustentable explica que nuestros hábitos diarios (lado práctico) impactan directamente sobre el diseño sistemático (lado conceptual). Y para comenzar con ello, es clave preguntarse por dónde empezar, sabemos que puede parecer abrumador generar cambios de hábitos. Sin embargo, nuestros esfuerzos no tienen que ser perfectos. No hay un destino a donde llegar, sino un camino por recorrer.

Diariamente vamos incorporando nuevas ideas o hábitos desde compostar nuestros residuos orgánicos, cambiar el cepillo de plástico por el de bambú, shampoo y acondicionador sólidos, botellas y bolsas reutilizables, entre otros, esto lo logramos principalmente cuando conocemos a personas con el interés en actuar por el cuidado del ambiente y que nos motivan a hacerlo, es decir, “aprendemos de las experiencias y errores, y de un activismo imperfecto pero lleno de ganas” (Madriñán, 2020). Todos estos pequeños cambios imperfectos, de un millón de personas, podemos contribuir a un futuro natural, hermoso y sostenible (Melissa, 2020).

Como sostiene Gretha Thunberg, activista ambiental, “cambiar tus hábitos es crear una opinión y enviar señales a otras personas para impulsar un movimiento mayor”. Esto lo logran los pequeños emprendedores que entrevistamos, en su día a día a través de sus hábitos invitan y motivan a empezar a consumir de manera más responsable y consciente.

Es fundamental el reconocimiento de que hay ciudadanos y ciudadanas que tienen compromiso ambiental y actúan de manera responsable frente a sus consumos, pero también es clave contemplar que la responsabilidad social debe ser tripartita, hablamos de una co-responsabilidad entre el consumidor, las empresas y el estado. Carolina Ulla, abogada y docente de la diplomatura de derecho ambiental explica esto y señala que a cada nivel les corresponde un 33% de responsabilidad.

El 50% de los presupuestos a nivel global se destinan para limpiar lo que produce el consumidor, pero nadie había dicho de dónde salió el producto generado por la empresa (Ulla, 2022). Para tener en cuenta cuánto cuesta la recolección de “basura” en Córdoba nombramos los siguientes datos brindados por Juan Lopensino, ingeniero mecánico y profesor de la Universidad Tecnológica Nacional de Córdoba (UTN):

- Cada camión carga en promedio 15 toneladas
- Casi 100 camiones por día van al basural
- Promedio 100 kilómetros por día recorre cada camión
- Consumo aproximado de 1 Km/litro de combustible
- Tres trabajadores por camión
- Barrido de calles: ocho grupos de 40 trabajadores aproximadamente
- Es el mayor contrato municipal

Percatarnos de estos hechos es vital, ya que todas las partes debemos incorporar consideraciones socioambientales en las tomas de decisiones, y tener en cuenta siempre que cada actividad tiene múltiples impactos.

Es fundamental mencionar que en este contexto también hallamos la responsabilidad que los medios de comunicación adquieren en el modo en que la ciudadanía toma conciencia en torno a temas socioambientales, lo cual es determinante.

Cultura y reciclaje

La cultura nos define como somos, nos alimentamos, vestimos, hablamos y consumimos, entre otras, forma parte de la estructura social que crea, desarrolla y difunde mensajes y creencias, con la posibilidad de transmitirlos a través de medios de comunicación (Nates, 2022).

En este contexto la comunicación es una herramienta clave para lograr difundir y visibilizar las prácticas y luchas tanto socioambientales como laborales, culturales y territoriales, entre muchas otras, lo cual refleja el poder de la construcción de nuestros sentidos.

Frente a ello traemos una de las tantas definiciones de comunicación, en esta oportunidad se trata del concepto construido por Roberto von Sprecher, abogado, licenciado, profesor y doctor en Ciencias de la Información, quien explica el concepto de la siguiente manera:

Denominamos comunicación al conjunto de intercambios de sentidos entre agentes sociales, que se suceden en el tiempo, y que constituyen la red discursiva de una sociedad, red que puede pensarse relacionamente a niveles micro, meso y macro.

Esta red discursiva está tejida por las prácticas productoras de sentido -que se manifiestan en discursos- de los agentes sociales (individuos, instituciones, empresas, etc.) que ocupan distintas posiciones en el espacio social general (en las clases sociales) y en los campos que forman parte del mismo posiciones que implican capitales y poderes diferentes puestos en juego en el intercambio, luchas en consecuencia (p. 24-25).

El docente propone este concepto como “una llave para abrir puertas, que funcione como parte de la caja de herramientas que permita tratar de pensar algo que puede resultar abrumador, por multiforme y omnipresente”, y no como un único pensamiento que afirma la verdad. Además señala que “las prácticas comunicacionales, la dimensión comunicacional de lo humano social, son prácticas productoras de sentido; son condición necesaria de la

construcción de lo cultural y de la construcción de lo social. Estas prácticas comunicacionales se manifiestan materialmente en los discursos”.

En relación a esto podemos analizar a la cultura del reciclaje como el reto al que se enfrenta la sociedad del siglo XXI ante los problemas actuales de tratamiento y eliminación de los residuos generados en nuestras actividades diarias.

Desde nuestro modo de hablar y hacer referencia a lo que generamos podemos observar que generalmente estamos acostumbrados a mencionar a los residuos como basura, y es recurrente hacer una diferencia entre basura y recurso, ya que por un lado, la palabra basura está estrechamente relacionada con la economía lineal, es decir, un modelo que tiene que ver con la extracción de materia prima para producirla, distribuirla, usarla, consumir, y desechar, es aquí donde consumimos y tiramos repetidas veces. Pensamos que todo aquello que utilizamos tiene un principio y un fin, llega a nuestras manos y luego lo tiramos, por eso la cantidad de basura se observa en grandes cantidades de basurales a cielo abierto.

El Artículo 2° de la Ley 25916 sostiene que los residuos domiciliarios son “aquellos elementos, objetos o sustancias que, como consecuencia de los procesos de consumo y desarrollo de actividades humanas, son desechados y/o abandonados”.

Por otro lado, cuando hablamos de residuos nos referimos a recursos, y por lo tanto ello está ligado a la economía circular, es decir, todo el material biodegradable vuelve a la naturaleza y el que no es biodegradable se reutiliza.

Los productos que empleamos en nuestra cotidianidad tiene un ciclo de vida, y podemos identificar los impactos ambientales asociados a un producto, proceso o actividad desde la extracción y procesamiento de las materias primas, la producción, comercialización, transporte, uso y mantenimiento, hasta su fin de vida.

Existe la Ley de Responsabilidad Extendida de Productos, la cual es un instrumento económico de gestión de residuos que obliga a los fabricantes de ciertos productos, a organizar y financiar la gestión de los residuos derivados de sus productos. El objeto de esta

ley es disminuir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje y otro tipo de valorización a través de un gestor (Ulla,2022)

Por lo general al referirnos al concepto de reciclaje, es decir, el proceso de recolección y transformación de materiales para convertirlos en nuevos productos, y que de otro modo serían desechados como basura, nos permite evitar la emisión de gases de la extracción y procesamiento de materia prima virgen, ayudando así a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, lo relacionamos inmediatamente como economía circular.

Sin embargo, el reciclaje es solo la punta del iceberg de la economía circular, por debajo tenemos muchas prácticas por observar, trabajar y contar. Por ello, es momento de practicar una perspectiva innovadora en relación a este paradigma. En este sentido, reconocer que cuando hablamos de economía circular implica un paradigma económico. Asimismo reconocemos que lo ambiental, lo económico, lo social y lo cultural no podrían pensarse separados o externos a lo comunicacional, ya que es posible y necesario que cada una de las partes sean observadas y reunidas conjuntamente.

Economía circular

La Economía circular es un modelo de producción y consumo que implica una forma de vida que tiene como base las diversas Rs de la sustentabilidad como Reducir, Reutilizar, Reciclar, Recuperar, Reparar, Rechazar, Reinventar, entre muchas otras.

Para ubicarnos territorialmente en la provincia de Córdoba, recorrimos diferentes eventos realizados en base y promocionando la idea de economía circular, donde los protagonistas son trabajadoras y trabajadores de la economía circular y popular, y también vecinas y vecinos de los barrios de la ciudad.

En el caso de los eventos mencionados anteriormente podemos nombrar a algunos de ellos como el Festival Córdoba Repara, se trata de una alianza que busca generar más espacios de reparación colectiva en los barrios; la feria agroecológica Córdoba que se lleva a cabo los días miércoles en pasaje Aguaducho de 18 a 21 horas en el barrio Alberdi y los

sábados en Ciudad Universitaria de 10 a 14 horas, la misma está integrada por productores y productoras de alimentos y artículos de limpieza y cuidado de la salud libres de químicos; la feria mundial de la economía circular que se realizó en el mes de junio del 2022 en el complejo ferial durante el marco de la Cumbre mundial de economía circular, donde participaron emprendedores, cooperativas, ONG's y empresas exponiendo sus propuestas, proyectos, productos y servicios circulares. Se realizaron premiaciones y reconocimientos a los diferentes emprendedores.

Enzo Cravero, Presidente del Ente Municipal BioCórdoba (2022), explica que en la ciudad de Córdoba, estamos en plena transición desde un modelo de economía lineal hacia la construcción colectiva de un modelo de producción y consumo circular que nos convoca, nos involucra y nos interpela como protagonistas del cambio que queremos ver en el mundo. Es decir, que todavía queda mucho por hacer y mejorar, y que para ello también es fundamental apoyar a las y los emprendedores, ser cómplices en la transición hacia la circularidad, activar nuevos hábitos que fomenten y favorezcan una gestión eficiente de nuestros recursos.

Compartir, arrendar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar los materiales y productos existentes durante el mayor tiempo posible son los principios elementales para la construcción de otro modo de habitar el territorio.

En cuanto a Córdoba, la provincia empezó a hablar de economía circular de un día para el otro. No hubo anuncio ni preparación. Y no hay una equis en el calendario del momento preciso en el que apareció el concepto en la agenda pública. (Garbovetzky, 2022, p.8)

La cantidad de trabajadores y trabajadoras con compromiso ambiental aumenta diariamente. En diferentes áreas podemos encontrar personas dedicadas al trabajo en relación a la economía circular, desde emprendedores de productos del hogar o limpieza a recuperadores urbanos.

Podemos mencionar dentro de los referentes en el territorio de la economía circular a Ellen MacArthur, ex regatista, creadora de la fundación Ellen MacArthur, donde definen que la actividad económica de una economía circular contribuye para la salud general del sistema.

El concepto reconoce lo importante que es el funcionamiento de la economía en cualquier nivel - grandes y pequeños negocios, organizaciones e individuos, globalmente y localmente.

Existen estrategias de economía circular tales como los suministros circulares, el reciclaje, las plataformas compartidas, extensión de vida útil, producto por servicio. Lo importante de este modelo económico es su triple impacto, es decir, que influye en los tres ejes fundamentales en la nuestra comunidad, **económico, social y ambiental**.

Además este modelo funciona como estrategia para mitigar el cambio climático, por lo cual busca modificar el modelo de producción y consumo actual, generando la REducción, REutilización y REciclaje de los Residuos Sólidos Urbanos (RSU). Esto lo explican las fundadoras del proyecto circulando, Soledad Merlo y Yasmin Bianchi quienes resaltan los beneficios que traen aparejados, tales como:

- ★ Reducir Gases de Efecto Invernadero
- ★ Evitar la generación de mayor cantidad de residuos
- ★ Evitar el agotamiento de los recursos existentes
- ★ Generar un modelo económico sostenible

Ellas señalan que para que esto sea posible, debemos empezar en casa, separando nuestros residuos, reciclando lo que se pueda o llevándolos a centros de transferencia de residuos para que otros puedan recuperarlos y hacer productos nuevos con ellos.

En relación a los residuos que creamos es importante mencionar que en Argentina se generan aproximadamente 49.300 toneladas diarias de RSU, es decir producimos 1 tonelada de “basura” cada 2 segundos, igual a 1,15 kg/día por habitante. Dentro de estos residuos el 45,5 % son productos plásticos producidos y utilizados para packaging, envases y embalajes. Y para tener en cuenta dentro de estas estadísticas brindadas por la fundación Sustentabilidad Sin Fronteras (SSF) Argentina es el país de Latinoamérica con mayor consumo de plástico por habitante, al ocasionar 42,00 Kg por habitante.

Al mismo tiempo esto podemos vincular con la contaminación visual, ya que los vertederos y basurales a cielo abierto producen contaminación visual además de la contaminación del suelo, agua y aire. Este tipo de contaminación se trata del abuso de ciertos

elementos no arquitectónicos que alteran la estética, la imagen del paisaje tanto rural como urbano, y que produce a menudo una sobreestimulación visual agresiva, invasiva y simultánea; y nuevamente esto es producto de la manipulación indiscriminada del hombre.

Frente a esto, “la economía circular en el entorno local abre conversaciones acerca de qué podemos hacer con esos residuos- plásticos, madera, metales que descartamos de manera inconsciente y casi criminal, y resolverlo generando un negocio y oportunidad de empleo” (Luis Lehmann, como se citó en El círculo verde, 2022).

Luis Lehmann, licenciado en ciencias políticas, docente y generador de contenidos para la promoción del desarrollo económico sostenible a partir de la economía circular, sostiene la existencia de:

Un nuevo ser humano, el Homo Circularis, consumidor responsable, consciente del impacto sobre el ambiente y que ejerce su ciudadanía, emerge de la retroalimentación de la “trilogía circular”: una sociedad consciente y colaborativa, empresas responsables y un Estado emprendedor, dinámico e inclusivo.

El autor sostiene que la economía circular representa un novedoso paradigma en la gestión de los recursos que puede ser la herramienta para impulsar la reactivación de la economía post pandemia, es decir, después de meses de cuarentena en todo el mundo, y la aceleración de cambios que produjo el covid-19 nos vemos obligados a repensar un reinicio que conlleve nuevas soluciones.

Dentro de este modelo debemos tener en cuenta que se trata de una visión amplia e integral, que no se limita desde una economía circular a residuos, ya que es fundamental resaltar que “ la economía circular no es únicamente compostaje o reutilización, reparación y reciclaje de materiales, tampoco es únicamente diseño de materiales que permitan su reciclabilidad. Hay más líneas de acción en el paradigma”, (Fundación Avina, como se citó en El círculo verde, 2022). Al mencionar más líneas de acción se refiere a prácticas como la eliminación del uso de sustancias químicas contaminantes, el uso eficiente de la energía y la utilización de energías alternativas, entre otras.

Además conveniente hacer una breve mención sobre más acciones en relación como el trabajo de la Fundación Avina⁶ que impulsa procesos colaborativos de cambio que nos permiten comprender los desafíos y ofrecer respuestas específicas a cada contexto, generando cambios sistémicos y resilientes. Consideramos esto esencial al igual que el periodismo colaborativo principalmente al momento de realizar investigaciones, ya que esto fortalece a una revolución del conocimiento, donde como individuos nos acoplamos, trabajamos y accionamos de manera conjunta para lograr cambios con metas en común.

Es esencial reconocer que la economía circular es mucho más que un concepto de moda, sobre todo porque los recursos necesarios para mantener nuestro estilo de vida se están agotando rápidamente, por lo que el planeta está llegando a su límite ecológico.

⁶ Fundación latinoamericana que promueve la sustentabilidad a partir de procesos colaborativos, generando impactos positivos a gran escala, es decir, contribuyen desde el sur planetario a la sostenibilidad global. Para cumplir su misión trabajan por el sur (Latinoamérica y África), en línea con la agenda 2030 de las Naciones Unidas, impulsando innovaciones a favor del cuidado del planeta y el bienestar de las personas.

CAPÍTULO 2

Nuestros derechos:

El derecho a la información es un derecho humano, integrado por las libertades de expresión e información, secreto profesional, cláusula de conciencia, derecho de respuesta, derecho del autor a la propiedad intelectual y derecho de acceso a la información pública. En este contexto debemos tener en cuenta que la información es un derecho básico dentro de los derechos humanos. Difunde el patrimonio de conocimientos que la humanidad va acumulando. Hay una libertad individual en el derecho de todo individuo a la búsqueda, emisión y recepción de las informaciones.

Además el derecho a la información forma parte del grupo de derechos de tercera generación porque fueron definidos en la Constitución luego de los derechos individuales y de los derechos sociales relacionados al trabajo y la previsión social. Con la reforma constitucional de 1994 se incorporaron los derechos de impacto colectivo y los derechos humanos, entre los que se cuenta el derecho a la información.

Es importante tener en cuenta que el derecho es producto cultural y al mismo tiempo ha culturalizado la sociedad; tiene un proceso histórico y a su vez una vivencia particular que hace diferencia según lugares y concepciones filosóficas, políticas, culturales, económicas y, en general, sociales que le dan vida las personas que cohabitan organizadamente.

Derechos y comunicación

En relación a nuestra profesión como comunicadores al momento de informar todo suceso y en este caso informaciones ambientales de manera relevante y veraz, es importante considerar digna atención a la deontología periodística. El abogado y profesor, Daniel Koci, explica la trascendencia de los cuatro principios de los cuales debe sustentarse los códigos de la ética periodística. En primer lugar, se halla la libertad de opinión , expresión e información como derecho humano fundamental, en segundo lugar se encuentra la información como bien social y no como mercancía, en tercer lugar se ubica el informar con veracidad como principal misión del periodista, y en cuarto lugar la libertad de prensa como derecho del ciudadano.

En cuanto a los términos de información, comunicación y derecho existe una relación dialéctica entre ellos. La información no da por supuesta la comunicación porque la información puede ser secreta y/o reservada; pero en toda comunicación hay un contenido informativo; y el derecho es información y debe a su vez ser comunicado. La comunicación es la primera manifestación del humano racional que lo socializa. Constituye el aspecto formal de ese intento que se logra cuando es captada por los integrantes del grupo donde se comunica.

Del mismo modo la comunicación como todo acto humano racional tiene sentido, por lo tanto no puede estar desprovisto de contenidos ni desentenderse de las y los receptores que deben decodificarlo. Es desde este enfoque que hablamos de información. “La información como equivalente a comunicación respondería a la pregunta de cómo se informa. La comunicación como equivalente a información respondería en cambio a qué se comunica”. (Cipolla et al., 2018, pp. 15- 16)

Siguiendo esta línea los autores afirman lo siguiente:

En el sintagma “derecho de la información”, la preposición de cumple tres funciones: una ablativa o de referencia al objeto; otra de pertenencia o genitivo; y finalmente una función teleológica, dativa o finalista.

1. La función ablativa u objetiva nos señala una disciplina jurídica que aborda específicamente los fenómenos informativos y se expresa en las leyes;

2. La función de pertenencia o genitivo habla del derecho subjetivo con el límite o estímulo para actuar; y

3. La función teleológica apunta a la perspectiva de justa información. (Cipolla et al., 2018, p16).

Con base a esto los autores agregaron que con la comunicación se inicia el proceso de socialización. El hecho de estar comunicados crea vínculos familiares, sociales, culturales, económicos y jurídicos donde, dentro de este último, la ley deviene su expresión más acabada. Consideramos esto fundamental en cada momento de la investigación y encuentros con los protagonistas de la misma.

Dentro del sistema jurídico también se reconoce que junto a la norma exista la regulación con los usos y costumbres, que crean y son fuente de regulación normativa, pero también la misma costumbre puede derogar a la ley por desuetudo, es decir por la costumbre de no aplicar una determinada ley o norma. (Cipolla et al., 2018, p.16)

En este contexto es valioso retomar el concepto de comunicación como fenómeno social permanente:

Los seres humanos, son seres básicamente gregarios. Incluso durante las primeras etapas del desarrollo no están en condiciones de sobrevivir sin atención de otros, ya que no solo son absolutamente frágiles sino que además tienen un máximo de indefensión. Por lo demás, si hay una característica que compartimos con otros mamíferos y lógicamente con los primates superiores es la afectividad. Los seres humanos, no sobreviven en aislamiento. Y también requieren de participación, influencia en y con el grupo, y otras formas de intercambios.

La comunicación comienza con la humanidad misma, quien deseosa de compartir esa porción propia pone en común (proyección) su «mío» y resguarda (introyección) su «yo» donde reside su absoluta libertad. Sin embargo, qué hacemos con nuestra libertad en relación a nuestro actuar en y con el ambiente, la idea del “reino de la libertad” de Marx ha entrado en crisis, esta sociedad laica progresiva y progresista, ahora, encuentra que en realidad, ninguna de sus grandes creaciones funciona”. (Amado Suárez & Rincón, 2013, p. 14)

Estos autores plantean en su obra titulada “Comunicación en mutación”, que nos encontramos en un momento en el cual hablar de progreso es un mal chiste porque estamos acabando con el planeta tierra, porque el capitalismo financiero es el que reina. Por lo tanto, una sociedad que tiene como motor a la información, es una sociedad en mutación, una en la que los seres humanos dirigen la evolución de los animales, las plantas, los seres humanos a través de la información genética. Una sociedad en la que antes era la ley del más fuerte y ahora es la ley del más sabio.

Entonces, en ocasiones existe un abuso de nuestras libertades, creyendo que las personas tienen el poder y saber superior al de la naturaleza, de cierta forma construimos un

ego hacia el entorno al que pertenecemos. Por otro lado, hay que tener en cuenta que una persona sin intimidad será una persona dominada, y que para salir fuera de su “yo” lo ha de hacer con su libertad, que entienda su raíz en aquélla con una dimensión humana que se mueve dentro de la responsabilidad.

Por lo tanto, como seres sociales con responsabilidades, podemos comunicar lo que queremos y aquí la comunicación interpersonal nos da forma. A su vez, la información es una parte de todo aquello que se comunica socialmente. Todos los contenidos trabajados y puestos en práctica en la carrera de comunicación social, han revolucionado a las sociedades en diferentes etapas de la historia. La comunicación abarca la forma oral, escrita, visual, electrónica, y se encuentra abiertamente proyectada a todo otro futuro medio innovador.

Por otro lado, dentro de nuestros derechos humanos encontramos también el derecho al ambiente sano, el cual comenzó a ser reconocido a partir del año 1972 por el Derecho Internacional, momento en que la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano manifestó que “el hombre tiene el derecho fundamental a la libertad, la igualdad y el disfrute de condiciones de vida adecuadas en un medio de calidad tal que le permita llevar una vida digna y gozar de bienestar, y tiene la solemne obligación de proteger y mejorar el medio para las generaciones presentes y futuras”.

Y en relación a ello debemos destacar la importancia del acceso a la información pública ambiental, y reconocer que todos y todas tenemos el derecho a participar en procedimientos administrativos que se relacionen con lo ambiental. Las autoridades deberán institucionalizar procedimientos de consultas o audiencias públicas como instancias obligatorias para la autorización de aquellas actividades que puedan generar efectos negativos y significativos sobre el ambiente.

Para poder saber más sobre nuestra participación en estas temáticas es importante adentrarnos a la educación ambiental, la cual no es un campo homogéneo y armónico, sino que en él concurren diferentes discursos, con sus correspondientes trasfondos ideológicos y propuestas pedagógicas (González Gaudiano y Puente Quintanilla, 2010). Por ello durante este trabajo trataremos la educación ambiental (EA) como un derecho importante en estos tiempos.

Derechos ambientales:

Existe la necesidad urgente de promover prácticas que colaboren con el cuidado de nuestra tierra, y por lo tanto de nuestro ambiente. Trabajar en nuestros pequeños hábitos para hacer frente a los desafíos futuros, informar e invitar a que la sociedad comience a cuidar el ambiente. Para ello es fundamental conocer cuáles son las leyes y derechos presentes y por los cuales luchamos actualmente.

Considerando que nos encontramos en un momento histórico clave para generar toma de conciencia sobre la importancia del impacto que generamos con cada una de nuestras acciones en el planeta, lo imprescindible es incorporarnos al mundo de la economía circular y dar a conocer cuáles son los beneficios que aporta este sistema a la sociedad.

En relación al capítulo anterior, volvemos a mencionar el concepto de buen vivir, esta vez vinculado al derecho de la naturaleza ya que ambos nos dirigen a un debate importante sobre qué ruta hacia el futuro deseamos tomar los latinoamericanos para actuar ahora y contribuir a la protección del ambiente.

El Buen Vivir y los derechos de la naturaleza prestan resonancia a otros desafíos del «modelo de civilización» del desarrollo global (Escobar, 2014).

En Argentina, desde el punto de vista legal, el **Artículo 41 de la Constitución Nacional** dispone: “Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley. Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales. Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquellas alteren las jurisdicciones locales. Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos”.

También se encuentra la **Ley Nacional N° 25.675**, llamada **Ley General del Ambiente**, la cual protege el ambiente garantizando su cuidado, la educación y participación del ciudadano, controlando el impacto y el daño ambiental que puede causar el hombre. En el artículo 4 se expresa: “La interpretación y aplicación de la presente ley, y de toda otra norma a través de la cual se ejecute la política Ambiental, estarán sujetas al cumplimiento de los siguientes principios:

- **Principio de congruencia:** La legislación provincial y municipal referida a lo ambiental deberá ser adecuada a los principios y normas fijadas en la presente ley; en caso de que así no fuere, éste prevalecerá sobre toda otra norma que se le oponga.
- **Principio de prevención:** Las causas y las fuentes de los problemas ambientales se atenderán en forma prioritaria e integrada, tratando de prevenir los efectos negativos que sobre el ambiente se pueden producir.
- **Principio precautorio:** Cuando haya peligro de daño grave o irreversible la ausencia de información o certeza científica no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces, en función de los costos, para impedir la degradación del medio ambiente.
- **Principio de equidad intergeneracional:** Los responsables de la protección ambiental deberán velar por el uso y goce apropiado del ambiente por parte de las generaciones presentes y futuras.
- **Principio de progresividad:** Los objetivos ambientales deberán ser logrados en forma gradual, a través de metas interinas y finales, proyectadas en un cronograma temporal que facilite la adecuación correspondiente a las actividades relacionadas con esos objetivos.
- **Principio de responsabilidad:** El generador de efectos degradantes del ambiente, actuales o futuros, es responsable de los costos de las acciones

preventivas y correctivas de recomposición, sin perjuicio de la vigencia de los sistemas de responsabilidad ambiental que correspondan.

- **Principio de subsidiariedad:** El Estado nacional, a través de las distintas instancias de la administración pública, tiene la obligación de colaborar y, de ser necesario, participar en forma complementaria en el accionar de los particulares en la preservación y protección ambientales.
- **Principio de sustentabilidad:** El desarrollo económico y social y el aprovechamiento de los recursos naturales deberán realizarse a través de una gestión apropiada del ambiente, de manera tal, que no comprometa las posibilidades de las generaciones presentes y futuras.
- **Principio de solidaridad:** La Nación y los Estados provinciales serán responsables de la prevención y mitigación de los efectos ambientales transfronterizos adversos de su propio accionar, así como de la minimización de los riesgos ambientales sobre los sistemas ecológicos compartidos.
- **Principio de cooperación:** Los recursos naturales y los sistemas ecológicos compartidos serán utilizados en forma equitativa y racional, El tratamiento y mitigación de las emergencias ambientales de efectos transfronterizos serán desarrollados en forma conjunta.”

En relación con la educación ambiental, el 14 de mayo de 2021 se aprobó la nueva **Ley Nacional de Educación Ambiental Integral** en Argentina, esta Ley N°27.621⁷ se caracteriza por ser fuertemente inclusiva y transversal, es decir, que no reconoce barreras económicas, sociales o culturales. En su artículo 2 se definen las estrategias del proceso educativo. De igual manera, diariamente se trabaja por insertar la educación ambiental en todos los espacios que habitamos, desde las instituciones educativas en todos sus niveles, las empresas privadas y públicas, en los medios de comunicación, como también en el hogar.

⁷ Disposiciones de la Ley N° 27.621

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27621-350594/texto>

En una nota de Meraki, marca de productos sustentables, se plantea la pregunta y necesidad de ¿por qué hablar de educación ambiental? y se explica que es fundamental entender en primer lugar, que la educación es la formación que desarrolla la capacidad intelectual, moral y afectiva de cada uno de nosotros. Colabora con el desarrollo tanto personal como colectivo. Algo parecido a cuando hablamos de ambiente, donde no hay distinción social que valga o individualismo que aguante.

Hablar de EA actualmente es un gran avance social, económico, político y ambiental, pero en la práctica continúa siendo un proceso que está echando raíces para luego poder observar sus frutos. Siguiendo esta línea, el abogado, sociólogo y profesor Sangronis Padrón, sostiene:

“La educación ambiental tiene una naturaleza política en tanto propugna la transformación de las estructuras sociales imperantes en el modelo civilizatorio en que vivimos. La educación ambiental debe estar orientada hacia una praxis que promueva la transformación social; en la medida que la crisis ambiental no es ideológicamente neutra ni ajena a las relaciones hegemónicas de control económico y político en nuestra sociedad, la educación ambiental tampoco lo puede ser.”

La Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación en el año 2009 declara que educación ambiental es reflexiva, dando a entender que es necesario que la misma se traduzca en acción y no sólo intención. Resaltando una educación crítica y emancipatoria. Crítica en el sentido que discuta, cuestione y explicita las contradicciones del modelo de desarrollo hegemónico, los valores sociales en que este se sustenta y las relaciones sociales que instituye. Emancipatoria, que despliegue la del pensamiento autónomo enarbolando la libertad como valor fundamental, creyendo profundamente en la posibilidad de cambio y en la necesidad de trabajar desde el presente en la construcción de los escenarios futuros.

En relación con la educación y formación ambiental de las personas es fundamental mencionar la Ley Yolanda, N° 27.592, sancionada en noviembre del 2020, la cual tiene como objetivo garantizar la formación integral en ambiente, con perspectiva de desarrollo sostenible y con especial énfasis en cambio climático, para las personas que se desempeñan en la función pública. Esta ley lleva este nombre en memoria a Yolanda Ortiz, ella fue la primera

secretaría de Recursos Naturales y Ambiente Humano de Argentina y de América Latina, nombrada durante el gobierno de Juan Domingo Perón en el año 1973.

A nivel nacional el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible afirma que:

“Los numerosos desafíos ambientales de nuestro tiempo demandan el compromiso de todos los sectores sociales y principalmente de quienes planifican e implementan políticas públicas. En ese sentido, la formación ambiental, en tanto proceso orientado a la construcción de valores, conocimientos y actitudes que posibiliten tomar decisiones individuales y colectivas de cara a la construcción de un modelo de desarrollo sostenible –basado en la equidad, la justicia social y el respeto por la diversidad biológica y cultural– constituye una herramienta imprescindible”.

En cuanto a la provincia de Córdoba fue en la 15ª sesión ordinaria que se aprobó la adhesión a la Ley Yolanda el 19 mayo de 2021. Por medio de la misma las y los funcionarios y empleados públicos podrán conocer, profundizar y comprender la transversalidad de los temas ambientales en el diseño, la planificación y la implementación de las políticas públicas para contribuir, desde su gestión.

Además en Córdoba la Ley Provincial N° 7343 tiene como objetivo la preservación, conservación, defensa y mejoramiento del ambiente en todo el territorio de la Provincia para lograr y mantener una óptima calidad de vida.

En el capítulo II, el Art 2 declara de interés provincial a los fines de su preservación, conservación, defensa y mejoramiento aquellos ambientes urbanos, agropecuarios y naturales y todos sus elementos constitutivos que por su función y características, mantienen o contribuyen a mantener la organización ecológica más conveniente tanto para el desarrollo de la cultura, de la ciencia y la tecnología y del bienestar de la comunidad como para la permanencia de la especie humana sobre la tierra, en armónica relación con el ambiente.

También encontramos la Ley de Política Ambiental Provincial N°10.208, la cual complementa los presupuestos mínimos establecidos en la Ley Nacional N° 25.675 - General del Ambiente-, para la gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable que

promueva una adecuada convivencia de los habitantes con su entorno en el territorio de la Provincia de Córdoba.

Consideramos importantes las leyes anteriormente mencionadas dentro de este trabajo de investigación y nos centramos en ellas ya que la Ley Nacional N° 25.675, Ley General del Ambiente reza por un ambiente sano lo cual es nuestro derecho humano y en el caso de la Ley Nacional N° 27.621, Ley de Educación Ambiental Integral, representa un proceso educativo permanente con contenidos temáticos específicos y transversales en todos los aspectos de nuestra vida, y resaltando el propósito general de esta ley que trata la formación de una conciencia ambiental lo cual es fundamental y urgente en la situación actual en la cual estamos transitando.

En relación a este tema reconocemos que para poder nutrir nuestra educación ambiental debemos conocer también sobre nuestros derechos, como por ejemplo, uno de los principales trabajados durante la carrera de comunicación social es el derecho a la información él cual está integrado por las libertades de expresión e información, el secreto profesional, la cláusula de conciencia, el derecho de respuesta, el derecho del autor a la propiedad intelectual y el derecho de acceso a la información pública.

En este contexto ubicándonos en nuestra Latinoamérica es sustancial mencionar el **Acuerdo de Escazú** o el Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, la Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe, este es el primer acuerdo regional ambiental de América Latina y el Caribe y el primero en el mundo en contener disposiciones específicas sobre defensores de derechos humanos en asuntos ambientales. El acuerdo está abierto a 33 países de América Latina y el Caribe, pero fue suscripto por 24 de ellos, y adoptado en el año 2018.

El mismo significa un hito para la democracia ambiental en América Latina, tiene como objetivo garantizar la implementación plena y efectiva en América Latina y el Caribe de los derechos de acceso a la información ambiental, participación pública en los procesos de toma de decisiones ambientales y acceso a la justicia en asuntos ambientales, así como la creación y el fortalecimiento de las capacidades y la cooperación, contribuyendo a la

protección del derecho de cada persona, de las generaciones presentes y futuras, a vivir en un ambiente sano y a su desarrollo sostenible.

Este acuerdo tiene sus peculiaridades ya que fue pensado específicamente para América Latina y el Caribe, teniendo en cuenta que los problemas ambientales de nuestro entorno no son los mismo que el resto del mundo, explica María Laura Foradori, abogada especialista en educación ambiental y profesora en derecho ambiental.

Objetivos de desarrollo sostenible:

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un conjunto de 17 Objetivos que se definieron para lograr el Desarrollo Sostenible al año 2030 estudiados y consensuados el 25 de Septiembre del 2015 en Agenda de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), e integran las dimensiones: económica, ambiental y social, con el fin de proteger al planeta, erradicar la pobreza, y garantizar la paz y prosperidad para todas las personas del mundo, de esta manera queda conformada la Agenda 2030, la misma fue firmada por 193 países. Es por ello que consideramos importante incorporar en este trabajo de investigación ODS para darlos a conocer y reconocerlos en los emprendimientos de la ciudad de Córdoba.

Los 17 ODS son: 1: fin de la pobreza, 2: hambre cero, 3: salud y bienestar, 4: educación de calidad, 5: igualdad de género, 6: agua limpia y saneamiento, 7: energía asequible y no contaminante, 8: trabajo y crecimiento económico, 9: industria, innovación e infraestructura, 10: reducción de desigualdades, 11: ciudades y comunidades sostenibles, 12: producción y consumo responsables, 13: acción por el clima, 14: vida submarina, 15: vida de ecosistemas terrestres, 16: paz, justicia e instituciones sólidas, y 17: alianzas para lograr los objetivos.

Además los ODS cuentan con 169 metas definidas globalmente, priorizadas y adaptadas por cada país, posee 230 indicadores que permiten medir, comparar y evaluar la evolución y los progresos hechos para cada objetivos. Estos objetivos y metas son ambiciosos; poseen el potencial para transformar la sociedad y movilizar a personas y países.

Esta nueva agenda reemplazó a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), los cuales fueron firmados en el año 2000 por los líderes de 189 países con el compromiso de alcanzar antes del 2015 los 8 Objetivos de desarrollo del Milenio, como podemos observar la agenda actual es más extensa, se ampliaron el campo de acción a aspectos más generales y decisivos. Es decir que estos objetivos y metas según la Organización de las Naciones Unidas:

integran los asuntos pendientes de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y van más allá al abordar la desigualdad, los nuevos desafíos y cuestiones estructurales como el cambio climático, el crecimiento económico sostenible, la capacidad productiva, la paz y la seguridad, y unas instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles; adoptan un enfoque dinámico para lograr la igualdad de género; reflejan de forma equilibrada las dimensiones económica, social y ambiental del desarrollo sostenible. (p.9)

Por lo tanto los ODS son la hoja de ruta para la sostenibilidad hacia el 2030 y tienen por objeto abordar los problemas actuales y futuros, y está destinada a mejorar la vida de las personas y asegurar el ejercicio de sus derechos humanos, en plena armonía con la naturaleza. Al mismo tiempo podemos reconocer que posee cinco focos: la persona, el planeta, la prosperidad, la paz y las alianzas.

Los mismos tienen cualidades a destacar:

- Implican en sí mismo una HERRAMIENTA
- Se diseñan en un constante marco de INCERTIDUMBRE
- Son UNIVERSALES
- Incentivan la PLANIFICACIÓN
- Promueven el DIÁLOGO
- Otorgan un MARCO
- Indica un SENDERO
- Son MULTINIVEL
- Son MULTITEMATICOS
- Buscan la INTEGRACIÓN
- Promueven la ACCIÓN
- Surgen desde el CONSENSO
- Inducen la EMPATÍA

Es vital tener en cuenta que para alcanzar estas metas, todos y todas en el mundo tenemos que hacer de nuestra parte, incluyendo los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y cada uno de nosotros.

Estos ODS nos permiten reflexionar, incorporar y desarrollar proyectos que mejoren el día a día de las personas y poder hacer realidad un futuro mejor entre todos y todas. Por medio de estos podemos comprender nuestra forma de habitar y nuestra relación con la naturaleza. En este contexto tomamos las experiencias de los emprendedores que nos comparten sus historias en las entrevistas, cada uno de ellos cumpliendo con diferentes ODS.

Por lo tanto podemos distinguir que desde lo que cada uno le toca contribuyen día a día con los ODS. Además podemos identificar la importancia del trabajo en red entre distintos individuos que articulan esfuerzos para ser la generación que puede cumplir con estos objetivos en un plazo determinado.

Esto nos lleva a recordar las palabras del licenciado Federico Zárate en la segunda clase de la diplomatura en economía circular, donde menciona en particular al ODS 17 como aquel objetivo que tiene que ver con que todo esto lo lograríamos si podemos aprender a trabajar en conjunto y de manera sinérgica y pensando en alianzas estratégicas, del mismo modo resalta que los ODS también tienen una lógica propia de lo que implica el concepto de desarrollo sustentable y que hay ODS relacionados con lo ambiental, lo social y con cuestiones económicas.

En este sentido, es fundamental que todos desde las grandes y pequeñas empresas, los espacios públicos, y cada ciudadano tengamos en cuenta en nuestros trabajos y vida diaria las estrategias de sustentabilidad alineadas a los ODS y contemplar los desafíos que se plantean en la cotidianidad para poder crear valor social, ambiental y económico con integridad y transparencia. Esto nos reitera que lo ambiental es transversal a todos los aspectos que vivimos.

CAPÍTULO 3

Narrativas:

Habitamos un nuevo mundo (capitalismo financiero, animalización de los humanos, humanización de los animales, miedos ambientales, personismos como ideología, culturas digitales y expresividades transmedia, jóvenes en bronca cool, fe en las series de televisión) (Amado Suárez & Rincón, 2013, p.23), reconocen como en este nuevo mundo todo muta.

Mutamos como la naturaleza, evolucionamos, pero para ello consideramos fundamental que debemos tener la responsabilidad de informarnos sobre el momento histórico que nos toca transitar, y así actuar con conciencia y sensibilidad.

Nos ocurre la crisis más grave y más urgente por resolver para toda la humanidad que es la crisis climática y que aunque no lo puedan creer esta relacionada con absolutamente todas las otras crisis que se nos suman a la vida que son la crisis económica, las crisis políticas, estas crisis que hay incluso de credibilidad de la misma clase política, pero no solo de la clase política sino también de nosotros mismos. (Rocha, 2022)

En el siglo XXI es clave reconocer y comenzar a hablar sobre las nuevas narrativas y cómo contar historias a través de ellas, principalmente como profesionales de la comunicación, pero igualmente consideramos que en todas las profesiones y en todos los oficios es necesaria la capacitación, y actualmente la formación ambiental en relación y transversal a toda educación. También lo es en el periodismo y mucho más aún en el periodismo ambiental, pero también es nuestro gran desafío, cómo cambiamos esas narrativas para contar historias.

“Los humanos siempre contamos historias. Las contamos durante milenios de forma oral, después a través de las imágenes en las paredes de roca, más adelante por medio de la escritura y hoy mediante todo tipo de pantallas” (Scolari, 2013, p 17). Con este trabajo buscamos también contribuir en la construcción de contenidos desde las narrativas de los emprendedores en sus prácticas laborales con una mirada ambiental, y lograr visibilizar sus historias de manera sencilla, clara y entretenida.

Nuestras historias son construidas y reconstruidas diariamente, compartir nuestras experiencias tiene un valor significativo, ya que muchas veces encontramos historias semejantes a las nuestras. Hace tiempo que desde que nacemos podemos tener un registro de nuestra historia, fotos, videos, canciones y entre otros. Mientras más avanza el tiempo y con él la tecnología, van apareciendo nuevas formas de documentar nuestras vivencias, es decir, “mutan las formas y dispositivos de contar, pero la pasión por las historias nos sigue habitando” (Rincón, 2019).

Por lo general, nos inspiramos en historias de vida de otras personas, las cuales pueden conquistarnos y motivarnos, tal vez porque más que Homo sapiens somos Homo fabulators. A los humanos nos encanta escuchar, ver o vivir buenos relatos (Scolari, 2013, p 17). Los relatos también se complementan y articulan con los medios de comunicación principalmente en territorio para divulgar contenidos en este caso socioambientales desde las narrativas de los emprendedores, las cuales colaboran en la reflexión, sensibilización y promoción la concientización ambiental.

Habitualmente al momento de informar noticias ambientales, los medios de comunicación lo realizan desde una perspectiva de crisis y catástrofe, lo cual repercute en el espectador de diferentes maneras ya sea desde la parálisis por actuar frente a sucesos o provocando ecoansiedad⁸ principalmente en niños y jóvenes, lo cual afecta a nuestra salud. Este es un claro ejemplo de que nuestra salud está vinculada al ambiente, “el acelerado aumento de la crisis climática plantea para las poblaciones graves riesgos y una amenaza creciente para la salud mental y el bienestar psicosocial” (Jiménez, 2022).

Para tener en cuenta, según una encuesta realizada en el año 2021 por la Organización Mundial de la Salud (OMS), de 95 países, sólo nueve han incluido la salud mental y el apoyo psicosocial en sus planes nacionales de salud y cambio climático. Frente a esto, nuevamente nos lleva a reflexionar sobre la importancia de construir con acción espacios y debatir sobre políticas públicas apuntadas a la protección y recuperación del ambiente, y por lo tanto también de nuestra salud, así poder introducir estos temas de cambios en las narrativas. Al

⁸ Ecoansiedad: nuevo tipo de ansiedad, presente principalmente en las sociedades occidentales, se relaciona con la incertidumbre por el futuro en lo relativo a la biodiversidad, la vida en la tierra y la posibilidad de vivir en espacios no contaminados.

mismo tiempo destacar la difusión de las narrativas desde el periodismo de soluciones y lograr activar la creación de una red humana, es decir, un ecosistema que actúa por el ambiente y por cada ser humano.

Según Díaz Romero (2022) para no caer en ese laberinto catastrófico tenemos que empezar a hablar de nuevas narrativas y cómo contar historias. Afirma que el periodismo ambiental es esencialmente humano, y cuando narramos estamos relatando historias acerca de la vida de las personas nada más y nada menos. El comunicador sostiene que muchas veces es necesario tener un espíritu rebelde, y que al ver información tupida relacionadas con las cuestiones ambientales, muchas veces se le cree más al verdugo que a las víctimas, entonces es ahí donde tenemos que poner nuestra atención.

En esta era digital todo se basa en la información, el dato, la secuencia y la velocidad, poco en lo humano, el aburrimiento, la contemplación y las historias. Y para narrar hay que habitar el aburrimiento, la espera, la escucha (Rincón,2019). Durante este trabajo, el cual fue un largo proceso de incorporación de nuevos saberes, conocer actividades innovadoras, crear una relación con los emprendedores, se puso en práctica la escucha atenta y la observación participante.

Periodismo de soluciones

Lo ambiental se impone cada vez más en agenda pública, y el fenómeno del cambio climático ha cobrado una relevancia inusitada en el ámbito internacional. Su emergencia ha reactivado la política ambiental en su conjunto y, en particular, la educación ambiental para la sustentabilidad (González Gaudiano, 2012, 1035).

Para poder hablar sobre el ambiente y poder actuar para cuidarlo debemos tener en cuenta que la idea de ambiente no es solo lo natural sino también lo cultural. Existen diferentes conceptos sobre ambiente, y por lo tanto no necesariamente todos debemos coincidir en un mismo concepto, todos podemos problematizar y poner en disputa este concepto, ya que tenemos significados, representaciones que tienen que ver con visiones de vida diferentes.

Por medio de esta investigación perseguimos el poder contribuir narrativas para proponer nuevas preguntas e identificar creencias erróneas, confusiones, dudas, zonas oscuras y los motivos que paralizan las condiciones para actuar y asumir responsabilidad personal y colectiva frente a las situaciones socioambientales.

Antes de desarrollar el concepto de periodismo de soluciones, nos adentramos y averiguamos sobre periodismo de catástrofe y nos pareció interesante la definición de desastre y de catástrofe que plantea la periodista argentina, Silvia Camps (2018), quien explica que por un lado, desde el punto de vista científico, los organismos especializados se refieren a un desastre cuando su origen es natural, como por ejemplo, terremoto, huracán, inundación, entre otros; en cambio, no le dan ninguna denominación genérica cuando es netamente antrópico. Y por el contrario, suele utilizarse el término catástrofe cuando fue causado por el ser humano. Pero, Camps agrega que tanto desastre como catástrofe se refieren a hechos que generan situaciones de emergencia extrema y, con frecuencia, extendida.

Aquí podemos observar nuevamente como todas las actividades humanas tienen un impacto en la naturaleza, y que cada vez hay más estudios científicos que revelan la incidencia de la actividad humana en el origen, el agravamiento o la mayor frecuencia de varios de los desastres considerados como naturales (Camps, 2018, p15).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) realizó en el año 2011 el Manual de Gestión de Riesgos de Desastres para Comunicadores Sociales, donde se distingue que el desastre se encuentra vinculado con una alteración en el normal funcionamiento de la sociedad que deviene del impacto generado por un fenómeno de origen natural, biológico o causado por la acción del hombre. Y se trata de una catástrofe, cuando el hecho genera un elevado número de víctimas y daños y la situación excede las capacidades del país para dar respuesta con los recursos disponibles, como fueron los incendios producidos en los años 2020 y 2022 en diferentes puntos de la provincia de Córdoba y otras como Corrientes durante el mes de febrero, donde se consumieron casi un millón de hectáreas y afectó a miles de familias.

En el mismo Manual para comunicadores sociales se sostiene:

Ambos fenómenos afectan a distintos sectores de la población y requieren el uso extraordinario de recursos humanos y materiales para enfrentar la situación de emergencia. Es preciso destacar que la ampliación de las capacidades, conocimientos y recursos para enfrentar una circunstancia de desastre o catástrofe puede contribuir en la reducción del grado de vulnerabilidad ante su impacto. De manera que es aconsejable trabajar sobre el desarrollo de capacidades en tanto son esenciales para que las comunidades puedan incrementar sus niveles de organización y resistencia para enfrentar y recuperarse de los eventos adversos de los desastres. (p. 12)

En cuanto al concepto de ambiente al igual que el de salud tiene una complejidad que traspasa lo netamente cultural, engloba también el factor histórico como eje fundamental a partir del cual es posible conocer en profundidad sobre el mismo. Es a inicios de la década de los años 70, cuando comienza a surgir la curiosidad por analizar e investigar la historia ambiental como un campo para examinar y averiguar el rol y el lugar de la naturaleza en nuestra vida humana.

Consideramos importante tener en cuenta que la preocupación también se basa en la modificación de los paisajes naturales por efecto de la cultura, a través del estudio de la relación cambiante entre hábitos y hábitats. (William, 1994, como se citó en Nates 2022).

Regresando al término desastre Camps (2018) señala que se trata de un fenómeno excepcional de la naturaleza que afecta a muchas personas o a una comunidad, ya sea porque atenta en forma directa contra su vida, su salud o su calidad de vida; o indirectamente por las consecuencias, ya sean económicas, sociales, políticas, culturales, entre otras, que pueden provocar. Además indica que se utiliza de preferencia el término catástrofe cuando esa afectación se debe a un hecho provocado por una o más personas, en forma voluntaria o involuntaria.

En este proyecto consideramos valioso reconocer que los comunicadores tenemos diversas capacidades para poder actuar frente a hechos emergentes, entre ellas para no solo informar o denunciar, sino orientar a la ciudadanía. Por ello es fundamental entender y poner en práctica el periodismo de soluciones. En cuanto a este concepto, la comunicadora y

asesora para la mención de honor en el Concurso Periodismo de Soluciones del 2020, Adriana Amado, señala:

“El principio de esta forma de periodismo es acompañar el problema que trata con alguna salida posible, es decir, no quedarse solamente en la denuncia del problema -que es un tipo de periodismo al que estamos muy acostumbrados-, sino además brindar una orientación adicional” (2020).

En lo cotidiano consumimos información en los medios de comunicación que pueden producir cierta parálisis en nuestro accionar porque escuchamos, leemos y vemos contenido desesperanzador, esto es capaz de alejarnos de las noticias. Es justo aquí donde es clave reconocer que el periodismo de soluciones tampoco evade las conversaciones de problemáticas, pero sí brinda un contexto en donde la audiencia, es decir, los ciudadanos, sientan que existe una salida o que ellos pueden colaborar a su solución.

Las noticias ambientales acostumbran a ser informaciones complejas o desalentadoras por lo cual es significativo la incorporación del periodismo de soluciones en los diferentes medios de comunicación y las diversas plataformas.

En relación a esto, también el discurso del cambio climático más frecuente suele ser el pesimista, donde la situación actual y sus perspectivas futuras se presentan en forma alarmista y catastrófica y fuera del control humano (Ereaud y Segnit, 2006, como se citó en Gonzáles Gaudino, 2012). Esto nos propone traspasar a una nueva visión en la manera de hacer periodismo, para dejar atrás lo tradicional y acudir a más allá de las fuentes oficiales.

Según Amado (2020), existen cinco aspectos necesarios para tener en cuenta al hacer periodismo de soluciones. En primer lugar se debe expandir las fuentes, es decir, la información no solo está en las fuentes oficiales, en la historia de vida o en el testimonio. Ello es valioso, pero no explora el potencial informativo. En segundo lugar hay que entender a la ciudadanía del siglo XXI como parte de una humanidad, más allá de las fronteras nacionales. En tercer lugar, el trabajo documental es tan importante como el trabajo del cronista, pero es importante transformarlo, procesarlo y convertirlo en algo más que el “puro dato” y que sea información con un valor agregado, para que la audiencia prefiera consultar esta información. En cuarto lugar, los periodistas deben ser parte de las fuentes de esperanza, se trata de

entender que la humanidad es la historia de las penurias y de los logros, y en ese sentido el periodismo tiene el rol de recuperar el lugar de relevancia social que solía tener. En quinto lugar, generar una nueva perspectiva teniendo como objetivo final el Iluminar, traer ideas y convertirse en una fuente de consulta imprescindible al poner el foco en la sociedad, en sus necesidades y en las soluciones creativas que ha brindado a los problemas.

Continuando el planteo de Amado, entendemos que estamos transitando un momento en el que el modo de hacer periodismo está mutando, diariamente se deben adaptar nuevas maneras de narrar, principalmente informaciones sobre ambiente, ya que cada día suceden hechos graves como incendios, inundaciones, sequías, tornados y mucho más en diferentes partes del mundo, y muchos de ellos nos tocan de cerca en el país y fundamentalmente en la provincia de Córdoba.

Por esto es fundamental que los medios de comunicación sean claros y prevengan la incertidumbre. Una herramienta clave para poder lograrlo es el trabajo colaborativo entre profesionales de la comunicación tejiendo redes y colaboraciones incluso transfronterizas. Entonces de esta manera construimos grandes conexiones que traspasan lugares y tiempos. Porque parte de la idea del periodismo de soluciones es que trabajemos colaborativamente, en red, que se puedan facilitar las fuentes y los testimonios. Es una forma de expandir el trabajo de nuestros periodistas y además es generar nuevas alianzas, que era algo impensable (Amado, 2020)

Decálogo para comunicadores

Reflexionamos frente a lo planteado y podemos observar en ocasiones la gran mayoría de los medios de comunicación no contempla lo importante que es la “(...) necesidad de desarmar/desandar recorridos de formación para el aprendizaje reflexivo y (o desde) repensar los territorios en los que se desarrollan las prácticas (...)” (Cabral y Mendizábal, 2021, p5). Por ello, decidimos crear y proponer el siguiente **decálogo** para informar comunicaciones ambientales de manera correcta, frenar confusiones y motivar la formación y acción por el cuidado de la naturaleza.

1. **Capacitarse en el área ambiental:** La constante formación es fundamental, y al mismo tiempo clave poder relacionar la materia ambiental con las demás especializaciones, ya que la misma es transversal a todas las cuestiones, y no se puede escribir e informar sobre lo que no se entiende o desconoce. Es necesario producir investigaciones e informes interdisciplinarios y profundos que contextualicen los hechos de manera precisa y completa.
2. **Utilizar un vocabulario coherente y accesible:** Para llegar a las audiencias es importante expresarse de forma clara y cercana, en caso de hacer uso de terminologías científicas, las mismas deben ser desarrolladas de manera explicativa en un lenguaje asequible y evitar la ambigüedad.
3. **Actuar con responsabilidad sustentable y sostenible:** Durante la preproducción, producción y post producción de contenidos se debe tener en cuenta el impacto de cada proyecto desde su planificación inicial, para conocer el contexto y poder seleccionar las opciones que colaboren en el reducir y compensar la huella de carbono.
4. **Participación ciudadana y profesional:** Acudir a movilizaciones, eventos, jornadas, legislaciones y otros tipos de hechos para poder conocer las diferentes situaciones con cercanía, y conectarse con los participantes escuchándolos para darle el protagonismo que necesitan y visibilizar los sucesos. Involucrarse en las cuestiones con respeto y para luego colaborar con posibles soluciones.
5. **Fuentes:** Verificar cada una de las fuentes a las que se accede, las mismas deben ser diversas, lo cual es fundamental, y al mismo tiempo debemos protegerlas, ya que en ocasiones no desean ser conocidas, principalmente en cuestiones ambientales pueden peligrar. Evitar agrandar los datos porque puede desarrollar situaciones de pánico.
6. **Compartir historias actuales, originales, atractivas y sensibilizadoras:** para contar las diferentes historias es clave utilizar narrativas y todas las herramientas que estén a al alcance como las diversas plataformas y redes sociales. Al comunicar estas historias creamos redes de personas produciendo una alianza, y de cierta manera una

hermandad que lucha por intereses comunes. Si incluimos las pequeñas historias las informaciones distribuidas pueden ayudar e inspirar a otras personas.

- 7. Emplear el periodismo de soluciones:** aplicar un enfoque constructivo y destacar informaciones ambientales desde una perspectiva positiva y crítica. Evitar que la audiencia relacione la temática ambiental solo con sucesos negativos, ya que esto puede paralizarlos. Es fundamental despertar interés en ellos y hacer que se sientan implicados, asimismo brindarles información práctica sobre qué pueden a favor del ambiente.
- 8. Impulsar y fomentar la concientización ambiental por medio de la educación:** Colaborar en la formación de la ciudadanía a través de la ecoalfabetización, es decir, informar por los medios de comunicación sobre cuestiones socioambientales con educación ambiental. Difundir los contenidos en diferentes espacios e instituciones para nutrir los nuevos saberes desde la información socioambiental.
- 9. Compromiso:** Ser responsables y comprometidos con las situaciones que se investigan y cubren, respetar los territorios que se visitan, cumplir con las palabras y mostrar lo que ocurre en cada espacio, informar las causas y consecuencias de cada actividad en relación a nuestro hábitat. Realizar un seguimiento de los hechos y mantener informada a la sociedad sobre las situaciones ocurridas sosteniendo el tema en agenda.
- 10. Agradecimiento:** Dar las gracias a cada persona que actúa por el ambiente, y a todas aquellas que colaboran y comparten sus saberes, abriendo las puertas de sus casas y confiando en que es posible reparar y prevenir los impactos ambientales en nuestra vida.

Por medio de estos 10 puntos no pretendemos incidir en ciertas tentaciones reduccionistas, fue un desafío emprender en ello, para lograr destacar diferentes cuestiones consideradas importante como la información y las fuentes, en cuanto a estas últimas según la comunicadora Laura Rocha entre el 2017 y 2022 el 84% de la fuentes fueron online y el 69% provenían de las redes sociales.

Del mismo modo consideramos fundamental remarcar la importancia de la ética periodística. El ser ético del periodista incluye como uno de sus valores básicos el respeto y servicio al bien común. Antes que cualquier otra cosa, el periodista es un servidor público y lo suyo es la defensa y promoción del bien común (o bien público). (Cipolla et al., 2018, p. 255). Nos apoyamos en ello para poder brindar el servicio profesional de manera responsable.

Simultáneamente identificamos que la ética periodística forma parte de la naturaleza del comunicador. “Hablar, pues, de ética es hablar de mis deberes para con el otro y esto hasta el punto de que la sensibilidad ética equivale a la sensibilidad hacia el otro”. Javier Darío Restrepo (como se citó en Cipolla et al., 2018). Tratar las temáticas ambientales precisa tanto de la responsabilidad profesional como humana y es clave poder transmitir de manera que las noticias e historias sensibilicen a la población y que nazcan de ella las curiosidades e intereses por conocer más y accionar frente a las situaciones socioambientales.

CAPÍTULO 4

Emprender

“Con miedo o sin miedo, pero hazlo. Es difícil comenzar un proyecto por tu cuenta, sin embargo no dejes que el miedo te paralice o te desanime”.

Ariana Huffington⁹

Nos inspiramos para crear la narrativa sobre las experiencias de emprendedores a partir de materiales de registrados en los eventos asistidos y compartidos con compañeros y amigos, también por archivos de las redes sociales de cada emprendimiento. En las entrevistas realizamos una documentación por medio de fotografías y videos hechos con una cámara digital Sony comprada en el 2012, la misma tiene un valor significativo en cuanto a la reutilización y reparación, ya que en vez de comprar una nueva cámara, se decidió hacer uso de este antiguo aparato, las imágenes capturadas se encuentran adjuntadas al finalizar este trabajo (ver anexo).

La narrativa apunta a construir concientización colectiva, pensada también desde la singularidad de las prácticas diarias y creativas, que aportan al conocimiento de los ciudadanos de la ciudad de Córdoba. Para el desarrollo de las entrevistas nos basamos en las ideas que apuntamos en el decálogo, construido con cada experiencia transitada durante los años de la carrera y las observaciones en trabajos de otros compañeros, compañeras y profesionales.

Para la elaboración de las entrevistas elegimos cuatro emprendimientos que nos interesaron por su creatividad, compromiso con el ambiente y principalmente por sus historias de cómo nacieron y trabajan cotidianamente.

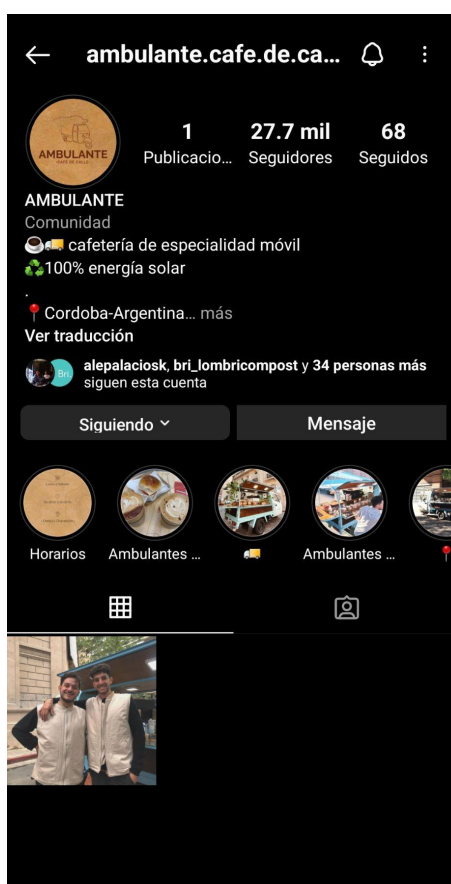
- **AMBULANTE CAFÉ DE CALLE:** es un proyecto gestado entre dos amigos, Pablo Berbari y Leandro Tinto, ambos oriundos de la provincia de San Juan, apasionados por el café y el buen servicio. Se dedican a la venta de café, café al paso, o como ellos lo llaman “café de calle”. Su espacio de trabajo es un móvil con energía 100% solar, se ubican algunos días en las calles Derqui y Chacabuco, otros días se encuentran en

⁹ Ariana Huffington: escritora y columnista estadounidense de origen griego. Cofundó la web The Huffington Post.

Chile y Chacabuco, barrio Nueva Córdoba. Estos puntos se convirtieron en su lugar, donde ofrecen ese café al paso, y que ese paso sea una experiencia, un momento, una satisfacción.

Su propuesta es vender café en la calle con una calidad superior a la conocida, con una atención enfocada en las necesidades de las personas durante sus rutinas, un café y un alimento de calidad de camino y de paso, hacia las actividades diarias.

En diferentes oportunidades trabajan en conjunto con otros emprendimientos de café como Momo tostadores, El parce barista, Shiok Roasters, Parce Coffeeco, entre otros. Esto es significativo ya que comparten el espacio y experiencias con compañeros.



Perfil de la red social Instagram de Ambulante café de calle¹⁰.

Recientemente los chicos de Ambulante anunciaron que se mudan y abren un nuevo espacio de café y encuentro, y agradecen a la calle que siempre los abraza y acompañó en su lindo y desafiante camino como emprendedores. Esto refleja el esfuerzo y trabajo que realizaron durante más de un año.

- **PROTÓN:** Soledad Merlo y Yasmin Bianchi, una ingeniera y una estudiante avanzada de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), se conocieron en la facultad

¹⁰Acceso al perfil de instagram de Ambulante café de calle
<https://www.instagram.com/ambulante.cafe.de.calle/>

y trabajan juntas hace tiempo en proyectos relacionados con la recirculación de elementos. Crearon juntas su emprendimiento Protón - ingeniería positiva.

Entre los materiales que han investigado, asumieron el desafío de reconvertir uno de los tipos de residuos más complejos de reutilizar: los escombros de obras de construcción, con un diseño que busca transformarlos en losetas para el equipamiento de espacios públicos.

A partir de esta investigación producen el proyecto Circulando, la idea surgió luego de analizar qué tipo de escombros se arrojan en la ciudad de Córdoba y de qué manera podrían reutilizar aquellos que menos circuitos de reciclaje tenían con un producto nuevo, que debía ser sustentable y captar un potencial mercado.

Ellas apuestan a que con restos de obras en construcción se elaboren mosaicos que serán colocados en plazas y en paseos urbanos, y afirman que el 60% de cada pieza terminada sea de material reciclable.

Sus producciones una vez entregadas e instaladas en diferentes espacios de Córdoba pueden ser identificadas por medio de un código QR que puede ser fácilmente escaneado, el mismo se encuentra en cada producto ya sea bicicletero o loseta. A través de ese código se puede conocer la ficha técnica y todas las características del proyecto.



Instagram de Protón ingeniería positiva¹¹

¹¹ Visita el instagram de Protón acá https://www.instagram.com/proton_ing.positiva/

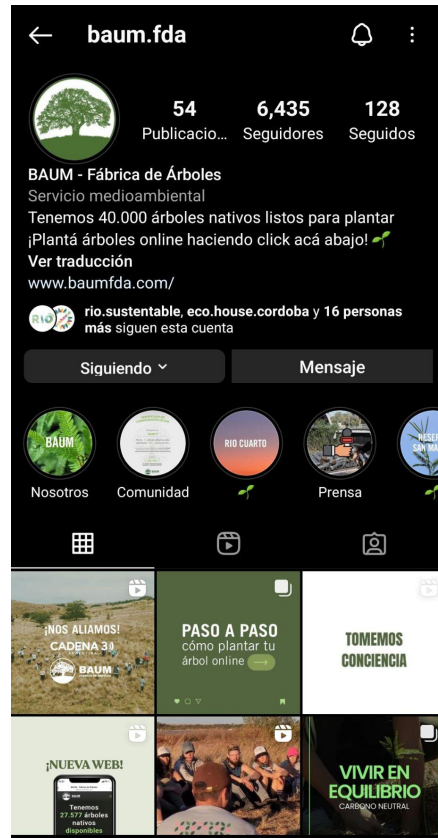
- **BAUM - FÁBRICA DE ÁRBOLES:** es un emprendimiento que produce árboles nativos de forma masiva, fue fundado por Ignacio Ricci y Rodrigo Vidales, dos amigos cordobeses con el mismo interés de ocuparse por la situación ambiental de la provincia. La idea de este emprendimiento surge en el año 2020 frente a los incendios que se produjeron en la Ciudad de Córdoba, los cuales fueron de los más graves de los últimos años en la historia de la provincia. Sus objetivos consisten en ser parte de la solución de las problemáticas ambientales que nos afectan a todos, producir y plantar la mayor cantidad de árboles nativos posibles, y generar conciencia ambiental a través de la educación. Crearon un invernadero donde producen los árboles nativos, y realizan reforestaciones en conjunto con voluntarios, Agenda ambiental Córdoba¹² y Beats of Nature¹³.

Actualmente llevan más de 10 mil árboles plantados con ayuda de la población, pero al mismo tiempo comentan que esto no es tan fácil, ya que lleva mucho tiempo, organización y han vivido situaciones que a pesar de su esfuerzo y predisposición no contaron con el apoyo de algunas instituciones.

Lo interesante de este emprendimiento es que todas las personas en cualquier lugar del mundo pueden realizar su aporte en las reforestaciones por medio de su página web donde acceden a comprar un árbol. En el mes de octubre del 2022 cuentan con 20. 238 árboles nativos disponibles para ser plantados en reservas naturales y espacios verdes de Córdoba en lo que queda del año 2022.

¹² Agenda ambiental Córdoba: es una ONG formada por un equipo de jóvenes profesionales especializados en diferentes áreas comprometidos con el cuidado del ambiente. <https://www.instagram.com/agendaambientalcordoba/>

¹³ Equipo de Djs que realizan shows desde paraísos naturales con artistas destacados de la música electrónica con el fin de reforestar bosques perdidos. <https://www.instagram.com/beatsof.nature/>



Perfil de Instagram de Baum¹⁴



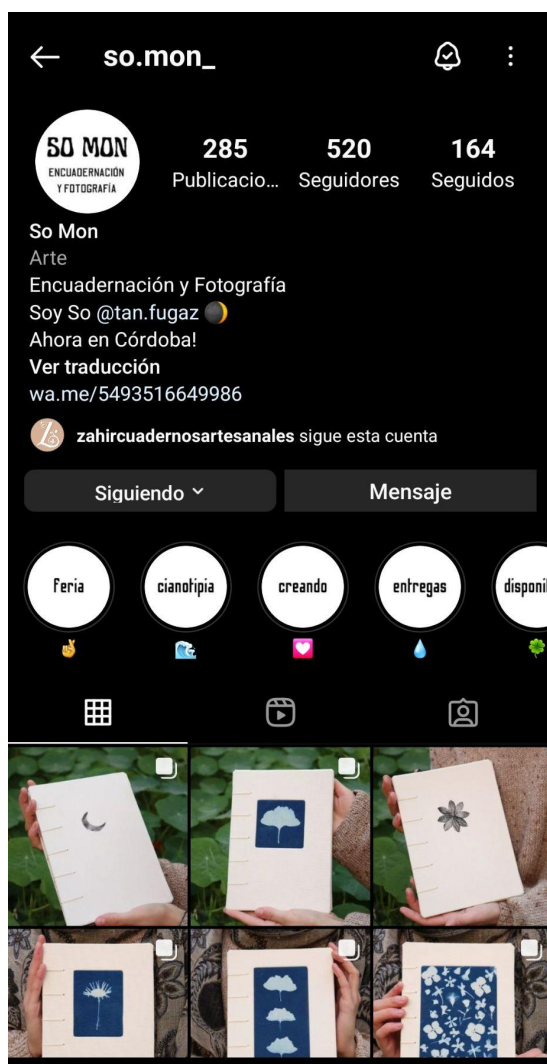
Portada de la página web de Baum¹⁵

- **SO.MON:** Es una artista, y fotógrafa cordobesa que trabaja realizando encuadernaciones de bitácoras y cuadernos de diferentes medidas con hojas

¹⁴ Instagram de Baum fábrica de árboles: <https://www.instagram.com/baum.fda/>

¹⁵ Página web de Baum fábrica de árboles: <https://www.baumfda.com/main/home>

ecológicas, todas hechas a mano al igual que el packaging¹⁶ con el cual hace entrega de cada uno de sus productos y forma parte de su identidad como emprendimiento. Participa en la famosa feria de los artesanos en el barrio Güemes.



Perfil de instagram se so.mon¹⁷

Seleccionamos a los cuatro emprendimientos por sus historias, por su compromiso, respeto y creatividad para descubrir y combinar sus trabajos con el cuidado del ambiente. Presentamos sus experiencias, las cuales son compartidas también con otras personas que eligen comenzar y recorrer el camino de la responsabilidad socioambiental.

Diferentes ciudadanos poseen sus propias historias de cómo se enteraron o iniciaron en el mundo de la concientización en esta temática. Algunos de ellos durante las vivencias en

¹⁶ Proviene del inglés “empaquetado”, consiste en un conjunto de actividades centradas en la preparación de productos para su almacenaje, distribución y venta final. Además proporciona un valor agregado que el público puede percibir y recordar como elemento identificativo de la marca. Por ello, suele considerarse una herramienta de comunicación directa y determinante con los clientes a la hora de elegir el consumo de su producto.

¹⁷ Acceso al instagram de So.mon: https://www.instagram.com/so.mon_/

los diversos eventos asistidos, convivimos con personas con las mismas curiosidades e intereses por las situaciones socioambientales, algunas de ellas compartieron, relataron sus historias, cada una de ellas con sus particularidades y valoraciones. Lo cual significó un desafío seleccionar solo un par de emprendimientos para la investigación.

Para el desarrollo de este trabajo también tuvimos en cuenta lo expuesto por el escritor argentino, Martín Chaparros (2009), quien subraya que lo importante se encuentra en la forma de narrar, en encontrar una vuelta para que ese gran porcentaje de cosas que le pasa a la gente, y que no forma parte de la agenda de los medios, pueda entrar en esa agenda y ser noticia.

Además aborda la calidad de leer, es decir, leer para manejar las formas que el lenguaje nos ofrece para contar historias. Igualmente, y sobre todo, hay que pensar que estamos escribiendo para una persona inteligente, que es el lector que necesita todo claro, breve, preciso y conciso o un lector que no lee.

Emprendedores, redes y ODS

Las acciones realizadas por cada emprendimiento tienen un fuerte trabajo de trasfondo que día a día va creciendo, y buscan soluciones en las cuestiones socioambientales. Por lo tanto sus actividades son buenas prácticas, ya que son intervenciones que suponen mejoras y por lo cual decidimos documentarlas para visibilizarlas y lograr que las mismas se repitan, multipliquen y valoren.

Al registrar los hechos de los emprendedores coincidimos con las comunicadoras Laura Rinaldi y Gabriela Cicalese (2013) en que esto le da a la buena práctica el carácter de una propuesta probada, fruto de la identificación de una necesidad, pero también de un compromiso y un esfuerzo de la organización para poner en acción una posible solución, aunque siempre sea parcial.

En este sentido retomamos las cuestiones que mencionan las autoras al momento de definir y contextualizar las “buenas prácticas”:

- recomendable por su eficiencia para dar respuesta al problema que enfrenta, en un sentido operativo, se trate de la solución más rápida o solución más duradera. Eficacia suele ser un término vinculado a lo administrativo u organizacional y no siempre aceptado desde algunas organizaciones de la sociedad civil, especialmente las organizaciones comunitarias. Pero puesta en cada contexto- eficacia se trata de pensar la relación entre las finalidades u objetivos y los resultados obtenidos.
- mejor solución en el sentido de solución provechosa, o solución justa o solución rigurosa, cuestiones que a veces pueden ser incluso contradictorias entre sí.

- adecuadas según las normas legales, o los estándares éticos de determinada sociedad.
- práctica óptima o mejor o excelente: es decir por comparación con otras alternativas.
- práctica ideal o arquetípica, es decir hacia la que hay que tender o encaminar al conjunto de prácticas, conociendo desde el momento mismo en la que se propone, que no se alcanzará. (Rinaldi & Cicalese, 2013, 40)

Además reiteramos la importancia de comunicar desde un periodismo de soluciones, como así también “de compromiso; un periodismo ciudadano real'. Pero, sobre todo, un periodismo que apuesta por la esperanza. Que ve luces donde solo parecía reinar la oscuridad y el miedo” (Amado Suárez & Rincón, 2013, p 119).

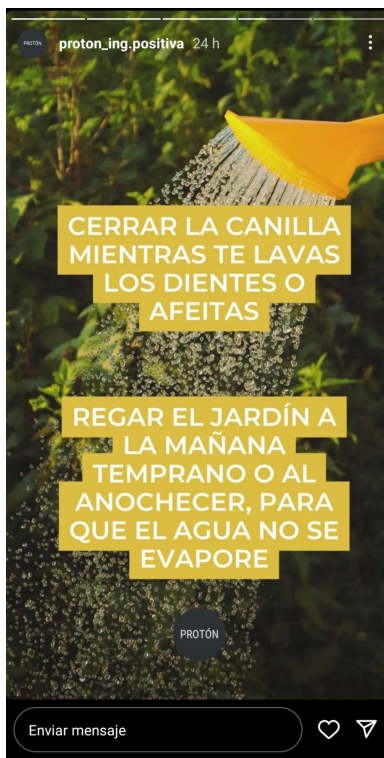
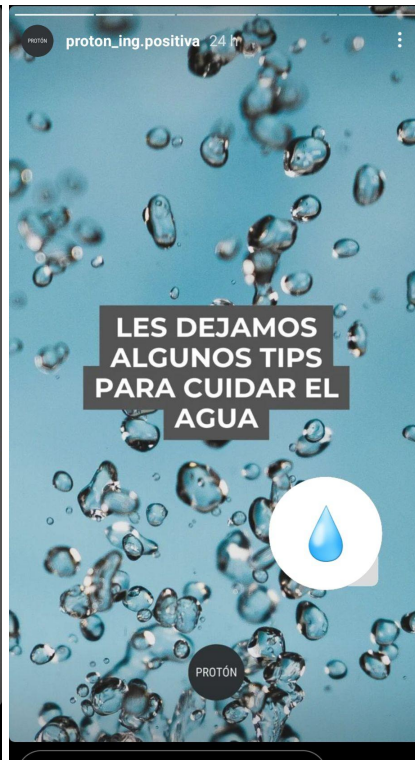
Teniendo presente que hace tiempo los consumidores se convirtieron en *proconsumidores* (productores + consumidores), Scolari (2013) explica que estos expandieron aún más los mundos narrativos, principalmente desde la llegada de los procesos de digitalización y la difusión de la World Wide Web. “Parte de esto impulsa a descubrir y experimentar nuevos formatos y soportes que propongan narrativas que se alejen de lo convencional, sin escatimar en el uso de nuevos recursos expresivos y nuevas estéticas que generen cercanía con la audiencia destinataria” (Battimanzi y Fuentes, 2022, p 112).

Los emprendedores (y el consumidor es igualmente un emprendedor) “componen”, a la manera de las fuerzas mecánicas, por adición, y la emergencia no es más que la consecuencia de los obstáculos fácticos que constituyen unos para los otros. Cada emprendedor, por tanto, se mueve por unos intereses bien definidos que son los suyos. (Stengers, 2014, 29). En este caso los cuatro emprendimientos entrevistados comparten un interés, la preservación de la naturaleza, como así también crear vínculos y redes con sus consumidores.

Destacamos las experiencias de cada emprendedor, que con compromiso y responsabilidad, ponen el cuerpo, las ideas y el trabajo cada día para contribuir al bien común, a la comunidad y al ambiente. Indagamos archivos y generamos preguntas en torno a ¿cómo nació el emprendimiento? ¿Cuáles son sus valores? ¿Qué les impulsó a ocuparse y preocuparse por la situación ambiental? ¿Por qué creen que es importante motivar a las personas a comenzar y continuar consumiendo de manera local y responsable? ¿Consideran que es importante crear redes y trabajar en equipo con otros emprendedores también con compromiso ambiental? ¿Por qué? ¿Qué rol tienen las redes sociales en su trabajo diario? ¿Cómo las utilizan para comunicarse con el público? ¿Qué les gustaría que se trabaje por y para un futuro más consciente y saludable? ¿Qué mensaje le dejarían a las personas para que se sumen a un modo de vida más sustentable?

En relación a la utilización de las redes sociales dos de los emprendimientos, ambulante café de calle y so mon, expresaron que no fuerzan nada, lo definen como todo bastante natural, y que valoran principalmente el encuentro cara a cara. Por un lado, Pablo de café ambulante expresó que las redes sociales cumplen un rol muy importante para ellos, por medio de ellas avisan donde se van a encontrar, y principalmente para que la gente comparta su experiencia en su negocio, haciendo que todo sea bastante orgánico. Por otro lado So reveló que antes trataba de utilizar más las redes sociales por temas como el algoritmo, pero después entendió que internet no es todo, que prefiere el cara a cara estar en persona. Le gusta ir a la feria, y su sueño es viajar con las bitácoras y que sean conocidas así, en persona.

En cambio, Sole y Yas de Protón, señalaron que las redes sociales son totalmente importante, y no solamente tienen en su instagram cosas del proyecto sino que comparten información general que le pueda servir a la gente, por ejemplo mostrar de qué se trata un plan de gestión ambiental o realizar historias interactivas con sus seguidores para poder brindarles diferentes informaciones y recomendaciones claves para crear conciencia en cuanto a nuestras acciones con el ambiente, como las siguientes historias:



Del mismo modo, Rodrigo e Ignacio de Baum, afirman en la entrevista realizada que utilizan mayoritariamente instagram para poder transmitir a todos aquellos que creen y confían en ellos haciendo su plantación online, y poder mostrarles que los árboles están siendo plantados, que se están haciendo campañas, que se está trabajando. Afirman que las redes les permiten estar en contacto directo con un montón de usuarios, personas de su sociedad que los siguen porque les interesa, lo cual permite poder crear un feedback. Tanto

ellos como las chicas de Protón cuentan con un equipo de comunicación que les ayudan y administran en sus redes sociales. A diferencia de So Mon y Ambulante café que realizan un trabajo autogestivo, manejando ellos mismos sus redes sociales.

Se puede observar como cada uno tiene una modalidad diferente y a la vez similar para hacer uso las nuevas plataformas de difusión de contenido vinculadas al territorio de la comunicación y el ambiente, por medio de la utilización de diversos soportes como las publicaciones, reels e historias para destacar y difundir datos sobre sus producciones y consejos para activar el cuidado de ambiente desde el lugar que ocupan cada habitante. Sus redes son vehículos de comunicación que brindan mayor acceso a las informaciones que pueden despertar intereses, y crear conciencia socioambiental.

Ignacio señala que en Argentina hay 40 millones de personas, y si cada uno planta un árbol podemos generar un gran cambio, un potencial impresionante con la absorción de dióxido de carbono, sonido y viento y ayuda a mejorar la calidad de vida. Al ver que esto no fue lo que esperaban porque es difícil lograr que otras personas quieran hacer un árbol, "tal vez para nosotros hacer un árbol parece muy sencillo, pero es un gran trabajo y un proceso muy largo que no es tan fácil (Ignacio Ricci, 2022)

En esta desazón, hay esperanzas en las lógicas de significación y politización llamadas nuevas sensibilidades (feminismo, indígenas, medio ambiente, sexualidades emergentes) con sus agendas de diversidad y estéticas para explorar. (Amado Suárez & Rincón, 2013, p 6). Además los autores manifiestan que el reto es hacer ciudadanías politizadas de otra forma al producir comunicación en perspectiva medioambiental, y otros tipos de perspectiva así como género e indígena entre otras varias.

Esto nos lleva a reflexionar desde nuestro lugar como comunicadores acerca de nuestro rol al informar con sensibilidad y de manera precisa para evitar la desinformación como así también el miedo u odio, lo cual puede causar en los ciudadanos descontento y el evadir consumir noticias de medios de comunicación. Hace tiempo Castells da cuenta de que los ciudadanos están menos dispuestos a recibir pasivamente las recomendaciones, están más concentrados en sus cosas, más desatentos a los medios tradicionales y más entusiasmados con las nuevas tecnologías (Castells, 2009, como se citó en Amado y Rincón, 2013, p 6)

Lo que plantea Castells representa un desafío al momento de pensar en cómo producir nuestras narrativas de manera que sean informativas, innovadoras, interesantes y sensibilizadoras. Lo cual nos lleva a buscar estrategias para convertir en protagonistas a los mismos ciudadanos, y este trabajo principalmente el papel de protagonistas lo ocupan las y los emprendedores que nos transmiten concientización socioambiental.

En relación a los emprendedores entrevistados logramos vincular sus prácticas con diferentes ODS, tema que fue desarrollado en el capítulo dos de este trabajo final. Los cuatro emprendimientos cumplen con el objetivo 12 que se trata de la producción y consumo

responsable, ya que consideramos que cada uno de estos trabajadores garantiza modalidades de consumo y producción sostenibles. Además con el objetivo 13 el cual corresponde con la lucha contra el cambio climático, y el objetivo 17 sobre las alianzas para el logro de los objetivos. Esto es fundamentalmente importante porque todos los emprendimientos actúan por el cambio y adoptan medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. De esta manera logran mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana (meta 13.3 de los ODS).

En cuanto al mencionado ODS 17, es muy significativo y valioso el trabajo en equipo que desarrollan cada uno de los emprendedores en su día a día. Desde sus lugares practican, fomentan e impulsan la formación de alianzas activas, fuertes y beneficiosas, aprovechando la experiencia y las estrategias de los recursos de las alianzas. Hay que unirse y juntar fuerzas entre todos los que tenemos negocio y entre todos los que tenemos emprendimiento y demás, y así darnos una mano entre todos y poder lograr juntos, creo que eso es súper importante. (Pablo Bebari, 2022).

Sostenemos que las alianzas consisten en un proceso activo, donde se trabaja continuamente la construcción de tejer redes para intercambios constantes, desde saberes, historias, recursos y más, pero principalmente coincidir y distribuir mentes conscientes por el mundo sano, y que cuanto mayor sea el número de individuos y grupos humanos que hacen algo por la naturaleza, es decir, por el otro y también por uno mismo, esto será mejor.

Uno de los referentes de Baum, explica que es muy importante trabajar en equipo, y lo que están abarcando es un área de incumbencia no solo de la ciudadanía nacional sino también internacional, es algo demasiado grande, por ahí uno lo puede minimizar en producir y plantar un árbol, pero es mucho más grande que eso, y va mucho más allá, genera un impacto de cinco dimensiones en el cual no solo lo que hacen acá afecta en ese lugar sino que afecta en otras parte del mundo, partiendo de eso, entonces al ser tan grande es muy importante trabajar en equipo y poder diversificar y sobretodo especificarse en cada área. (Ignacio Ricci, 2022).

Desde Baum también están buscando organizar para sus futuras plantaciones y eventos invitar bandas emergentes o artistas solistas que quieran sumarse y agregar un poco de buena onda al día y mostrarse, así también poder ayudarlos en difusión de sus redes sociales, a cambio de que entretengan a la gente, creando de esta manera un intercambio saludable, que ayuda y a todos suma.

En la visita realizada al invernadero de Baum, ubicado camino a Calera, a lado del club La Tablada, en Villa Warcalde sobre la calle Las vertientes. Un espacio construido por ellos mismos de 25 metros de largo donde se encontraban 16 mil algarrobos blancos, próximos a plantar en reforestaciones organizadas para finales del mes de octubre y los siguientes meses. Pudimos observar el trabajo en equipo de Wily quien nos recibió y Alicia

vecina que desde el mes de agosto se sumó a colaborar en la producción de algarrobos, y todo los días se acerca para dar una mano acompañada de su mascota albi, un perrito que rescataron al ser abandonado en las puertas del predio del invernadero, las hijas de Alicia también colaboran en el cuidado y producción de los árboles. Ignacio comentó que siempre se suma conocimos y amigos.

Esto refleja cómo cada pequeña acción en suma con otras, marca una diferencia significativa para cada emprendedor. Desde la experiencia que nos comparte So en la feria de los artesanos, donde resalta que actualmente es un espacio ocupado mayoritariamente por jóvenes que se entienden, como así también entre los encuadernadores existe una cosa, que ella lo califica como re lindo y super importante. Además hace referencia a una compañera también productora de cuadernos sustentables, llamada Zahir Cuadernos Artesanales, con quien realiza compra de materiales. Al realizar recomendaciones de trabajos de otros emprendimientos se construyen redes fundamentales y podemos observar valores como el compañerismo y el respeto.

También participó en la Feria del libro en Villa Allende 2022 , realizada en La casa de la cultura con sus producciones de bitácoras, y organiza pequeños talleres para personas que les interesa aprender a realizar encuadernaciones. Esto permite observar su aporte con el objetivo 4 sobre educación de calidad, ya que colabora a que más personas conozcan sobre el arte de crear tus propios cuadernos. Consideramos además que en esta actividad hay un valor agregado que es el compartir con otros el tesoro del saber.

De la misma manera, desde la perspectiva de Protón, remarcan la magnitud del trabajo en red, alianza y también la difusión. Así forman una triangulación entre estos aspectos. Además destacan el valor del ambiente que se crea cuando se tiene buenas relaciones. “El hecho de que vos vayas con buena onda, el otro te responde con buena onda, pueden generar cosas muy lindas y genera que vos quieras seguir continuar con esas relaciones”. (Yasmin Bianchi, 2022). Esto evidencia la presencia de motivación en el labor diario. Soledad Merlo (2022) agrega que son espacios de creación, de un momento grato y uno realmente se siente a gusto, se siente conforme, se siente satisfecho y se siente productivo. Y no te estoy hablando de nada económico, pasa por otro lado.

En nuestro encuentro con Soledad y Yasmín también conocimos a Santiago, pareja de Soledad, quién ayudó a desmoldar los bicicleteros para que podamos observarlos y registrarlos, él forma parte del equipo, acompaña y realiza mayoritariamente los trabajos de molde. Además cuentan con un equipo ampliado de personas que colaboran en el acopio de los escombros, en un lugar de guardado y manteniendo las piezas, y en un laboratorio técnico de estudio de materiales (La voz del Interior, 2022, p. 86).

Así mismo Protón cumple con el ODS 9 acerca de innovación e infraestructura, ya que mediante sus construcciones promueven la industrialización inclusiva y sostenible y fomentan la innovación. A través de sus proyecto Circulando para fabricar losetas sobre la base de

reciclado de escombros logran producir un impacto positivo para el ambiente en la ciudad de Córdoba. De esta forma también alcanzan el objetivo 11 en relación a las ciudades y comunidades sostenibles porque desarrollan elementos que contribuyen a que la ciudad cuente con espacios como plazas y otros asentamientos humanos inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Durante los primeros 4 meses del año 2022, se recuperaron 2.700 toneladas, es decir 2.700.000 kilos de materia voluminosa para transformarlos en losetas y ladrillos block. De esta forma se evitó que esta cantidad de “residuos” finalice en predios de enterramiento.

Asimismo participan en eventos, reuniones y debates sobre diferentes temáticas socioambientales, como por ejemplo del Foro de Objetivos de Desarrollo sustentable número 18, donde disertaron acerca de bosques e infraestructura verde. De esta manera también colaboran con la educación de calidad, es decir, con el objetivo 4.

Por otro lado, ambulante café de calle, respeta el ODS 7 de energías renovables, ya que utilizan en su espacio de trabajo energía solar, segura, sostenible y moderna para todos y todas. Esta iniciativa en la cual invirtieron los distingue y crea una esencia particular.

En cuanto a Baum, atienden el ODS 15 sobre flora y fauna terrestre, ya que por medio de sus producciones de árboles cooperan con la vida de ecosistemas, y gestionan reforestaciones, luchan contra la desertificación para intentar detener e invertir la degradación de las tierras e interrumpir la pérdida de biodiversidad.

Además llevan a cabo el objetivo 4 en relación a la educación de calidad, destacamos su participación y organización de talleres y charlas informativas y de concientización ambiental para jóvenes en escuelas y clubes como Legión Fútbol en la ciudad de Córdoba. Esta práctica es esencial, ya que desde el equipo de Baum logran estimular respuestas emocionales que pueden impulsar el cambio porque se ubican en situaciones locales y preocupaciones cotidianas. Del mismo modo acompañan y muestran opciones claras de acción. Llevan adelante un aprendizaje participativo y situado, mediante enfoques basados en la investigaciones, conversaciones con otros profesionales y experiencias propias. También brindan información de calidad mediante sus redes sociales, recordando y explicando fechas importantes y realizando recomendaciones de contenidos, es el caso de su espacio en historias de instagram destinada a “miércoles de podcast”, donde todos los miércoles sugieren un nuevo podcast sobre ambiente a sus seguidores.

En este sentido, por medio de estas acciones también se logra destacar el rol político de la ciudadanía para fortalecer el sentido de responsabilidad. Y podemos subrayar que tanto los ODS como los emprendimientos se encuentran conectados entre sí. Cada emprendedor desde su lugar va sumando y cumpliendo las metas, presentadas por estos objetivos, y sus objetivos propios.

Durante este análisis pudimos reconocer que los cuatros emprendimientos también contribuyen con el ODS 3 que refiere a la buena salud, ya que cada uno de ellos desde sus producciones y propósitos aportan al bienestar para todos en todas las edades, promueven el consumo responsable desde el cuidado de nuestro ambiente y por lo tanto de nuestra salud. Es fundamental recordar que todas las personas tenemos derecho a un ambiente sano del cual debemos disfrutar, pero a su vez es necesario cuidar de la naturaleza porque su contaminación haría imposible el ejercicio de cualquier otro derecho, incluso el de la vida.

Propuesta de periodismo O De Soluciones en youtube:

La propuesta se trata de un ciclo de cuatro entrevistas a los emprendimientos seleccionados, haciendo un recorrido por cómo surgieron, sus valores, sus ocupaciones, sus trabajos en equipo, sus deseos en relación al cuidado del ambiente y sus mensajes para la sociedad. Entonces este proyecto busca reconocer y poner en valor la relevancia de un espacio informativo sobre el ambiente en los medios de comunicación desde un periodismo de soluciones. Al mismo tiempo, los objetivos son reflexionar sobre las prácticas realizadas por emprendedores cordobeses con impacto positivo en el cuidado de ambiente y la salud, y también estimular a los ciudadanos y actores por medio de las acciones e informaciones brindadas.

Cada entrevista está pensada como una pieza con coherencia particular que junto con las demás entrevistas, mantienen un hilo narrativo alrededor de la experiencia de emprendedores trabajando con conciencia y cuidado ambiental, aportando con soluciones a la mitigación de la contaminación. En las mismas van a estar se hará referencia a los derechos ambientales que tenemos, es decir, se visualizará cuales son las leyes presentes a nivel nacional y provincial.

En cuanto a la organización de tiempos, cada entrevista tendrá una duración aproximada de 30 minutos. Serán transmitidas una por semana, los días miércoles en el horario de 10 horas. Su desarrollo se llevará a cabo a base de material de archivo, conversaciones previas, voz en off y entrevistas especializadas. En relación a la imagen y en lo que respecta a los planos, se trabajará con planos generales en los momentos de filmación en territorio realizando sus respectivas actividades, y luego planos detalles de sus producciones.

Consideramos que la irrupción de internet facilitó la circulación de información, pero también aumentaron los números de noticias de esa manera las personas reciben más información, y puede que menos informadas estén, ya que la cantidad de fuentes es muy diversa. Por eso también propusimos en el decálogo para comunicadores la importancia de proteger y verificar las mismas.

¿Por qué en Youtube? A partir del 2005 irrumpe un nuevo actor que modifica las reglas de juego en la industria mediática audiovisual (Barbas Coslado et al., 2017, p 113).

Esta plataforma nos ofrece acceso ilimitado de diversas informaciones. Incluso suele ser el repositorio de contenido de otras redes sociales como Tik Tok o Instagram, como así también nos permite volver a ver eventos como congresos, foros, rueda de prensa y entrevistas, incluso se pueden ver algunos capítulos de series. La investigadora Van Dijck (2016) asegura lo siguiente:

Si bien Youtube funciona en un entorno de red digital, esta plataforma pensada para disfrutar de contenido audiovisual no pone en peligro los fundamentos tecnológicos de la televisión; de hecho la nueva plataforma y la vieja televisión tiene varias características en común, como por ejemplo la distribución centralizada y la opción de que el contenido sea recuperable sólo por demanda (p. 185)

Al igual que las otras redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, entre otras. Youtube facilita la interacción con los usuarios, lo cual es importante y valioso, ya que se pueden conocer las opiniones acerca del contenido, y compartirlo con otras personas.

La posibilidades de públicos para este proyecto apunta a jóvenes adultos entre 15 y 35 años, ya que consideramos que estos pertenecen a la generación que está comenzando a actuar y a recuperar el sentido del cuidado del ambiente en la ciudad y en la vida. Como expresó el ex presidente de Uruguay, José “Pepe” Mujica, en una entrevista virtual “El desafío que tienen los jóvenes es envejecer la piel pero conservar algo del fuego de la juventud” (Eco House TV, 2021, 1h 01m 03s).

Además tuvimos en cuenta el último informe de Digital New Report, que proporcionó información sobre qué les interesa ver más a los jóvenes menores de 35 años o mayores de 35, lo cual demostró que en primer lugar se encuentran los documentales, le siguen los medios masivos, luego las fuentes alternativas y por último las celebridades. En base a estos datos nos interesó proveer y llegar a las audiencias jóvenes con el desafío de armar y desarmar narrativas que sensibilicen y concienticen.

En cuanto a la circulación de esta información en base a las entrevistas e investigación con las fotografías realizadas y narrativas en primera persona, procuramos que nuestro proyecto se pueda reeditar y armar un material didáctico para las cátedras de Comunicación y Salud, Periodismo científico y Taller de gráfica y lenguaje I de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Además se divulgará por los medios de comunicación de Cúbica (el laboratorio de contenidos audiovisuales del Centro de Investigación en Periodismo y Comunicación ‘Héctor Toto Schmucler’ de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba) para el contenido permanezca a disposición de todo estudiante, emprendedor, organización o institución que quiera acceder.

Entonces este proyecto de ciclo de entrevista se compartirá en la plataforma de Youtube, en los sitios de redes sociales correspondiente a cada emprendimiento y en el canal de Cúbica, con fecha de estreno el 15 de marzo del próximo año que corresponde al día

mundial del consumo responsable. De esta manera se buscará reconocer el trabajo de estos protagonistas del cuidado ambiental y proveedores del consumo sustentable y responsable.

El viaje para conocer a los protagonistas de este ciclo inicia con la entrevista uno **“Amigos, café y energía”** con Pablo y Leandro, los amigos que crearon Ambulante café de calle, su idea surgió porque no encontraban un café al paso de especialidad y que les gustará. Entonces, comenzaron a informarse y formarse en el tema para poder brindar a la ciudad de Córdoba un café rico y de calidad.

El encuentro se realiza en su territorio, la calle, mientras preparan su espacio para recibir a los vecinos, vecinas y toda persona que pase por el lugar y desee un buen café al paso. Con tranquilidad y pasión acomodan los platos dulces y salados, vegetarianos también. Su carrito es azul con paneles solares y está decorado con plantas, y suena música nacional de fondo transmitiendo tranquilidad y alegría al tomar el primer sorbo de un buen café después de una larga jornada o para relajar unos minutos y luego continuar con las actividades. También se observan personas que se acercan con sus mascotas y disfrutan de ese momento mágico. Mágico porque es un momento de encuentro y pausa donde te conectas con el aquí y ahora, y aportas a un consumo más responsable. Pablo y Leandro contagian las ganas de ir por los sueños, porque eso representan con sus logros y nuevos proyectos.

El objetivo final es compartir su mensaje para invitar a las personas a sumarse a un modo de vida más sustentable.

“El mensaje es mirar un poco para el futuro, pensar un poco en nuestros hijos quizá, en nuestra familia en la gente que viene más adelante y en qué Tierra le queremos dejar, en qué ciudad queremos dejarle a ello y como queremos que Dios iba creo que ese es como el mensaje más alentador que podemos pensar un poquito en la humanidad más adelante y ser conscientes En que si seguimos consumiendo y haciendo las cosas que hacemos va a haber un momento en el que esto se va a desbordar y se va arruinar todo entonces creo que es el mensaje más alentador qué podemos dar”. (Pablo, 2022)

En la entrevista dos **“ Crear y capturar ”** nos encontramos con So, una artista y fotógrafa cordobesa, que crea con sus manos bitácoras delicadas con tapas de cartón, forradas con telas, la cuales pueden estar pintadas o selladas con dibujos de flores u hojas, los diseños son en diferentes tamaños y colores, con hojas ecológicas lisas o rayadas. Sus cuadernos artesanales son una herramienta para poder traspasar momentos que capturamos en nuestras vidas, por ejemplo los viajes y sus experiencias.

El encuentro se desarrolla un fin de semana en el barrio Güemes, un espacio que fue habitado en el siglo XIX principalmente por inmigrantes provenientes en su mayoría de España, Italia y países del medio oriente, y actualmente se encuentra poblado por más de 90 bares y la significativa feria de los artesanos. En la esquina de las calles la cañada y Achaval

Rodriguez se ubica el puesto de So con sus cuadernos y bitácoras con una sonrisa enorme, envuelve con tranquilidad sus creaciones en papel madera, un hilo y una flor seca, una presentación especial. Pasar por su espacio hace que te detengas y admires cada una de sus producciones y llesves una o simplemente agradezcas por su arte y carisma al recibirte.

Su mensaje para las personas se sumen a la vida sustentable:

“Es también un aprecio al otro, al trabajo del otro.

Que se haga lo que se pueda, y eso también que trate de apreciar, porque por ahí hay gente que no entiende que es un trabajo manual que lleva banda de esfuerzo, y no solo en el momento de hacer el producto sino todo lo antes, también mental, lo económico todo es como re difícil, hay gente que viene y que te pide que rebajes el precio y van a un shopping y no hacen eso. Siempre te va llegar gente de todo tipo, gente que ni te saluda ponele en el puesto o donde sea y después se van y dicen gracias, y después otros que realmente valoran lo que haces y es como que uno tiene que atraer a esa gente con la energía” (So, 2022)

Mientras en la entrevista tres “ **Los árboles y el colibrí**” Ignacio y Rodrigo, dos amigos cordobeses, que deciden actuar frente a los grandes incendios ocurridos en su provincia, y juntos comienzan a llevar adelante su propia fábrica de árboles para reforestar, y de esta manera poder invitar a más personas, instituciones y empresas a sumarse a la movida del cuidado ambiental plantando un árbol.

La entrevista se desarrolla en el invernadero que construyeron juntos, y donde cuidan 16 mil árboles y producen cada año más Algarrobos. Un espacio de unión y calor, no por los 30° del invernadero sino por el afecto, la pasión y la energía que crece en el lugar. Ignacio comparte sus experiencias y como desde chico siempre estuvo conectado con la naturaleza, y lo significativo que es hoy cada mensaje que reciben de las personas que agradecen por lo que hacen, porque poco o mucho están generando un cambio y eso es lo importante.

Esto lo relaciona con la fábula del colibrí que trata sobre cómo un día el bosque se estaba incendiando, y todos los animales huían aterrados. En medio de esa situación, un pequeño colibrí empezó a volar en dirección contraria a todos los demás. Los leones, las jirafas, los elefantes, todos miraban al colibrí asombrados, pensando qué hacía yendo hacia el fuego. Hasta que el tigre le dijo a dónde iba, que estaba loco y que debían huir del fuego. El colibrí le contestó que en medio de la selva había un lago, donde recogía un poco de agua con su pico y ayudaba a apagar el incendio. Asombrado, el tigre le repitió que estás loco, que no iba a servir para nada, que solo no podría apagar. Y el colibrí, seguro de sí mismo, respondió: “Es posible, pero yo cumplo con mi parte”. La fábula refleja el valor de actuar, defender y seguir sumando en vez de darse por vencidos.

En cuanto al mensaje que desea compartir con la sociedad es el siguiente:

“Creo que lo que podría hacer es invitar a todos a sumarse a las plantaciones como en tu caso para que se motiven, para que conozcan a personas que están involucradas

realmente, y seguir motivando a pensar distinto, a entender que no importa la marca, ni de dónde viene sino lo que nos deja para el futuro”.

En la entrevista 4 “**Construir reciclando**” Sole y Yas comparten su interés por el cuidado del ambiente y la ingeniería, lo cual logran unir y crear su emprendimiento Protón a partir de él crean elementos para la construcciones de obras en la ciudad de Córdoba con carga positiva para la preservación del ambiente desde una perspectiva sustentable y positiva para el desarrollo aplicando la economía circular.

Transmiten cómo se convirtieron en una familia que trabajan juntos y sus valores principales son el compromiso y la responsabilidad. La importancia de animarse, arrancar y sentirse parte del proceso del cuidado del planeta, de todo lo que está sucediendo, y responsabilizarnos desde el lugar en el que estamos para generar un impacto positivo. Es su lema y lo expresan en su mensaje para la población:

“Empiecen, no hay planificación, solo empezar. No es esa meta inalcanzable, es decir, llevo a mi casa, y no lo tiro a la basura, veo que puedo llevar al ecopunto, qué le puede servir a otro, a ver tengo esta botella, bueno la voy a lavar.

El bienestar es amplio para todo el mundo, quien lo defina, para mi el bienestar tiene un porcentaje económico y un porcentaje también de actividades que me hacen bien y no tienen nada que ver con lo económico, entonces ahí es donde uno define que es el bienestar para cada uno, apesar del tiempo que me lleva el reciclar no me afecta, me siento bien haciéndolo, es una actividad que te hace bien que contribuye al bienestar general, compartir con vos con otras chicas, las conversaciones que te hemos compartido, eso es bienestar, y cada uno define el bienestar que quiere para su vida” (Soledad Merlo, 2022).

“No hay pausa, no es que el lunes, el martes, la semana que viene o el mes que viene como hacemos con el gimnasio viste, bueno tengo que empezar la dieta el lunes, el mes que viene, el primero, no, hay que empezar. Algo chiquito, no es que de hoy a mañana ya tengo todo, el tachito de división más el compost más lo otro, no porque ya a los dos días vas a querer tirar todo y no quieres hacer más nada, empezar por algo chiquito que te sea más fácil” (Yasmin Bianchi, 2022).

CONCLUSIONES

Este trabajo significó mucho más que una investigación, ya que representó un proceso de aprendizaje y formación, y al mismo tiempo un desafío porque durante su desarrollo reconocimos que queda mucho por hacer, pero principalmente que ya existen personas que están accionando. Encontrarnos con los emprendedores, grandes trabajadores y artistas que promueven el cuidado del ambiente valió y motivó a continuar contribuyendo de manera activa desde nuestros conocimientos, aptitudes y actitudes como comunicadores, y visibilizar las prácticas que producen el mínimo impacto en el planeta y el máximo beneficio para las personas y por lo tanto para la naturaleza.

En este proceso realizamos diferentes observaciones y construimos ideas que nacieron a partir de la experiencia de poner el cuerpo, habitar e ir al territorio, lo cual alimentó nuestra investigación, reflexión y producción.

Todos los emprendimientos y consumidores forman parte de un ecosistema que produce historias únicas, y son voces que dan fuerzas a las narrativas. Construyen diálogos de saberes, que nos permitió observar al mismo tiempo una reivindicación de saberes, que no se trata de saberes académicos sino que tiene que ver con los saberes locales con experiencias particulares con formas de vivir, entender y cohabitar en territorios, ecosistemas, espacios ricos de aprendizajes y diálogos entre disciplinas. Esto nos permitió reflexionar sobre las prácticas realizadas por emprendedores cordobeses con impacto positivo en el cuidado de ambiente y la salud. Así mismo nos permitió formar narrativas desde las experiencias de emprendedores con conciencia socioambiental de la ciudad de Córdoba.

Somos semillas, siembras que vamos germinando, y por eso es fundamental cuidar de nuestra naturaleza, de nuestro territorio que es el espacio donde compartimos lo que estamos haciendo, y vamos construyendo de manera consciente, es decir, la experiencias de cada uno desde dónde venimos y cómo nos vamos transformando y formando como humanos como naturaleza.

Considerando que este trabajo surge de nuestra experiencia e interés por proteger, preservar, informar, visibilizar las historias y noticias socioambientales, una de nuestras motivaciones fue construir narrativas de conciencia socioambiental desde una perspectiva más positiva, activa y también crítica, ya que reconocemos que es fundamental ser personas críticas con ganas y curiosidad por conocer qué pasa en el mundo que habitamos, y participar en debates y decisiones relacionadas con nuestro ambiente, como así también reclamar políticas públicas.

Tratar temas urgentes como los sucesos ambientales que nos atraviesan diariamente fue un desafío, ya que al realizar la investigación concurriendo principalmente a jornadas y eventos de la temática surgen nuevas inquietudes, pero impulsan a querer saber más y avanzar en el tema.

Frente a este escenario evidenciamos que es importante lograr alinear nuestros valores, saberes y luchas, de manera que podamos ser más profesionales con conocimientos de cómo mitigar las luchas ambientales, y exigir el respeto por todos los derechos. Por sobre todo reconocemos que somos la naturaleza defendiéndose. El saber, la conciencia, la sensibilización y las buenas prácticas son claves para instalar de forma efectiva las políticas de protección y preservación del ambiente.

En este sentido podemos revelar la necesidad de integrar la comunicación como elemento transversal de las acciones y programas de educación ambiental. De la misma manera es importante una reconstrucción de nuestra visión y la definición de nuestro ego hacia el ambiente al que pertenecemos, reformular la conciencia del humano y la manera que percibimos la realidad. Este ego resultado del antropocentrismo que considera a la naturaleza como una entidad externa y objeto destinado a satisfacer las necesidades humanas, susceptible de apropiación, modificación, control, transformación, nos sitúa siendo parte de una fuerza que conecta a todos los seres vivos de forma horizontal, dejando de lado las creencias de superioridad.

Comprometernos con la lucha climática es una de las tantas soluciones que nos dirige hacia una misma dirección, un camino de cambios conscientes y responsables de nuestros estilos de producción y consumo. Es también una respuesta de una fuerza interior que nos impulsa e inspira a dar el paso y levantar la voz por nuestros derechos como una especie más de esta tierra. Al conocer las posibles soluciones nos facilitó identificar la relevancia del derecho a la información en las problemáticas socioambientales.

Durante la realización de este trabajo final se combinaron pasiones, escritura y naturaleza. Lo cual nos hizo dar cuenta de la necesidad de comenzar a pensar la producción de contenidos en comunicación y ambiente que puedan ser apropiados para su uso y difusión en el ámbito educativo.

Así mismo pudimos evidenciar el comienzo de la práctica de las nuevas economías que son propuestas emergentes, tales como la economía circular, que significan esperanza para las generaciones presentes y futuras.

Este camino recién inicia y nuestra responsabilidad como personas que habitan este territorios, como profesionales que forman parte de la sociedad y como naturaleza que convive con otros seres vivos en este ecosistema va creciendo, mutando y necesita fortalecerse en el día a día.

A partir de este recorrido, el ejercicio fue un permanente aprendizaje por medio de la vinculación entre saberes diversos, de emprendedores, profesionales, instituciones, de las teorías y las prácticas. El aprender nos ayudó a transformar las maneras de hacer, sentir y actuar frente a nuestra naturaleza. Principalmente nos motivó a reflexionar sobre las

situaciones socioambientales de las cuales somos parte y por ello sentimos la necesidad de invitar a todas las personas a moverse desde su lugar en lo que saben, hacen o sienten, y a partir de esto recuperar otras formas de pensar y sentir que conviven a cada uno de nosotros.

Desde nuestro espacio como profesionales de la comunicación podemos sumar esfuerzos colaborativos que son un plus importante para sustentar a la población información clara y amena, de forma que la sociedad cuente con información para elegir accionar y reconocer que lo ambiental se vincula con todos nuestros derechos y es transversal a todo que vivimos. Es decir, continuamente reflexionamos desde nuestro lugar como comunicadores acerca de nuestro rol al informar con sensibilidad y de manera precisa para evitar la desinformación como así también el miedo u odio, lo cual puede causar en los ciudadanos descontento y el evadir consumir noticias de medios de comunicación.

Reconocemos al mismo tiempo que el plan de acción de la agenda 2030 se encuentra cerca de su fecha de finalización, y que todavía estamos a tiempo de continuar trabajando en los objetivos juntos para su cumplimiento y cooperar con nuevas ideas.

Periodismo de soluciones es una herramienta esencial para la comunicaciones ambientales, y también colabora en la educación ambiental por lo cual proponemos incorporar en las curriculas educativas y fundamentalmente en el programa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación por medio de los seminarios de Comunicación y salud, de Periodismo científico, para que los futuros comunicadores y comunicadoras logren finalizar sus estudios y practicar la profesión con formación y conocimientos ambientales y puedan compartir y brindar sus saberes, el cual es nuestro instrumento principal. Esto favorece además reconocer y poner en valor la relevancia de un espacio informativo sobre el ambiente en los medios de comunicación desde un periodismo de soluciones.

Este trabajo abrió las puertas a nuevas preguntas tales como ¿Por qué es necesario replantear nuestra relación con la naturaleza? ¿Qué personas estamos formando para este y el mundo que se viene? ¿Qué cambios culturales son necesarios en esta sociedad? ¿Cómo y qué impactos tenemos para con las cuestiones ambientales?

Seguimos caminando hacia adelante y construyendo redes entre todos y todas, dejando semillas en cada territorio transitado para que en el tiempo germinen nuestros conocimientos y acciones de forma colaborativa con la naturaleza. De esta manera podemos articular valores y esfuerzos para ser la generación capaz de cumplir con los objetivos de desarrollo sustentable. Es nuestra oportunidad de buscar y crear el equilibrio con la naturaleza donde se reconozca que nuestro presente y futuro está íntimamente ligado al resto de la vida.

BIBLIOGRAFÍA

- Amado Suárez, A., & Rincón, O. (Eds.). (2013). La comunicación en mutación: remix de discursos. Friedrich Ebert Stiftung.
- Barbas Coslado, Á., García Marín, D., & Aparici, R. (2017). ¡Sonríe, te están puntuando! : narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror (D. García Marín & R. Aparici, Eds.). GEDISA.
- Battimanzi F. y Fuentes, L. (2022). Carga Vihral [Tesis de grado no publicada]. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Nacional de Córdoba.
- Cipolla, F., Koci, D., & Nadalin, S. (2018). Lecciones de Derecho de la Información y Ética Periodística (1st ed.). Copy- Rápido.
- Camps, S. (2018). Periodismo sobre desastres: cómo cubrir desastres, emergencias y siniestros en medios de transporte. Eudeba.
- Cabral, Ximena. (2021). *Desfocalizar el relato: Narrativas feministas para comunicar la salud. Sul-Sul - Revista de Ciências Humanas e Sociais. 1. 122-147. 10.53282/sulsul.v1i03.810.*
- Cabral Ximena, Mendizábal Victoria E. (2021). *Comunicar la salud desde una perspectiva feminista e intercultural: Algunas aproximaciones a las prácticas y a la creación de contenidos en contextos situados. RevCom, (12), e052. <https://doi.org/10.24215/24517836e052>.*
- Cucó I Giner Josepa (2008) *Antropología urbana. Barcelona: Ariel.*
- Escobar, A. (2014). *Sentipensar con la tierra, nueva lectura sobre desarrollo, territorio y diferencia.* Colombia: Edición Unaula.
- Garbovetzky, A. (2022). Los primeros giros de la economía circular en Córdoba. In *El círculo verde* (p. 8).
- González Gaudiano, E. J. (2012, Octubre - Noviembre). La representación social del cambio climático. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 17, 1035.
- Jiménez, R. (2016). Cien casos. La ética periodística en tiempos de precariedad. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- La voz del Interior. (2022). El círculo verde (Primera Edición ed.). Ary Garbovetzky.
- Luque, V. (2022). Cultura del cuidado [Webinar]. Universidad Libre del Ambiente (ULA). <https://www.youtube>

- Madriñán, Sara. (Anfitrión). (disponible hasta febrero de 2021). Hablemos sobre medio ambiente [Podcast].
- Organización de las Naciones Unidas. (s.f) *Objetivos de Desarrollo Sustentable*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). Memoria del Secretario General sobre la labor de la Organización.
- Rincón, Omar. (2019). Narrativas del entretenimiento expandido. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. N° 140.
- Serafini, C. y Alvarez, M. (2022). *Carnaval tiene la culpa* [Tesis de grado no publicada]. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Nacional de Córdoba.
- Fernández Parrat, S. La información ambiental en los medios de comunicación. *Revista Telos*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero068/la-informacion-ambiental-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Di Domenica, S. (2013). Periodistas que preguntan por qué: relatos y entrevistas sobre periodismo de investigación. Editorial Biblos.
- Jefatura de Gabinete de Ministros, Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable. (2009). EDUCACIÓN AMBIENTAL.
- Rinaldi, L., & Cicalese, G. R. (2013). Incidencias y buenas prácticas. In comunicación para la incidencia (pp. 40 -41).
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Deusto.
- Uranga, W. (2006). *El cambio social como acción transformadora. Comunicación para el cambio social*.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*.
- von Sprecher, R., & Boito, M. E. (n.d.). *Comunicación y trabajo social*.

Webgrafía

- Asociación de productores audiovisuales de Córdoba. (s.f)
<https://www.asociacionapac.org/>
- Digital News Report (2022)
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Meraki Sustentable. (2021) *Ley de Educación Ambiental*.
<https://merakisustentable.com/ar/ley-de-educacion-ambiental/>
- Melissa. (21 de mayo de 2021). Desperdicio Cero: qué es y cómo aplicarlo. Meraki Sustentable.
<https://merakisustentable.com/uy/desperdicio-cero-que-es-y-como-aplicarlo/>
- Sánchez, C. (08 de febrero de 2019). Normas APA – 7ma (séptima) edición. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/>
- Jiménez, A. (2022, August 23). *La Organización Mundial de la Salud (OMS) alerta sobre los efectos del cambio climático en la salud mental*. Qi Argentina. Retrieved October 4, 2022, from
<https://qiarg.org/2022/08/23/la-organizacion-mundial-de-la-salud-oms-alerta-sobre-los-efectos-del-cambio-climatico-en-la-salud-mental/>
- Stengers, I. (2014, julio - diciembre). La propuesta cosmopolítica. revista pléyade, 14, 29.

Videografía

- Canal Encuentro. (2019). Anabella Rosemberg [Archivo de Vídeo]. Youtube.
https://www.youtube.com/watch?v=OeBHQ7_TX8I&t=54s
- La Tinta. (2021). Tierra sobre la mesa. [Archivo de video] Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=UnZJm0PAs2k&list=LL&index=1&t=216s>
- Eco House TV. (2021). "Si no creyera en los jóvenes, no creería en el humano" - IMPACTANTE "PEPE MUJICA". [Archivo de video] Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=hqT2P9C7EKc>

ANEXO:

Transcripciones de entrevista

Entrevista 1, Pablo Bebari - 7 julio 2022

Referencias:

P: Pablo Bebari uno de los creadores de Ambulante café de calle.

K: Karen Romero

K: ¿Cómo nace el emprendimiento?

P: El emprendimiento nace porque bueno nosotros somos dos amigos como de San Juan siempre nos juntamos bueno tomar café en el Boulevard chacabuco simple tomamos un café ahí desde panadería en casa bastante feo bastante industrial y bueno no empezamos informado más sobre el tema, si bueno y no encontramos un café al paso que sea rico que sea especialidad por no me acuerdo así que bueno surgió la idea de y bueno y después fue mutando la idea y demás y terminó siendo en lo que hoy es ambulante.

K: ¿Cuáles son sus valores?

P: Nuestros valores principales son la amistad, la empatía y el amor la alegría. La verdad que nos regimos mucho por eso más que nada como te digo con la cercanía la amistad y que haya buena onda entre nosotros y entre entre los clientes, creemos que eso es súper importante.

K: ¿Qué les impulsó a ocuparse y preocuparse por la situación ambiental?

P: Lo que nos impulsó cupas no había preocupado por la situación ambiental Bueno es lo que pasa día a día y lo que se ve mucho en esta ciudad es mucho el oído que hay por parte de todas las personas de todos los todos tiran las cosas donde sea todo esa mugre donde sea no sabe no queremos que siendo amigables para el medio ambiente utilizando energía solar y haciendo todo lo que lo que sea posible para contaminar menos, creo que es lo necesario Y qué es lo justo también para hacer así que creo que eso es lo que más me impulsa y vamos a portar aunque sea mínimo granito de arena que esto no se vaya de las manos.

K: ¿ Por qué creen que es importante motivar a las personas a comenzar y continuar consumiendo de manera local y responsable?

P: Bueno como te digo que es super importante esto porque claramente si uno uno es solamente el que es que está portando al medio ambiente no sirve tenemos que hacer todo lo que estamos aportando tenemos que ser más los que cuidamos el medio ambiente que los que no lo cuidan porque sino no realmente es innecesario ocuparse de esto si somos pocos los que

nos ocupamos entonces si somos malos que no ocupamos Ahí vamos a ver el verdadero cambio.

K: ¿Consideran que es importante crear redes y trabajar en equipo con otros emprendedores también con compromiso ambiental? ¿Por qué?

P: Sí es súper importante crear redes y trabajar en equipo con otros emprendedores, soy claro y creo que es también lo que creo que nos va ayudar a todos a todos los emprendedores y a todos los a las personas que tienen negocios en esta nueva era yo creo que hay que unirse y hay que juntar fuerzas y entre todos los que tenemos negocio y entre todos los que tenemos emprendimiento y demás, y y así darnos una mano entre todos y poder poder lograr juntos que creo que eso es súper importante.

K: ¿Qué rol tienen las redes sociales en su trabajo diario? ¿Cómo las utilizan para comunicarse con el público?

P: Bueno las redes sociales cumplen un rol muy importante la verdad porque bueno nosotros Es por donde avisamos siempre en qué lugar nos encontramos, si bien nosotros no utilizamos las redes para mostrar los productos que vendemos ni para nada esas cosas que por lo general utilizan todos los negocios, nosotros móvil utilizamos para avisarle a la gente dónde estamos y para que la gente nos comparta su experiencia en nuestro negocio, no más que eso la verdad como te digo la utilizamos nosotros solo publicamos dónde nos encontramos y bueno, el resto lo hace la gente sabe que nosotros no nos hemos más que eso es como todo bastante orgánico y no nos forzamos a nada es como todo bastante natural lo que sucede nuestras redes.

K: ¿Qué les gustaría que se trabaje por y para un futuro más consciente y saludable?

P: Y lo que nos gustaría que se trabaje para un futuro más consciente del creo que es que cada uno sea consciente por ahí las personas están esperando que los demás vean los conscientes y esto lo vemos mucho en el negocio por ahí va la persona con el vaso y te dice chico usted no donde se hacen con esto y por ahí si nosotros llegamos hasta un lugar y el resto lo tiene que hacer cada uno viste si vos querés reciclar o querés hacer el mes cuidar el medio ambiente bueno cuidálo entender no está esperando que los demás lo cuiden creo que que eso es súper importante y creo que eso es lo que tenemos que que construir en la en las personas y amos que las personas sea la la que quiera reciclar la que quiera cuidar el medio ambiente la que no quiera tirar cosas de amor entonces bueno es por ahí complicado porque la persona siempre está esperando que el otro lo haga.

K: ¿Qué mensaje le dejarían a las personas para qué se sumen a un modo de vida más sustentable?

P: Y yo creo que el mensaje es mirar un poco para para el futuro, pensar un poco en nuestros hijos quizá, en nuestra familia en la gente que viene más adelante y en qué Tierra le queremos dejar, en qué ciudad queremos dejarle a ello y como queremos que Dios iba creo que ese es como el mensaje más alentador que podemos pensar un poquito en la humanidad más adelante y ser conscientes en que si seguimos consumiendo y haciendo las cosas que hacemos

va a haber un momento en el que esto se va a desbordar y se va arruinar todo entonces creo que es el mensaje más alentador que podemos dar.

K: Muchas gracias chicos. Super valioso lo que hacen.

Entrevista 2, So - 12 de julio

K: ¿Cómo nació So mon?

S: Yo en realidad también hago fotografía, hago foto analógica, bueno como que tenía la idea de hacer como libritos, como contar historias, para mostrar mis fotos. Así que hice un taller de encuadernación en un solo día, así viste simple, después me re cope haciendo bitácoras y nunca más hice la idea original que era con mis fotos.

Para hacer algo porque a mi me gusta ir cambiando en las cosas que hago, como que necesito eso, no puedo hacer siempre lo mismo. Seguí con eso y me re gusto pintarlas y me di cuenta que me salía bien, super prolijo y me gusta hacer eso, me gusta coserlas, pintar los diseños.

Comencé a publicarlas en medio de la cuarentena, en instagram, super virtual todo, y después ya me anime a ir a la feria, a salir más por la cuestión de la pandemia, y ahí empecé en el Paseo de las Artes, y me fue re bien, tranqui viste, pero bien.

K: ¿Cuáles son tus valores?

S: Siempre fui fiel a mi, con los diseños por ahí me inspiro en sueños, en cosas así. Tampoco soy una maquina viste, como que no me expimo al maximo, hago lo que voy sintiendo, a veces hay semanas que no hago nada y entiendo que está bien también, porque también mi situación no es que estoy con un alquiler ponele y que necesite mantenerme todo de mi misma, si fuera así capaz si fuera una máquina (risas), pero como estoy re tranqui, no llego al punto de estresarme, por ahí me estreso pero por algo mental y después me hace el clic de nuevo y vuelvo a estar en paz, también para que salga mejor, porque también me ha pasado de queres hacer muchas o más apurada e incluso como que el producto no tiene la misma energía, digo si lo hago con amor, así todo bien después se re vende, se vende re bien, sino no, nada que ver como que queda estática ahí la bitácora por un tiempo. Si siento que tengo que hacerlo con otros colores lo hago, pero trato de no confundirme, trato de seguir con la estética tipo blanco, negro, por ahí hago de colores y no las vendo, no se por me pasa eso, por ejemplo ahora hice unas con florcitas lilas y una con flores verdes y esta ahí, yo pense que se reiban a vender, si me hicieron un encargo de las flores lilas con renglones que sí la vendi porque era un encargo, pero las otras no, es rarísimo, no se porque.

Justo hoy pensaba que por más que no sea todo ecológico, soy yo, no es que hago mil bitácoras por día.

K: ¿Qué te impulsó a ocuparse y preocuparse por la situación ambiental?

S: No se si lo he pensado, me parece que no, porque, qué sé yo, las hojas ecológicas las use me acuerdo porque las había visto en una feria feminista hace mil años en unos libritos y veo

las hojas y era hermosa, me parecio re linda, pero yo ni idea que eran ecologicas, y despues cuando empece a hacer y encuentre las hojitas que despues como que se pusieron re de moda estaban en todo lados, pero no se si por algo ecologico, obviamente que me llama que sea ecologico y que sean recicladas pero también por cuestión de estetica sino las hojas son color así como hueso, natural ue son medio amarillas o las blancas blancas que no me gustan, prefiero esas que son como marroncitas incluso tiene una textura re linda, igual también he usado las otras hojas por ahí de una gramaje más grueso no vienen de esas ecologicas, vi que en las hojas blancas las comunes en los paquetes dice que tienen algo ecologico, así que tampoco creo que este mal usar de las otras hojas.

K: ¿Consideran que es importante crear redes y trabajar en equipo con otros emprendedores también con compromiso ambiental? ¿Por qué?

S: Y en red yo creo que sí porque estamos todos en la misma, alguno será emprendimiento más grande, ya más conocido y otros recién empezando o al medio. Por ejemplo ahí en la feria de los artesanos sobre todo por ahí los que somos más jóvenes como que se entiende ahí o entre los encuadernadores también como que hay una cosa, es re lindo eso, es super importante.

La otra vez con una compa, ella también hace todo sustentable, se llama Zahir Cuadernos Artesanales, esta re bueno, es hermoso lo que hace, y por ahí vemos de comprar materiales juntas o cosas así que esta re bueno, nos conviene a las dos.

Sobre el ambiente yo creo que sí es importante porque para todas las cosas grandes se empieza por uno mismo desde lo más chico, por eso supongo que sí es importante, ya que vaya a impactar asumo que sí pero como que es re poco yo creo que hay que ver también de todos no solo de los emprendedores sino de los consumidores, ver que es lo que compran ellos, cada uno, porque también los que más impactan en el ambiente son las empresas grandes, son ellos los que hacen todo el lío.

K: ¿Por qué creen que es importante motivar a las personas a comenzar y continuar consumiendo de manera local y responsable?

S: Sí eso es difícil porque yo tambien decia antes por qué no nos compran a nosotros, nos ayudamos el uno al otro, y además es más sustentable, pero a la vez después pienso un trabajo así artesanal es más caro y no todos tiene la posibilidad de comprar algo caro, por ahí a alguien le conviene ir a comprarse un cuaderno en el Ferniplast y yo no lo culpo, si no tenes la plata esta bien, yo tampoco tengo la plata para comprarle ropa a una marca así ecológica o alguien que lo hace a mano, me encantaría obvio, yo creo que a mucha gente le gustaría, pero bueno no siempre se puede.

K: ¿Qué rol tienen las redes sociales en su trabajo diario? ¿Cómo las utilizan para comunicarse con el público?

S: Nada cuando tengo ganas, es lo mismo que la producción y creación de las bitácoras, si no tengo ganas, si no me nace no lo hago. Antes como que sí lo trataba de hacer porque después se sube el algoritmo y que se yo, pero después entendí que internet no es todo o sea no me importa si ahora todos compran por internet, yo prefiero el cara a cara estar en persona. A mi me gusta ir a la feria, mi sueño es viajar con las bitácoras, que sean conocidas así en persona.

Como que Instagram, páginas en internet no me interesa, obviamente que si publico las cosas y trato de hacer lo mejor que puedo, pero si no me terminó estresando yo, y después viste que está que si no tenes tantos me gustas o no te ve tanta gente la historia es todo una cosa en la cabeza y yo no quiero ir a eso.

K: ¿Qué mensaje le dejarían a las personas para que se sumen a un modo de vida más sustentable?

S: Es también un aprecio al otro, al trabajo del otro.

Que se haga lo que se pueda, y eso también que trate de apreciar, porque por ahí hay gente que no entiende que es un trabajo manual que lleva banda de esfuerzo, y no solo en el momento de hacer el producto sino todo lo antes, también mental, lo económico todo es como re difícil, hay gente que viene y que te pide que rebajes el precio y van a un shopping y no hacen eso. Siempre te va llegar gente de todo tipo, gente que ni te saluda ponele en el puesto o donde sea y después se van y dicen gracias, y después otros que realmente valoran lo que haces y es como que uno tiene que atraer a esa gente con la energía.

K: ¿Qué les gustaría que se trabaje por y para un futuro más consciente y saludable?

S: Mira a mi me parece que como van las cosas falta mucho para que haya el cambio total de conciencia, falta una banda, primero nos tenemos que arruinar completamente y después a la fuerza no por cosa propia vamos a tener que empezar a producir nuestro propio alimento en familia, o hacer los intercambios, trueques entre nosotros, la ropa también una barbaridad.

¿Empezar a aplicar la economía circular? Si eso, pero falta cuando todo explote,

¿Vos decis que hay que llegar a eso? Si para la mayoría de la gente, hay muchos que estamos ahí ya pensando pero tampoco que lo apliquemos al menos no completamente porque después de todo estamos en el sistema como que es difícil salir, va ser porque no nos queda otra.

K: ¿Qué tipo de fotos sacabas?

S: Hacia artísticas, no se como decirlas porque por ahí decis artísticas y se imaginan que armas todo el escenario y no, como que uso lo que ya está, más que todo la naturaleza a veces retratos.

Bueno también hago algunas bitácoras con cianotipia y eso no es para nada ecológico porque son con químicos y después eso va a la cañería, pero bueno porque yo tire un cachito así a la cañería no nos vamos a morir o sea son otras cosas las que nos están matando.

Otras las hago con acrílicos, es difícil hacer algo totalmente ecológico, no puedes ponerte a fabricar una tela o sí pero a la vez es todo mucho más caro y por lo menos acá en Argentina nadie te va comprar.

K: Muchas gracias por todo So.

Entrevista 3, Ignacio Ricci - 5 de agosto del 2022

K: ¿Cómo nace el emprendimiento?

I: Baum nace básicamente de una preocupación por los incendios en Córdoba, eventualmente en el 2020 mientras estábamos en pandemia encerrados, Rodrigo que es mi amigo sobre todo y también mi socio en esto, estaba en Alemania, conversábamos sobre el tema y problema que estaba asando en Córdoba, se estaban quemando más de 100.000 hectáreas de bosque el me plantea que le interesaría aunque estaba lejos hacer algo y que quería contar con mi ayuda, ahí empezamos a ver qué podíamos hacer en todo esto, nace la primera idea de hacer una campaña de concientización de alguna forma, así chiquita hecha por nosotros y nuestro entorno, y que se vaya multiplicando.

En Argentina hay 40 millones de personas, si cada uno planta un árbol podemos generar un gran cambio, un potencial impresionante con la absorción de dióxido de carbono, sonido y viento y ayuda a mejorar la calidad de vida. Al ver que esto no fue lo que esperábamos porque es difícil lograr que otras personas quieran hacer un árbol, por ahí para nosotros hacer un árbol parece muy sencillo, pero es un gran trabajo y un proceso muy largo que no es tan fácil. Entonces decidimos tomar la delantera nosotros y hacernos cargo de la producción de los árboles, fue bastante largo porque ninguno de los dos somos especialistas en el tema, no somos ingenieros, más que conocimientos varios y experiencias no contábamos.

Lo primero que hicimos fue crear relaciones con las personas idóneas, el director de ingeniería forestal nos guió, nos ayudó bastante sobre cómo generar la producción y varios detalles desde cómo van las raíces, la mantención de las raíces, los tallos, cómo nutrirlos, todo eso es un gran trabajo con detalles que no se suelen tener en cuenta y hacen la diferencia en que el árbol se adapte al medio y perdure en el tiempo. En ese momento arrancamos con esto, con la investigación, seleccionar qué especies queríamos tomar como inicio, ya más o menos teníamos definido que queríamos hacer, el nombre y que teníamos que trabajar un montón es lo que sabíamos. Así que bueno, nos pusimos en campaña, conseguimos un terreno para instalarnos, en todos los estos estudios también estaba cómo hacer un invernadero, levantamos el primer invernadero que hoy en día lo ampliamos, siempre pensamos en posibilidades estratégicas de crecer, hoy ya ampliamos de 15 metros a 25 metros de una capacidad productiva de 20 mil a una capacidad productiva de 36 mil, un gran cambio, empezamos con esto, por supuesto poniendo toda la fuerza de voluntad y siempre viendo esto no como un grupo, no como un proyecto secundario sino como algo primario, en mi caso renuncie a mi trabajo, puse sobre todo esto, y viéndolo como un esquema empresarial ¿y por qué el esquema empresarial? Hoy en día somos una empresa con propósito y lo que buscamos es generar una economía circular y permitir el financiamiento constante de la producción de árboles para poder seguir creciendo. Nosotros lo que sí hemos visto mucho a lo largo del tiempo es **mucha gente con voluntad** pero que muchas veces se queda corto, buscamos que sea exponencial y que siga creciendo, y no hace falta que cruce las fronteras que lo puede hacer para seguir reforestando nuestro país, con Rodrigo tuvimos la posibilidad de estar afuera pero amamos mucho a este país por eso siempre volvemos. Básicamente así nace la idea, la primera parte fue armar toda la infraestructura, después lo producir árboles, primero lo hicimos con 20 mil Algarrobos, hoy en día estamos estimando puedes hacer 80 mil, 40 mil serían de Algarrobo, 40 mil de otras especies variadas, lo tercero que hicimos fue **generar relaciones y lazos** con organizaciones con distintas organizaciones, trabajando con esto nos dimos con que hay muchas organizaciones con mucha fuerza y ganas de seguir creciendo,

pero por ahí se les hace difícil, vos decías que tenes conocidos y amigos de Agenda Ambiental, con ellos hablamos igual que con los chicos de Río con otras organizaciones, nosotros le planteamos “te vamos a dar para que puedas plantar 5, 10 mil árboles”, ellos nos plantean que quizás eso lo habían hecho en 5 años, y nosotros buscamos potenciar eso así todos podamos **seguir creciendo cada quien con su partecita y podamos seguir contribuyendo a un mejor ambiente**. Hoy estamos creciendo no solo en los árboles sino también en difusión y brindar la posibilidad a todos de llegar, entonces a partir de la plataforma online lo que planteamos es que cada quien pueda plantar su árbol online, en la plataforma podés ingresar, tal vez ya la conoces, con tres clics podés plantar tu árbol y este árbol entra en un stock con todo que estamos produciendo que va ser plantado personalmente. Ahora se va iniciar una plataforma online nueva con el mismo link, la visual nueva, seguimos trabajando en eso para hacer la interfaz un poco más fácil para personas que quieren participar, nos ha pasado que nos dicen yo quise sumarme pero no pude, bueno poder **generar una mejor difusión y poder comunicar mejor para la invitación a todos a participar**, que no sea solo plantar un árbol online sino que cuando tengan la posibilidad y el tiempo venir, sumarse y participar de la plantación como vos misma lo hiciste. Y también lo que queremos hacer es sumar en las plantaciones que sean más entretenidas que no sea solo ir a sufrir, hacer pozos sino tratar de poner música que sea entretenido.

K: ¿Cuáles son sus valores?

I: Antes que los valores, voy a ir a los **propósitos**, el propósito de Baum es producir la mayor cantidad de árboles nativos posibles, plantarlos generando concientización y llegando a toda la sociedad. Creo que el **valor principal es la educación**, lo primero que diseñamos y trabajamos en nuestra web fue la guía educativa, la guía educativa la desarrollamos junto a la secretarías de ambientes, ingenieros, nos parece fundamental que se pueda llegar con educación, creemos que la educación es lo que va hacer el cambio, también somos conscientes de que la sociedad necesita ver lo importante que son los árboles, por ahí uno no los valora, entonces compartir momentos bajo los árboles mismos hace que seamos conscientes, yo creo que principalmente la educación es el objetivo.

K: ¿Qué rol tienen las redes sociales en su trabajo diario? ¿Cómo las utilizan para comunicarse con el público?

I: Con las redes sociales, lo que mayoritariamente utilizamos es el Instagram, las redes, el Instagram sobretodo utilizamos para poder transmitir a todos aquellos que creen y confían en nosotros haciendo su plantación online, es poder mostrarles que los árboles están siendo plantados, que se están haciendo campañas, que se está trabajando. Las redes nos permiten estar en contacto directo con un montón de usuarios, personas de nuestra sociedad que nos siguen porque les interesa, y nos permite poder crear un feedback, generalmente los mensajes tratamos de responder nosotros mismos, como yo te respondí a vos, tratamos de estar siempre presentes, tratamos de que no pase mucho tiempo, a veces se nos complica porque pasó algún

hecho y recibimos miles de mensajes, pero principalmente lo que tratamos de lograr es tener una relación directa, también los que buscamos es a través de las redes interactuar con otras organizaciones y con mayor difusión poder llegar a más personas, más personas que se lleguen, más personas que se suman, más personas que podemos quizás llegar un poco para que conecten y cuidar del ambiente.

K: ¿Por qué creen que es importante motivar a las personas a comenzar y continuar consumiendo de manera local y responsable?

I: Yo creo que si uno toma conciencia de lo que involucra consumir un producto se da cuenta de que detrás de cada producto hay un montón de cosas, esto es en cada arbolito, detrás de cada arbolito quizás uno hoy en día puede hacerlo muy fácil, plantar de manera online, detrás de eso hay muchas horas de trabajo, para poder llegar a hacer un árbol hay casi un año completo de trabajo en todo lo que es infraestructura, preparación de envase, preparación de sustrato, recolección de semillas, procesos pregerminativos y post germinativos hasta que el árbol esté en condiciones para plantar, eso pasa con todos los productos, y si llegamos a estar en una sociedad consciente de que cada producto puede sumar o restar en nuestro consumo.

Lo que me decías del consumo local creemos que es muy importante consumir localmente por varias razones, la principal es que si nosotros consumimos un producto que requiere un transporte, este transporte es un contaminante y es innecesario; al igual que económicamente ayuda a la economía cercana.

K: ¿Consideran que es importante crear redes y trabajar en equipo con otros emprendedores también con compromiso ambiental? ¿Por qué?

I: Sí totalmente, la respuesta es sí es muy importante trabajar en equipo, lo que nosotros estamos abarcando es un área de incumbencia no solo de la ciudadanía nacional sino también internacional y es algo demasiado grande, por ahí uno lo puede minimizar en producir y plantar un árbol, pero es mucho más grande que eso, y va mucho más allá, genera un impacto de cinco dimensiones en el cual no solo lo que hacemos acá afecta acá sino que afecta en otras parte del mundo, partiendo de eso, entonces al ser tan grande es muy importante trabajar en equipo y poder diversificar y sobretodo especificarse en cada área. Por ejemplo Río tiene una campaña muy importante de trabajo alrededor del río Suquía y generando concientización, nosotros apuntamos a concientizar y producir árboles; y Agenda Ambiental principalmente trabaja con todo lo que es el incentivo a los estudiantes y generar grupos de trabajos. Entre los tres podemos llegar y más sumando lo que hizo beats of nature todo lo que hacen en set musical, lo cual online se puede escuchar música y contribuir para que se planten más árboles, ahí tenemos 4 organizaciones trabajando en conjunto pueden hacer una mega plantación con mucha más llegada, con mucha más seriedad y más la posibilidad de estar plantando disfrutando y pasar un buen momento.

K: ¿Qué les gustaría que se trabaje por y para un futuro más consciente y saludable?

I: Creo que trabajar la parte educativa sobre todo lo que es la primaria y la secundaria en reiteradas oportunidades no solamente como un temita de una materia sino como un eje central de concientización educativo eso sería muy importante no solo con la parte de árboles sino también con la conservación forestal de fauna y también con todo lo que tratamiento de residuos, y sobre todo lo que es la economía circular y entender de dónde vienen los productos y a donde van, como el utilizar y reutilizar, ser consumidores conscientes, el entender que los productos no solamente es el precio sino también es la calidad, y no solo la calidad sino el bienestar que pueden generar hoy y mañana, si es un producto que consumimos hoy y si mañana estamos contaminando con los desechos que dejamos, y si somos consciente vamos a consumir productos que hoy nos hacen bien y el día de mañana podemos utilizar para hacer otro.

Nosotros recibimos el reconocimiento por parte de la municipalidad de Córdoba de parte de ambiente por ser una de las organizaciones participante en acertar en el cumplimiento de las ODS, no solo cumplimos con la 15 también cumplimos con el 6,17 y otros más porque no solamente trabajamos en lo que es acercar a tener un buen entorno sino también trabajar en equipo, y también una de las ODS de llevar los objetivos. Desde que arrancamos siempre planteamos que esto es algo que no se puede llevar sin la incumbencia de organizaciones no gubernamentales, gubernamentales, la parte privada que trabajen en conjunto y participen sobretodo.

Dentro de todo lo que la producción nosotros siempre tratamos de mejorarla y diversificar, sobretodo utilizando equipamiento, reutilizando materiales y los mismos envases que utilizamos para las plantaciones son reutilizables, a los chicos de Agenda Ambiental nosotros por ahí cedemos los envases para que ellos transplante o los recolectamos y los llevamos a reciclar porque todo lo que no se recicla se puede volver a utilizar. Así dejar un mundo mejor, ahora estamos trabajando en lo que es la recolección de agua de lluvia, esperamos para este año poder terminar, y a fin de año instalar la cisterna y poder recolectar el agua de lluvia para las otras temporadas del año lo que es muy importante poder hacer eso.

K: ¿Qué mensaje le dejarían a las personas para qué se sumen a un modo de vida más sustentable?

I: Yo creo que lo que podría hacer es invitar a todos a sumarse a las plantaciones como en tu caso para que se motiven, para que conozcan a personas que están involucradas realmente, y seguir motivando a pensar distinto, a entender que no importa la marca, ni de dónde viene sino lo que nos deja para el futuro.

Actualmente no estamos haciendo visitas por cuestiones de infraestructura, estamos tratando de montar una oficina nueva involucrando a otras organizaciones que producen con materiales sustentables, reutilizan botellas, incorporan paneles solares, estamos trabajando en eso. Estás invitada a conocer.

K: Muchísimas gracias por tu tiempo y por lo que hacen por el ambiente.

P: Gracias, nos vemos pronto!

Entrevista 4, Soledad Merlo y Yasmin Bianchi - 24 de agosto

K: ¿Cómo nace el emprendimiento?

Y: - Cómo comienza nuestra historia, hace un año nació Protón fue nuestro primer proyecto juntas, pero como ingenieras civiles sin la parte ecológica, después de eso al mes nos aparece el proyecto de jóvenes innovadores, y dijimos bueno vamos a meterle pata, dijimos bueno ay qué podemos hacer, estábamos pensando en este proyecto, nosotros somos cuatro somos Ricardo Barrido y Pablo Gonzalez, y nos juntamos y vemos que se nos ocurre, los otros dos chicos también son ingenieros, están estudiando ingeniería civil y ya son ingenieros agrimensores, nos juntamos y fue una charla que duró como dos horas estábamos en un café y decíamos bueno y qué podemos hacer con eso, y si hacemos esto y si hacemos lo otro y se nos había ocurrido 37 mil cosas hasta que nos decidimos por uno que fue fotometría con drones. Presentamos el proyecto, ganamos el primer proyecto, y mientras estábamos en eso entre que ganabamos y no ganabamos, que nos decían que habíamos quedado pero que todavía no había muchas novedades, nos aparece Córdoba Circular, era un día como a las 9 de la mañana estábamos yendo nosotras dos al colegio de ingenieros civiles que en esa época y ahora también lo estamos ayudando a ellos con todo lo que es manejo de ODS, de información de cómo publicarlo y que la gente lo entienda y que se sienta más familiarizada con todo esto y que es una realidad ya. Entonces estamos yendo a la reunión, y habíamos llegado muy temprano y dijimos bueno vamos a tomar un café, siempre con café nosotras (risas), nos sentamos en el café y dijimos Córdoba circular, había muchos productos que van generalmente a los basureros y decíamos que de todo esto podemos reciclar, pensamos residuos voluminosos, que mejor hacer con algo que nosotros vemos a diario, los escombros lo manejamos en todas las obras, todo el tiempo vemos escombros, entonces empezamos a pensar y dijimos bueno porque no hacer losetas con escombros reciclados, y ese fue el proyecto que nosotros tenemos en Córdoba circular que se llama proyecto CIRCULANDO y lo hacemos nosotras dos en este caso solas.

S: El proyecto consiste como base y condiciones pedían que sacaras tres tipos de productos directamente del CTR el Centro de Transferencias, esa era la base y la condición digamos, tenías que crear algo a partir de estos residuos, ahí elegimos el escombros, entonces la misión es hacer un producto de triple impacto: reducir, reciclar y reutilizar, eso es la base. Luego conseguimos el apoyo de Tejamax, quien nos presta el laboratorio para justamente ver dentro del hormigón que se fabrica con arena y tierra reemplaza la piedra por escombros, pero para poder reemplazarla y poder dar un producto de calidad y un producto que sea en palabras sustentable y sostenible teníamos que hacerle unos ensayos de laboratorio, este laboratorio a parte de brindarnos las instalaciones también nos brindó todo lo que es el personal que está capacitado incluso mucho más técnico que nosotros porque ellos hacen eso todo el día, averiguar las propiedades del material, ahí se estudiaron las propiedades físicas, químicas, cómo se comporta el material por sí solo como escombros, cuál sería su peso específico y luego ya el compuesto de hormigón que resistencia tiene la loseta, se definió la geometría, se

decidió el espesor de la loseta y también la resistencia que tiene esa loseta, para qué? para definir dónde la vamos a colocar, si bien en un principio habíamos decidido que iba ser una loseta peatonal, es decir para un tránsito peatonal, los ensayos terminaron de afirmar lo que habíamos dicho al principio. Entonces una vez determinado las características del material y de la loseta pasamos a la producción que es la etapa en donde estamos ahora para luego pasar a la última etapa y la finalización del concurso circulando que es la instalación en una plaza pública, es en un barrio cerca de acá, así que en esa etapa no estamos, después de ahí qué surge, y bueno, surge por ejemplo hay ciclistas que lo vas a ver ahora que son unos ciclistas que la muni nos manda mensaje vean si pueden hacer esto, después hay otra loseta cuadrada y después hay una posibilidad de hacer un hormigón en obra, digamos por ejemplo, vos hiciste una demolición, bueno a ver si lo trituran y le hacen esta dosificación pueden llegar a este contrapiso, entonces a partir de la investigación de las propiedades del material vamos consiguiendo otros productos y otras maneras de reutilizarlo al escombros.

Nos vamos aliando con otra gente que hace otras cosas por ejemplo ahora ella me estaba diciendo que lo de Ecolif me dijeron ... A ver no sé si tenemos la fórmula ideal se que la orientación de buscar un producto sustentable, en aliarse y **crear redes** con otros es la base del reciclaje, de la reutilización y de la recirculación porque vos tenes algo que yo no sé y vamos a compartir, vamos a trocar y vamos a conversar. La gente de Ecolif nos pidió que viéramos si podíamos hacer algún pegamento para pegar su revestimiento a la pared pero que sea sustentable, quiere decir que no utilice químicos. La contra que tienen todos los productos que son sustentables es que están fuera del valor del mercado, es una realidad, el proceso no es industrializado, prácticamente no consume energía porque casi todo lo que hacen se hace manual o se hace al aire libre, en este momento la **economía circular** tiene ese paso a la industrialización, quizás el gran paso, hoy creo que te vas a encontrar con los que hacen productos de economía circular son más bien cero industria, es casero, el mismo que esta hablando es el que está trabajando.

Y: claro es totalmente artesanal.

S: No es que tenes una industria y tenes acá el galpón , salvo la gente de Elio, que es otra cosa, la gente de Elio que están en General Paz sí tiene los biodigestores y vende energía, los hermanos Rigatto, ellos producen energía y lo introducen al sistema como energía limpia, pero ya no es un microemprendimiento, trabajar con energías verdes requiere muchísima inversión, y todos los demás somos **aliados**, vos tenes esto, vos tenes lo otro, bueno vos juntas, yo tengo acá botellas y se las tengo que llevar a la gente de Cyclar, y te doy bolsas; y vamos entre todos trabajando y tratando de sacar adelante nuestro producto a través de la difusión, yo te lo cuento a vos porque es una alianza entre todos.

Y: Aparte de todas estas alianzas salen no solamente el producto que uno ya viene diseñando, tipo bueno mi producto es así, sino que se forman nuevos productos, por ejemplo nosotras cuando estuvimos en el evento del Parque de las Tejas, el REfestival, nosotros hablamos con un montón de otros emprendimientos y sobre todo de Cyclar, uno que hacía muchas cosas con vidrio, y nos decían qué se puede hacer con esto si lo metes en la loseta, entonces estábamos viendo también de que en algún futuro poder aliarnos con ellos, ellos pueden reducir el plástico tan chiquito como si fuese arena, entonces también vamos a ver si podemos estudiar las características para ver si eso se puede colocar en nuestro producto y hacer una fusión de

cosas y ver que puede salir, por eso te digo siempre es algo nuevo, un nuevo producto y qué se puede hacer con esto y aquello, y va saliendo.

S: Hoy no podemos vivir de esto, nuestras profesiones se mantienen en simultaneidad con la actividad, seguimos trabajando en nuestras profesiones porque no podemos desligarnos porque no viviríamos sino, y esto es todo lo demás.

Y: Claro esto es lo que hacemos en nuestro tiempo libre, normalmente la gente duerme, hace cosas, recreación, bueno para nosotras todo eso es esto.

S: Es otra dinámica, no digo que esté mal, se disfruta muchísimo porque en el medio te encuentras personas excelentes. De todos los que nos han hecho notas de La Voz, Página 12, han salido varias de la muni, todos te tratan bien, tratan de exponer tu producto, incluso los fotógrafos que han venido acá, te acordamos vamos a disimular que esto es una fábrica decían, tienen una buena energía, **la difusión es lo que lo hace sostenible** porque vos me viste hoy acá, después el otro me ve acá y es lo que nos hace sostenibles y lo que nos impulsa a seguir y a continuar porque son diferentes pasos los que hay que seguir dando, entre ello todo lo que es administración, la gestión, los cobros, cómo avanzamos que no, y saber que siempre estamos colapsados de trabajo nosotras. Así que eso es Protón, y además todos nuestros otros trabajos que hacen al funcionamiento del microemprendimiento.

K: ¿Cuáles son los valores de Protón?

S: La responsabilidad sobre todo,

Y: compromiso

S: La parte técnica

Y: (risas) totalmente, la parte técnica creo que es siempre

S: No vamos a lanzar un producto si no estamos seguros que funciona

Y: Por eso creo que nuestra primera etapa cuando elegimos las losetas hablamos con el laboratorio para saber cómo podíamos hacer y qué podemos llevar y para qué. A ver no queremos vender un producto que tampoco pueda servir en un futuro o que digan che las pusiste y al día no servía más porque se rompieron, por eso nosotras queríamos saber vamos hacer esto pero para qué? qué características va a tener, ¿para qué va servir? porque no lo vamos a poner en la calle sabiendo que no va aguantar el peso. Creo que la parte técnica es lo principal.

S: Eso, y es sostenible encontrándole la vuelta de la difusión y todo eso, es sostenible.

Después otro valor es el respeto, los tiempos porque en eso esto va llevar tanto tiempo, esto va secar en tanto tiempo, el respeto al proceso.

Y: No es comprometerse con un montón de cosas y después no poder cumplir sino saber cuáles son los tiempos que conlleva cada cosa.

S: A parte no es un material que te va responder igual que un material industrializado, ni siempre es el mismo, tiene otras particularidades que hacen que no lo puedas predecir, entonces tiene tiempo de secados distintos, el respeto al proceso es fundamental. Y como en el caso de mira ya estimo que en 14 o 15 días va estar, pero si no seca no lo puedo paletizar, y si no lo puedo paletizar no lo puedo llevar, y si no te lo puedo llevar no lo puedes tener.

A ver otros de los valores nuestros...

Y: No sé, se ve que es la primera vez que nos hacen esa pregunta.

S: Sí, somos personas agradecidas las dos, lo que ves es lo que hay.

Y: Creo que también apoyo y compañerismo porque más allá de que vemos, somos dos personas y las dos estamos con dos millones de cosas cada una, pero si sabemos que la otra no puede, es lo hago yo tengo un tiempito más que vos lo hago. Y el apoyo también a todo lo que otros nos dicen che necesito que me des una mano con esto, y nosotras sabemos que todos están en la misma situación que nosotras, entonces si le damos una mano, por ejemplo de Ecolif es también apoyo y compañerismo.

Sole: No hay un rédito económico en todo esto, es investiguemos, puede ser que por la profesión te puedo ayudar un poco más.

Después la familia, Santi que es mi pareja, es el que hace los moldes es el que trabaja con la manito.

Y: Claro es el que está con los ciclistas todo el día, y te dice esto podría ser mejor si lo hago... Sí mi amor le dice ella.

S: Es el que hace la parte dura. Es familiar sí, este crecimiento es familiar.

Y: Aparte prácticamente yo soy adoptada acá, yo estoy hace mucho tiempo acá todo el tiempo, así que sí ya me consideran arte de la familia también.

K: ¿Consideran importante la utilización de redes sociales en su trabajo?, ¿cómo lo utilizan para comunicarse con su público?

Y: Sí totalmente, bueno eso es algo muy extraño para nosotras porque la verdad yo soy muy mala comunicando cosas, entonces nos decidimos, bueno vamos hacer publicidad, queremos mostrar lo que nosotros hacemos día a día y todo lo que puede llegar a servir a todo mundo en general. Nosotros no solamente tenemos en nuestro instagram cosas de este proyecto sino que subimos información general que le pueda servir a la gente, por ejemplo el otro día subimos plan de gestión ambiental, entonces son cosas que vos decis bueno yo te puedo preparar todo el escrito, pero ya la publicidad no soy de eso, entonces nosotras si tenemos un grupo de chicas que nos hacen todo eso, todo el armado.

S: Hermosean todo, que también es un microemprendimiento son dos chicas se llaman Amarte Creativo.

Y: Claro, nosotras estamos con los microemprendimientos.

S: Claro este me lo paso este porque sí fijate son dos chicas que están arrancando que recién salen de la universidad, y estamos en la misma, todos estábamos arrancando, y ellas descubrieron la manera de trabajar con nosotras por más que no sean del rubro nuestro, y ellas son las que se encargan de la difusión, mantener las redes activas.

Y: Incluso ellas nos dicen cuando nosotras escribimos algo demasiado técnico, ellas nos dicen che no entendimos que quisiste poner acá los chicos que lo van a leer tampoco lo van a entender, explicamelo un poquito más.

S: Avisan cuando llegan mensajes, por eso yo no había visto tu mensaje como no mito, lo ven ellas las chicas, ni siquiera el mío tampoco veo porque puedo tener una semana y no cambio los instagram y no lo había visto al que me habías mandado. Marcia fue la que me dijo Sole tenes tres mensajes.

Y: ay sí y ahí ya lo contestamos.

S: Sí porque no somos todo, todo no podemos, no es nuestra especialidad, imagínate cuanto tiempo podemos estar frente a una computadora tratando de sacar una imagen bien.

Y: No, es más si vos vas a nuestro instagram las primeras publicaciones las hicimos nosotras, así que podrás imaginarte que realmente necesitábamos a las chicas de publicidad.

K: ¿Por qué consideran que el trabajo en equipo es importante?

S: Es importante la red, es importante la alianza, es importante la difusión y la triangulación de eso.

Y: Y es importante el ambiente que se crea cuando vos tenes buenas relaciones, el hecho de que vos vas con buena onda, el otro te responde con buena onda, pueden generar cosas muy lindas y genera que vos quieras seguir continuar con esas relaciones.

S: En toda la situación que está pasando hoy la Argentina, y hoy Córdoba y hoy la situación de estos tres días sin irnos más lejos, esto son los espacios que crea, son estos microespacios donde vos podés crear donde podés conversar y te podés abstenerte y delirar porque lo que nos hemos reído con cada equipo que nos hemos cruzado, todos somos unos personajes y son espacios de creación de un momento grato y uno realmente se siente a gusto, se siente conforme, se siente satisfecho y se siente productivo. Y no te estoy hablando de nada económico pasa por otro lado.

Y: Aparte ese ida y vuelta que tenes con otro equipo te hace ver cosas que vos a lo mejor no viste, entonces vos le decís si estoy haciendo esto y te dicen y porque no lo haces por acá, entonces es como que te abre a mente y vos le decís sabes que tenes razón lo voy a intentar, entonces ese ida y vuelta siempre es fundamental para todos creo.

K: ¿Qué las llevó a preocuparse y ocuparse de la situación ambiental que estamos viviendo?

S: La formación te preocupa desde el minuto cero.

Y: Yo voy a decir una cosa que capaz suene chupamedias pero la materia que hice yo en último año fue saneamiento y medioambiente y mi profesor creo que fue lo que me hizo decir quiero seguir por acá.

S: El profesor nuestro fue el creador del CTR, Sergio Nirich.

Y: Él te lo plantea de formas que decís guau quiero saber más, no puede durar dos años la clase, es increíble cómo lo transmite y cómo te dan ganas de hacer algo.

S: En nuestra profesión ya te lo muestran en la facultad y empezas a tomar conciencia de en dónde estamos, quizás de las dos yo soy la más fanática con lo del medioambiente.

Y: Convengamos que ella está haciendo una maestría en medio ambiente.

S: Cada vez que salgo de la maestría digo vamos a morir.

Y: Sí, se nos termina el mundo, me pone.

S: Y es el mundo que viene, yo tengo una hija, yo quiero un mundo para mi hija, yo cada vez que cambia el clima y empiezo a razonar porque se inunda algo.

Y: Hoy había un incendio en circunvalación, fui a Tejamax, salí y había todo humo.

S: Te toma todo mucho más tiempo, el cambio cultural del reciclado es aceptar que es un tiempo que le tenes que dedicar al reciclado, ejemplo ahí yo tengo a lado de la basura una botella donde van compactados todos los naylon, los cartones todo eso, lleva tiempo eso, eso

es la conciencia de frenar un minuto cuando estás en la vorágine de querer hacer todo, y tenes que cortar y poner los pedacitos dentro, después a lado del cesto tengo un tacho donde va todo lo compostable y de ahí se viene para acá y así cada un día venir para acá, eso suma tiempo, el lavar la botella, la botella de leche la de la serenísima la blanca, es lavarlas, darlas vueltas dejarlas secar, es un tiempo, que no se si todo el mundo lo tiene, pero si estaría bueno que se lo hagan, increíble la cantidad de basura que reducís realmente increíble, nosotros somos una familia de tres, a sacar una bolsa por día que era lo que estábamos sacando ahora saco la bolsa cada tres días y no tiene olor porque lo que me produce olor está acá (compost).

Lo otro esta, te lleva tiempo lavar los platos sí, porque es el limpiar en seco y después ir al jabón, lleva tiempo, sí lleva tiempo, empiezo yo a hacerlo y mis otros dos no lo hacen, y empiezo yo a joder, por lo menos me dejan todos los cartoncitos, los papelitos de los té a un contado y después yo soy la que viene y tic tic lo compacta todo, pero me siguen, yo pienso que antes de que me lo tiren a la basura y que lo dejen a un costado, es que de alguna manera le sembré la semillita no se si por cansancio o por toma de conciencia pero le siembro la semilla de que lo hagan y toma tiempo este cambio cultural, ojala todo el mundo se diera cuenta la cantidad de basura que se reduce, que no se va ir a enterrar, que no se va acumular, que no va a piedras blancas que no hay nada que tratarlo, la cañería lo limpia que sale el agua, no hay agua, no es que y si vos contaminas no es que se va por la cloaca y magicamente desaparece, no desaparece se va a otro lado y contamina en masa, pero es tiempo, el reciclar es tiempo, es un cambio cultural si se lo podes inculcar a los chicos de chiquito después lo hacen automatico es como lavarse los dientes, es una actividad parte de la rutina diaria.

K: ¿Cómo creen que pueden motivar a las personas a empezar a consumir de manera más responsable y de manera local?

S: Con el ejemplo y con la difusión, por eso parte de nuestras redes es difundir. El otro día en Europa salieron las piedras del hambre, son pueblos antiguos que dejaron piedras enterradas con la leyenda de “ Si me ves, llora” quiere decir que cuando el agua llegaba a ese nivel la escasez del agua en el mundo iba a empezar, de hecho ya empezó, estos veranos super intensivos en Europa, este cambio medio verano en invierno son cambios reales, la difusión, los documentales de Netflix, yo los recomiendo.

Y: Convengamos que mira esta de mangas cortas y estamos en agosto, en invierno.

S: El ejemplo, la difusión, el contagiarte cada vez que hable con vos, con vos , con vos, contarte mira hay una aplicación que simula la inundación en el mundo.

Hay un foro de ODS que yo participo que se hace todos los meses y se dan diferentes temas en relación a los ODS, el foro te propone pequeños cambios como emprendedor, cómo producir energía blanca qué costos tienen, qué otras formas de energías hay, eólica, hídrica, cómo reutilizar el agua del lavarropas. Algunos pequeños cambios de adentro hacia afuera. Participar difundir, lo que está haciendo el intendente también que es difundir al punto del cansancio.

Y: Aparte no solo difundir, los eco puntos, lo bueno que tiene el intendente es que no solo difunde sino que él crea posibilidades para todos nosotros que tenemos una idea y que por

nuestros propios medios no lo podemos lograr, entonces él te crea esa posibilidad de que lo hagas.

S: Sí no hay una política, independientemente del partido político, porque ninguna de las dos tiene una alianza política con nadie, si no hay una política que incentive que motive y que llame a ver diganme todas la ideas que tienen, algo va salir de todo eso algo va salir, alguien tiene que empezar con la prueba y error, prueba y error , por lo menos algo están haciendo hasta que salga se perfecciona cuando va saliendo porque nosotros tenemos conocimiento de los materiales para producir, hay cualquier cantidad de bibliografía del material en estado bruto puesto en producto final pero no hay bibliografía de qué hacer con el producto final después de su uso cómo lo convertimos de nuevo en un material, es decir hay un ciclo del estado virgen al estado final y no se cierra el círculo.

Y: claro, no se cierra el círculo es como una línea.

S: Una línea recta y no se cierra el ciclo de qué hago con el producto final, que características tiene el producto final para que yo pueda utilizar en algo nuevo, eso es reutilizar, una palabra recontra simple, pero no es tan fácil. Vamos a la prenda de ropa tienen tiempo de exposición solar y la fibra se seca y el hilo se corta, entonces que puedes hacer con esa prenda y que tipo son el oberol, el maestro todos esos que están expuestos a la UV, bueno puedes hacer llaveros y tienes que ver que material es para producir algo, esa etapa es la etapa de investigación que no hay bibliografía hoy, y como vas hacer la investigación, no puedes hacer el método científico de acá a 20 años, lo quisieron hacer con el covid el método científico y no fue, esto es lo probamos y vemos que pasa, lo vamos a probar 1, 2 años , lo vamos a ir perfeccionando a medida que le vayamos viendo, lo mismo pasa con la loseta lo vamos a instalar y vamos a verla, che sabes que acá el tránsito la jodio acá la punta paso a esto, es la única manera que se comience la investigación.

Y: Y de que se creen antecedentes que otras personas puedan usar.

S: estamos hablando de un futuro, no sé si la humanidad siga viviendo.

Pero por lo menos la siembra esta, no se si veremos la cosecha pero la siembra esta, capa la vean nuestros descendientes.

Y: Esperemos que no llegue a nuestros nietos sino que nuestros hijos ya la vean.

S: Mi hija ya lo ve por ejemplo.

K: ¿Qué mensaje darían para que como sociedad empecemos con una vida más sustentable?

S: Que empiecen, no hay planificación, empezar

Y: Claro, no hay pausa, no es que el lunes, el martes, la semana que viene o el mes que viene como hacemos con el gimnasio viste, bueno tengo que empezar la dieta el lunes, el mes que viene, el primero, no, hay que empezar.

Sole: No es esa meta inalcanzable, es decir, llego a mi casa, y no lo tiro a la basura, veo que puedo llevar al eco punto, qué le puede servir a otro, a ver tengo esta botella, bueno la voy a lavar.

Y: Algo chiquito, no es que de hoy a mañana ya tengo todo, el tachito de división más el compost más lo otro, no porque ya a los dos días vas a querer tirar todo y no quieres hacer más nada, empezar por algo chiquito que te sea más fácil.

S: No abras la canilla a full para lavar los platos, así masivamente, pone una olla y trata de lavar con la olla y después cuando terminaste de usar todo el detergente de la olla bueno ahí si vacía la olla, volvela a poner, eso es empezar.

Y: O algo tan tonto como cuando te estas lavando lo dientes, no tegas la canilla abierta, es algo que a mi hermana todavía no se lo puedo hacer entender por ejemplo.

S: Si tu ideas es de emprender de algo, bueno empieza a buscar en las redes, emprendimiento de economía circular, google emprendimiento de economía circular en Córdoba te va listar, empezá,anota podes hacer una planificación, me voy a poner de acá a fin de año a buscar todos los emprendimientos que hay en Córdoba de economía circular, voy a ver cual de ellos me interesa y a cuál puedo aportar yo desde mi profesión, es tiempo? sí, es tiempo, le tenes que dedicar tiempo? Sí, no vas a tener ningún rédito económico? Es verdad.

Y: Claro, es más de concientización, o sea si quieren empezarlo por el lado económico claramente no van a arrancar más, pero es por el hecho que si ustedes quieren la parte económica de acá a un par de año ya no van a tener donde aplicar la economía porque ya no va existir este mundo, entonces es empezar por ahí, por ver, el mundo como está hoy y como está consumiendo hoy no vamos a tener mundo para mucho más, entonces si realmente queremos mantener el mundo por lo menos reduzcamos el consumo y de ahí si se te ocurre una idea para hacer algo que pueda ayudar al mundo, genial, aplicala, pero empecemos por lo que se puede hacer, lo que menos te cuesta y arrancar.

S: el bienestar es amplio para todo el mundo, quien lo defina, para mi el bienestar tiene un porcentaje económico y un porcentaje también de actividades que me hacen bien y no tienen nada que ver con lo económico, entonces ahí es donde uno define que es el bienestar para cada uno, **apesar del tiempo que me lleva el reciclar no me afecta, me siento bien haciendolo, es una actividad que te hace bien que contribuye al bienestar general,** compartir con vos con otras chicas, las conversaciones que te hemos compartido, eso es bienestar, y cada uno define el bienestar que quiere para su vida.

Tendríamos que dar una clase de psicología también no? (risas)

Y: Coaching para emprendedores.

S: tratamos de cumplir con el ODS 9 de las construcciones .

Y: Intentamos cumplir con gran cantidad de ODS, no siempre podemos con todo.

Con el ODS 11 también estarían cumpliendo, el de las ciudades. Sí porque trabajamos con municipalidades nosotros , de hecho hemos hecho proyectos de agua potable para municipalidades, y lo miramos desde el lado, che fijate el proyecto del año pasado en Villacanto che fijense no van a destruir la roca, compatibilizamos con otras actividades.

Alianzas por el clima también

Educación

K: Mil gracias por recibirme y por lo que realizan juntas.

S: Ves que con poco uno se siente bien, uno termina bien el día a pesar de que pueden pasar un montón de cosas uno termina bien el día y dice che que bueno que charle, che que bueno que fui.

Las creaciones de So mod



So y sus bitácoras





Bicicletero Protón realizado con hormigón a base de escombros. Serán entregados e instalados en diferentes partes de la ciudad



Soledad y Santiago muestran sus producciones de losetas y bicicleteros en su hogar.

Ambulante café de calle y su móvil con paneles solares



Pablo y Leanadro trabajando en la esquina de las calles Derqui y Chacabuco

















16 mil árboles algarrobos blancos producidos en el invernadero de Baum fábrica de árboles











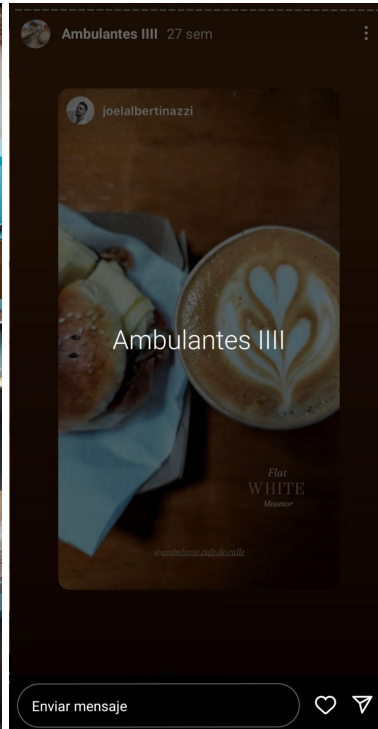
Alicia, vecina y parte del equipo (izquierda), Ignacio, cofundador del emprendimiento, Willy integrante del equipo (derecha) en el invernadero de Baum.

Contenidos de las redes sociales de cada emprendimiento :

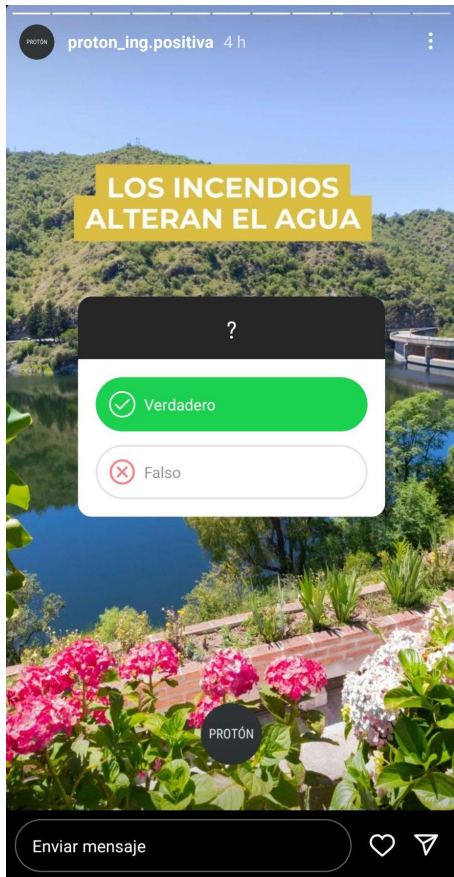
BAUM:



AMBULANTE CAFÉ DE CALLE:



PROTÓN INGENIERÍA POSITIVA:



SO MOD

