

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Concientizar a través de la Comunicación el Reciclaje Responsable del Vidrio en la**

**Ciudad de Quito**

**Trabajo de Investigación**

**Rebeca Cecilia Morales Camacho**

**Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de  
**Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

Quito, 22 de mayo del 2021

# **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

## **HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Concientizar a través de la comunicación el reciclaje responsable del vidrio en la ciudad de  
Quito

**Rebeca Cecilia Morales Camacho**

**Nombre del profesor, Título académico**

María José Enríquez Cruz, PhD.  
Doctora en Comunicación Social

Quito, 22 de mayo del 2021

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Rebeca Cecilia Morales Camacho

Código: 00200827

Cédula de identidad: 1718022559

Lugar y fecha: 22 de mayo del 2021

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **DEDICATORIA**

Mi presente trabajo no habría sido posible sin el apoyo incondicional de las alianzas estratégicas que se lograron. Cada empresa, emprendimientos y fundación siempre estuvieron interesadas en el contenido que se sacaba y en brindar nuevas ideas para que la campaña logre un buen alcance. Dedico de igual manera este logro a la Universidad San Francisco de Quito ya que desde el primer día de clases me han motivado a dar lo mejor de mi.

También, dedico mi trabajo a mi tutora de tesis María José Enríquez por ayudarme con sus enseñanzas y ser mi guía para alcanzar las metas que me propuse.

Por último, dedico este trabajo a la naturaleza y al medioambiente ya que siempre han sido mi fuente de inspiración y motivación. Este trabajo sin duda fue para demostrar las opciones en las que nosotros como humanos podemos hacer para cuidarla, protegerla y mantenerla.

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad San Francisco de Quito por ser mi espacio de motivación y empoderamiento y enseñarme que en la vida debemos seguir los valores de bondad, verdad, belleza y libertad.

Quiero agradecer a todas las personas dentro de la carrera de Comunicación porque cada uno me enseñó a ser una buena persona, pero también una profesional maravillosa. En especial a quiero agradecer a Gabriela Falconí porque desde el inicio me ayudó a encontrarme y a valorar mi trabajo. También a Maris José Enríquez por ser una increíble tutora y ayudarme a hacer realidad mi primero proyecto para y por el medioambiente. Y finalmente a Gustavo Cusot por ser un rol a seguir sin duda al ver su trayectoria y su personalidad aprendí que puedo llegar a lejos con dedicación y motivación.

Quiero agradecer a todas las personas que conocí en la carrera cada una de ustedes me enseñó a luchar por mis sueños y alzar la voz cuando es necesario hacerlo. Cada una de ustedes es y será una increíble profesional.

En especial quiero agradecer a mi compañera y mejor amiga María José Cherrez porque me enseñó a ser una mujer fuerte y empoderada. Con ella logre vivir varios momentos de felicidad, tristeza, empoderamientos, pero más que nada siempre me motivo a dar lo mejor de mi y sentirme orgullosa de mis logros.

Finalmente, estoy totalmente agradecida por mi familia ya que siempre me enseñaron a nunca rendirme por lograr mis metas. Me enseñaron que con bondad y responsabilidad se puede lograr lo que sea. Principalmente les agradezco por darme un amor incondicional y siempre decirme lo valiosa, inteligente y dedicada que soy. Gracias papi por ser un rol a seguir, mami te agradezco por tus consejos y tus ideas, ñaña a ti por mostrarme que esta bien ser sensible y fuerte a la vez y a mi ñaño por nunca dejar de soñar a pesar de que todo el mundo te diga que debes poner los pies en el suelo.

## RESUMEN

Cada día que pasa la contaminación se abre paso en nuestro medioambiente dañando y contaminando nuestros recursos. En la ciudad de Quito la contaminación y la falta de conciencia ambiental deberían ser los principales temas en resolverse. Sin embargo, las soluciones se encuentran listas lo que falta es su aplicación efectiva. Entre las soluciones esta el reciclaje del vidrio. El vidrio es un elemento que por su composición puede reciclarse ilimitadas veces siendo así un material que busca equilibrar la explotación de los recursos que utilizamos. Aunque el vidrio tiene variadas ventajas para el ambiente estas son poco conocidas. Por esta razón por medio de una campaña de comunicación La Vidrio Revolución se informará sobre como este material puede ser la solución para la cantidad desmesurada de desperdicios y más bien buscar opciones para dar un segundo uso a los objetos que utilizamos.

**Palabras clave:** comunicación, vidrio, reciclaje del vidrio, comunicación ambiental, reciclaje y medioambiente.

## ABSTRACT

Every day that passes, pollution makes its way into our environment, damaging and polluting our resources. In the city of Quito, pollution and lack of environmental awareness should be the main issues to be resolved. However, the solutions are ready, what is missing is their effective application. Among the solutions is the recycling of glass. Glass is an element that, due to its composition, can be recycled unlimited times, thus being a material that seeks to balance the exploitation of the resources we use. Although glass has various advantages for the environment, these are little known. For this reason, through a communicational campaign The Glass Revolution, we will learn how this material can be the solution for the excessive amount of waste and rather look for options to give a second use to the objects we use.

**Key words:** communication, glass, glass recycling, environmental communication, recycling, and environment

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN .....	13
I. ANTECEDENTES .....	15
1.1 <i>El Reciclaje a Nivel Global</i> .....	15
II. INTRODUCCIÓN AL ORIGEN DEL RECICLAJE .....	18
2.1 <i>La Contaminación y sus Consecuencias</i> .....	18
2.2 <i>La Historia sobre el Reciclaje y su Significado</i> .....	22
2.3 <i>Reciclaje en la Ciudad de Quito</i> .....	24
III. EL VIDRIO .....	26
3.1 <i>La Vida Útil del Vidrio</i> .....	26
3.2 <i>Características del Vidrio</i> .....	28
3.3 <i>El Proceso de Reciclaje y Reutilización del Vidrio</i> .....	28
3.4 <i>La Necesidad de Reciclar Vidrio en Nuestros Hogares</i> .....	30
3.5 <i>Ventajas del Reciclaje del Vidrio y su Impacto Positivo Ambiental</i> .....	32
IV. LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE APOYO AL CAMBIO .....	33
4.1 <i>La Comunicación Ambiental</i> .....	35
4.2 <i>La Educación Ambiental</i> .....	37
4.3 <i>Comunicación del Desarrollo</i> .....	38
V. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN .....	40
5.1 <i>Presentación de la Campaña</i> .....	40
5.1.3 <i>Territorio de Acción</i> .....	43

5.1.4	Alcance de la Causa Social .....	43
5.2.1	FODA.....	44
5.2.2	Eje de Campaña.....	45
5.2.3	Concepto de la Campaña.....	45
5.2.4	Nombre de la Campaña.....	45
5.2.5	Misión .....	46
5.2.6	Visión.....	46
5.2.7	Identidad Visual .....	46
5.3	<i>Públicos</i> .....	46
5.3.1	Públicos Beneficiados .....	46
5.3.2	Públicos Aliados.....	47
5.3.3	Públicos de Interés .....	48
5.4	<i>Objetivos</i> .....	49
5.4.1	Objetivo General .....	49
5.4.2	Objetivos Específicos.....	49
5.5	<i>Fases y Estrategias de la Campaña</i> .....	50
5.5.1	R-PENSAR .....	50
5.5.1.1	Estrategia .....	50
5.5.2	R-UTILIZAR .....	52
5.5.2.1	Estrategia .....	52
5.5.3	R-VOLUCIONAR .....	59
5.5.3.1	Estrategia .....	59
5.6	<i>Tácticas</i> .....	63
5.6.1	Cuentas.....	63
5.6.2	Hashtags.....	63
5.6.3	Estrategia de Relaciones Públicas para Alianzas .....	63
5.6.4	Influencers.....	64
5.6.5	Participantes .....	64
5.6.6	Ganadores.....	64

5.6.7	Entrevistados .....	64
5.7	<i>Presupuestos</i> .....	64
5.8	<i>Logros Alcanzados</i> .....	65
5.8.1	Charlas en vivo.....	65
5.9	<i>Indicadores de gestión</i> .....	68
5.9.1	Medios de Comunicación.....	68
5.10	<i>Metas Inesperadas</i> .....	69
5.10.1	Auspicios .....	70
5.10.2	Mensajes del Público y Publicaciones de Influencers.....	70
CONCLUSIONES .....		72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		75

## Índice de Figuras

Ilustración 1. Proceso de reciclaje de botellas de vidrio .....	30
---	----

## INTRODUCCIÓN

Concientizar por medio de una campaña de comunicación sobre el reciclaje responsable del vidrio es un tema poco mencionado a comparación de las campañas sobre alimentos, limpiezas de costas y otros. Por tal razón, se necesita dar a este un mayor realce y potenciación dentro del Distrito Metropolitano de Quito en específico por la necesidad de aportar con conocimiento claro y sencillo a la población para el beneficio de la naturaleza y de las personas.

El reciclaje es una de las opciones ecológicas que, a pesar de ser una opción asequible para todos, continúa siendo de ese modo muy poco implementada en los hogares. Día a día e incluso a cada hora que pasa, millones de toneladas de desechos se apoderan de varios de los lugares de nuestra madre naturaleza dejándola sin espacios vírgenes y sanos.

Como parte de la gran variedad de desechos que son considerados rescatables por medio del reciclaje, existe uno del cual se ha utilizado escasamente como protagonista en las campañas de reciclaje al concientizar sobre su proceso y tratamiento. El vidrio es sin duda uno de los materiales que se encuentra presente en gran cantidad de hogares quiteños, sea en frascos de mermeladas, botellas de algún licor, agua o incluso decoraciones. Este material a diferencia de otros elementos puede reciclarse ilimitadas ocasiones y en cada una de ellas no perderá su calidad. Demostrando así que el vidrio es la opción de contenedor que favorece al cuidado del medioambiente.

Con relación a la comunicación esta es una de las herramientas con más poder en las sociedades por ser la transmisora de los mensajes que necesitan escucharse o la que persuade a que se realice una cierta acción. Por tal razón es necesario que en una ciudad capital como lo es Quito se implemente una campaña de comunicación con un mensaje claro y sencillo de procesar por parte de la población.

Naturalmente, el proceso de reciclaje y las alternativas de uso del vidrio es de conocimiento de limitadas personas dentro de toda una población. Es por esa razón, que al unir la comunicación

y la información sobre cómo realizar un reciclaje responsable desde el hogar se convierte esté en un tema único e indispensable para difundir en la ciudad de Quito. Así mismo, la fuerza de los mensajes que se logren transmitir estará ligados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a campañas a nivel global con el valor compartido de un nuevo planeta que logre retroceder el cambio climático, y así resaltar a Quito como una capital sostenible y con una cultura fuerte de reciclaje.

En el presente trabajo de investigación se cubrirán temas sobre: el origen del reciclaje, el vidrio, la comunicación y su enfoque para un cambio social. Todos estos capítulos tienen el objetivo de demostrar la importancia que los temas ambientales junto con la comunicación son el camino para llegar a concientizar y estabilizar nuestra relación con la naturaleza.

## **I. ANTECEDENTES**

### **1.1 El Reciclaje a Nivel Global**

Como es de conocimiento general la situación del medio ambiente en nuestra actualidad se encuentra en una brecha de números rojos y por consecuente de riesgo. Es así, como varias organizaciones y movimientos sociales se han creado para que en conjunto logren enseñar y comunicar sobre cómo cuidar, proteger y preservar nuestro planeta. Sin duda, las acciones y los proyectos ya están propuestos, pero los mayores obstáculos están en que la mayoría de los gobiernos no implementan regulaciones ambientales serias. Por otra parte, los países que ya cuentan con normas y leyes ambientales no las comunican con su debida importancia a las mismas. Dando, así como resultado, que, desde las cabezas de los países, es decir, desde los gobiernos centrales estos transmitan su poco involucramiento en los temas medioambientales, asimismo la población no les dará la importancia necesaria.

Parte de la gran contaminación que se evidencia en el mundo nace de los residuos que generamos desde los hogares, restaurantes, hoteles y en fin de todos los lugares en los que se realizan consumos. Al ser los desechos los principales objetos encontrados en los océanos, islas y bosques los gobiernos comenzaron a implantar medidas que penalizan a todos los que causan un mal hacia el ambiente.

Se debe considerar que no existen políticas homogéneas ambientales debido a las diferentes regulaciones y requisitos por país (Conte Grand, et al., 2008). Aún así, es indispensable la participación de todos los países e incluso por continentes para obtener resultados transformadores y exitosos. Es conveniente subrayar que a nivel global una proporción de todos los países ya se han sumado a la cultura ambiental, por lo que iniciaron con introducir leyes de protección de áreas naturales, leyes sobre recolección de residuos e

incluso impuestos al utilizar ciertos objetos de materiales poco ecológicos (Conte Grand, et al., 2008).

Por medio de un análisis con estimación desde el 2016 al 2050 de “*What a Waste 2.0*” se evidencia que en el 2016 se acumularon 2.01 billones de toneladas de desechos sólidos, por lo que al realizar las predicciones a futuro es posible que en el 2050 las cifras aumenten a un 3.40 billones de toneladas a nivel mundial (Kaza, et al., 2018, p.17).

Dentro de las estadísticas sobre la cantidad de desechos producidos en el mundo se tiene un aproximado de que se genera “0.74 kilogramos de desechos per cápita al día” (Kaza, et al., 2018, p.17). Cabe señalar que la cantidad de desechos depende del país y su situación a niveles económicos y sociales. Al revisar los resultados de desechos por país tenemos que los países más desarrollados como: Estados Unidos, Canadá y Bermuda que tienen una economía alta en su generalidad son los mayores productores de desechos en el continente norteamericano con cifras de 2.21 kilogramos de desechos al día (Kaza, et al., 2018, p.20). Mientras que, los países de América Latina y el Caribe en conjunto llegan a producir un aproximado de 0.99 kilogramos de desechos al día (Kaza, et al., 2018, p.53). De tal manera, se puede destacar que los países en situaciones económicas altas o los denominados potencias mundiales son los mayores productores en los índices de desechos, a diferencia de países de menor economía los cuales estarán en una brecha mínima de la generación de desechos.

Consideremos ahora, que la gran parte de los desechos pasan por diferentes procesos o métodos seleccionados por los gobiernos de cada país. Sin importar la situación socioeconómica, la gran parte de los países en el mundo cuentan con un método de recolección y tratamiento de desechos. Sin embargo, los continentes de mejor economía son los que sin duda han innovado y tienen la accesibilidad para la implementación de métodos más eficientes que los que son implementados en países subdesarrollados o en vías de desarrollo. En continentes como Norteamérica con un 12%, Europa con 17.8% y Asia con 24% son los

pioneros en implementar y mantener la incineración de los desechos, siendo este un método eficaz para deshacerse de los desechos y no acumularlos. Mientras tanto en los continentes subdesarrollados se continúa con métodos poco amigables hacia el ambiente, pero accesibles como los basureros abiertos y rellenos sanitarios (Kaza, et al., 2018, p.35).

Los diferentes procesos de recolección y tratamiento de los desechos en el mundo son: el compostaje, incineración, rellenos sanitarios, reciclaje, depósito en vertederos, digestión anaeróbica, basureros abiertos y métodos más avanzados (Kaza, et al., 2018, p.35). En esta sección de tratamiento de los residuos es interesante realizar el análisis de igual manera por continente y nivel socioeconómico sobre los métodos que utilizan, sin embargo, nos centraremos en los porcentajes bajos y mínimos que existen del reciclaje.

Se debe tomar en cuenta que a nivel mundial el 40% de los siete continentes utilizan el método de vertederos y solo en un 19% emplea el reciclaje. Dicho lo anterior, los porcentajes en niveles económicos altos a nivel global, se evidencia que el reciclaje se posiciona como el segundo método utilizado con 29%, mientras que en niveles socioeconómicos bajos existen índices de reciclar en un mínimo de 3,7% (Kaza, et al., 2018, p. 35). Dando, así como resultado que los continentes con niveles socioeconómicos bajos sean los que menos utilizan el método del reciclaje y se encuentran con mayor comodidad de utilizar basureros abiertos y acumular desechos perjudiciales para el ambiente.

Entre los objetos y materiales más desechados tenemos que en un 44% es comida y desechos orgánicos, 17% es papel y cartón, 14% de otros, 12% es plástico y 5% es vidrio (Kaza, et al., 2018, p. 29). A pesar de ser los desechos orgánicos los de mayor cantidad, se encuentra de igual manera en números mínimos, pero importantes el vidrio.

Indiscutiblemente a nivel global la gente no desecha el vidrio en gran cantidad por lo que existe la ilusión de que este material está siendo tratado de forma correcta y sostenible.

En efecto, el vidrio es un material que con su composición puede reutilizarse o reciclado ilimitadas veces, pero aún así es muy limitado y escaso el contenido que existe sobre este material. Por lo que es fundamental continuar con la generación de campañas parroquiales, nacionales y globales para concientizar sobre los aspectos positivos del vidrio tales como mencionar su multifuncionalidad, ilimitado reciclaje del material y en su proceso se utiliza un mínimo de consumo de energía.

Por ende, esta observación termina relacionándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, debido a que simultáneamente con los mismos se busca fomentar a tener comunidades y ciudades sostenibles, además de que cada acción ejecutada, como lo es el reciclaje del vidrio debe ser por, y para el beneficio de preservar el clima y el ecosistema en el que habitamos (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

## **II. INTRODUCCIÓN AL ORIGEN DEL RECICLAJE**

### **2.1 La Contaminación y sus Consecuencias**

Es necesario dar una explicación y análisis sobre el problema antes de continuar con las soluciones. Cuando se tratan temas referentes al medioambiente usualmente se utiliza como referencia el contraste de lo que no se debe realizar y de lo que se debería hacer. Dentro de los aspectos negativos se incluyen temas como: consumo excesivo de plásticos, desperdicio de alimentos, falta de conciencia ambiental, pesca y caza ilegal de animales. Para comprender mejor esta idea se resume en que se utilizan ejemplificaciones de las acciones contaminantes que producimos. Por otro lado, las conversaciones sobre las acciones positivas son mínimas, aunque se encuentran en aumento por las nuevas tendencias.

Es por esa razón conveniente iniciar introduciendo la definición y características que el término contaminación alude. En sí el término contaminación según el diccionario de la lengua española define que es “alterar nocivamente la pureza o las condiciones normales de

una cosa o un medio por agentes químicos o físicos” (Real Academia Española, 2014). En otras palabras, contaminar se entiende por afectar perjudicialmente a un espacio con acciones que en su mayoría son producidas por el ser humano causando daños. Las consecuencias que se generan con la contaminación son directas afectaciones hacia los animales, plantas y obviamente también lo son para los seres humanos. Se debe agregar que la contaminación no se produce por sí sola, ya que necesita de causas, sean estas artificiales o naturales para que puedan ser visibles los efectos (Uriarte, 2020). Es característico que por medio de la contaminación sus resultados sean devastadores y pongan en riesgos a los seres vivos que habitan en los espacios determinados que fueron contaminados.

Por parte de las causas naturales contaminantes se tiene que los maremotos, hongos e incendios forestales son los actores protagónicos en desequilibrar el orden de la naturaleza. Es decir, cuando se produce un maremoto este al contener agua salada y llegar a la tierra, termina por afectar el balance de los minerales del suelo dejándolo en su mayoría infértil. Así mismo, los hongos se caracterizan por emitir gases que al estar en el aire pueden ser dañinos para quien respire en el mismo. Por último, los incendios forestales son los que llegan a generar grandes cantidades de dióxido de carbono que perturba el aire, sin mencionar que la ceniza resultante es igual de peligrosa para el suelo porque está se regenera en una capa que no permitirá que en ese suelo crezcan plantas, dejando como resultado un suelo muerto. Lamentablemente, en la actualidad los incendios ya se deberían considerar parte de las causas artificiales debido a que en su mayoría son producto de acciones humanas y ya no naturales.

En cuanto a las causas artificiales o mejor dicho producto de las acciones humanas, la contaminación tiene resultados de mayor impacto negativo que las causas naturales. Es indudable que uno de los mayores contaminantes son los medios de transporte utilizados en exceso por los seres humanos. Los diferentes transportes como vehículos, transporte público, barcos y aviones emiten gases tóxicos que terminan infectando el aire. A su vez, los desechos

son otro de los grandes contaminantes al no solo dañar el suelo, sino que también afecta al aire e incluso llegan a afectar a las aguas subterráneas (Uriarte, 2020, párr. 14). Sin antes continuar listando las diversas acciones humanas contaminantes es necesario aclarar que estas acciones ya se encuentran clasificadas. Existe la contaminación atmosférica, la contaminación del suelo, contaminación hídrica, la contaminación radioactiva, lumínica y térmica.

Dentro de la contaminación atmosférica se caracteriza por tener sustancias tóxicas presentes en el aire. En otras palabras, la contaminación atmosférica es la misma que la contaminación del aire, ya que son provocadas por acciones tales como: la combustión de fósiles para obtener petróleo, gases emitidos por las grandes industrias, pero sin lugar a duda otra de las mayores contaminantes del aire son las emisiones de gases de efecto invernadero. Se debe agregar que el incremento de las emisiones de gas por parte de los combustibles que usan los transportes, los incendios provocados, el proceso digestivo del ganado y las aguas servidas también son parte de las acciones que perjudican la atmosfera (Fundación Aquae, s.f.). Las afectaciones resultantes están desde perjudicar a la salud de los humanos, ya que respiramos aire contaminado, en que los suelos dejarán de ser fértiles para la agricultura, hasta incluso perjudicar en el ciclo del agua porque en vez de presenciar una lluvia normal, está se convertirá en lluvia ácida debido a que en el aire se encontraban partículas como: dióxido de nitrógeno, monóxido de carbono, ozono y dióxido de azufre que provocarán el fenómeno denominado, lluvia ácida (CeMCAQ, 2017).

El suelo como se ha mencionado en varias ocasiones previas es parte de los ecosistemas con mayor afectación por la contaminación. Sin embargo, es poco conocida la información sobre este tipo de contaminación a pesar de ser la más importante. Los humanos no son los únicos seres vivos que depende del suelo, ya que este provee de alimento de igual importancia para la alimentación de los animales. Este escenario progresivamente está siendo desequilibrado por la masiva contaminación del aire y del agua. Cuando un suelo se contamina

termina por deteriorarse por lo que no permitirá el crecimiento de plantas, y si alguna planta logra crecer será en su totalidad una planta tóxica para cualquier ser vivo que la consuma (Uriarte, 2020). Los suelos son vitales para el bienestar de los ecosistemas; si se continúa con la contaminación y la poca conciencia sobre su estabilidad en pocos años sin duda los alimentos que conocemos ahora no existirán o serán recreados artificialmente. La contaminación del suelo es provocada de igual manera por los agricultores debido a su falta de conocimiento del tema (Tickell & Harrell Tickell, 2020). Al utilizar en gran cantidad los pesticidas estos producen que el suelo y sus minerales en un corto periodo de tiempo conviertan al suelo en uno erosionado y poco recuperable (Biardeau, et al., 2016).

Cómo tercer punto está la contaminación hídrica o del agua. Este es otro elemento vital para la existencia de los seres vivos, y con la contaminación este recurso se podría convertir en uno limitado. Por varias ocasiones el sector industrial ha sido encontrado desechando sus residuos, sean estos químicos u orgánicos en ríos, mares y océanos. Siendo este sector el principal contaminante hídrico sin mencionar sus emisiones de gases al aire. La contaminación de las aguas es un problema de no solo un continente sino uno global. Son tantos los residuos de la gente que terminan depositados en los océanos que dan como resultado la existencia de ya cinco islas de basura en los diferentes océanos del mundo (Redacción National Geographic, 2017).

Los materiales que son considerados desperdicios son los principales causantes de que los océanos se contaminen, debido a su lenta degradación. Entre esos materiales el más dañino es el microplástico. Las consecuencias están desde el agua que usamos en la agricultura hasta el agua que sale de los grifos en los hogares. Existe un estudio por la *National Geographic* que han demostrado que diez de cada muestras de agua potable tienen microplástico, siendo así las fuentes de agua menos imaginadas las más perjudiciales para los organismos humanos por las fibras de microplástico que contienen (Redacción National Geographic, 2017).

Con respecto a la contaminación radioactiva, lumínica y térmica estas contienen los mismos resultados dañinos para el ambiente. Por parte de los efectos de la radioactividad estas tienen afectaciones directas en los seres humanos porque llegan a causar malformaciones genéticas y enfermedades severas en el organismo (Uriarte, 2020, párr. 18). Por otro lado, la contaminación lumínica, tiene referencia a las fuentes de luz que son emitidas por las ciudades urbanas a nivel global (Uriarte, 2020). Usualmente su contaminación se centra en la perturbación visual de no ver la luz natural y estar encerrados en el ambiente urbano.

Por último, la contaminación térmica tiene relación con todos los aparatos electrónicos que emiten calor hacia el ambiente, parte de las consecuencias principales están en su contacto con los ríos y mares. Los residuos usados en el mantenimiento de centrales térmicas usualmente al final se las deposita otra vez a su origen que serían los ríos y mares perjudicando así la vida marítima y a todo el ecosistema marítimo (Uriarte, 2020, párr. 21).

Teniendo en cuenta los diferentes campos en los que existe una contaminación que estaría perjudicando la salud humana y la existencia de la vida silvestre, es urgente que las acciones por prevenir mayores afectaciones sean ejecutadas. Desde ya, varios años la gran mayoría de los países han comenzado a tomar acciones preventivas en sus territorios, aunque se continúa presenciando la degradación de nuestro ecosistema.

Como parte de las respuestas a las posibles soluciones para la contaminación, existen ya diversos estudios que promueven métodos ecológicos para retroceder el cambio climático y frenar la contaminación. Uno de los métodos que está en auge de crecimiento es el reciclaje. Sin embargo, dentro del campo del reciclaje existen varias sub categorías de las cuales se da mayor importancia y renombre a unas más que a otras que son de igual o mayor importancia.

## **2.2 La Historia sobre el Reciclaje y su Significado**

Por lo que se refiere al reciclaje no es un método que en los últimos años salió a la luz o se creó recientemente. Este al contrario ha existido por varias décadas en la historia del ser

humano. Sin embargo, su implementación y mensajes se han incrementado debido a las nuevas tendencias ecológicas. No existe persona o grupo social que haya reclamado como suyo el término reciclaje, por lo que éste es un término universal considerado como lo es la palabra agua.

La historia y origen del reciclaje tiene marcado que tuvo sus primeros pasos en Japón en el año de 1031 (WWF, 2019, párr. 4). Uno de los descubrimientos de esa época fue el papel, y según estudios el papel solía ser reutilizado para su comercialización. Fue tanto su impacto que incluso existieron tiendas que poseían como producto principal el papel reciclado. A estas tiendas se les dio el nombre de “kamiya-gami” que significa “papel de tienda de papel” (WWF, 2019, párr. 5).

No fue hasta la época victoriana en Reino Unido cuando se conocieron a los recicladores por profesión. Estos recicladores se encargaban de recoger las cenizas de los hogares para luego dársela a las industrias de ladrillos y a las agrícolas que utilizaban como abono fertilizante en los sembríos la ceniza (WWF, 2019, párr. 6).

La siguiente etapa donde se introduciría nuevamente el reciclaje es durante el proceso de la independencia de los Estados Unidos en 1776, ya que se necesitaba reutilizar diferentes metales, telas y fundidoras de hierro para la generación de recursos y lograr así el éxito de su independencia de la corona inglesa (WWF, 2019, párr. 7).

Después, de casi un siglo en 1904 se crean las instalaciones para reciclar aluminio en Chicago y Cleveland. Además, es en los siguientes años cuando el famoso símbolo representativo del reciclaje es creado y difundido. En 1970 exactamente Gary Anderson saca a la luz el símbolo de las tres flechas en forma de triángulo representadas como las bandas de Moebius (WWF, 2019, párr. 9). Este símbolo comenzaría a ser introducido en diferentes productos y movimientos ecologistas.

En resumen, a que se enfoca el reciclaje entonces, este método se caracteriza por incluir a las tres erres. Reducir, reutilizar y reciclar estos son los términos que van en significado del símbolo de las tres bandas verdes. Aunque en los últimos años se ha determinado que es importante expandir a cinco erres, las cuales deberían ir antes de las ya mencionadas, estas se han propuesto como; repensar y rechazar (WWF, 2019, párr. 10). Es así como el reciclaje se determina como el método de dar un uso nuevamente a diferentes productos como el papel, el vidrio, el plástico, y otros siendo así una de las alternativas sostenibles en beneficio del planeta. Por medio del reciclaje se busca fomentar a que las ciudades se transformen en ciudades sostenibles e involucradas con la naturaleza, y no acumuladoras de desechos que son tóxicos para el suelo, aire, agua y para todo los seres vivos.

### **2.3 Reciclaje en la Ciudad de Quito**

El método del reciclaje a pesar de ser de fácil implementación y entendimiento es poco aplicado en los diferentes países. A medida que las tendencias ecológicas crecen son estas las que impulsan y promueven a que los países junto a sus gobiernos se unan a la cultura ecológica sostenible.

Es así como se está evidenciando la futura creación de empresas recicladoras que brindarán materia prima a base de materiales reciclados para la creación de diversos productos. Siendo esta una de las opciones de desarrollo humano que van en conjunto con la protección y preservación de la naturaleza.

El Ecuador, a pesar de ser considerado como uno de los países en vías de desarrollo y de una economía baja, ha ido positiva y progresivamente implementando métodos sostenibles en su territorio. Debido a que dentro del país se evidencia la acumulación semanal de un aproximado de 58.829 toneladas de residuos de las cuales solo en un 14% se reciclan de manera formal o informal. Mientras que en un 45,5% se depositan en basureros abiertos, vertederos o incluso ríos (Bermeo Paucar, et al., 2018, p. 30).

Cómo capital Quito debería ser el ejemplo ante las demás ciudades para impulsar métodos sostenibles a favor del medioambiente. Cabe mencionar que dentro del Distrito Metropolitano de Quito ya se encuentra vigente una norma en beneficio del medioambiente, no obstante, se requiere profundizar en los diferentes temas ecológicos pertinentes (Yépez, 2010). Temas como separación de residuos y como hacerlo, los materiales que pueden ser reciclados, las multas que pueden ocurrir, como apelar si se le dio una sanción por incumplimiento y quién podría encargarse de las multas son algunos de los temas que existen, pero no son conocidos por los quiteños (Yépez, 2010, p. 50).

Con referencia a lo que alude a la separación de los residuos y las normas legales es preciso mencionar a la misma para demostrar su existencia. En la ordenanza No. 213 del Distrito Metropolitano de Quito Sección tres De las Obligaciones y Responsabilidades en el artículo II.347 en el literal A y numeral 4 se encuentra nuestra norma: “Diferenciar y separar en la fuente los desechos orgánicos e inorgánicos, y disponerlos en recipientes distintos y claramente identificados” (Yépez, 2010, p. 42).

Esto quiere decir que toda persona que no realice este proceso podría ser llamada la atención, ya que la ley existe, lo que falta es su mismo cumplimiento. Los entes que deberían estar promoviendo esta ley son sin duda la Dirección Metropolitana de Ambiente, el propio Municipio y Ministerio de Ambiente. De estas instituciones existe mínima intervención y comunicación informando sobre lo que representa la norma y las consecuencias de no cumplirla.

A su vez la recolección de basura es un proceso que necesita de mayor seriedad por parte de la institución encargada debido al incremento de desechos. Mas no solo se trata de la poca eficiencia que la institución en este caso La Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito (EMASEO) provee, sino del tratamiento de los desechos desde el origen. En otras

palabras, si desde el hogar no existe el cumplimiento de separar los desechos el trabajo de la institución encargada se complica e incluso se vuelve en un trabajo sin objetivo.

Es claro que el problema nace en los hogares de los quiteños debido a su poco cumplimiento y concientización de los desechos que consumen. Otro sería el panorama si desde el hogar se separarían los desechos y si existiesen campañas municipales sobre los métodos sostenibles de reutilizar nuestros desechos. Es indispensable de igual manera incluir que la falta de conocimiento de a donde llegan nuestros desechos es igual parte del problema. Con esto hago referencia de que si se conoce mejor el tratamiento que reciben los desechos, sería mucho más sencillo implementar nuevos métodos como el reciclaje en los hogares quiteños. Debido a que al reciclar se apoyaría a las instituciones recolectoras de los desechos, ya que se presenciara la disminución en la cantidad de desechos y los mismos estarían mejor clasificados para luego obtener un tratamiento eficiente y no contaminante.

### **III. EL VIDRIO**

#### **3.1 La Vida Útil del Vidrio**

El vidrio tal y como lo conocemos y poseemos no está compuesto por un material que se clasifique como vidrio. Este más bien tiene una compleja y variada lista de sustancias que lo componen, aunque la sustancia que se encuentra en gran porcentaje es el sílice (Carrasco R., 2019, p.2). El vidrio surgió como parte de los diversos experimentos del ser humano siendo un resultado que demuestra elegancia, fragilidad, cotidianidad y otros. Este material fue de gran acogida por la humanidad y es así que lo encontramos en las catedrales más prestigiosas del mundo hasta los envases de comida o bebidas en nuestros hogares.

Cabe mencionar que, en su proceso de elaboración a diferencia de otros materiales como el metal, el vidrio por su ilimitada recreación no presenta residuos de su origen. Es decir, mientras más ocasiones se una a este material con los de su clase se pierde su historia por lo que es impreciso dar una fecha de cuando se creó el primer vidrio, debido a que todo su pasado se elimina al momento de

reciclarlo. Este material se presenta a los humanos como uno que puede ser utilizado ilimitadas veces y para diversas funciones. Siendo estas las cualidades que hacen del vidrio un material ideal para el reciclaje.

Si bien el vidrio es un material que se lo puede reciclar, este presenta un porcentaje de que al menos el 90% se logra reutilizar en el proceso dejando un 10% que dependerá de su calidad. Si de este 10% la calidad del vidrio es alta se lo podrá juntar para obtener objetos decorativos, fibra de vidrio y servirá para el trabajo del metal entre otros (Calero, et al., 2016, p.3). Cuando el vidrio restante es en cambio de baja calidad este es destinado para elaborar azulejos decorativos y para el aislamiento de fibra de vidrio (Calero, et al., 2016, p.3).

El vidrio se lo clasifica en dos subdivisiones: para funciones industriales y para funciones domésticas. Para la parte industrial se utiliza el material para envases de productos alimenticios y para productos químicos. Dentro de esta clasificación también existe el vidrio plano al cual lo encontramos en las ventanas, cristales blindados, bombillas y otros. Por el lado del vidrio doméstico este sirve para el almacenamiento de alimentos y bebidas es decir vinos, aguas, conservas hasta incluso almacenamiento de granos. En resumen, este se clasifica en tarros que apoyen en conservar los alimentos o líquidos.

En definitiva, el vidrio es un elemento vital para la ejecución de diferentes funciones del diario vivir. Entre las cuales se tiene al almacenamiento, la decoración y protección de espacios cerrados, es decir, si no existiera el vidrio plano no tendríamos los ventanales o ventanas que cierran al hogar del exterior. Sin la presencia del vidrio no existirían envases que ayuden para la conservación de nuestros líquidos o comidas. Por último, este se encuentra igualmente presente en la decoración de los hogares, tiendas, restaurante hasta incluso en hoteles siendo así un elemento que transmite belleza a pesar de su fragilidad. En resumen, su utilidad tiene ilimitadas funciones, ya que lo podemos incluir para todas las situaciones de nuestras vidas.

### **3.2 Características del Vidrio**

En relación con las características que este material presenta se tiene una amplia lista que demuestran las ventajas que este contiene. Como principal cualidad que se debe destacar esta en que el vidrio es en su totalidad reciclable por su ilimitado proceso de volver a crear nuevos productos, siendo así un elemento que no impacta de manera negativa al medioambiente en su tratamiento. El proceso de reciclaje que este material consume demuestra una mínima utilización de energía por lo que representa un ahorro en su creación. Sin omitir que el vidrio es parte de los materiales que no causan emisiones dañinas a la atmosfera en su proceso de fabricación.

Al vidrio se lo puede encontrar por colores y cada uno de estos representan su utilidad en el campo comercial, además que indicaran que tanto se puede reciclar del vidrio con ese color. Cuando el vidrio tiene un color verde en porcentaje de 60% lo encontramos en vinos, licores y en una cantidad baja de cervezas (Mata, Gálvez, s.f., p.4). Cuando en cambio es un vidrio claro de 25% estará en bebidas gaseosas, medicinas, perfumería y tarros para envasar alimentos (Mata, Gálvez, s.f., p.4). También lo podemos encontrar en extra claro con un 10% que será en aguas minerales, tarros y envases decorativos (Mata, Gálvez, s.f., p.4). Mientras que si es opaco o en tonos ámbar de 5% lo encontramos en botellas de cervezas y en ciertas botellas de laboratorios (Mata, Gálvez, s.f., p.4). Cabe destacar que de estos envases mencionados y de las utilidades previas se registra mayor desecho del material desde los hogares o mejor dicho de el vidrio doméstico.

Es preciso mencionar que al vidrio se lo puede forjar en diferentes formas y tamaños cubriendo así diferentes funciones. Últimamente al vidrio se lo ha comenzado a comercializar y dar un realce en el comercio debido a que puede ser el remplazo de otros elementos.

### **3.3 El Proceso de Reciclaje y Reutilización del Vidrio**

Por lo que se refiere al tratamiento del material este cabe dentro de todo un proceso que como se mencionó previamente es a favor del ambiente. En primer lugar, el vidrio en sí es un elemento que ya se presenta como la opción sostenible de envases. En segundo lugar, este presenta un método de reciclaje que consume poca energía además de utilizar elementos comunes que dan como resultado un producto fabricado de materiales reciclados. Teniendo en cuenta estas características es fundamental explicar como es el proceso de reciclaje del vidrio.

Como primer paso a este proceso está en la limpieza del objeto de vidrio, es decir, este usualmente contiene grasas, pegatinas y otros elementos que deben ser retirados. Además, se tiene que considerar que el vidrio tiene diferentes tonalidades que en este proceso deben ser decoloradas si es el caso, por lo que si el vidrio ya es claro o extra claro de origen este pasará por un proceso más ágil y eficiente para la fusión de un nuevo elemento.

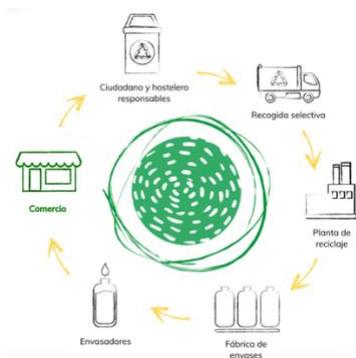
En lo que se refiere al proceso, este consta en que se inicia por dar una limpieza de los elementos incluidos en el vidrio como pegatinas o papeles, luego al elemento de vidrio se lo coloca en el procesador de tamizado y martillos los cuales molerán los objetos hasta que resulten en la granulometría esperada. El siguiente paso será en colocarlos en recipientes que tendrán imanes los cuales atraerán a residuos de metal que estarían presentes para así constatar que el vidrio reciclado este libre de impurezas. Después, de un proceso manual de verificación de que no existan otras sustancias entre los pedazos de vidrio se procede al paso final. El último paso consta en fundir en un horno a 1600 grados centígrados 50% de vidrio reciclado previamente limpiado y 50% de materia pura, para obtener como resultado nuevos envases de vidrio (Mata, Gálvez, s.f., p.6). El tiempo en total que tarda el proceso de creación de nuevos envases de vidrio está en un aproximado de 24 horas.

Como puntos importantes a resaltar del proceso de reciclaje, están en que el vidrio triturado por los martillos se lo denomina calcín que significa un vidrio seleccionado, limpiado y por último molido (Ecovidrio, 2019). Es el calcín la sustancia que permitirá la creación de

nuevos envases de vidrio iguales a los originales. Por otro lado, cuando las plantas de fabricación de vidrio utilizan únicamente vidrio reciclado estas presentarán aún más ahorro de energía ya que en la fusión de la materia se requerirá menor porcentaje de temperatura a comparación de la que se utiliza con vidrio puro.

En resumen, el proceso de reciclaje de vidrio es una de las opciones con mejores porcentajes de ahorro energético y material a comparación de la fabricación de otros materiales. Debido a que dentro del proceso se tiene el objetivo de dar más de una vida de uso al vidrio dando, así como resultado el ahorro de materiales y beneficiando al planeta.

Sin embargo, el reciclaje no solo esta para buscar nuevos usos de un material, sino para dar así una solución al agotamiento de recursos del medioambiente (Calero, et al., 2016, p.3). En la siguiente imagen se representa como inicia el proceso de recolectar materiales y objetos de vidrio para así iniciar con su tratamiento de reciclaje.



**Figura 1**

*Cadena de reciclado del vidrio*

Ilustración 1. Proceso de reciclaje de botellas de vidrio

*Nota:* Se demuestra por medio de ilustraciones como se lleva a cabo el reciclaje en generalidad y procesamiento de las botellas de vidrio, según la organización sin fines de lucro Ecovidrio encargada de la recolección de vidrio en España.

### **3.4 La Necesidad de Reciclar Vidrio en Nuestros Hogares**

El hábito de reciclar como se lo ha mencionado en reiteradas ocasiones es un proceso en definitiva que busca recuperar la estabilidad del medioambiente y sus recursos. Cada día es evidente observar como nuestra naturaleza se va desgastando y deteriorando. El impacto que hemos provocado como seres humanos no solo se refleja en los desechos sino en el agotamiento de recursos. Es ahí cuando los objetos de vidrio demuestran sus cualidades eco amigables.

Para los desechos que son en su generalidad de vidrio se debe reiterar que estos pasan por un proceso que cumple con las normas del reciclaje, es decir reutilizar y reciclar. Esto se debe a su fácil fundición y creación en nuevos objetos sin utilizar gran cantidad de energía o recursos naturales. En todo su proceso de reciclaje el vidrio predomina sus propiedades sostenibles y en beneficio del planeta.

La gran pregunta en esta sección se centra en ¿Por qué es necesario reciclar vidrio en nuestros hogares? A esta pregunta se la puede contestar con las diferentes perspectivas que el vidrio brinda en su reutilización o reciclaje al planeta y a nuestras actividades del diario vivir. El vidrio reciclado nos puede ser de uso en la decoración de nuestros hogares ahorrando económicamente. Este material se caracteriza por ser multiusos hasta incluso se puede crear nuevas formas con una botella de vidrio. Otra cualidad del material esta en que por su composición no permite el traspaso de sustancias de su propia composición a los materiales que contiene, y es un muy buen aislante, lo que hace muy adecuado para el almacenamiento o como recipiente para cualquier líquido o sólido (Lucirmás, 2015).

Desde el punto de vista del almacenamiento sin enfocarnos solo en su practicidad. Si se usara un vaso para almacenar algo, no se tendrá que obligatoriamente abrir el contenedor para saber que estaba adentro ya que al ser transparente se puede visualizar fácilmente lo que hay (Lucirmás, 2015). El enfoque de luz en el vidrio lo convierte en un elemento muy valioso para decorar nuestras casas. Por otro lado, el hecho de decorar la casa con vidrio reciclado hará que

esta sea mas luminosa y armoniosa, proporcionando un ambiente limpio, transparente y tranquilo (Lucirmás, 2015).

### **3.5 Ventajas del Reciclaje del Vidrio y su Impacto Positivo Ambiental**

Entre los principales objetivos que resultan del reciclaje del vidrio se tiene que: se observara una disminuci3n de este en los vertederos, es decir de un aproximado de 3,000 botellas recicladas resulta una disminuci3n de 1,000 kg de residuos (Ciudad Nueva, 2019). En el tema de la contaminaci3n del aire, se reduce la quema de combustibles f3siles para hacer nuevos envases y por ende se reducen las emisiones de gases en su proceso. La energ3a ahorrada al reciclar tan solo 4 botellas de vidrio equivale al consumo de todo un d3a de utilizar la refrigeradora (Ciudad Nueva, 2019). Finalmente, al reutilizar los mismo objetos para la creaci3n de nuevos envases simbolizan una reducci3n de la extracci3n de material puro o materia prima para la fabricaci3n.

#### **IV. LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE APOYO AL CAMBIO**

Antes de introducir el tema sobre la comunicación ambiental es preciso iniciar desde explicar sobre la comunicación y las teorías que se han ido implantado. La comunicación como tal esta presente de diferentes maneras en nuestros ambientes con mismos objetivos. La podemos encontrar en: gestos, un edificio, textos impresos, campañas políticas, formas dibujadas en un cuadro, secuencia cinematográfica, el color de los reptiles entre otras. Al final la comunicación esta implícita en tantos campos y se presencia de diferentes maneras, sin embargo, la comunicación se inicia describiendo como la conversación entre dos partes provocando señales y reacciones.

Esta disciplina presenta una peculiaridad de ser elástica y de estar presente en todo por lo que ha sido el objeto de estudio de varios académicos. La comunicación para este entonces cuenta ya con varias definiciones provenientes de diferentes escuelas, académicos, filósofos hasta poetas. Es por esta razón conveniente centrar al actual informe con teorías de la comunicación para luego anclarlas con el campo de la comunicación ambiental. Se darán definiciones de las teorías más relacionadas al informe por lo que no se mencionarán a todas las teorías existentes.

En primer lugar, es preciso mencionar que no existen dos teorías solamente de la comunicación más bien esta tiene ilimitadas definiciones que dependen de los autores, de su campo de estudio y su objetivo. Aunque en si el término comunicación no debemos olvidar es un proceso de enviar códigos a un receptor que decodificara ese código y demostrara una reacción a la misma. Existe una metáfora denominada la conversación o la danza la cual se basa en la circularidad y la retroalimentación (Aguado Terrón, 2004, p. 18). El proceso de comunicación en esta se caracteriza por ser concebido en un recorrido de interacción, o mejor

dicho un juego de transformación mutua, en el que las situaciones y posiciones se redefinen constantemente. La comunicación termina siendo un baile, ya que los movimientos por parte de cada sujeto dependen de los movimientos de los demás sujetos. De esta manera se la define circular porque en su esencia esta la cooperatividad (Aguado Terrón, 2004, p. 19).

Para iniciar con definiciones de más académicos sobre la comunicación lo haremos desde la teoría matemática de la información. Esta se centra en el modelo universal de la comunicación sobre el emisor, mensaje y finalmente un receptor. Según Shannon y Weaver quienes propiciaron esta teoría definen a la comunicación como “la transmisión de información en un mensaje entre dos instancias (receptor y emisor) por medio de un canal en un contexto que afecta a la transmisión.” (Aguado Terrón, 2004, p. 28).

Por otro lado, se encuentra Harold Lasswell quien por medio de un artículo sobre la Función de la Comunicación de Masas presenta ideas conductistas como a la vez behavioristas para explicar el comportamiento de las masas en sus respuestas a estímulos (Aguado Terrón, 2004). Su modelo se centra en un análisis de los actos de comunicación centrados en responder a: ¿Quién dice?, ¿Qué?, ¿Qué canal?, ¿a Quién y con? y finalmente ¿Qué efecto? (Aguado Terrón, 2004).

El siguiente en igual dar su opinión sobre como se define la comunicación es Roman Jakobson. A pesar de que su modelo de teoría se enfoca en la lingüística este se involucra netamente en explicar la comunicación. Según su modelo esta se estructura en seis factores: el emisor, el receptor, el mensaje, el código lingüístico y el canal. Siendo así que detalla que las funciones del lenguaje se enfocan en ser: emotivos, conativos, referenciales, metalingüísticos, fáticos y poéticos (Aguado Terrón, 2004).

Sin continuar con las demás teorías es preciso detallar las funciones previas:

Emotivo: se centra en dar a conocer emociones, sentimientos y estados de ánimos que presenta el emisor.

Conativo: aquí se da protagonismo al receptor, así es como la persona que habla espera que el oyente actúe de acuerdo a ordenes, preguntas, quejas y otros.

Referencial: para estas funciones nos basamos en el contenido que se está transmitiendo.

Metalingüístico: se la utiliza para hacer énfasis al propio código en otras palabras el lenguaje que se usa para hablar del propio lenguaje.

Fática: en esta función se centra nos referimos al canal y los recursos que se usaran para las interacciones.

Poética: esta se refiere al propio mensaje y como este intentara producir efectos de aceptación como emociones y entusiasmo.

Es de esta manera sencillo presentar que la comunicación siempre va a depender de un emisor que codificara un mensaje que luego se lo pasa a un receptor quien decodificara el mensaje. De esta secuencia es que los académicos han introducido y explicado desde sus ideologías como la comunicación se observa. Sin duda, para este informe nos basaremos en la teoría que Roman Jakobson ha planteado, ya que cuando se tratan temas ambientales como es este caso se espera generar procesos de comunicaciones que pasen por las fases emotivas, conativas, referencial, metalingüísticas, fáticas y poéticas.

#### **4.1 La Comunicación Ambiental**

La relación de la comunicación con el ambiente y su función es un concepto relativamente nuevo. La comunicación ambiental como tal no tuvo presencia académica hasta la década de los 70. Desde esta época se evidenció el crecimiento sobre este campo de la

comunicación hasta llegar a ser reconocida por parte de la National Communication Association (Roman, Cuesta, 2016, p. 17). Parte de lo que la comunicación ambiental busca promover son las prácticas de conservación de nuestro ambiente. Con este contexto es preciso explicar sobre las distintas definiciones que la comunicación ambiental apela.

Uno de los académicos que abordó el tema fue Ricardo Castro quien propuso que de este estilo de comunicación se desprenden dos conceptos: la información ambiental y la comunicación persuasiva. A lo que se refiere con la información ambiental significa que todos los mensajes deberán tener una evidencia científica que a la misma vez sea sencilla de comprender (Roman, Cuesta, 2016, p. 25). Por otro lado, en la persuasión hace alusión a que se la debe usar correctamente para que sea un apoyo en el proceso de cambio de actitudes y comportamientos ambientales. Siendo estos los conceptos Castro termina definiendo a la comunicación ambiental como “el proceso de desarrollo e intercambio de mensajes entre diversos actores con el objetivo de promover la extensión de conocimientos, actitudes y comportamientos proambientales” (Roman, Cuesta, 2016, p. 25).

Existe otros planteamientos sobre la comunicación ambiental que se relaciona con el fin de esta investigación. Es así que a continuación se detallaran a los mismos:

Concepción Piñero describe que la comunicación ambiental sea en campañas, planes estratégicos de comunicación o para fines públicos, se requerirá de apoyo de recursos como medios de comunicación que fomentaran al cambio de las perspectivas psicológicas y sociales de las personas hacia unas sostenibles y proambientales (Roman, Cuesta, 2016, p. 25).

De ahí que la comunicación ambiental requiere de un proceso estratégico que utilice información verídica y de fácil comprensión para el público. Además, es importante mencionar que para que esta información sea recibida debe ser por medio de una persuasión que tenga el fin de transformar y convencer a los receptores. Cabe mencionar, que para que la comunicación

ambiental sea eficaz se deja paso a la retroalimentación de los receptores del mensaje para así demostrar su proceso de conocimiento y que es reforzado por la persuasión.

#### **4.2 La Educación Ambiental**

La comunicación como tal es considerada como uno de los instrumentos que ayudan en la educación. Por lo que en términos ambientales la comunicación ambiental también tiene su puesto de soporte en la educación ambiental.

La función de la comunicación dentro de los temas ambientales es de real importancia debido a que por medio de esta se logra enseñar e impartir las ideas que luego formar profesionales con bases sustentadas y con conciencia ambiental. Tan influyente es la comunicación que, desde La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) han apoyado a que la educación debe ser impartida a jóvenes como también a adultos para que de esta manera expandan sus conocimientos y, además transformen su perspectiva del mundo. En el mismo sentido se critica a que los medios de comunicación promueven a un consumismo y presentación de información poco educativa. Por lo que, por parte de esta organización continúan impulsado a la generación de contenido educativo especializado en que los humanos tengan mayor involucramiento y respeto hacia todos y al ambiente.

Sin duda en nuestra actualidad la educación ha tenido una transformación completa de lo tradicional a lo tecnológico o digital. Por tanto, es necesario que se realicen estrategias sobre métodos de enseñanzas a través de plataformas digitales. La falta de importancia del pasado en la creación de estrategias efectivas de educación digital muestra su resultado poco eficiente en lo que es la actual pandemia y las formas de estudio.

Es de esta manera que si se utiliza en favor de la educación ambiental a las plataformas digitales se pueden crear espacios de discusión y enseñanza sobre temas ambientales. Incluso

con estas plataformas se está fomentando al involucramiento de jóvenes en conocer sobre métodos de conservación y protección ambiental.

### **4.3 Comunicación del Desarrollo**

Como siguiente tema se encuentra el Desarrollo humano en el cual la comunicación también tiene su parte de involucramiento. Es aquí donde la comunicación tiene el objetivo de empoderar a las personas en desarrollarse en como debatir, crear ideas, participación activa en debates y en otros aspectos (McCall, 2011).

Por parte de la Asamblea General de las Naciones Unidas han planteado su propia definición sobre lo que comunicación para el desarrollo conlleva. Su definición se resume en que la comunicación para el desarrollo apoye siempre a los diálogos y que dejen que las comunidades tengan un espacio de libre expresión para expresar su metas y necesidades y así participar en el desarrollo de esta (McCall, 2011). En otras palabras, este estilo de comunicación se enfoca en buscar que las comunidades o los que no tienen espacios logren presentar libremente sus ideas y opiniones.

En fin, con la comunicación del desarrollo se logra impulsar a que las personas sean escuchadas y de esa manera creen confianza de intercambiar sus opiniones con los demás. Si bien se la puede analizar que se centra en apoyar en un desarrollo personal, también se debe pensar que las expresiones pueden venir de una comunidad sin el recurso o la imagen de ser escuchados y necesitan de un espacio propicio para hacerlo.

En definitiva, el campo de la comunicación tendrá el objetivo de no solo pasar un mensaje sino de empoderar y enseñar. Es así que la comunicación y el ambiente serán el campo emergente que propiciara el involucramiento del ser humano con el ambiente. En lo que se refiere a la comunicación ambiental está no solo se enfoca en los temas ambientales, sino esta en apoyar al desarrollo humano y de las comunidades en relación con el medioambiente. Por

consiguiente, la presencia de la comunicación y el ambiente formaran un campo en el que se necesitara abordar con más estrategias que apoyen en los mensajes y enfoques ambientales.

## V. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

### 5.1 Presentación de la Campaña

La campaña La Vidrio Revolución se creó con el fin de visibilizar las virtudes sociales, ambientales y económicas que los materiales de vidrio poseen. Se ha logrado evidenciar como en los últimos años los temas ambientales han logrado tener un impacto positivo y de reflexión en las personas. Siendo de esta manera una oportunidad de presentar una campaña de comunicación ambiental que busca presentar como protagonista el vidrio, ya que este no cuenta con campañas o iniciativas que promuevan información consciente sobre su reciclaje y reutilización dentro de la ciudad de Quito en específico.

En la misma línea, el mundo actualmente está colapsado por la masiva contaminación que han puesto en peligro nuestra salud y la estabilidad de la Tierra. Al promover campañas con mensajes ambientales no se busca generar un cambio por completo, sino una reflexión que lleve a las personas a un cambio de hábitos.

Al ser esta una campaña de comunicación con bases en una temática ambiental es crucial que los mensajes sean direccionados hacia un público que pueda generar un cambio. Desde siempre los temas ambientales han tenido poco éxito, pero esa no es una excusa para parar y no hacer nada al respecto. Es así como varias empresas y organismos continúan en la lucha de transmitir mensajes que promuevan un hábito responsable con el ambiente y ser realistas con la problemática que sucede globalmente.

La campaña sigue una las teorías de Comunicación Ambiental con premisas de: reciclaje, hábitos, virtudes, mensajes de comunicación y la participación de las personas. Es por esta razón que la campaña tiene el objetivo de evidenciar la relación de los materiales de vidrio en tres impactos (ambiental, social y económico). De esta manera se logrará demostrar como el vidrio se ha invisibilizado en las vidas de las personas. Aun así, existen campañas

como la ya mencionada que tienen el afán de que la ciudadana entienda que el vidrio pasa por procesos similares a objetos como el plástico y que necesitan igualmente ser escuchados y conocidos para así buscar un cambio que genere resultados en favor del ambiente y de los ciudadanos.

### **5.1.1 Pertinencia del tema**

Desde una perspectiva ambiental se busca evidenciar las virtudes que los objetos hechos a base de vidrio brindan al ecosistema y al medioambiente. Es así como una de las grandes características que presenta el vidrio está en ser 100% reciclable y que en su proceso de reciclaje se llega a consumir en menor cantidad materiales vírgenes que requieren de más energía, más agua y más fuerza humana. El vidrio también llega a ser un material que no pierde su calidad al momento de reciclarse. En el impacto social se ha caracterizado por brindar más trabajo debido a que se necesita de manos humanas para transportarse, ser clasificado y por último ser reciclado.

El vidrio sin duda ha sido el que impulsa a que trabajos como las personas recicladoras sean reconocidos e implementados. Finalmente, como impacto económico, este material por todas las virtudes ya mencionadas ha sido el producto estrella para varios emprendimientos que comenzaron. Los envases de vidrio han estado presentes desde marcas como Coca Cola hasta el emprendimiento casera de algún conocido que sigue creciendo. Este material ha brindado varios beneficios económicos que logran ser un impulso para familias, ciudades y países.



*Objetivos de Desarrollo Sostenible:*

Es así como dentro de la investigación se ha tomado como base de la campaña dos de los ODS:

*Ciudades y Comunidades Sostenibles:* se conecta con la idea principal de buscar “reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020) de esta manera al implementar una campaña que concientización a la población sobre el reciclaje responsable del vidrio aportará ventajosamente a la ciudad al persuadir que las personas reduzcan en una parte los desechos que han generado.

*Producción y Consumo Responsable:* es el que se alinea perfectamente con el objetivo del reciclaje del vidrio, ya que se busca disminuir la cantidad acumulada de todos los desperdicios por medio de la opción del reciclaje. Más aún se plantea fomentar la difusión de información y conocimiento relevante para apoyar y contribuir a que las ciudades y pueblos sean sostenibles y encuentren vivir en equilibrio junto con la naturaleza (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

### **5.1.2 Problema social**

La problemática central del tema está en la falta de información específica sobre el reciclaje y reutilización del vidrio en disposición para la ciudadanía. Esto se debe a la poca intervención del tema desde la empresa privada y pública enfocada en visibilizar las ventajas

como desventajas del vidrio. La falta de la información provoca un desconocimiento hacia el tema dando como resultado que este no se lo practique en los hogares.

Por otro lado, en nuestra actualidad se están evidenciando noticias sobre la gran cantidad de desechos en bosques, parques y océanos. Dando como resultado una masiva expansión de estos desechos en nuestro medio ambiente. Se han realizado ya varios estudios y estadísticas como “*What a Waste 2.0*” en el que ya se presentan porcentajes mundiales como a nivel país del incremento que cada uno puede llegar a tener en los próximos 34 años. Todos estos estudios, casos hasta incluso documentales, se han creado para mostrar a la humanidad el consumo excesivo que mantenemos y la poca conciencia ambiental hacia los mismos. Dentro del tema de desechos se encuentra el vidrio, un material que si bien puede ser recuperado tan solo un 14% de este material logra tener otra vida útil, mientras que el 86% restante se pierde en rellenos sanitarios en el mejor de los casos o en medio de espacios naturales.

### **5.1.3 Territorio de Acción**

La campaña netamente se enfocó en llegar al público específico por medio de las redes sociales como lo fueron: *Facebook*, *Instagram* y *Tik Tok*. Es de esta manera que se ha generado un contenido planificado previamente para que los mensajes sean emitidos de la forma correcta en cada plataforma. De la misma manera se utilizó la plataforma de *Instagram Live* para los conversatorios junto a las profesionales y expertas en temas de reciclaje, sobre el vidrio y prácticas de reutilización.

### **5.1.4 Alcance de la Causa Social**

Informar por medio de las plataformas digitales contenido breve y entretenido sobre las diferentes maneras en las que se puede reutilizar y reciclar los vidrios dentro de los hogares. Además, es importante mencionar que se utilizó información por parte de los aliados para

visibilizar las problemáticas de las personas recicladoras para demostrar en específico y con mejor claridad su situación.

Por parte de la campaña se espera conseguir tres alcances en específico:

- Generar alianzas estratégicas con marcas relacionadas con evidenciar el vidrio, pero también que trabajen con el mismo y sirvan como líderes de opinión en difundir el contenido que se genere.
- Informar a la ciudadanía con mensajes cortos y sencillos de entender sobre lo que es el vidrio, su reciclaje, prácticas de reutilización y evidenciar los negocios y emprendimientos que funcionan con los lineamientos de reciclaje de vidrio.
- Realizar reconocimientos especiales hacia los y las recicladoras base que son las personas encargadas de que los procesos de reciclaje sean eficientes y de esta manera la ciudadanía tenga más empatía y solidaridad hacia estas personas que han hecho del reciclaje su labor de sobrevivencia.

## 5.2 Diagnóstico de Comunicación

### 5.2.1 FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los temas ambientales son bien conocidos y siempre generan interés en las personas.</li> <li>• Al ser un tema poco mencionado lo coloca como interesante ante la ciudadanía y medios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la actualidad los temas ambientales han ganado terreno en los medios creando mucho interés en alternativas eco amigables.</li> <li>• Las personas se han mostrado abiertas a conocer diferentes opciones como el reciclaje, compostaje o modo sostenible.</li> </ul>

<b>AMENAZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● La falta de información abierta al público sobre el vidrio provoca que exista una resistencia hacia el tema.</li> <li>● Al ser el vidrio muy poco atractivo su valor en el mercado de reciclaje es bajo convirtiéndolo en poco interesante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Existen pocos influencers enfocados en temas ambientales dentro de Quito.</li> <li>● Al estar en época política y cambio de gobierno el tema ambiental no es tan interesante.</li> </ul>

### **5.2.2 Eje de Campaña**

El eje principal de la campaña está en visibilizar las virtudes del vidrio en su relación con el triple impacto (ambiental, social y económico). El contenido que se ha creado fue conceptualizado previamente y va relacionado con informar sobre la manera en la que el vidrio se encuentra en nuestras vidas y aun así continúa siendo ignorado por la ciudadanía, dejándolo como un material poco interesante por lo que esto termina por afectar toda su cadena.

### **5.2.3 Concepto de la Campaña**

La campaña se basa en visibilizar la información sobre las virtudes del vidrio, su proceso de reciclaje, prácticas de reutilización y por último sobre la relación del vidrio en los impactos ambientales, sociales y económicos. Además, se generaron alianzas estratégicas para cubrir cada impacto con información veraz.

### **5.2.4 Nombre de la Campaña**

El nombre de la campaña se definió como “La Vidrio Revolución”, ya que se tiene el objetivo de que el vidrio sea el protagonista de los mensajes sobre su reciclaje y prácticas de reutilización. Además, cabe mencionar que con la revolución no se destina a desprestigiar las industrias o buscar resaltar culpables más bien se trata de un tema de posicionar en la mente de las personas al vidrio como un material que pasa por un proceso de reciclaje. Incluso este

material presenta una relación de impactos ambientales, sociales y económicos que beneficia al país como a la ciudadanía.

### **5.2.5 Misión**

La campaña La Vidrio Revolución busca informar sobre la relación y la importancia de los objetos a base de vidrio en un triple impacto: ambiental, social y económico.

### **5.2.6 Visión**

Por medio de la campaña incentivar a que el mensaje principal sobre dar más de una vida útil a nuestros vidrios no termine y más bien esta sea la primera de muchas más campañas que motiven el reciclaje y reutilización del vidrio desde los hogares para así dar más valor a toda la cadena del vidrio.

### **5.2.7 Identidad Visual**



## **5.3 Públicos**

### **5.3.1 Públicos Beneficiados**

La campaña tiene como público beneficiado en primer lugar a todas las empresas y emprendimientos que han surgido utilizando como su producto principal al vidrio. Además,

siempre difundir mensajes de reciclaje, retornabilidad y reutilización para que la ciudadanía se informe sobre el tipo de negocio con el que están involucrándose.

Por otro lado, el segundo grupo beneficiado son los y las recicladoras, ya que estas personas han sido invisibilizadas por mucho tiempo y mantienen a sus familias por medio de un trabajo que no es reconocido ni remunerado a diferencia de cualquier otro trabajo.

### **5.3.2 Públicos Aliados**

#### *Empresas*

- Tesalia cbc

#### *Emprendimientos*

- Turi Food
- Tails and Trails
- Agencia de Viajes Mundo Valle
- ReciVeci
- Awake leches veganas

#### *Movimientos*

- Activismo Ambiental Ecuador

#### *Fundaciones*

- Fundación Redes con Rostro

#### *Auspiciantes*

- Turi Food
- Tails and Trails
- Muy Mucho

- La Pulga Pastelera
- Awake Leches Veganas
- Uwi Cosmética Orgánica
- Pacari
- Tesalia cbc - Güitig
- Siluet

#### *Influencers*

- Natalia Regge
- Fernanda Burneo
- Daniela Vega
- Dina Dubnitsky
- Elis Mejia
- Andrea Vera
- Steph Viteri
- Rodrigo Rivadeneira

#### *Espacios ambientales, educativos y de información*

- Nuna Lifestyle
- USFQ Alumni
- Carrera de Comunicación USFQ

### **5.3.3 Públicos de Interés**

Grupos familiares que se sitúan dentro de la ciudad de Quito que continúen en una búsqueda de información sobre introducir a toda su familia en un estilo de sostenibilidad. Además, de proveer información sencilla de entender para toda la familia sobre el reciclaje y reutilización del vidrio.

Por otro lado, también se busca cubrir el grupo de los y las recicladoras que mantienen su labor dentro del reciclaje.

## **5.4 Objetivos**

Concientizar a los grupos familiares sobre la importancia de reutilizar y reciclar los objetos de vidrio que se consumen en el interior de los hogares.

### **5.4.1 Objetivo General**

Informar sobre el valor del vidrio en el triple impacto (ambiental, social y económico) por medio de una campaña de comunicación de ocho semanas con mensajes que motiven los hábitos de reciclaje y reutilización consciente en los núcleos familiares.

### **5.4.2 Objetivos Específicos**

1. Generar alianzas estratégicas con empresas y emprendimientos que promuevan el reciclaje y reutilización del vidrio en las dos primeras semanas.
2. Promover el hábito de reciclaje y reutilización a través de información clara e interactiva sobre el vidrio utilizando las redes sociales de *Facebook*, *Instagram* y *Tik Tok* en el tiempo de un mes.
3. Explicar las virtudes y desventajas del vidrio al crear un espacio de reflexión en las familias por medio de los conversatorios con las profesionales y expertas en temas ambientales durante cuatro semanas.
4. Visibilizar la voz e imagen de las personas recicladoras durante dos semanas con respecto al proceso de recolectar materiales de vidrio por medio de información por parte de las alianzas.

## 5.5 Fases y Estrategias de la Campaña

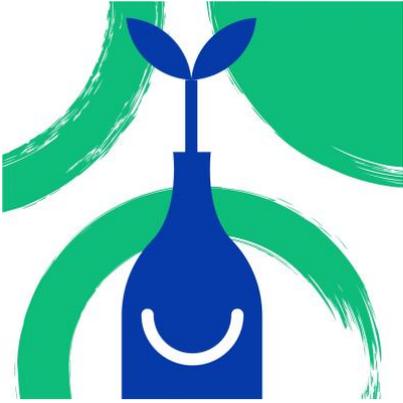
<b>Estrategia de Campaña</b>	
<b>R-Pensar</b>	Posicionar por redes sociales el logo y nombre de la campaña, además de tener el apoyo de las alianzas para alcanzar sus públicos.
<b>R-Utilizar</b>	Crear contenido veraz e interactivo para cubrir los temas del vidrio en los tres impactos. También se implementaron charlas en vivo con profesionales y expertas para abarcar de mejor manera cada impacto.
<b>R-Volucionar</b>	Visibilizar los mitos del reciclaje del vidrio, el trabajo de las y los recicladores y posicionar que este es solo el inicio de las campañas sobre el vidrio.

### 5.5.1 R-PENSAR

#### 5.5.1.1 Estrategia

Al ser esta la primera fase lo que se hizo fue generar contenido con relación a la presentación de la campaña junto con imágenes que sean alusivas a la línea gráfica y presentación del logo. Además, en esta primera fase nos enfocamos en dar un espacio especial para la presentación de la iniciativa y la difusión por parte de los aliados e influencers sobre la pertinencia de la campaña y la importancia de unirse a esta iniciativa que es un proceso colectivo más que uno individual.

PUBLICACIÓN	ANÁLISIS	
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 42</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 10</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 267</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 38</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 0</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 69</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 11</p> <p>Guardado: 11</p> <p>Alcance: 940</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 35</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 1</p>

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 33</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 290</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 604</p> <p>Interacciones: 76</p> <p>Reacciones: 35</p>
---	---	--

## 5.5.2 R-UTILIZAR

### 5.5.2.1 Estrategia

Por otro lado, al pasar a la segunda fase en esta el objetivo principal es iniciar con difundir contenido sobre el vidrio y los procesos de reciclaje al igual que de reutilización. Además, en esta fase se presentó un *giveaway* y diferentes *lives* con profesionales relacionadas en temas de vidrio y reciclaje con enfoque hacia las familias. Se difundió de igual manera vídeos de Tik Tok en los cuales se aborda el tema del reciclaje y reutilización en una manera interactiva y divertida para informar y motivar a la práctica de estos.

**PUBLICACIÓN**

**ANÁLISIS**



### Instagram

Me gusta: 46

Comentario: 0

Compartido: 2

Guardado: 4

Alcance: 292

### Facebook

Alcance: 52

Interacciones: 0

Reacciones: 0



### Instagram

Me gusta: 42

Comentario: 0

Compartido: 8

Guardado: 0

Alcance: 378

### Facebook

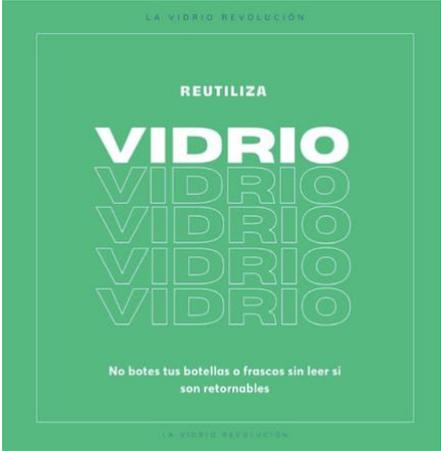
Alcance: 0

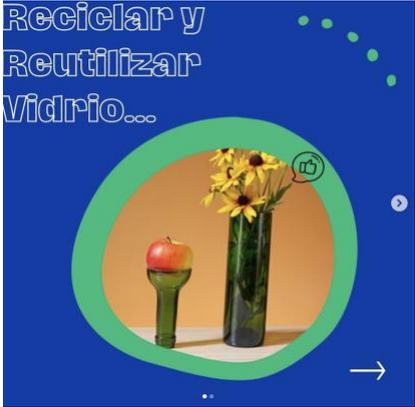
Interacciones: 0

Reacciones: 0

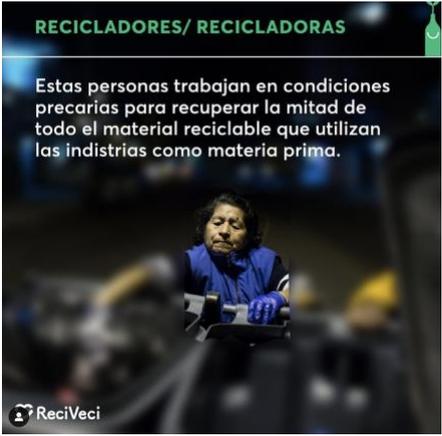
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 73</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 2</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 429</p> <p>Interacciones: 3</p> <p>Reacciones: 9</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 43</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 5</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 961</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 224</p> <p>Interacciones: 3</p> <p>Reacciones: 10</p>

 <p><b>El uso de calcín</b> es decir vidrio triturado o reciclado en vez de material virgen, equivale a un ahorro entre 20 y un 30% de energía.</p> <p>(Casa Sáastun, 2018)</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 28</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 251</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 8</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 0</p>
 <p><b>#QueHagoConElVidrio</b></p> <p>Live con Maria Gallardo de Turi Food</p> <p>Conoce sobre Turi y su propuesta Eco</p> <p>Jueves 08 18:00 PM</p> <p>Conéctate desde nuestra cuenta de Instagram</p> <p>@LA_VIDRIO_REVOLUCION</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 21</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 224</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>No se publicó</p>
 <p><b>El vidrio tiene infinitas vidas</b></p> <p>Si se recicla, de una botella sale otra igual. La cadena de su reciclado es un ejemplo de economía circular que traza, por tanto, un círculo perfecto.</p> <p>FUENTE: EROSKI CONSUMER</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 31</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 3</p> <p>Guardado: 0</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 14</p> <p>Interacciones: 1</p> <p>Reacciones: 0</p>

	<p>Alcance: 232</p>	
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 15</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 207</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 57</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 0</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 26</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 257</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>No se publicó</p>

 <p>Reciclar y Reutilizar Vidrio...</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 31</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 5</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 244</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 65</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 0</p>
 <p>Cuatro ideas para alargar la vida útil de tus botellas y frascos de vidrio</p> <p>Floreros Decorativos</p> <p>Vasos</p> <p>Contenedor de granos o especias</p> <p>Centro de mesa</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 36</p> <p>Comentario: 3</p> <p>Compartido: 4</p> <p>Guardado: 9</p> <p>Alcance: 334</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance:</p> <p>Interacciones:</p> <p>Reacciones:</p>

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 40</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 242</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 83</p> <p>Interacciones: 1</p> <p>Reacciones: 5</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 26</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 234</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 100</p> <p>Interacciones: 1</p> <p>Reacciones: 3</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 90</p> <p>Comentario: 202</p> <p>Compartido: 43</p> <p>Guardado: 18</p> <p>Alcance: 524</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 7,591</p> <p>Interacciones: 8</p> <p>Reacciones: 51</p> <p>Promocionado: \$10</p>

 <p><b>RECICLADORES/ RECICLADORAS</b></p> <p>Estas personas trabajan en condiciones precarias para recuperar la mitad de todo el material reciclable que utilizan las industrias como materia prima.</p> <p>ReciVeci</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 29</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 24</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 231</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 21</p> <p>Interacciones: 1</p> <p>Reacciones: 2</p>
 <p><b>#VidrioEsY VidrioSera</b></p> <p>Live con Andrea Fiallos presidenta y fundadora de Fundación La Iguana</p> <p>La relación del vidrio con el medioambiente, virtudes, desventajas y oportunidades</p> <p>Miércoles 28 18:00 PM</p> <p>Conéctate desde nuestra cuenta de Instagram</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 29</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 208</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>No se publicó</p>

### 5.5.3 R-VOLUCIONAR

#### 5.5.3.1 Estrategia

Siendo esta la última fase de la campaña se enfocará en revolucionar con el vidrio es decir se continuará con contenido sobre los recicladores y sobre el vidrio y su reciclaje. Además, daremos secciones especiales a testimonios de familias que ya empezaron a implementar la práctica de reutilización y reciclaje. Por último, se realizará un video de cierre que será para el 17 de mayo día del reciclaje.

PUBLICACIÓN	ANÁLISIS	
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 45</p> <p>Comentario: 1</p> <p>Compartido: 1</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 152</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 123</p> <p>Interacciones: 11</p> <p>Reacciones: 10</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 21</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 184</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 16</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 1</p>

 <p>SI SEPARO LOS RESIDUOS EN CASA ESTOY</p> <p>DESTRUYENDO PUESTOS DE TRABAJO</p> <p><b>MITO</b></p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 25</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 181</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 19</p> <p>Interacciones: 3</p> <p>Reacciones: 4</p>
 <p>EL VIDRIO DEBE ESTAR</p> <p>ROTO PARA RECICLARSE</p> <p><b>MITO</b></p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 16</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 126</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance:</p> <p>Interacciones:</p> <p>Reacciones:</p>
 <p>PARA QUE SEPARAR EL VIDRIO</p> <p>SI AL FINAL LO MEZCLAN CON OTROS MATERIALES</p> <p><b>MITO</b></p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 22</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 4</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 159</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 196</p> <p>Interacciones: 16</p> <p>Reacciones: 14</p>

<p>EN ESTE DÍA FESTEJAMOS</p> <h2>A TODAS LAS MADRES EMPRENDEDORAS</h2> <p>Que nos han enseñado hábitos de reciclaje y de reutilización.</p> 	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 32</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 186</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>No se publicó</p>
	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 39</p> <p>Comentario: 2</p> <p>Compartido: 2</p> <p>Guardado: 1</p> <p>Alcance: 245</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 23</p> <p>Interacciones: 1</p> <p>Reacciones: 8</p>
 <p>#DíadelReciclaje</p> <p>Live con Santiago Recalde de Fundación Redes con Rostro</p> <p>Las historias por detrás de los y las recicladores, el proceso de reciclaje de vidrio y todo sobre la fundación</p> <p>Lunes 17 18:00 PM</p> <p>Conéctate desde nuestra cuenta de Instagram</p> <p>@LA_VIDRIO_REVOLUCION</p>	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 21</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 0</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 183</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 9</p> <p>Interacciones: 1</p> <p>Reacciones: 1</p>

	<p><b><u>Instagram</u></b></p> <p>Me gusta: 32</p> <p>Comentario: 0</p> <p>Compartido: 4</p> <p>Guardado: 0</p> <p>Alcance: 3,072</p>	<p><b><u>Facebook</u></b></p> <p>Alcance: 12</p> <p>Interacciones: 0</p> <p>Reacciones: 5</p>
---	---	---

## 5.6 Tácticas

### 5.6.1 Cuentas

Toda la difusión de contenido se realizó por medio de las cuentas principales de la campaña, es decir: Facebook, Instagram y Tik Tok.

### 5.6.2 Hashtags

Como parte de la estrategia de campaña los hashtags son especiales para potenciar el alcance de una campaña. Para la presente campaña se utilizó dos principales y varios adicionales. Los dos principales son: #QueHagoConElVidrio y #VidrioEsYVidrioSera los adicionales son: #reciclajedevidrio, #recicladoresbase y #vidrio.

### 5.6.3 Estrategia de Relaciones Públicas para Alianzas

Por medio de una estrategia de relaciones públicas se logró conseguir alianzas que ayudaron a que todos los mensajes sean difundidos con mayor fuerza y obtener de esta manera un mejor alcance de la campaña. Además de que apoyaron con auspicios para el *giveaway* de la campaña realizada por el día de la Tierra.

#### 5.6.4 Influencers

Existieron influencers que por medio de compartir algún post o video propio hablaron sobre la campaña y sobre motivar a que su público se una a la campaña.

#### 5.6.5 Participantes

Por medio de los propios participantes del *giveaway* se logró que la información y el mensaje de la campaña logrará tener un alcance mayor al ya alcanzado orgánicamente.

#### 5.6.6 Ganadores

Los ganadores del *giveaway* apoyaron en gran parte al enseñar desde el inicio como se puede reutilizar el vidrio en formas sencillas y creativas.

#### 5.6.7 Entrevistados

Todas las personas que participaron en las entrevistas en vivo han sido parte fundamental para difundir sobre la campaña. Muchas de las entrevistas al difundir sobre él en vivo apoyaron en que la campaña obtenga un mejor alcance y reconocimiento.

### 5.7 Presupuestos

Descripción	Valor
Branding de la campaña	\$250.00
Anuncio en Facebook e Instagram del <i>giveaway</i>	\$10.00
Transporte de envíos	\$30.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$290.00</b>

## 5.8 Logros Alcanzados

### 5.8.1 Charlas en vivo

Cada entrevista en vivo tuvo su tema de conversación de los cuales se tiene el objetivo que desde una perspectiva académica y profesional se informe a producida a todo el público que ya es parte de la campaña.

1. Conocer sobre el emprendimiento y la relación con la reutilización del vidrio como producto principal.

	<p><b>INSTAGRAM</b></p> <p>Reproducciones: 90</p> <p>Me gusta: 23</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 2</p> <p>Guardados: 0</p>
--	---

2. La participación de la industria con el vidrio y la retornabilidad de las botellas.

	<p><b>INSTAGRAM</b></p> <p>Reproducciones: 73</p> <p>Me gusta: 19</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 0</p> <p>Guardados: 0</p>
---	---

### 3. Los primeros pasos para iniciar una vida sostenible.

	<p><b>INSTAGRAM</b></p> <p>Reproducciones: 223</p> <p>Me gusta: 30</p> <p>Comentarios: 3</p> <p>Compartidos: 4</p> <p>Guardados: 2</p>
--	--

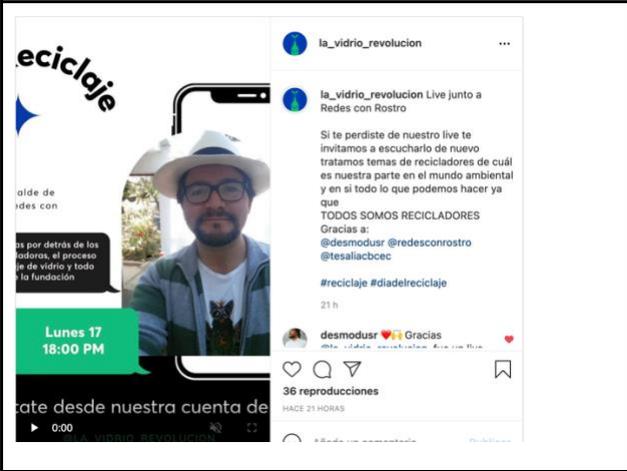
### 4. Las problemáticas y oportunidades para las familias en prácticas de hábitos sostenibles.

 <p>No te pierdes por segunda ocasión un Live junto a la maravillosa</p> <p>Live junto a Andrea Fiallos</p> <p>Conéctate este Jueves 06</p> <p>la_vidrio_revolucion</p> <p>la_vidrio_revolucion Live con Andrea Fiallos</p> <p>Que sucede con nuestros bosques y cuál es nuestra parte en la tierra todo esto y más lo puedes conocer y reflexionar en el live que tuvimos junto a la maravillosa André 🍷🌿</p> <p>#bosques #vidrioreciclado #concienciaambiental #naturaleza</p> <p>15 h</p> <p>andrefiallosdiaz Que hermosa armonía de conversación gracias por el espacio 🍷🌿 @la_vidrio_revolucion</p> <p>15 h Responder</p> <p>45 reproducciones</p> <p>HACE 15 HORAS</p> <p>Añade un comentario... Publicar</p>	<p><b>INSTAGRAM</b></p> <p>Reproducciones: 61</p> <p>Me gusta: 17</p> <p>Comentarios: 1</p> <p>Compartidos: 0</p> <p>Guardados: 1</p>
--	---

## 5. La participación de los y las recicladoras en la cadena del vidrio.

 <p>#QueHagoConElVidrio</p> <p>Live junto a Michelle Peñaherrera de ReciVeci</p> <p>Conéctate este</p> <p>la_vidrio_revolucion · Following</p> <p>la_vidrio_revolucion Live con Michelle Peñaherrera de ReciVeci</p> <p>Conoce la labor detrás de ReciVeci, la problemática que lleva el vidrio y la información sobre las personas que reciclan todos nuestros materiales.</p> <p>Recuerda el trabajo y el cambio es de todos no de unos cuantos</p> <p>@reciveci @michelle.penherrera_</p> <p>#vidrioreciclado #reciveci #quehagoconelvidrio #vidriosyvidrioserá</p> <p>1d</p> <p>Liked by majoherrezsantos and others</p> <p>1 DAY AGO</p>	<p><b>INSTAGRAM</b></p> <p>Reproducciones: 130</p> <p>Me gusta: 16</p> <p>Comentarios: 0</p> <p>Compartidos: 2</p> <p>Guardados: 0</p>
---	--

## 6. La vida de los y las recicladoras en el proceso de reciclaje.

	<p><b>INSTAGRAM</b></p> <p>Reproducciones: 52</p> <p>Me gusta: 19</p> <p>Comentarios: 2</p> <p>Compartidos: 2</p> <p>Guardados: 0</p>
---	---

## 5.9 Indicadores de gestión

### 5.9.1 Medios de Comunicación

MEDIO DE COMUNICACIÓN	DESCRIPCIÓN
	<p><b>Tipo: Medio Digital</b></p> <p><b>Nombre: El Metro</b></p> <p><b>Fecha: 31 de marzo del 2021</b></p> <p><b>Tema:</b> El artículo se enfocó en tratar la problemática de los desechos y la presentación de la campaña como una opción hacia la información de las posibles soluciones como el reciclaje y reutilización.</p>

 <p><b>Aula Magna</b> PUBLICACIÓN MENSUAL DE LA UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO</p> <p>LO QUE PASA ▾ ALUMNI DRAGON'S CUCINE LA PARED REVISTA DIGITAL NOSOTROS C</p> <p>Home / Vidrio es y vidrio será, la campaña de comunicación La Vidrio Revolución busca visibilizar el proceso de reci</p> <p><b>MEDIO AMBIENTE</b></p> <p><b>Vidrio es y vidrio será, la campaña de comunicación La Vidrio Revolución busca visibilizar el proceso de reciclaje y reutilización del vidrio dentro de los hogares</b></p> <p>May 6, 2021 / Aula Magna / No Comments</p> <p>Por: Rebeca Morales</p> <p>Es así como una estudiante de la carrera de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito creó la campaña "La Vidrio Revolución" con la cual se busca informar a los núcleos familiares sobre la importancia de conocer el proceso de reciclaje y hábito de reutilización que deben tener nuestros vidrios.</p>	<p><b>Tipo: Revista Digital</b></p> <p><b>Nombre: Aula Magna</b></p> <p><b>Fecha: 6 de mayo del 2021</b></p> <p><b>Tema: Se presento a la campaña como una opción para obtener información del reciclaje del vidrio.</b></p>
 <p><b>El vidrio está en nuestros hogares, ¿sabemos cómo reciclarlo?</b></p> <p>Rebeca Morales Estudiante de Comunicación y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito</p> <p>lunes, mayo 10, 2021</p> <p><b>Rebeca Morales, estudiante de la Universidad San Francisco de Quito es la creadora de la campaña 'la vidrio resolución', una iniciativa para informar a la ciudadanía cómo reciclar el vidrio y por qué es importante hacerlo</b></p> <p><b>EL AUTOR</b></p> <p>Rebeca Morales Estudiante de último semestre de la carrera de Comunicación y Relaciones Públicas de la Universidad San Francisco de Quito.</p> <p>Estoy en este campo, ya que he logrado encontrar que el reciclaje es un negocio que está creciendo y que se está aplicando en mi trabajo profesional se reflejan en la pasión, dedicación, esfuerzo, seriedad y puntualidad. Soy participante de movimientos ambientales, lo que tengo un gran interés en ser parte de la producción del medioambiente y la vida sostenible.</p> <p>La reutilización del vidrio, clave para un planeta saludable</p>	<p><b>Tipo: Medio Digital</b></p> <p><b>Nombre: Dialoguemos</b></p> <p><b>Fecha: 9 de mayo del 2021</b></p> <p><b>Tema: Se hablo sobre las virtudes del vidrio, el proceso de reciclaje casero y sobre como una campaña de comunicación es tan solo un primer paso en visibilizar al vidrio.</b></p>

## 5.10 Metas Inesperadas

Durante toda la campaña se lograron metas y objetivos que en un inicio parecían inalcanzables. Sin duda de las mejores metas fue la conexión con el público y los mensajes que se recibieron para felicitar y motivar la iniciativa. Para cada post o coral en vivo varias personas reconocidas en el mundo ambiental como también fuera del mismo buscaron por si mismo motivar a sus publico a seguir la cuenta.

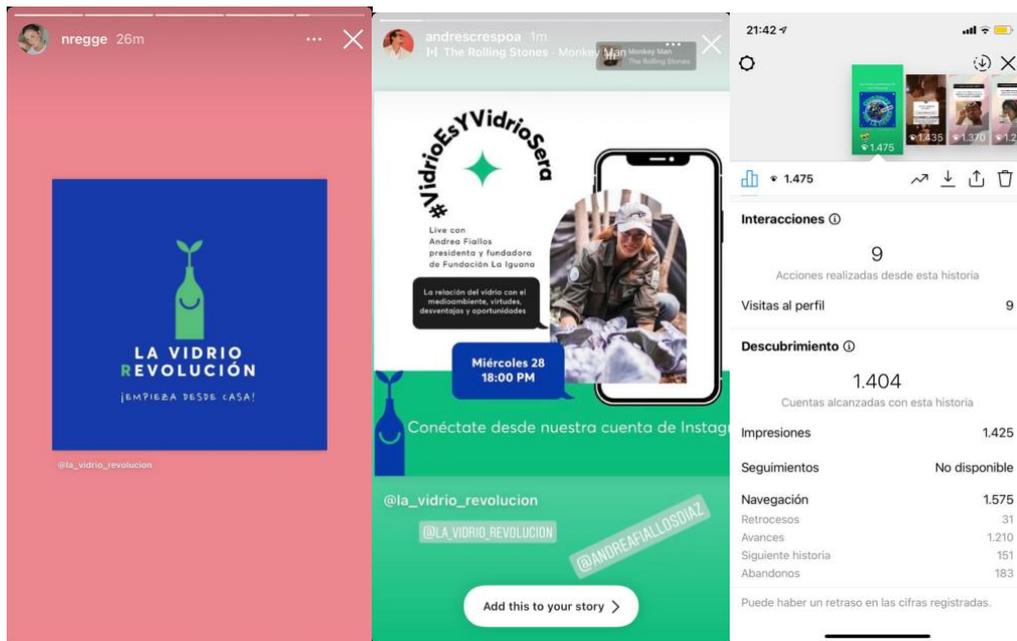
### **5.10.1 Auspicios**

Desde un inicio al planificar la campaña nunca se consideró realizar un sorteo por el cual se motive a la creatividad de reutilizar botellas más bien se pensó en realizar actividades didácticas con el público. Sin duda al avanzar con la campaña fue evidente que la cuenta de Instagram estaba logrando un alcance muy amplio en comparación a la de Tik Tok.

Es en la medida que la cuenta contó con el apoyo de muchas empresas y un público establece que se logró obtener el auspicio de empresa como: Pacari, Siluet de Corporación Superior, Muy Mucho y también a los mismos aliados con sus productos, como fue el caso de Tesalia que dio producto Gütig.

### **5.10.2 Mensajes del Público y Publicaciones de Influencers**

Por otro lado, la campaña logro estar y alcanzar las metas dichas justamente por el gran apoyo y apertura que el público brindo. Durante la campaña se recibieron diferentes mensajes alimentando y felicitando la iniciativa. Fue así como se logró que influencers y personas reconocidas a nivel nacional publiquen en sus redes sobre la campaña como fue el caso de Natalia Reggae, Domenica Palacios y Andrés Crespo Arosemena quien difundió en sus redes sobre el en vivo que se tuvo junto a Andrea Fiallos.



Finalmente, desde un inicio la campaña inicio con la pasión de informar y visibilizar el proceso de reciclaje y reutilización del vidrio. Al tener una esencia especial y emotiva se logró conseguir espacios en medios, apoyo de influencers y finalmente tener a empresas como también emprendimientos reconocidos a nivel nacional promoviendo el mensaje y a la misma campaña. Sin duda alguna la campaña no se la hizo individualmente, sino en colectivo con aliados que estuvieron desde un inicio hasta el final y con un público importante que dio apertura para informarse desde las cuentas oficiales de La Vidrio Revolución.

## CONCLUSIONES

Actualmente, nuestra sociedad se ve inmersa a estar dentro del ciclo de la contaminación y presentar está poca conciencia ambiental de nuestras acciones. Centrando la investigación en Quito la capital de Ecuador hemos presenciado la masiva generación de desechos y el poco tratamiento de estos para ser reciclados. Es por estas razones que la comunicación llega a ser la principal herramienta en la transformación de los pensamientos y acciones en las personas. Por medio de la introducción de mensajes persuasivos que promuevan y motiven las acciones de reciclaje, se apoyara a que empresas como EMASEO cumplan de mejor manera su función de reciclar. Gran parte de los desechos que se han reconocido están: los plásticos, cartones, vidrio y otros elementos.

Sin duda, es necesario mencionar que de entre los elementos previamente mencionados el vidrio es uno que resalta con cualidades en favor del medioambiente. Sin embargo, la falta del conocimiento ciudadano sobre los beneficios de este ha producido que el vidrio esté entre los elementos más desechados.

Debido a que la comunicación es el ámbito por el cual se logra la transmisión de mensajes de un emisor hacia un receptor, se puede lograr que las personas vayan hacia un cierto lugar, compren ciertos elementos hasta incluso se fidelicen hacia ciertas marcas. Aunque la comunicación no solo se queda en mandar mensajes, sino que se apoya de la educación. Por tal razón, se debe resaltar que para lograr que un mensaje sea entendido, primero se lo deben enseñar. En este caso si en la previa investigación se ha planteado que, para informar sobre los beneficios del reciclaje del vidrio y sus cualidades, primero se educará sobre los mismos y luego se procederá con la creación de estrategias comunicacionales.

La presente investigación se enfoca en dar a conocer sobre las cualidades que el vidrio presenta y como al unir un tema ambiental junto con la comunicación el resultado será mayormente enriquecedor. El reciclaje del vidrio es un tema el cual se lo ha difundido

escasamente debido a que se ha dado mayor importancia a la concientización sobre los plásticos. Es importante comunicar en la ciudadanía sobre las otras maneras que se puede ayudar al medioambiente. Es decir, no utilizar plásticos es un éxito, pero que la ciudadanía aprenda que existen elementos como el vidrio que pueden sustituir y ser la opción sostenible es sin duda el camino claro hacia equilibrar la relación humano y naturaleza.

Al crear la campaña La Vidrio Revolución se buscó fomentar a que los mensajes de practicar hábitos de reciclaje y reutilización consiente desde los hogares es importante. La falta de la información veraz sobre el funcionamiento de este proceso ha provocado que no se practique en los hogares. Es así como resultado podemos presenciar una falta de cultura de reciclaje en Quito.

Visibilizar a los vidrio como se ha realizado por medio de la campaña ayudo y motivo a que empresas privadas como también emprendimientos alcen su voz con respecto al tema. Nos encontramos en una época en la que las tendencia ambientales logran cambiar los estilos de consumo y de vida. El reciclaje es parte de motivar a que las personas se unan a un estilo de vida sostenible sin embargo la falta de información ha provocado que este hábito no tenga una presencia en las familias.

Finalmente es importante destacar el éxito que tiene la unión de la comunicación con los temas ambientales. De tal modo que se han logrado difundir mensajes sobre protección de animales, reforestación y reciclaje en distintos países demostrando así un cambio es sus estadísticas. Por ejemplo, Eslovenia es uno de los países que recicla sus vidrios en más de un 100% (Blanco, 2021), así mismo varios países de la Unión Europea siguen el mismo estilo de reciclaje. Si bien en Latinoamérica son pocos los países con un proceso de reciclaje como es el caso de Brasil, en un futuro cercano con la difusión precisa y la práctica interna más países se unirán al cambio.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado Terrón, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información* [Archivo PDF] (pp. 9-86). Departamento de Información y Documentación. Recuperado el 5 de diciembre de 2020, [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf).
- Bermeo Paucar, J., Rea Sánchez, V., López Bermúdez, R., & Pico Yépez, M. (2018). *El reciclaje la industria del futuro en ecuador* [Ebook] (22nd ed., pp. 29-36). Milagro: Facultad Ciencias de la Ingeniería, Universidad Estatal de Milagro. <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/download/183/240/>
- Biardeau, L., Crebbin-Coates, R., Keerati, R., Litke, S., & Rodríguez, H. (2016). *Soil Health and Carbon Sequestration in US Croplands: A Policy Analysis*, (pp. 5-7). California: Goldman School of Public Policy, University of California Berkeley. [http://food.berkeley.edu/wp-content/uploads/2016/05/GSPPCarbon\\_03052016\\_FINAL.pdf](http://food.berkeley.edu/wp-content/uploads/2016/05/GSPPCarbon_03052016_FINAL.pdf)
- Blanco, T. (2021). *Descubre cuál es el proceso de reciclaje del vidrio*. BBVA NOTICIAS. Recuperado el 18 de mayo del 2021, <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/descubre-cual-es-el-proceso-de-reciclaje-del-vidrio/>.
- Calero, P., Cruz, A., & Martín, M. (2016). *Análisis del Sector del Reciclaje de Vidrio* [Archivo PDF] (pp. 3-7). Facultad de Economía, Empresa y Turismo; Sección de Empresa y Turismo. Universidad De La Laguna. Recuperado el 22 de noviembre 2020, <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2750/ANALISIS+DEL+SECTOR+DE>

L+RECICLAJE+DE+VIDRIO.pdf;jsessionid=16B04456EEB39FA88EFF728353EC28A7?sequence=1.

Carrasco R., T. (2019). El reciclaje de vidrio y sus beneficios en el medio ambiente. *Explrador Digital*, 1(3), 17-27.

<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i1.315>

CeMCAQ. (2017). Contaminación, ¿Cuál es el origen de la contaminación ambiental?.

Recuperado el 24 de octubre del 2020, de <http://www.cemcaq.mx/contaminacion>

Ciudad Nueva. (2019). *La importancia de reciclar el vidrio*. Mensaje.cl. Retrieved 2

December 2020, from <https://www.mensaje.cl/la-importancia-de-reciclar-el-vidrio/>.

Ecovidrio. (2019). *Cadena de reciclado* [Imagen]. Recuperado el 22 de noviembre 2020,

<https://www.ecovidrio.es/reciclaje/cadena-reciclado>.

Fundación Aequae. ¿Qué es la contaminación ambiental?. Recuperado el 23 de octubre del

2020, de <https://www.fundacionaqua.org/causas-contaminacion-ambiental/>

Kaza, Silpa; Yao, Lisa C.; Bhada-Tata, Perinaz; Van Woerden, Frank. (2018). *What a Waste*

*2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050. Urban*

*Development*. Washington, DC: World Bank. World Bank.

<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30317> License: CC BY 3.0

IGO.”

Lucirmás. (2015). *Por qué y cómo decorar tu hogar con vidrio reciclado*. Lucirmas -

Upcycling Vidrio reciclado. Recuperado el 2 de diciembre 2020,

<https://lucirmas.com/por-que-y-como-decorar-tu-hogar-con-vidrio-reciclado/>.

Mata, A., & Gálvez, C. *Conocimiento del proceso de reciclaje de envases de vidrio;*

*propuestas de mejora del proceso actual y análisis costo-beneficio de la implantación*

*de este en la planta Vidriera Guadalajara*. [Archivo PDF]. (pp. 3-9). Universidad

Autónoma de Guadalajara. Recuperado el 22 de noviembre 2020,

<https://www.virtualpro.co/biblioteca/conocimiento-del-proceso-de-reciclaje-de-envases-de-vidrio-propuestas-de-mejora-del-proceso-actual-y-analisis-costo-beneficio-de-la-implantacion-del-mismo-en-la-planta-vidriera-guadalajara>.

Máxima Uriarte, J. (2020). Contaminación. Característica.co. Recuperado el 21 de octubre del 2020 de <https://www.caracteristicas.co/contaminacion/>

McCall, E. (2011). *Comunicación para el desarrollo* [Archivo PDF] (pp. 1-3). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado el 5 de diciembre de 2020, [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication\\_form\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf).

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible* | PNUD. Recuperado el 2 de octubre del 2020, de:

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Real Academia Española. (2014) Equinoccio. *Diccionario de la lengua española* (23.3a ed.). Recuperado el 2 de octubre del 2020 de <https://dle.rae.es/contaminar>

Redacción National Geographic. (2017). *Del océano al grifo, la contaminación del agua nos afecta a todos*. Recuperado el 23 de octubre del 2020, de <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/2017/10/del-oceano-al-grifo-la-contaminacion-del-agua-nos-afecta-todos>

Román Núñez, YC, & Cuesta Moreno, OJ (2016). *Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica*. Revista Latina de Comunicación Social, (71),15-39. Recuperado el 4 de diciembre de 2020.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81943468003>

Tickell, J., & Harrell Tickell, R. (2020). *Kiss the Ground* [Documental]. United States: Netflix.

World Wildlife Fund. (2019). *Reciclaje: breve historia de un eterno retorno*. Recuperado el 26 de octubre del 2020, de

[https://wwf.panda.org/es/noticias\\_y\\_publicaciones/publicaciones/?347192/Reciclaje-breve-historia-de-un-eterno-retorno](https://wwf.panda.org/es/noticias_y_publicaciones/publicaciones/?347192/Reciclaje-breve-historia-de-un-eterno-retorno)

Yépez Torres, R. F. (2010). *El reciclaje de la basura en el Distrito Metropolitano de Quito y su incidencia en el derecho ambiental ecuatoriano*. (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/430>