



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES +

ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA SOBRE LA GESTIÓN ADECUADA
DEL ACEITE COMO RESIDUO PELIGROSO EN LA CIUDAD DE QUITO
PARA FOMENTAR PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES
RESPONSABLES

+

AUTOR

Francisco David Mesías Pérez

AÑO

2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA SOBRE LA GESTIÓN ADECUADA DEL
ACEITE COMO RESIDUO PELIGROSO EN LA CIUDAD DE QUITO PARA
FOMENTAR PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES RESPONSABLES

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Multimedia y Producción Audiovisual
mención Producción Audiovisual”

Profesora guía

Mtr. Eliana Margarita Barrios Rhor

Autor

Francisco David Mesías Pérez

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Elaboración de una campaña sobre la gestión adecuada del aceite como residuo peligroso en la ciudad de Quito para fomentar prácticas medio ambientales responsables, a través de reuniones periódicas con el estudiante Francisco David Mesías Pérez, en el semestre 2019-20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Eliana Margarita Barrios Rhor

Máster en Artes Digitales

C.I. 180339694-2

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Elaboración de una campaña sobre la gestión adecuada del aceite como residuo peligroso en la ciudad de Quito para fomentar prácticas medio ambientales responsables, del estudiante Francisco David Mesías Pérez, en el semestre 2019-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Johanna Cristina Quijano Sierra

Magíster en Comunicación Organizacional

C.I. 130701572-5

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Francisco David Mesías Pérez

C.I. 172342802-3

“AGRADECIMIENTOS”

Primeramente a Dios y en segundo lugar a mis padres por ser un pilar principal y mi apoyo constante en la culminación de mis estudios.

“DEDICATORIA”

Dedico este trabajo a mis padres, Marco y Mercedes por su invaluable y constante apoyo hacia mi persona, quienes han estado conmigo en todo momento.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue la creación de una campaña de comunicación informativa y dirigida a la población de Quito, quienes en su diario vivir tengan contacto y usen el aceite vegetal como un recurso para la alimentación.

El motivo de este estudio nace como una problemática que presenta la ciudad de Quito al no presentar información suficiente sobre la manera adecuada de desechar el aceite vegetal usado, y por ende los problemas que se puede provocar al ambiente.

Se realizó una investigación cualitativa ya que se desarrolla y se describe un tema social ambiental. Se describe acciones y se analiza la información referente al reciclaje y en sí, al reciclaje del aceite vegetal usado. Una vez realizada la investigación se evidencia que en la ciudad de Quito se requiere de más información para crear una buena práctica ambiental con el uso de aceite usado.

Con la información recabada se estableció la creación de una campaña informativa para la población de la ciudad de Quito, que pueda generar un cambio en las personas, con un comportamiento ecológico respecto al buen uso del desecho líquido como el aceite vegetal, por lo que se sugiere el desarrollo de nuevas herramientas y difusión que sirvan como material de apoyo para un buen manejo del aceite vegetal usado.

ABSTRACT

The objective of this research is to create a communication campaign to inform the population of Quito who have contact with the uses of vegetable oil as a resource for food on a daily basis.

This research arises from a problem that the city of Quito is facing by not having enough information regarding a proper system to dispose vegetable oil. Therefore, the effects that can cause to the environment.

A qualitative research was carried out as an environmental social issue is developed and described. Actions were described and information regarding recycling was analyzed, specifically the recycling of used vegetable oil. Once the investigation was done, it revealed that in the city of Quito needs more information to create a good environmental practice with the use of used oil.

With the information gathered, the creation of an informative campaign was established for the population of Quito, which could generate a change in people. Primarily, to create an ecological behavior regarding the good use of liquid waste such as vegetable oil. As a conclusion, the suggestion is to develop new tools and media campaign as support material for good management of used vegetable oil.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes	2
1.3 Justificación.....	4
CAPÍTULO II	5
ESTADO DE LA CUESTIÓN	5
2.1 La gestión de residuos peligrosos en Ecuador	5
2.1.1 Historia del reciclaje.....	5
2.2.2. Reciclaje en el Ecuador	6
2.2.3. ¿Qué es la gestión de residuos?	8
2.2.4. Los gestores de residuo y su función.....	10
2.2.5. Los residuos peligrosos	11
2.2.6. El aceite como residuo.....	13
2.2.7. Prácticas de reciclaje del aceite.....	15
2.2.8. Proceso de reciclaje del aceite vegetal usado	16
2.2 La campaña comunicacional como medio informativo.....	18
2.2.1. Conceptos.....	19
2.2.2. Tipos de campaña	21
2.2.3. Medios o canales para una campaña	23
2.2.4. Cómo se produce una campaña informativa	25
CAPÍTULO III	29
DISEÑO DEL ESTUDIO	29
3.1. Planteamiento del problema	29
3.2. Preguntas.....	30
3.2.1. Pregunta general	30

3.2.2. Preguntas específicas.....	30
3.3. Objetivos	30
3.3.1. Objetivo general.....	30
3.3.2. Objetivos específicos	31
3.4. Metodología	31
3.4.1. Tipo de estudio	31
3.4.2. Tipo de análisis	32
CAPÍTULO IV	33
DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	33
4.1. Proceso conceptual y creativo	33
4.1.1 Desarrollo de la idea de los productos.....	33
4.1.2 Escaleta de la infografía	34
4.1.3 Guion técnico del producto sonoro	36
4.2. Proceso técnico dentro de la producción	37
4.2.1. Desarrollo infografía.....	37
4.2.2. Desarrollo Producto sonoro	40
4.2.3. Desarrollo de la pieza gráfica informativa	41
4.3. Producto final	42
CAPÍTULO V	43
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
5.1. Conclusiones.....	43
5.2. Recomendaciones	43
REFERENCIAS	45
ANEXOS	49

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción

El presente trabajo tiene una investigación que respalda la realización de una campaña acerca de una adecuada gestión del aceite como residuo peligroso, fomentando buenas prácticas ambientales. Este proyecto englobará diferentes apartados acerca de cómo una campaña puede aportar a la sociedad siendo un medio por el cual la ciudadanía conozca métodos y acciones que ayuden a mejorar un reciclaje adecuado de aceite usado.

Este documento tiene la intención de dar a conocer al lector cuáles son las medidas y qué se puede realizar para una buena gestión del aceite usado y su reciclaje. Se describe cómo es la práctica y el proceso de reciclaje en el país, cuáles son las normativas por parte de las leyes del Estado que dictaminan en cuanto a la conservación del medio ambiente, el reciclaje como un método para una buena y mejor gestión de residuos, cuáles son los problemas y los impactos que ocasionan una mala gestión de aceite, su conformación y cómo esta interfiere en la contaminación de suelo, agua y, por ende, los riesgos que ponen a los seres humanos. Se hace referencia a cuáles son los entes que regulan dichos procesos y quiénes son las personas encargadas de gestionar los residuos de aceite, así como los tipos de aceites perjudiciales para el medio ambiente.

Este proyecto de investigación estará dividido en los siguientes capítulos: Capítulo I contiene la introducción, los antecedentes y la justificación. El capítulo II, estado de la cuestión, el cual explicará el concepto de campaña de comunicación, los productos que ofrece una campaña, campañas de comunicación relacionadas a

temas medioambientales. Otro tema será la gestión de residuos peligrosos, el reciclaje y gestión de residuos, así como las prácticas de reciclaje de aceite usado. El capítulo III contiene el diseño del estudio, el planteamiento del problema, preguntas, objetivos y la metodología. El capítulo IV contiene el desarrollo del proyecto, y por último el capítulo V contiene las conclusiones y recomendaciones.

1.2 Antecedentes

El reciclaje en el Ecuador cada vez ha tomado fuerza e impulso por parte de las autoridades competentes y del Gobierno Nacional. Se han establecido normativas y disposiciones que obedecen al Código Orgánico del Ambiente a cargo del Ministerio del Ambiente, siendo esta la instancia rectora, coordinadora y reguladora del sistema nacional de gestión ambiental. Dentro de esta práctica medioambiental se encuentra la gestión de residuos sólidos, y se enfocará en la gestión o reciclaje de aceite usado (Secretaría de Ambiente, 2014).

Se habla mucho acerca del reciclaje y la gestión de residuos sólidos en el país, siendo los más comunes el papel, el plástico PET, el cartón, vidrio, aluminio, entre otros; pero muy poco se ha dicho acerca del reciclaje de aceite usado. En este documento se trata de establecer qué es el aceite y cuál es su alto grado de contaminación como desecho peligroso, cuál es su respectiva gestión y qué medidas se deben tomar para una buena gestión, evitando la contaminación ambiental y ayudando a la sostenibilidad del medio ambiente.

Para en un futuro la Organización Panamericana de la Salud explica que al menos un 75% de la población mundial vivirá en las ciudades, y como una medida para enfrentar los efectos de una rápida urbanización, se vieron en la necesidad de

crear zonas saludables, incluyendo a la salud como parte de una política (Organización Panamericana de la Salud (OPS), 2015). Esto es evidente ya que se registra un incremento en la población que demanda un mayor uso de recursos naturales, lo que hace que se generen residuos. A medida que aumenta la población se deben implementar medidas que rigen un control para la gestión de residuos que cada población genera.

Actualmente se establece en la nueva ley de gestión del ambiente denominado Código Orgánico del Ambiente que rige desde abril del 2018, en su artículo 1, menciona que garantizará el derecho para que las personas vivan en un medioambiente sano ecológicamente y, de esa misma manera, proteger a la naturaleza. Con esta ley en vigencia tanto el Estado como también los municipios, son responsables de garantizar un buen vivir de las poblaciones en un buen ambiente. Es así, que una de las formas para cumplir con este apartado de la ley está el proceso de reciclaje de residuos. A partir de esto, se han creado mecanismos y procesos de reciclaje que se han intensificado cada vez más en las poblaciones y en las diferentes ciudades del país. (Código Orgánico del Ambiente (COA), 2018).

Las poblaciones generan todo tipo de residuos, esto ocurre desde hace mucho tiempo atrás y por tal motivo se realiza también el reciclaje y la gestión de los mismos. Así, en Ecuador y en gran parte del mundo, el reciclaje de residuos sólidos se ha llevado a cabo durante décadas, aportando en gran manera al cuidado del ambiente y de los recursos naturales (Arroyo, 2016).

1.3 Justificación

El presente proyecto tiene como objetivo el llevar un mensaje a la población de Quito principalmente. Debido a la carencia de información que se ha emitido en cuanto a temas ambientales, a través de la elaboración de una campaña de comunicación e informar a todo ciudadano que se pueden tomar medidas responsables para un reciclaje correcto del aceite usado como residuo.

Existen estrategias que se pueden seguir; e incorporarlas como prácticas en el diario vivir, generando un importante aporte principalmente al medio ambiente y también a la salud de cada uno de los pobladores.

En un contexto social se ha visto la necesidad de desarrollar productos audiovisuales dentro de la campaña, que generen información para los quiteños, quienes hacen uso diario de este elemento como es el aceite, creando buenos hábitos para su recolección.

Uno de los objetivos del proyecto es, que a través de la incorporación de distintos productos que ofrece una campaña, emitir un mensaje claro y óptimo, que pueda servir como un medio que comunique y aporte con información realmente válida, permitiendo así una credibilidad absoluta por parte de los consumidores de este proyecto.

Se espera ver los resultados de esta campaña en un tiempo estimado de tres meses, aplicando el tipo de estudio cualitativo, que genere información suficiente para analizar y establecer los beneficios que se han logrado con la implementación del proyecto.

CAPÍTULO II

ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 La gestión de residuos peligrosos en Ecuador

En este apartado se hablará de la problemática que existe en el Ecuador con el manejo de residuos peligrosos, la gestión de residuos que se realiza en el país, desde cuándo y cómo empiezan todas estas labores de gestión.

2.1.1 Historia del reciclaje

No se ha establecido una fecha exacta, ni el lugar en donde empezó el reciclaje, y mucho menos algún nombre que indique quién comenzó con esta actividad, sin embargo, poco a poco con el pasar de los años y los avances tecnológicos, se ha establecido de mejor manera el proceso de recolección o reciclaje de los residuos (Arroyo, 2016).

En estos tiempos se observa cómo el reciclaje de materiales ha ido tomando mayor acogida y es aceptado por gran parte de la humanidad como una medida que se intenta tener para disminuir la cantidad de desechos y residuos que requieren un tratamiento especial, y con esto, reducir el impacto que se pueda ocasionar al ambiente (Arroyo, 2016).

El reciclaje es un proceso en conjunto, ya sea químico, físico o mecánico, que consiste en someter a un producto ya utilizado a un proceso parcial o total del mismo para la obtención de la materia prima. La estrategia de las tres R es la que utiliza el reciclaje: reducir, reusar y reciclar (Muñoz, 2011).

En Europa también se viene dando con una gran aceptación del tema del reciclaje, más del 50% de los residuos ya están siendo reciclados en muchos países europeos y dentro de poco se incrementará mucho más los objetivos del reciclaje en esta región (Muñoz, 2011).

A diferencia de como se ha dado el reciclaje en Europa, en América Latina se da en un porcentaje menor, aunque no como hace un tiempo atrás, hoy en día existe un gran aumento de esta actividad. En América Latina y el Caribe se dice que se evidencia entre medio y un kilogramo de basura por día (Venegas, 2014)

2.2.2. Reciclaje en el Ecuador

El reciclaje en el Ecuador empieza desde 1970, año donde inició su actividad productora una fábrica de papel que utilizó material reciclado como materia prima (Venegas, 2014). Se registra en diferentes partes del país el incremento de esta práctica y ahora existe mayor número de fábricas a nivel nacional que realizan este tipo de actividades.

Con el avance del tiempo en el Ecuador ha existido un incremento y una mayor aceptación de la práctica del reciclaje. En el país el reciclaje se da en el año de 1970, en ese mismo año empieza la actividad una fábrica de papel que utiliza este recurso como materia prima (Venegas, 2014).

Últimamente en el Ecuador se ha incrementado el uso que se da a los productos que se desechan, y de esta manera un aumento de su reciclaje, lo que permite que incremente la demanda de estos productos reciclados generando un beneficio para el ambiente del territorio nacional. Dentro del Ecuador se recicla una cantidad

de 750 a 800 mil toneladas al año aproximadamente, de las cuales un porcentaje se queda para el consumo interno y el resto se lo manda a Estados Unidos, países del Asia entre otros (Venegas, 2014).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el Ecuador, el 15% de los hogares clasifican los desechos orgánicos, el 17% es plástico y el 20% es papel, y los datos que se presentan, muestran a Cuenca como una de las mejores ciudades recicladoras a nivel nacional. La ciudad referente en el Ecuador es Loja que cuenta con un sistema de manejo integrado de residuos desde el año de 1993 (Venegas, 2014).

En la ciudad de Quito existen 1'619.146 habitantes y que estos producen aproximadamente 1.500 toneladas de basura al día, sin embargo, esta cantidad que se genera en la capital está siendo muy bien gestionada y el proceso de reciclaje ha ido mejorando cada vez más, haciendo énfasis en que cada habitante ha generado una mayor responsabilidad en el ámbito medioambiental (Venegas, 2014). En la siguiente imagen se muestra el ciclo de gestión que se realiza en el Distrito Metropolitano de Quito, desde la generación de los residuos, su tratamiento y la disposición final de los mismos



Figura 1. Ciclo de manejo de la basura en el DMQ. Tomado de (S. Venegas).

2.2.3. ¿Qué es la gestión de residuos?

El término gestión engloba lo que es el conjunto de acciones, métodos o procedimientos a seguir de actividades desarrolladas por los correspondientes entes y autoridades, de esta manera, Arroyo (2016) menciona que por la gestión integral de residuos sólidos están involucrados diferentes actores, permitiendo la aplicación de la misma por medio de tecnologías y personas profesionales.

Este término hace referencia a un manejo de diversas actividades humanas que tienen una repercusión en el ecosistema, los cuales reducen en cierto grado el impacto ambiental bajo normas y políticas ambientales las cuales crean una protección del medio ambiente (Castañeda, 2018).

La gestión integral de residuos sólidos requiere de visión amplia, y teniendo en cuenta a todos los que involucran su participación en ella (Arroyo, 2016). Permite darse cuenta que la gestión va más allá de solo recolectar y desechar los residuos en algún lugar. Este proceso incorpora en su acción a varios actores que están encargados de realizar esta actividad, así ayudando a mantener un medio ambiente saludable y causando el menor impacto posible de los residuos sólidos que se generan.

Este proceso de gestión ha venido desarrollándose desde hace algún tiempo en el Ecuador, y se ha podido observar un mejor desarrollo y una mejora en la implementación de estrategias. Así, en el campo de residuos sólidos el Ecuador ha establecido estrategias que aportan y mejoran la gestión de residuos, haciéndola algo sumamente importante dentro de las actividades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Secretaría Ambiente Municipio Quito, 2014).

El Ministerio de Ambiente, como ente regulador mediante programas, como el Programa Nacional de Gestión Integral de Desechos sólidos ha establecido que se debe enfocar en algunas prioridades, como son: “el acondicionamiento y mejoramiento de los rellenos sanitarios”, “incremento de la cobertura de servicios de recolección gestionando adecuadamente los residuos residenciales, industriales y comerciales” (Secretaría Ambiente Municipio Quito, 2014, p.13). De esta manera, se evidencia que existe un proceso y un régimen de gestión de residuos, manteniendo una línea y un orden que debe cumplirse por parte de las autoridades y que estas deben ser comunicadas a las poblaciones del país, para que ayuden a mantener un medio ambiente apto y bueno para la salud de todos.

La manera correcta y adecuada para una buena gestión de residuos implica el alargar la vida útil de sus componentes y disminuir los desechos hasta su

disposición final. El Ministerio de Educación en su *Manual de Buenas Prácticas Ambientales para Instituciones Educativas*, menciona que resulta práctico que cada institución se alinee con la Norma INEM 2841 (2014), que hace referencia a que exista una estandarización de colores en los contenedores de depósito y su almacenamiento temporal.

De esta manera, se establece una estandarización y su clasificación:

- a. En un contenedor de color azul se puede reciclar: vidrios limpios, botellas de plástico (PET) sin residuos orgánicos, fundas plásticas, entre otros.
- b. En un contenedor de color verde se pueden arrojar los desechos comunes o que no se pueden reciclar como: cáscaras o restos de alimentos, envases de comida, servilletas usadas, etc.
- c. En un contenedor de color gris se puede almacenar papel y cartón limpios (sin desechos orgánicos) para que pueda reciclarse. (Ministerio de Educación, 2018, p.21)

Se observa que hay un plan y una estrategia con la que se lleva acabo el reciclaje y la gestión de residuos sólidos y que sin duda hay una concientización a los habitantes para que exista una mayor responsabilidad social medio ambiental generando acciones positivas para una disminución del impacto ambiental (Ministerio de Educación, 2018).

2.2.4. Los gestores de residuo y su función

El encargado de realizar la gestión de residuos, llamado gestor ambiental, es una persona o una entidad, ya sea pública o privada, que debe tener el registro del Ministerio de Ambiente, y son los que realizan la labor y operaciones que

componen la gestión de residuos, ya sean estos los que los producen o no (Ministerio de Educación, 2018).

Las funciones que les corresponden a los gestores de residuos son principalmente el de recoger, transportar y tratarlos. El Ministerio de Educación (2018) menciona:

- Llevar a cabo el tratamiento de los residuos entregados conforme a lo previsto en su autorización;
- Gestionar adecuadamente los residuos generados;
- Recoger y transportar los residuos cumpliendo las prescripciones de la normativa;
- Mantener envasados y etiquetados los residuos peligrosos durante su recolección y transporte;
- Entregar los residuos para su tratamiento a empresas autorizadas;
- Mantener los residuos almacenados en las condiciones que fije su autorización. (p.22)

Estas personas o las entidades encargadas, son las que tienen la labor y la responsabilidad antes mencionadas para, de esta manera, ser parte de un proceso que ayude a mantener un ecosistema sano y equilibrado dentro de una nación y un territorio amigable con el medio ambiente (Ministerio de Educación, 2018).

2.2.5. Los residuos peligrosos

Los residuos peligros se define como “aquel residuo que, en función de sus características de corrosividad, reactividad, explosividad, toxicidad, inflamabilidad

y patogenicidad puede presentar riesgo a la salud pública o causar efectos adversos al medio ambiente”(Benavides 1997).

La definición de qué es un residuo peligroso debe establecerse por la legislación de cada país. Este tipo de residuos se caracterizan por tener un grado de peligrosidad ya sea para el medio ambiente o para la salud (Zavala, 2017).

Mediante lo que rige la legislación del Ecuador, se ha establecido una clasificación, esto, mediante la Normativa Ambiental en el Acuerdo Ministerial No. 061, que fue publicado en el Registro Oficial No 316 con fecha 04 de mayo del 2015 menciona que:

Art. 79 Desechos peligrosos.- A efectos del presente Libro se considerarán como desechos peligrosos, los siguientes:

a) Los desechos sólidos, pastosos, líquidos o gaseosos resultantes de un proceso de producción, extracción, transformación, reciclaje, utilización o consumo y que contengan alguna sustancia que tenga características corrosivas, reactivas, tóxicas, inflamables, biológico-infecciosas y/o radioactivas, que representen un riesgo para la salud humana y el ambiente de acuerdo a las disposiciones legales aplicables; y,

b) Aquellos que se encuentran determinados en los listados nacionales de desechos peligrosos, a menos que no tengan ninguna de las características descritas en el numeral anterior. Estos listados serán establecidos y actualizados mediante acuerdos ministeriales... (Ministerio del Ambiente, 2015).

Por sus características mencionadas, este tipo de residuos deben tener un manejo especial y deben ser tratados de una manera adecuada y responsable, en las cuales existan estrategias para una correcta recolección y que estos residuos no afecten ni tengan un impacto negativo medioambiental (Zavala, 2017).

Según Zavala (2017) Los procesos para el manejo de residuos peligrosos inician desde los mismos generadores y son ellos quienes deben clasificar a primera instancia este tipo de residuos para su transportación, registrando en una hoja de seguridad. Así mismo los receptores son quienes verificaran del contenido registrado como peligroso (Zavala, 2017).

2.2.6. El aceite como residuo

El aceite usado es el residuo que se genera al momento de utilizar aceites ya sean estos lubricantes para uso automotriz o para darle usos industriales. Al momento de usar el aceite se crea una mezcla de hidrocarburos procedentes del petróleo con resto de aditivos los cuales cumplen la función de lubricación. (Arner, Barberán y Mur, 2006)

Además de lo mencionado anteriormente existen los aceites que son de tipo vegetal, los que se usa para la alimentación Se define en este párrafo lo que es un aceite vegetal. Según el INEN:

Son productos alimenticios aptos para el consumo humano, constituidos por glicéridos de ácidos grasos, de origen vegetal o animal, obtenidos mediante un proceso industrial. Podrán contener pequeñas cantidades de otros lípidos, tales como fosfátidos, de constituyentes insaponificables y de

ácidos grasos libres naturalmente presentes en las grasas o aceites.
(Secretaría Ambiente Municipio Quito, 2014, p.57)

Por otra parte están los aceites lubricantes generados para la industria automotriz, estos tiene diferentes compuestos a los anteriormente dichos:

Los aceites lubricantes usados están constituidos por hidrocarburos saturados que contienen no son biodegradables, no se disuelven en el agua, forman películas que impiden el paso de oxígeno y matan la vida tanto en el agua como en la tierra, esparcen productos tóxicos que pueden ser ingeridos por los seres humanos de forma directa o indirecta (Vázquez, 2013, p.71)

Con lo anteriormente mencionado se dice que un litro de aceite puede causar la contaminación de hasta mil litros de agua, lo que manifiesta el grado de contaminación que este elemento tiene para causar un gran impacto ambiental. Por eso de este modo se deben ejercer y tomar medidas y crear estrategias para una buena gestión del mismo (Díaz, 2016).

Este residuo contamina tanto la salud como al agua, y a su vez después de volver a reutilizar el aceite más de tres veces, este se puede volver un elemento cancerígeno. (Echavarría, 2018).

El aceite, al ser un producto orgánico, con su uso va experimentando cambios e irá modificando sus características físicas y químicas. Este aceite usado tiene resultados dañinos para el medio ambiente si se desecha de manera incorrecta, lo que se afecta primero son los ecosistemas acuáticos, ya que cuando el aceite es

vertido en el agua no se mezcla y crea una capa impermeable, lo que hace que el agua pierda sus características y propiedades de oxigenación. (Echavarría, 2018).

En base a lo mencionado se dice que al desechar de manera común, ya sea por las tuberías, por caños o de forma directa en la tierra y ríos, se está produciendo un gran problema ambiental al ser estos desechos peligrosos sumamente tóxicos, se está atentando contra la vida animal y vegetal. Al verter el aceite usado por los desagües se está perjudicando al ecosistema y este mismo suceso produce que al tratar las aguas su coste sea más elevado perjudicando así a una población que tendrá que pagar más por su saneamiento (Rovira, 2007).

Debido al alto grado de contaminación que produce el aceite usado al ser vertido por sistemas de alcantarillado, Valencia (2017) menciona que varios estudios afirman y demuestran que el reciclaje del aceite y tras un manejo adecuado posterior a su recolección, sirven como materia prima para la creación y obtención de biocombustibles, generando una manera más amigable con el ecosistema y el uso de combustibles.

2.2.7. Prácticas de reciclaje del aceite

En diferentes partes del mundo, cada nación establece cuáles son las medidas y las mejores prácticas que cada uno tiene para la gestión adecuada del aceite usado. Se mencionan algunas medidas que puedan contribuir a un buen manejo y un fortalecimiento de una buena gestión del aceite como residuo para evitar impactos negativos (Díaz, 2016).

1. Desarrollar capacitaciones a las personas que esté en contacto y usen este producto, generando información acerca de las mejores condiciones para su manipulación.
2. Que se garantice y que se realicen a conciencia unas buenas condiciones de almacenamiento y que se prevenga posibles derrames.
3. Describir detalladamente procedimientos para su recolección, transporte, etiquetar y almacenar los residuos de aceite. Una recolección del aceite en envases plásticos que contengan su respectiva tapa, para que en su transporte no se produzca derrames. (Díaz, 2016)
4. Etiquetar con un mensaje claro y de manera legible el recipiente que contenga el residuo de aceite, en donde se describa el producto y la fecha de recolección.
5. Establecer horarios y fechas donde se realice el reciclaje del aceite usado y que su entrega sea registrada a un gestor autorizado para la disposición final.

De esta manera se menciona algunos de los métodos e inclusive programas para una gestión de residuos como es el aceite. De este modo, se aplica estrategias para informar a la gente, y que estos ayuden a preservar el ambiente y no destruirlo cada vez más.

2.2.8. Proceso de reciclaje del aceite vegetal usado

Existen varios autores que describen el proceso para la recolección del aceite vegetal usado, de este modo, Valencia (2017) nos indica el proceso adecuado para la recolección del aceite usado.

- Dejar enfriar el aceite que se ha utilizado para preparar los alimentos.
- Una vez que el aceite se ha enfriado, colocar el embudo y un colador para filtrar residuos de alimento sobre un recipiente de plástico vacío y que se encuentre seco.
- Si la botella aún no se ha llenado, cerrar y guardar para posteriores usos.
- Una vez lleno el recipiente con el aceite usado, se debe cerrar firmemente para así, evitar derrames posteriores y que quede listo para su transporte.
- Una vez asegurado el recipiente, limpiar cualquier posible derrame que se haya producido durante la colocación del aceite.
- Por último se deberá colocar el recipiente en los puntos de acopio.

Para depositar los recipientes con el aceite usado, el Municipio de Quito a través de la Secretaría de Ambiente ha distribuido varios puntos de acopio para que la ciudadanía deposite sus envases reciclados. La Secretaría de Ambiente (2019) en su página web nos indica los siguientes puntos:

ADMINISTRACIÓN CALDERÓN; Av. Giovanni Calles 976 y Padre Luis Vaccari
Entrada a Carapungo. Lunes a Viernes: 8:00 - 16:30 horas. Tel. 022825393 /
022428401 / 022425534.

ADMINISTRACION LA DELICIA; Av. La Prensa N 66-101 Capitán Ramón
Chiriboga. Lunes a Viernes: 8:00 - 16:30 horas. Tel. 022294339 / 022290603 /
022294345

ADMINISTRACION ZONAL LA MARISCAL; Ignacio de Veintimilla E9-26 y Leonidas Plaza Edificio Uziel Bussiness Center. Lunes a Viernes: 8:00 - 16:30 horas. Tel. 023952300 Ext. 28633

ADMINISTRACION MANUELA SAENZ; Venezuela N4-48 Entre Chile y Espejo Centro Histórico. Lunes a Viernes: 8:00 - 16:30 horas. Tel. 23952300

ADMINISTRACION ELOY ALFARO; Av. Alonso de Angulo S/N y Capitán César Chiriboga. Lunes a Viernes: 8:00 - 16:30 horas. Tel. 023110801 / 023110809 / 023110821

ADMINISTRACION ZONAL TUMBACO; Juan Montalvo s/n y Oswaldo Guayasamín. Lunes a Viernes: 8:00 - 16:30 horas. Tel. 022371946 / 022371943

Estos puntos de acopio se encargaran de realizar el respectivo transporte y proceso necesario para posteriormente el aceite usado sea transformado en combustible biodegradable como es el biodiesel.

2.2 La campaña comunicacional como medio informativo

En este apartado se llevará a cabo la descripción y conceptualización de lo que es una campaña comunicacional por su capacidad de comunicar e informar a través de sus contenidos

2.2.1. Conceptos

Una campaña comunicacional parte como una estrategia que se aplica para comunicarse de manera adecuada y efectiva con el público, el cual sería el mercado. Sotomora (2012), citando a Taylor, Shaw y López, menciona que la persona encargada de realizar una campaña debe tener claro cuál es su mercado meta, el mensaje a transmitir y el medio adecuado por el cual transmitirlo.

De esta manera, se conceptualiza a una campaña de comunicación como un conjunto de actividades que se van desarrollando de una manera conjunta e intensiva (Torres, 2012). Se establece que la campaña consta de diferentes mensajes y que estos deben tener una estrategia clara en conjunto con el objetivo para que se obtenga una respuesta clara y adecuada en el público objetivo. Los mensajes deben ser elegidos de la mejor manera y que estos sean adecuados al canal o al medio donde serán transmitidos. Torres (2012) citando a Chávez afirma:

En una campaña, si bien es cierto que se debe manejar el “aire de familia” entre los distintos mensajes, debemos tener presente que no se puede forzar la naturaleza de los medios. Es decir, tener en cuenta las construcciones verbales propias de la radio; el lenguaje audiovisual para televisión, etc. (p. 43)

Las campañas de comunicación son utilizadas para dar a conocer ideas y argumentos que tengan la capacidad de convertir positivamente pensamientos y conductas de un grupo determinado. El mensaje de una campaña se puede transmitir por medio de varios canales, según Torres (2012) pueden ser:

Personales: son aquellos que emiten el mensaje mediante contacto interpersonal directo, es decir, frente a frente con los individuos o grupos

objetivos. Impersonales: son aquellos que transmiten un mensaje sin contacto personal, entre ellos podemos mencionar a los medios masivos de comunicación tradicionales y a los medios virtuales. (p.43)

Teniendo en cuenta todas estas descripciones, se esclarece una parte importante de cuáles son las partes que conforman una campaña y cómo se debe elaborar, siempre procurando que su mensaje y su estrategia sean las más óptimas para que se pueda obtener un resultado positivo acorde a lo que se espera del público objetivo.

Al establecer una campaña, y como objetivo de la misma el educar a la gente, según De la Cruz (2018) citando a la OEA, menciona una serie de pasos importantes para crear conciencia en las personas, por lo que los pasos se dividen en:

1) sensibilización: Es hacer que se conozca el problema. La sensibilización no es igual a un conocimiento profundo; 2) La educación: Es la presentación de la información específica que el público necesita saber; 3) El conocimiento: esto se logra cuando se ha retenido el material educativo, es decir cuando se ha aprendido lo enseñado; 4) Las habilidades: se construyen sobre el conocimiento adquirido

De este modo se mantiene una estructura, que permite elaborar una campaña con resultados positivos permitiendo causar impacto al grupo objetivo y de esta manera se logre cumplir con el objetivo principal que tiene el medio comunicacional como lo es la campaña.

2.2.2. Tipos de campaña

Para la elaboración de una campaña, se debe diferenciar el tipo de campaña que se desea implementar para que así se obtenga un buen resultado. Por tal motivo, se hace una clasificación entre campañas comerciales y no comerciales, y la diferencia que existe es que las comerciales tienen un propósito de venta y, por lo tanto, son con fines de lucro, mientras que las no comerciales tienen un propósito más social, como cambio de actitud, educación, información, etc. (Torres, 2012).

De este modo cualquier campaña de comunicación social, que se enfoca en conseguir recursos, busca la educación así como una fuerte transmisión del mensaje, por lo que se requiere de un alto grado de conocimiento, por parte de la audiencia, de lo que es y hace la organización (Sotomora, 2012).

Dentro de las campañas no comerciales existen dos tipos: la propaganda, y la cívica o de bien público.

Propaganda: esta campaña se realiza cuando no existe un interés económico de por medio, es decir, la que promueve ideas, pensamientos, ideologías y aquí entra la llamada publicidad política (Guzmán, 2003).

Cívica o de bien público: este tipo de campañas son realizadas por instituciones o entidades que no tienen ningún fin de lucro, como pueden ser ONGS, fundaciones, y lo que persiguen es cambiar actitudes o pensamientos a través de la cultura, turismo, patriotismo (Guzmán, 2003).

En cuanto a las campañas comerciales se establecen diferentes tipos, como son:

Institucional o de imagen: estas campañas tienen un interés comercial y las desarrollan empresas que desean tener una imagen favorable hacia las personas para tener actitudes positivas hacia sus productos. Estas obedecen a razones políticas, económicas, sociales, hasta de mercadeo (Guzmán, 2003).

Industrial o genérica: realizada para un determinado grupo de fabricantes o comercializadores de un producto común: la leche, los seguros, etc.

Cooperativa: esta se desarrolla para diferentes productos que se acompañan entre sí, por cualquier razón, por ejemplo, entre la empresa y la cadena que distribuye.

De marca o corporativa: este tipo de campaña se realiza en base al nombre de un fabricante o de quien genera un servicio, así también como pueden ser sus productos con la finalidad y objetivo de fortalecer la marca a la cual hacen referencia.

Sombrilla: este tipo de campaña se la utiliza en su mayoría para abaratar costos, en donde se juntan productos que sean de la misma empresa pero bajo el mismo nombre de su sombrilla.

Individuales, para bienes de consumo: estas campañas se las elabora para objetivos en concreto, estos pueden ser productos o servicios como, por ejemplo, tipos de pantalones jeans, de cigarrillos, o de gaseosas (Guzmán, 2003).

Con esta clasificación, se establecerá la campaña adecuada para implementar, dependiendo del mensaje que se desea transmitir, con objetividad y claridad del mismo. Para el desarrollo de una campaña se deben seguir algunos pasos, como menciona Sotomora (2012), citando a Fonseca y Herrera:

Identificación: se debe realizar una identificación o presentación de quienes son las personas, para identificarse se pueden utilizar elementos como lemas, camisetas, gorras, banderas; que se asocian al objetivo que se quiere cumplir.

Legitimación: se deben tener en cuenta los gastos monetarios que requiere la campaña a realizarse.

Participación: en esta etapa se identifican a las personas o a los involucrados que están en la campaña.

Penetración: aquí es donde se realiza la actividad que se ha ideado y genera en las personas reacciones ante la ejecución de la campaña.

Distribución: en esta etapa surgen los cambios que se espera con la divulgación del mensaje, las metas que se plantearon se van observando. Cualquier tipo de campaña que se quiera implementar, esta debe contar con un mensaje, ya que este es la parte central y siendo así, el mismo debe ser simple y de fácil entendimiento para todos, con un trasfondo positivo que anime a las personas que lo reciben y evitando un lenguaje técnico. (De la Cruz, 2018)

2.2.3. Medios o canales para una campaña

Después de haber realizado y tener claro el concepto de la campaña a desarrollarse, así como el mensaje a transmitir, lo ideal es elegir cuál será el medio más adecuado para difundir el mismo, permitiendo que este llegue a la gran mayoría del grupo objetivo y con un costo que resulte cómodo y económico. Algunos conceptos que ayudan a una planificación de medios se mencionan a continuación. Torres (2012), citando a Ortega:

Audiencia.- Es el conjunto de personas que reciben los mensajes a través de la televisión, radio, prensa, etc. Esta audiencia se divide en audiencia bruta que es la totalidad de gente que está expuesta a los mensajes y la audiencia útil, que es el porcentaje o segmento de mercado al que están dirigidos los esfuerzos comunicacionales directamente; es decir el grupo objetivo. (p.49)

Otro de los conceptos mencionados es el de la cobertura o alcance. En este, se dice que la cobertura es el porcentaje de personas al que un medio o varios de ellos pueden alcanzar con relación a un universo definido. El impacto y la oportunidad de ver es otro de los conceptos en donde se menciona al impacto como la exposición de alguna persona al mensaje al que se le ha enviado a través de un medio, este contacto puede ser ya voluntario o involuntario (Torres, 2012). Un concepto más, a los anteriormente mencionados, es el *rating*, al cual hacen referencia al número de personas u hogares que sintonizan un programa, ya sea de televisión o radio, en comparación con el número total de personas u hogares que poseen estos canales.

A partir de estos conceptos se tiene en cuenta cuál sería el medio o canal adecuado para difundir el mensaje a través de la estrategia seleccionada, la Figura 2 resume un poco un modelo de medios que se puede utilizar en una campaña.

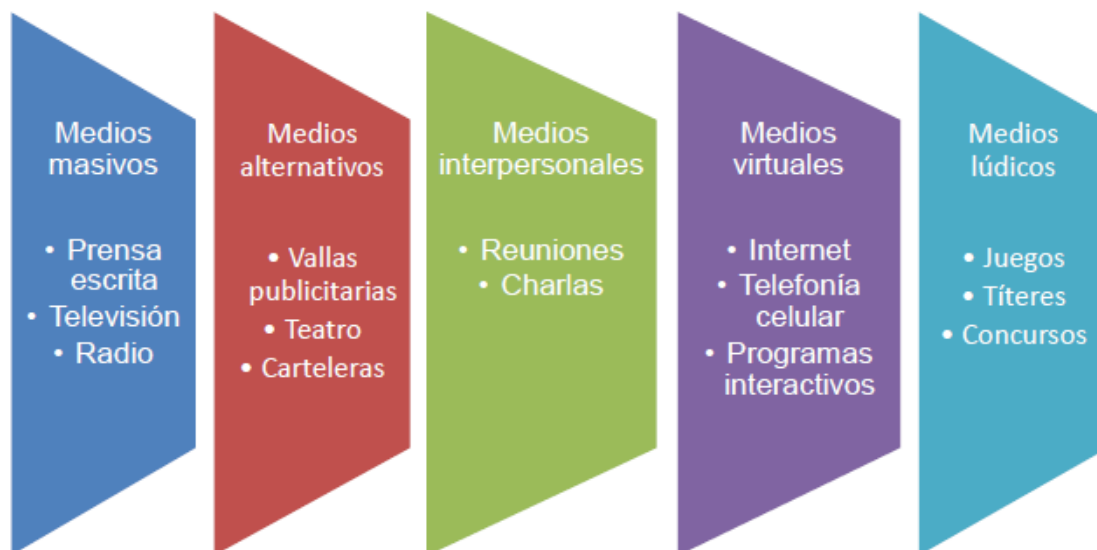


Figura 2. Ejemplo de medios a utilizarse en una campaña. Tomado de (M. Torres).

2.2.4. Cómo se produce una campaña informativa

Una campaña informativa como su nombre lo dice hace referencia a cumplir la misión de informar acerca de un tema designado, la misma que se encarga de transmitir la mayor cantidad de información al grupo objetivo y estos a su vez tengan conocimiento en que consiste y para qué sirve la elaboración de la campaña. (Llanos, 2015, p.48).

La Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), en su guía para realizar una campaña de concientización explica los puntos importantes con los que una campaña debería contar para su creación y producción, los cuales son:

1. Diagnóstico: Se refiere a la detección de la temática con la que se va a trabajar en la campaña, ya sea de medioambiente, derechos humanos, violencia, trabajo etc.
2. Población beneficiaria: Es a que grupo poblacional va dirigida la campaña con los mensajes que se producen en la campaña.
3. Plantear los objetivos: Que es lo que se quiere lograr con la campaña.
4. Medios y estrategias: Se determina los medios por los que serán transmitidos los mensajes de la campaña.
5. Elaboración de mensajes: Se realiza la creación de mensajes de acuerdo a los objetivos que se han planteado.
6. Realización de Campaña: se pone en ejecución lo anteriormente planificado.
7. Evaluar la Campaña: se revisa el trabajo realizado y el impacto que produjo la campaña.

El presente trabajo de tesis al ser una campaña informativa tendrá como objetivo informar acerca del reciclaje del aceite vegetal usado y así crear una buena práctica medioambiental.

Como ejemplos de campañas de reciclaje de aceite usado realizadas en el Ecuador, existe una campaña realizada desde el año 2015 por la Unidad Patronato Municipal San José de la ciudad de Quito, actividad que la realizan en los centros y proyectos que tienen, esto en convenio con la compañía

ARC&PIEPER S.A., mediante un trueque en la que la empresa ARC&PIEPER S.A. se encarga de la recolección del aceite y a cambio brinda recursos o insumos que ayudarán en los diferentes proyectos sociales del Patronato. Dicha campaña de reciclaje brinda la capacitación a los usuarios del Patronato acerca de lo importante que es reciclar el aceite vegetal usado en recipientes de plástico, los que deben ser etiquetados para ser depositado posteriormente en contenedores ubicados tanto en el Patronato como en Guaguas Centro. (Unidad Patronato Municipal San José, 2018).



Figura 3. Quito a reciclar. Campaña de reciclaje de aceite usado de cocina. Tomado de (Patronato San José).

En Madrid, España se realizó la *campaña educativa sobre reciclado de aceites usados de cocina*, por parte de la Asociación de Desarrollo Sierra de Guadarrama (ADESGAM), la cual intenta fomentar e incentivar el reciclado del aceite usado. Esta campaña describe varios puntos con lo que se quiere dar a conocer del reciclaje, entre estos menciona lo que ocurre si se vierte el aceite por el desagüe, lo que se logra reciclando el aceite usado, los pasos a seguir para un buen reciclaje y los puntos de acopio en donde se puede depositar el aceite reciclado, así como una explicación del para qué sirve el aceite usado que se ha reciclado (Adesgam).



Figura 4. Campaña educativa sobre reciclado de aceites usados de cocina. Tomado de (ADESGAM).

CAPÍTULO III

DISEÑO DEL ESTUDIO

3.1. Planteamiento del problema

El problema consiste en generar en la población de Quito la información necesaria acerca de la buena práctica de recolección de aceite usado, y que a su vez incentive a la gente a cuidar el ambiente y los recursos naturales del planeta.

Este tema fue elegido debido a que existe una socialización sobre el reciclaje de plástico, papel, vidrio, etc., pero no hay una amplia difusión ni un conocimiento suficiente de cuál es la manera adecuada para reciclar el aceite usado, y con la creación de una campaña, ampliar este mensaje con una mayor persuasión para las audiencias.

En cuanto al área social serán productos audiovisuales que tengan la intención de informar y que permitirá al consumidor tener conocimientos más claros de qué hacer con el aceite como desecho, y esto, a su vez, ayudará a las personas a crear un ambiente más sano y menos contaminado, haciéndolo más habitable.

En el área profesional y personal, actúa como un medio para aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, y que abarque todo lo aprendido de una manera profesional con una gran dedicación y pasión, con un espíritu de superación y que refleje un producto de excelente calidad con una propuesta impulsadora y llamativa.

3.2. Preguntas

3.2.1. Pregunta general

¿Cómo difundir un mensaje comunicacional para incentivar la recolección del aceite usado en la población de Quito?

3.2.2. Preguntas específicas

- ¿Cómo diseñar piezas comunicacionales?
- ¿Qué tipo de campaña se implementó en la ciudad de Quito para fomentar el reciclaje?
- ¿Cómo se realiza la difusión de un mensaje con temática ambiental en la población de Quito?
- ¿Qué productos comunicacionales son los más estratégicos para incorporarlos en una campaña?

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

Elaborar una campaña informativa que incentive la recolección del aceite como residuo para un cuidado ambiental en la población de Quito.

3.3.2. Objetivos específicos

- Analizar las fases del reciclaje y el impacto que genera una mala gestión de residuo como el aceite usado.
- Creación de material publicitario para comunicar cómo se debe reciclar el aceite vegetal usado.
- Incorporar los distintos productos audiovisuales y gráficos que ofrece una campaña, creando un mensaje que permita a la población de Quito realizar un reciclaje de manera adecuada del aceite usado

3.4. Metodología

3.4.1. Tipo de estudio

El estudio que se realiza es un estudio cualitativo porque se desarrolla y describe un tema esencial y que es de carácter social, donde se plantea acciones y se analiza las mejores sugerencias para generar prácticas medioambientales que ayuden a mantener un ecosistema saludable.

El alcance que tiene es:

Exploratorio, ya que se intentan descubrir herramientas prácticas que ayuden a reciclar de manera correcta un residuo peligroso como el aceite y, de esta manera, brindar información a través de productos informativos dentro de una campaña comunicacional.

Descriptivo, porque indaga cómo realizar acciones que la ciudadanía pueda tomar e implementar, mismas que serán plasmadas a través de los distintos productos que formaran parte de la campaña.

3.4.2. Tipo de análisis

El análisis al siguiente proyecto se realizará en base a una generación de prácticas medioambientales frente a la recolección de aceite usado y su mejor manejo.

Lo primero a realizar será la investigación acerca de cómo funcionan las campañas informativas, los tipos de campañas que existen y cuál es la mejor para aplicar al presente proyecto. Investigar acerca del reciclaje y cómo este se ha venido implementado en Ecuador.

A partir de esta investigación se procederá con la creación de una campaña con sus respectivos productos, los mejores y adecuados para que el mensaje que se quiere comunicar sea claro, legible y llamativo para las personas que lo van a consumir

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

4.1. Proceso conceptual y creativo

4.1.1 Desarrollo de la idea de los productos

La campaña “El aceite no se vierte” describe el daño ambiental que produce el aceite usado al ser desechado por el desagüe. Esta nos indica también cual es el proceso adecuado para reciclar el aceite vegetal.

Mediante la elaboración de un motion graphics de 45 a 50 segundos de duración, se describirá el daño que produce el aceite usado al contaminar el agua. Este proyecto va dirigido al público en general, con la finalidad de informar e incentivar a las personas y de este modo generar un cambio en el comportamiento de las personas al momento de desechar el aceite usado. Este proyecto podrá ser difundido tanto por internet como por medios ATL.

La pieza audiovisual empieza con la imagen de una persona en la cocina de su hogar preparando la comida en un sartén con aceite, posterior a esto, se describirá la manera adecuada de cómo se desecha el aceite y cuáles son los sitios de acopio que dispone la ciudad de Quito para depositar los recipientes, luego se describe la acción que no se debería realizar al momento de desechar el aceite, mencionado el daño que esto produce en el ambiente.

A través de la locución de una voz en off se presentará el anuncio con una pregunta que llame la atención, ¿Sabías que puedes reciclar el aceite usado? Posterior a esto se describirá los pasos para un buen reciclaje, luego se mencionara el daño que produce desecharlo por el desagüe y, al final se culminará con un mensaje positivo para el cuidado del ambiente.

El producto constará de una locución clara con una voz y tono con entonaciones que resaltan lo perjudicial y lo beneficioso, acompañada de una música de ambiente la cual también incorporará efectos de sonido.

4.1.2 Escaleta de la infografía

VIDEO	AUDIO
Personaje utilizando el aceite preparando la comida	Locución voz off
¡RECICLA! ¿Cómo?	Locución voz off
Imagen aceite que se ha usado para cocinar	Locución voz off
Se coloca el aceite usado en un recipiente de plástico con la ayuda de un embudo	Locución voz off

Imagen botella de aceite se va llenando	Locución voz off
Botella aparece llena con el aceite usado y se coloca una tapa para cerrarlo	Locución voz off
Botella con aceite reciclado (zoom out)	Locución voz off
Mapa de Quito donde salen los lugares de acopio	Locución voz off
En texto e imagen 1lt de aceite contamina 1000 lt de agua	Locución voz off
¡Recuerda!	Locución voz off
Personaje va a botar el aceite por el desagüe	Música ambiente
Una "X" en la acción de desechar por el desagüe	Efecto de sonido
1litro de aceite contamina 1000 litros de agua	Locución voz off
Aparición del planeta y alrededor personas y arboles	Locución voz off

4.1.3 Guion técnico del producto sonoro

Personaje	Diálogo	Tiempo duración	Tiempo narrativo
Voz off	¿Sabías que puedes reciclar el aceite usado	0´ 3´´	0´ 4´´
Voz en off	¿Cómo? Deja enfriar el aceite que usaste	0´ 3´	0´ 6´´
Voz off	Colócalo en un recipiente de plástico limpio y seco	0´ 3´´	0´ 9´´
Voz off	Una vez lleno, ciérralo y llévalo a los puntos de acopio distribuidos en la ciudad.	0´ 6´´	0´ 15´´
Voz off	¡Recuerda! Un litro de aceite vegetal puede contaminar mil litros de agua	0´ 6´´	0´ 21´´

Voz off	No lo botes en los desagües	0´ 3´´	0´ 24´´
Voz off	Si reciclas el aceite vegetal aportas al cuidado del planeta	0´ 4´´	0´ 28´´
Voz off	El aceite no se vierte	0´ 2´´	0´ 30´´
Voz off	Para mayor información visita www.quitoambiente.gob.ec	0´ 5´´	0´ 35´´

4.2. Proceso técnico dentro de la producción

4.2.1. Desarrollo infografía

Para la realización de la infografía, se utilizó el programa Adobe After Effects CC 2018, la técnica que se utilizó se llama motion graphics que muestra una animación 2d con diferentes efectos e ilustraciones. La animación muestra la afectación ambiental que se produce al desechar el aceite vegetal usado por el desagüe, con lo consiguiente muestra los pasos correctos a seguir para un buen reciclaje del aceite vegetal usado, con una duración entre 45 a 50 segundos.

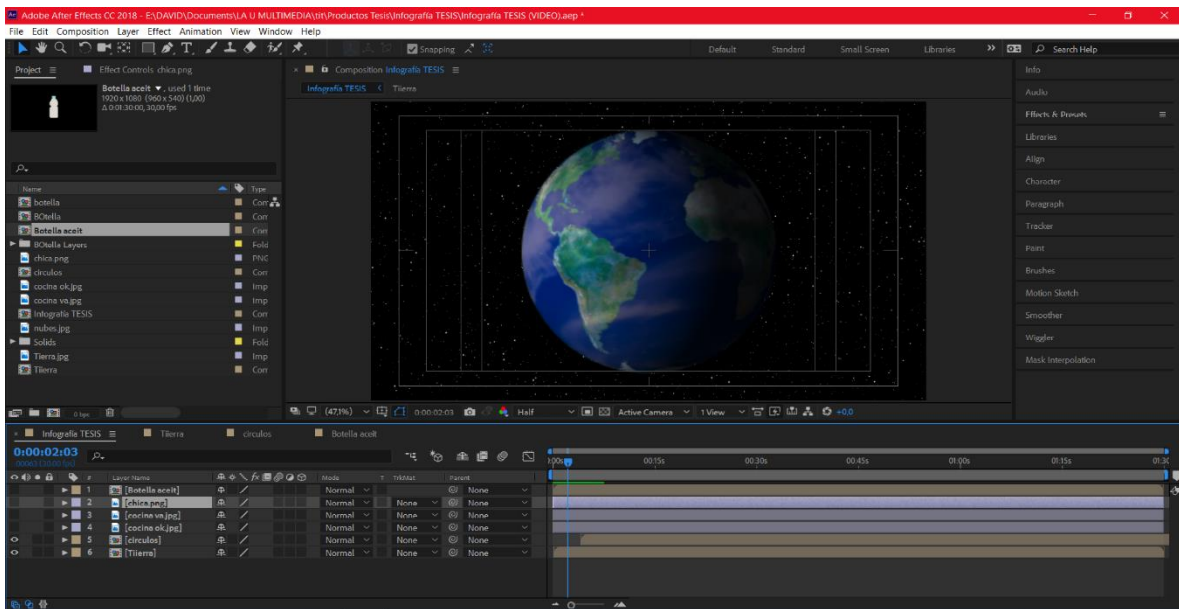


Figura 5. Comienzo de la animación.

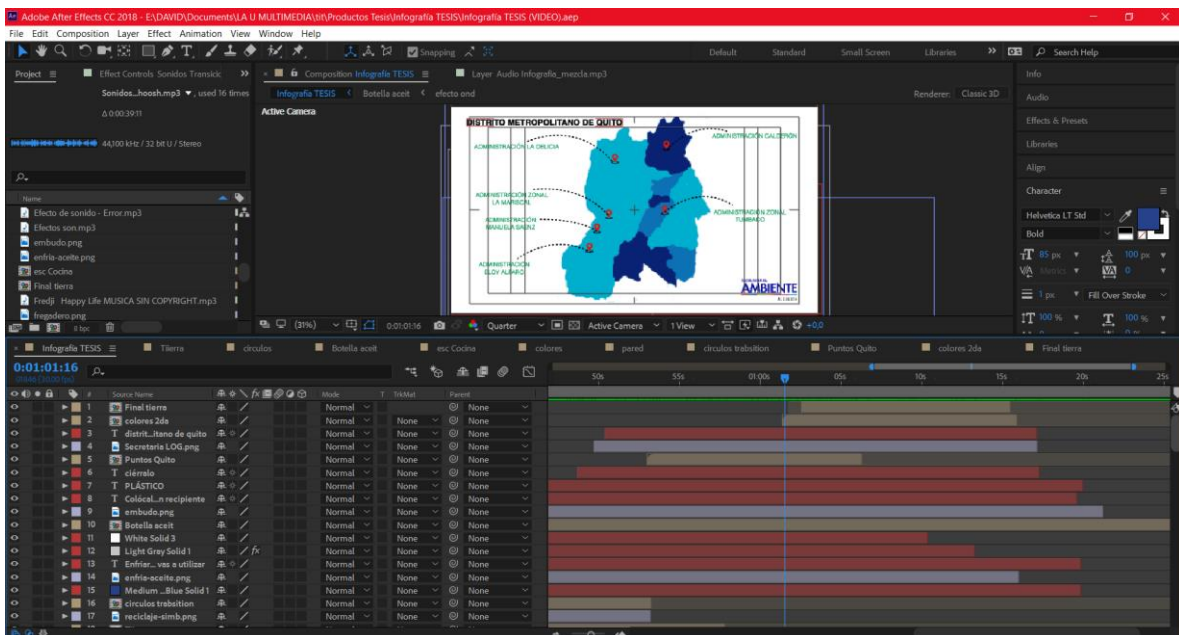


Figura 6. Parte intermedia de la animación.

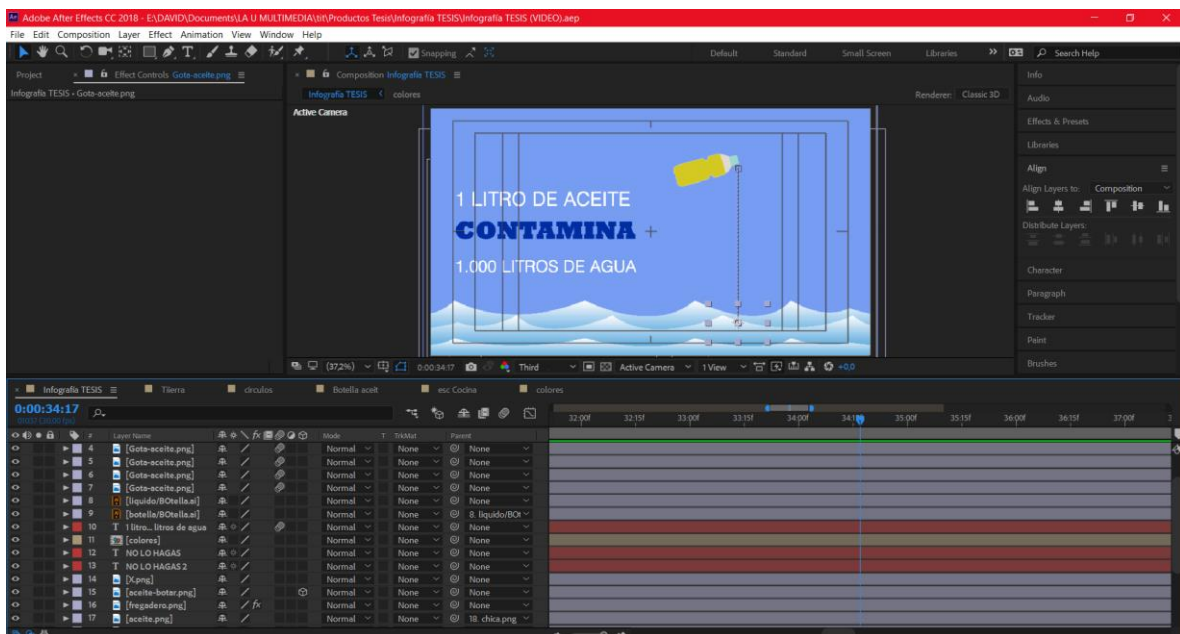


Figura 7. Parte final de la animación.

4.2.1.1 Desarrollo pista de audio infografía

Para la pista de audio se usó una voz en off femenina, que relata y describe las escenas que se presentan en la infografía. Se utilizó el programa Adobe Audition CC 2018 para la grabación de la voz en off. Los efectos de sonido se los integró en el programa Adobe After Effects CC 2018.

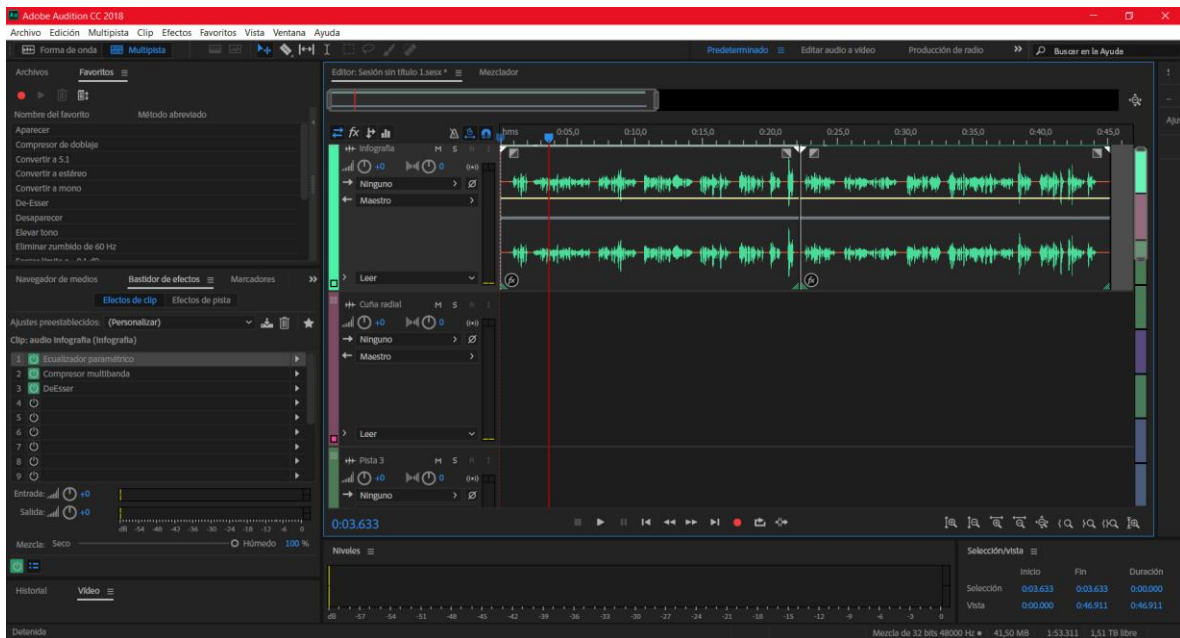


Figura 8. Grabación y edición de la voz en off para la infografía.

4.2.2. Desarrollo Producto sonoro

Se realizó la grabación de un audio informativo con una duración de 35 segundos que describe la información de la campaña. El programa que se utilizó fue Adobe Audition CC 2018.

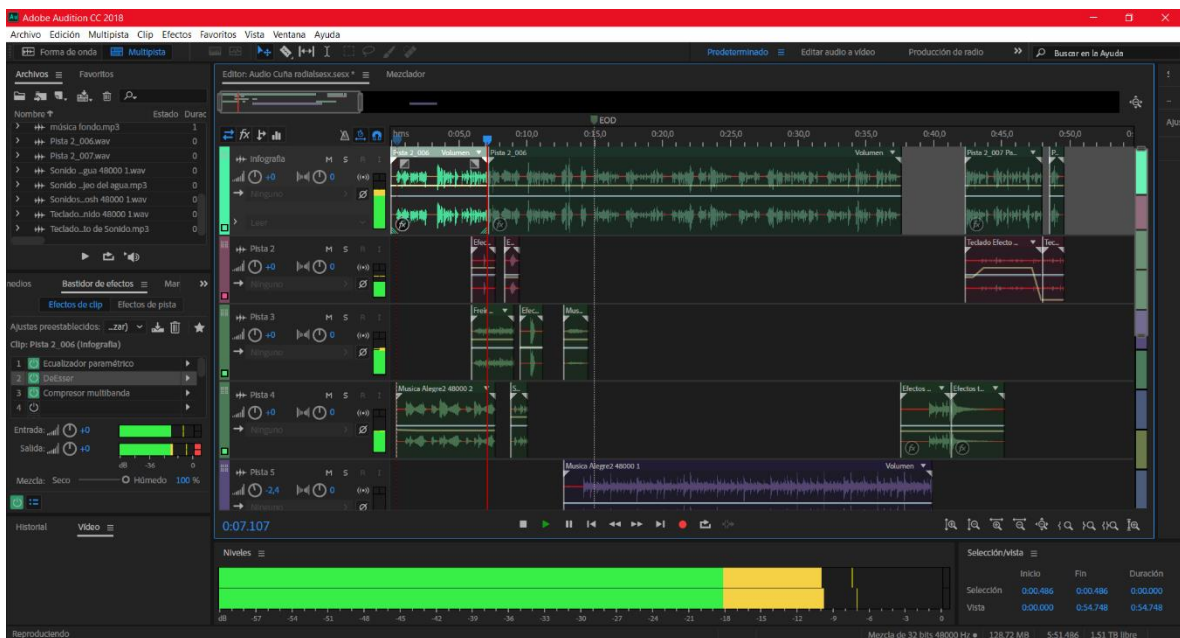


Figura 9. Grabación y edición del audio para la cuña radial.

4.2.3. Desarrollo de la pieza gráfica informativa

La realización de este producto se la hizo con el objetivo de dar a conocer el proceso de cómo reciclar el aceite vegetal utilizando gráficas llamativas que generen una fácil lectura de su información. Para su desarrollo se utilizó el programa Adobe Illustrator CC 2018, y se creó un afiche de tamaño A4, generando ilustraciones acorde a la campaña de reciclaje.



Figura 10. Realización del producto gráfico.

4.3. Producto final

La infografía tiene una duración total de cuarenta y siete segundos, está en un formato .mp4 con un tamaño de 1920x1080.

La cuña radial tiene una duración de 35 segundos y está en un formato .mp3.

El afiche está en tamaño A4 full color.

Todos los productos desarrollados, se van a publicar en la página web de la Secretaría de Ambiente.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. Se realizó una investigación con respecto al reciclaje del aceite vegetal usado, dando paso a la creación de productos audiovisuales y piezas gráficas que dan información sobre el proceso de reciclaje del aceite vegetal usado.
2. Mediante una amplia investigación acerca del reciclaje, se llevó a analizar cuáles son los daños que produce una mala gestión del aceite vegetal usado, como resultado se reprodujo las fases adecuadas a seguir para un correcto reciclaje del aceite vegetal usado como residuo.
3. Concluido el análisis y el desarrollo teórico, se dio pasó a la creación de tres productos audiovisuales, los cuales tienen contenido ecológico ambiental que informan a las personas sobre la buena práctica de reciclaje del aceite usado.

5.2. Recomendaciones

1. Se recomienda realizar otro medio de difusión diferente a una campaña informativa, para que el mensaje sobre el reciclaje sea transmitido por diferentes canales, ya sea con la fabricación de objetos como el desarrollo de productos interactivos relacionados al reciclaje del aceite vegetal usado.

2. Se recomienda a la Secretaria de Ambiente genere mayor información respecto al tema, debido a que la información actual que se tiene no es lo suficientemente amplia y de fácil acceso con lo que la ciudadanía desconoce de la existencia de un reciclaje adecuado.

3. Se recomienda a futuras investigaciones relacionadas con el reciclaje del aceite vegetal usado promuevan la existencia de contenedores de fácil acceso, en el cual todo tipo de personas pueda reciclar y depositar en sitios seguros y cercanos a donde residen.

REFERENCIAS

- Arner, A., Barberán, R., y Mur, J. (2006). *La política de Gestión de residuos: los aceites usados*. Revista de Economía aplicada. XIV (42). Recuperado de http://www.revecap.com/revista/numeros/42/pdf/arner_barberan_mur.pdf
- Arroyo, A. (2016). *Plan de comunicación para incentivar la cultura de reciclaje en la ciudad de Quito, como parte del proyecto de la iniciativa para el reciclaje inclusivo (IRR)*. (Tesis Maestría) UDLA. Quito, Ecuador.
- Asociación de Desarrollo Sierra de Guadarrama, ADESGAM. Proyectos *Campaña educativa sobre reciclado de aceites usados de cocina*. España. Recuperado de <https://www.adesgam.org/proyectos/reciclado-de-aceites-usados-de-cocina/#prettyPhoto>
- Benavides, L. (1997). *Guía para la definición y clasificación de residuos peligrosos*. Recuperado de <http://www.bvsde.paho.org/eswww/fulltext/gtz/defclarp/guiares.html>
- Código Orgánico del Ambiente, Registro Oficial Suplemento 983 Asamblea Nacional, 12 de abril de 2017.
- Comisión Nacional de Bibliotecas Populares, CONABIP. *Guía para realizar una campaña de concientización*. Argentina. Recuperado de http://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/guia_para_realizar_una_campa_na_de_concientizacion.pdf
- De la Cruz, A. (2018). *Campaña de concientización sobre el reciclaje de aceite de cocina usado y el aprendizaje significativo en mujeres de 40 a 50 años de 3 sedes de Casa de la Mujer en Los Olivos - Lima, 2017*. (Tesis de grado) Universidad César Vallejo. Lima, Perú.

- Díaz, A. (2016). *Programa de Gestión Integral de Residuos de aceite vegetal usado (AVU) y grasa animal (GA) generados en el parque recreativo y zoológico piscilago*. (Tesis de grado) Universidad de Cundinamarca. Girardot-Colombia.
- Echavarría, J. (2012). *El desarrollo sostenible y el reciclaje del aceite usado de cocina a la luz de la jurisprudencia y el ordenamiento jurídico colombiano*. 7(1),109_122 Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pml/v7n1/v7n1a11.pdf>
- Llanos, P. (2015). *Diseño de una campaña informativa para fomentar la seguridad e integridad de los ciudadanos en la ciudad de Latacunga ubicado al noroccidente de la Provincia de Cotopaxi* (Tesis de grado) Instituto Tecnológico Superior Cordillera. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Educación (2018). *Manual de Buenas Prácticas Ambientales para Instituciones Educativas*. Recuperado de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/Manual-BPA.pdf>
- Muñoz, M. (2011). *Residencia Estudiantil con materiales reciclables* (Tesis de grado). Universidad San Francisco de Quito, Ecuador.
- Organización Panamericana de la Salud. (2015). *Los desafíos de la urbanización para la salud deben abordarse con políticas intersectoriales intersectoriales, afirman expertos*. Recuperado de http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11493%3Aiii-foro-de-salud-urbana-de-las-americas&catid=740%3Apress-releases&Itemid=1926&lang=es.

Palacios, D. (2017). *Reciclaje y tratamiento de los residuos sólidos urbanos-industriales en Ecuador*. UDLA. Quito.

Rovira, E. (2007). *El residuo de aceite doméstico*. Recuperado de https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=ba6a0abd-65ce-42c5-a479-6b84c9611200&groupId=10128

Secretaría de Ambiente Municipio de Quito. (2014). *Estudio de la línea base sobre el uso y consumo de los detergentes biodegradables y aceites comestibles de uso comercial y doméstico con la finalidad de plantear posibles políticas para su regulación e incentivos*. Informe final. Recuperado de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/politicas-y-planeacion-ambiental/proyectos/aceites-y-detergentes>

Sotomora, G. (2012). *Diseño de una Campaña de comunicación social para la promoción del manejo alternativo de desechos sólidos, dirigidos a centros educativos en San Lucas Sacatepéquez* (Tesis de grado) Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Torres, M. (2012). *Diseño de una campaña comunicacional sobre la importancia del reciclaje como medida de cuidado medioambiental en la urbanización Pusuquí ciudad de Quito* (Tesis de grado) PUCE. Quito, Ecuador.

Unidad Patronato Municipal San José. (2018) *Noticias Usuarios del Patronato reciclan aceite usado de cocina*. Recuperado de <https://www.patronato.quito.gob.ec/noticias/532-usuarios-del-patronato-reciclan-aceite-usado-de-cocina.html>

Valencia, X. (2017). *Diseño de un sistema de recolección de aceite usado de cocina para el barrio Propicia #2* (Tesis de grado) Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Venegas, S. (2014). *Documental Sobre el Reciclaje en Quito* (Tesis de grado) UDLA. Quito, Ecuador.

Vásquez, J. (2013). *Gestión integral del aceite automotor reciclable en Cuenca* (Tesis maestría) Universidad de Cuenca, Ecuador.

Zavala, J. (2017). *Diseño de un Sistema de Gestión Ambiental, basado en la norma ISO 14001:2015, para una empresa productora de papel higiénico y servilletas* (Tesis de grado) Universidad de Guayaquil, Ecuador.

ANEXOS

ANEXO 1

Guion infografía

¿Sabías que puedes contaminar el planeta con el aceite de cocina que usas a diario?

¡Recicla!

¿Cómo?

Deja enfriar el aceite que ya no vas a usar

Viértelo usado un recipiente de plástico con la ayuda de un embudo

Una vez lleno, ciérralo bien

Llévalo a los puntos de acopio distribuidos en la ciudad, establecidos por la Secretaría de Ambiente y deposítalos ahí

¡Recuerda!

No lo botes por el desagüe

1 litro de aceite puede contaminar 1000 litros de agua

Si reciclas el aceite vegetal aportas con el cuidado del planeta

