



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

## KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS



# 6. COMUNICAR CON LA GENTE

COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

**Publicado por:**

Deutsche Gesellschaft für  
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la Sociedad  
Bonn y Eschborn, Alemania

Proyecto ACCIÓN Clima II  
CENTRO CAMBIO CLIMÁTICO  
Boulevard Dent, esquina Calle Ronda, casa blanca esquinera  
Barrio Dent, San Pedro, San José, Costa Rica  
+506 2528 5420  
info@giz.de  
www.giz.de

y la Fundación Costa Rica Estados Unidos de América para la  
Cooperación (CRUSA)  
Meridiano Business Center (Edificio Davivienda), 4to piso  
San Rafael de Escazú, San José, Costa Rica  
T +506 2246 5656  
E info@crusa.cr  
I www.crusa.cr

**Redacción:**

Giulia Clerici  
Carolina Rodríguez Esquivel

**Edición:**

Ann-Kathrin Schloenvoigt (GIZ), Alexia Quirós Rojas (GIZ), Luis Ortiz  
Jiménez (CRUSA), Gabriela López Salazar (CRUSA)

**Responsable:**

Sandra Spies (GIZ)

**Diseño:**

Paula Cruz

**Referencias a URL:**

Los contenidos de las páginas externas a las que se remite en la  
presente publicación son responsabilidad exclusiva del respectivo  
proveedor. La GIZ se distancia expresamente de estos contenidos.

**Por encargo de:**

Ministerio Federal de Medio Ambiente, Conservación de la Naturaleza  
y Seguridad Nuclear (BMU) de Alemania  
El proyecto ACCIÓN Clima II es financiado en el marco de la Iniciativa  
Climática Internacional (IKI) del BMU.

La GIZ es responsable del contenido de la presente publicación.

**San José, 2020**



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

# KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

# INTRODUCCIÓN

El proyecto “TRANSFORMA Residuos en Recursos”, es una Cooperación Técnica-Financiera entre la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ) y la Fundación de Costa Rica Estados Unidos de América para la Cooperación (CRUSA), cuyo objetivo es dinamizar el sector residuos a través del fortalecimiento de capacidades en las municipalidades, la articulación con el sector privado y la participación ciudadana.

Esta iniciativa se desarrolla en el marco del proyecto ACCIÓN Clima II, implementado por la GIZ por encargo del Ministerio Federal de Ambiente, Protección de la Naturaleza y Seguridad Nuclear (BMU) de Alemania en el marco de su Iniciativa Climática Internacional (IKI por sus siglas en alemán) conjunto con la Dirección de Cambio Climático del Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE). El objetivo del proyecto es apoyar al gobierno de Costa Rica en el desarrollo de capacidades y herramientas necesarias para lograr sus objetivos climáticos nacionales e internacionales y, en el largo plazo, un desarrollo bajo en emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Las actividades de la iniciativa fueron apoyadas por el Ministerio de Salud, el Ministerio de Ambiente y Energía, el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal y la Unión Nacional de Gobiernos Locales.

Este Kit de Herramientas de Comunicación en Gestión Integral de Residuos tiene como objetivo apoyar a las municipalidades en su labor de comunicación, sensibilización y llamado a la acción dirigida a la ciudadanía de sus cantones, ya que la participación ciudadana es un elemento fundamental e imprescindible de una gestión integral de residuos sólidos efectiva.

El contenido del Kit responde directamente a las necesidades identificadas mediante un proceso previo de consulta dirigido tanto a municipalidades como a expertos técnicos en la materia.

El Kit se conforma como una serie de guías que permiten a cada municipalidad desarrollar sus propias acciones de comunicación, de acuerdo con sus necesidades específicas. Se persigue la creación de capacidades, brindando herramientas conceptuales acompañadas de ejemplos concretos, referencias y enlaces a recursos útiles. El Kit contiene seis herramientas que pueden ser utilizadas por separado o de forma vinculada entre sí, según las necesidades y los intereses de cada municipalidad.





## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE INVOLUCRAR A LA CIUDADANÍA EN NUESTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN?

Hay por lo menos tres razones por las cuales es importante esforzarnos por encontrar formas diferentes de comunicar con los habitantes del cantón sobre el tema de la gestión de residuos sólidos.

1. En la gran mayoría de las municipalidades de Costa Rica, los **RECURSOS HUMANOS Y ECONÓMICOS** que se pueden destinar a la comunicación son **LIMITADOS**. Pocas municipalidades pueden contratar a una agencia publicitaria o a una empresa de comunicación externa para que desarrolle e implemente su estrategia de comunicación. En la mayoría de los casos, los funcionarios municipales, tanto del área de comunicación como del área de gestión ambiental, sufren de un recargo de tareas y no logran dar abasto a todas las necesidades comunicativas de la institución.
2. Vivimos en una época en la cual la exposición de las personas a contenidos comunicativos ha alcanzado dimensiones nunca antes vistas. Las personas tienen acceso a un sin fin de tecnologías y herramientas que les permiten no solamente consumir información, sino también crear y compartir sus propios contenidos. En este mar de imágenes, videos, posts y reposts, historias, mensajes, tweets y retweets que las personas ven, leen y escuchan cada día, es cada vez más difícil **CAPTURAR LA ATENCIÓN** de nuestro público, y llevarla hacia algo más que un simple "me gusta" ("like").

3. La comunicación en gestión de residuos sólidos tiene como fin **EDUCAR PARA EL CAMBIO**, provocar cambios de comportamientos y conductas a nivel individual, que a largo plazo puedan generar cambios culturales y sociales que puedan mantenerse en el tiempo. Estamos tratando de cambiar el estilo de vida de las personas, sus patrones y decisiones de consumo, sus prácticas diarias de generación y disposición de residuos y su sentido de corresponsabilidad en la solución de esta problemática.

Este panorama podría resultar desalentador. Sin embargo, existe un recurso gratuito, inagotable, sostenible, al alcance de la mano del gobierno local, que puede ayudarnos a solventar los problemas ante expuestos y hacer la diferencia en nuestras acciones de comunicación en gestión de residuos: la **PARTICIPACIÓN CIUDADANA**.



*Es necesario alinear la comunicación y el propio proceso de generación de soluciones, convocando a la sociedad a trabajar en conjunto, permitiendo que se apropie del problema y de las soluciones.*

ABRELPE, 2018.



# 5

## RECOMENDACIONES PARA INVOLUCRAR A LA CIUDADANÍA



FOTO: <https://www.pexels.com/photo/organic-sweet-apricots-in-cotton-sack-placed-on-table-4397921/>

## 1. RECUERDE QUE EL EJEMPLO ES LA MEJOR ENSEÑANZA

Una de las formas más efectivas de sensibilizar a la ciudadanía y hacer que los habitantes del cantón se sumen a las buenas prácticas en gestión de residuos, es demostrar que la propia municipalidad realiza un trabajo ejemplar en el tema. Esto implica por un lado un fuerte trabajo a lo interno, implementando acciones concretas como políticas de compras verdes, separación de residuos en su fuente o la prohibición del estereofón y el plástico de un solo uso en los diferentes espacios municipales. Por otro lado, implica ofrecer a la ciudadanía todos los servicios y recursos técnicos necesarios para poder disponer de la mejor forma de todos los tipos de residuos (por ejemplo, servicio de recolección de residuos valorizables, implementación de programas de compostaje familiar, escolar o comunitario).

## 2. MAPEE LOS ACTORES DEL CANTÓN

En cada cantón hay actores comprometidos con la buena gestión de residuos, así como actores que tienen acceso a recursos, conocimientos, plataformas (por ejemplo, educadores, asociaciones de desarrollo, empresarios, centros académicos, entre otros). Mapear los actores, sus acciones y su interés y capacidad para aportar es el primer paso para poder abrir canales de diálogo y buscar la articulación de esfuerzos.

## 3. RECONOZCA LAS INICIATIVAS POSITIVAS

Apoye las iniciativas puestas en marcha por otros actores del cantón, con visibilidad, respaldo institucional y de ser posible recursos para su crecimiento. Lo importante es trabajar hacia un objetivo común, no el protagonismo de la institución.

## 4. PROCURE TRANSMITIR UN MENSAJE CLARO Y POSITIVO

Al hablar de un reto en la gestión de residuos mencione también la conducta esperada, una “mejor manera” de hacer las cosas. Enfoque su comunicación sobre los conceptos de esfuerzo colectivo y responsabilidad compartida. Compartir nuestros propios retos nos hace humanos, y demuestra que esto es un esfuerzo colectivo: no se trata de los que lo hacen bien y los que lo hacen mal, todos aprendemos en el proceso.

## 5. BUSQUE LA PARTICIPACIÓN DIRECTA Y ACTIVA

Desarrolle acciones de comunicación en donde la ciudadanía pase de ser receptora de un mensaje a co-creadora del mismo. Aquí abajo le damos algunas sugerencias.





FOTO :<https://www.pexels.com/photo/magic-keyboard-1109543/>

## HERRAMIENTAS QUE PERMITEN INVOLUCRAR A LA CIUDADANÍA Y COMUNICAR DE FORMA INNOVADORA

- **COMUNIDADES DIGITALES:**

Son grupos temáticos que se pueden armar en plataformas distintas (por ejemplo, un grupo de Facebook) para conectar personas interesadas en un tema, difundir información y generar discusión entre los participantes.

[Comunidad digital del proyecto "Composta São Paulo".](#)

- **HACKATONES:**

Son maratones en las cuales grupos de actores de la sociedad civil desarrollan propuestas de proyectos y aplicaciones para dar solución a un determinado problema.

[Hackaton organizado por la Generalitat de Catalunya para mejorar la gestión de residuos.](#)

[E-Hackaton en agua, saneamiento e higiene en asentamientos informales de América Latina y el Caribe, organizado por el Banco Interamericano de Desarrollo \(BID\).](#)

- **VIDEO JUEGOS:**

Son herramientas muy útiles para capturar la atención de las generaciones más jóvenes. Por medio de un juego, se puede transmitir información y fomentar prácticas como el reciclaje o el compostaje familiar.

[Juego "Clean City" desarrollado por la Prefectura de Curitiba.](#)

- **APPS:**

Aplicaciones informáticas que pueden ser ejecutadas en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles.

[App Atenas Eco, desarrollada por la Municipalidad de Atenas en colaboración con estudiantes de la UTN.](#)

Apps desarrolladas por la Municipalidad de Belén y de Zarcero en colaboración con Aliarse y el Proyecto Transforma de la GIZ.

- **BIBLIOTECAS ABIERTAS:**

Son repositorios digitales libres donde las personas interesadas en conocer más sobre el tema de residuos pueden acceder a distintos contenidos (videos, textos, artículos, etc.).

[Biblioteca abierta sobre permacultura, bio-construcción y sustentabilidades.](#)

- **CURSOS EN LÍNEA:**

Espacios de capacitación y formación online.

[Iniciativa GIRs en línea de la Municipalidad de Heredia.](#)

- **INTERVENCIONES URBANAS:**

Son acciones de distintas naturalezas (flash-mobs, performances, carreras) que se desarrollan en el espacio público e invitan a las personas a apropiarse del espacio y participar activamente en una determinada actividad.

[Bottle Bank Arcade, una iniciativa de Volkswagen.](#)

[Carrera Ciudad Verde, organizada por la Ciudad de Buenos Aires.](#)

[Intervenciones de urbanismo táctico, desarrolladas por las Municipalidades de Desamparados, San José y Belén con el apoyo del proyecto MiTransporte de la GIZ.](#)



Se estimula la participación de la comunidad mediante un concurso, aprovechando el espacio para transmitir un determinado mensaje de sensibilización.

[Tu ciudad: tu lienzo. Convocatoria de intervención artística de buses eléctricos donados por el gobierno de Alemania al gobierno de Costa Rica.](#)

[La aventura de Gotita. Serie web animada producida por el AyA y PNUD, cuyos personajes fueron creados por medio de un concurso de dibujo entre niños y niñas.](#)



## IDEAS PARA ACCIONES EN REDES SOCIALES



FOTO: <https://www.pexels.com/es-es/foto/hombre-mujer-joven-mascara-3951625/>

Las redes sociales permiten involucrar a los usuarios en la creación de los contenidos, lo cual las convierte en herramientas muy valiosas para la comunicación con participación. Algunas ideas para desarrollar en redes:

**Organice un concurso de afiches sobre el tema del consumo responsable o el rechazo de plásticos de un solo uso.**

Realice una campaña en redes sociales convocando a artistas gráficos locales y nacionales a que elaboren un afiche sobre el tema y a la ciudadanía a votar el mejor afiche. Pida a las personas que entran a votar que utilicen el afiche favorito como foto de portada en su FB. El afiche más votado gana una compostera giratoria.

Ejemplo:



[Green New Deal Arts](#)

## ¿Necesita que información básica llegue a la mayor cantidad de personas posible?

Realice un post en Facebook donde se indique que “SE BUSCA LA OVEJA VERDE de la familia”. Las personas interesadas en convertirse en la Oveja Verde de su familia, grupo de amigos o vecindario, llena un formulario con información básica y se incluye en una base de datos de la municipalidad. Además, se les brindan una serie de íconos de ovejas verdes que puede utilizar como imagen en su Whatsapp. Cada Oveja Verde se comprometerá a replicar la información enviada, la cual puede estar relacionada con campañas de recolección de residuos especiales, cambios de horario o de rutas, consejos prácticos entre otras cosas.

## Realice una campaña en la que los consumidores hablen desde su propia experiencia

Brinde consejos útiles de cómo reducir la cantidad de residuos que generan en sus hogares. De esta forma, a través de fotografías o “historias”, pueden invitar a otros a sumarse al proceso.

Ejemplos:

*(Foto)* Cuando voy a comprar pollo asado llevo un recipiente reutilizable para no llevarme con el pollo una bolsa o empaque plástico.

*(Foto)* Así es como separo y entrego mis residuos valorizables.

*(Historia)* Mi abuelita me enseñó a hacer bolsas para el basurero con papel periódico.

## Organice una campaña basada en el concepto de la nostalgia como oportunidad para rescatar costumbres positivas.

Invite a los usuarios de sus redes a registrar por medio de fotos o videos historias de cómo hace muchos años se evitaba o reutilizaban: residuos.

*“En mi casa nunca se botaba nada”.*

*“...la decepción de abrir el tarro de Heladinos y encontrar frijoles congelados”.*

**Primer mundo descubre cómo los ticos empacamos los sándwich para llevar a la playa.**  
Próximamente, envases de mantequilla Numar como tupperware de comida

 **Curllp&Dye** @FUCKZOE · 1d

Beach Day sammich hack! Make the sammiches and then pack them back in the bread bag. No waste of plastic or paper 🙄

[Mostrar este hilo](#)





### Desarrolle una encuesta en línea

Necesitamos saber: **¿SOY UN CONSUMIDOR RESPONSABLE?**, de forma que a través de las mismas opciones del cuestionario se les motiva a los usuarios a cambiar algunos hábitos.

### Lance el reto: ¡Lleguémosle a limpiar la casa!

Consiste en eliminar poco a poco el plástico de un solo uso de cada habitación de la casa (baño – dormitorio – sala – oficina – cocina). Quien modera el grupo se presenta también como una persona más asumiendo el reto, y genera conversaciones que abren el espacio para que quienes se sumen al reto, puedan plantear opciones y alternativas.

Por ejemplo:

(baño): Si hay una cosa que me encanta es el olor del champú cuando me lavo el pelo. Es una lástima que vengan en botella plástica. **¿ALGUIEN PUEDE RECOMENDAR UNA OPCIÓN LIBRE DE PLÁSTICO? / ¿HAN PROBADO EL SHAMPOO Y ACONDICIONADOR EN BARRA?**

## BIBLIOGRAFÍA



Asociación Brasileña de Empresas de Limpieza Pública y Residuos Especiales - ABRELPE (2018), *Manual de comunicación y participación para la gestión de residuos sólidos*, Abrelpe y Climate & Clean Air Coalition.



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

# KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

FOTO: <https://pixabay.com/es/photos/de-residuos-la-contaminaci%C3%B3n-2647287/>

