



**Universidad de San Andrés**  
**Departamento de Humanidades**

**Magíster en Gestión de la Cultura**

***Desde el Sur***  
***El Arte Sana el Planeta***

**Autor: María Laura Basualdo**

**DNI: 16859271**

**Directora: Alejandrina D`Elia**

**Buenos Aires, septiembre 2022**

# Índice

Agradecimientos	4
Abstract	5
Introducción	6
Problemáticas actuales del medioambiente	6
La situación en Argentina	9
Opiniones y acciones de la sociedad	11
El rol de las redes sociales en la actualidad	19
El rol del arte frente a esta problemática en el mundo	25
Arte y Medioambiente en Argentina	31
Capítulo I: Conceptualización, diseño y descripción del proyecto	43
1.1.- Contexto	43
1.2. Fundamentación	43
1.4.- Etapas para el diseño y formulación del proyecto	49
Etapa 1: Conceptualización y diseño del proyecto.	49
1.4.1.- Objetivos, meta y relevancia de la propuesta	50
Proyecto: <i>Desde el Sur El Arte Sana el Planeta</i>	52
a.- El nombre del proyecto	52
b.- Características del proyecto	52
c.- Etapas del proyecto	52
d.- Modelo de curaduría	55
e.- Recursos accesibles	57
f.- Logo del proyecto y perfil de las publicaciones	61
g.- Prototipo de una publicación de la implementación del proyecto	64
h.- Descripción de la población beneficiaria	65
i.- Descripción de la localización geográfica y cobertura	66
j.- Calendario de ejecución del proyecto	66
k.- Definición del modelo de gestión y organización	67
Capítulo II: aspectos económicos del proyecto	69
Etapa 2: diseño y gestión de los aspectos económicos del proyecto	69
2.1.-Recursos materiales y técnicos	69
2.2. Gestión de recursos económicos y socios estratégicos	69

2.2.1.- Mapeo de socios estratégicos	69
Capítulo III: Comunicación del proyecto	73
Etapa 3: diseño y gestión de la comunicación del proyecto.	73
3.1.- Estrategia de comunicación del proyecto	73
3.2.- Estrategia de publicaciones	73
3.2.4.- Cronograma de publicaciones	75
Capítulo IV: Evaluación del proyecto	76
Etapa 4: evaluación del proyecto	76
4.1.- Objetivos y resultados esperados del proyecto	76
4.1.1.- Construcción de indicadores y fuentes de verificación	77
Capítulo V: Productos resultantes	78
Etapa 5: Productos resultantes	78
¿Cómo seguimos? Desafíos presentes y futuros.	79
Referencias bibliográficas	81
Imágenes	87
Videos	89
Anexo 1	91
Elaboración del presupuesto, flujo de fondos y plan de financiamiento	91
Presupuesto	91
Flujo de fondos y Plan de Financiamiento	92
Anexo 2	93
Modelo de permisos de difusión de imágenes	93
Anexo 3	94
Breve CV de la curadora y de la artista convocados para el prototipo	94

# Agradecimientos

En primer lugar, deseo expresar mi gratitud a la directora de esta tesis, Lic. Alejandrina D`Elia por su generosidad al aceptarme para realizar este proyecto bajo su dirección y por permitirme contar con su capacidad y experiencia en la profesión. Su constante disposición, dedicación, apoyo y respeto fueron fundamentales para la concreción de este trabajo.

A la Universidad de San Andrés, en particular a los directivos, docentes y personal no docente de la Maestría en Gestión de la Cultura que fueron partícipes esenciales de mi proceso de formación.

A la Esp. Jorgelina Girotti y la artista Antonia Guzmán quienes desde un primer momento aceptaron participar desinteresadamente en el proyecto.

Especial mención merecen las personas cuya colaboración y asesoría resultó ineludible para la consecución de este trabajo: la Mg. Manuela de Vedia; la Lic. María Rush y Sol Marcantonio. A todas ellas gracias por la invaluable contribución con sus conocimientos y activa participación en el desarrollo de este trabajo.

A mi familia por su constante apoyo, inspiración y enorme paciencia. Sin ellos, llegar a esta instancia hubiera sido imposible.

Finalmente, gracias a todos los que de alguna manera intervinieron para que esta tesis hoy sea una realidad.

# Abstract

*Desde el Sur el Arte Sana el Planeta* es un proyecto de arte y medioambiente promovido desde Argentina que, a través de las redes sociales, propone incentivar la participación ciudadana a gran escala para debatir y proponer nuevas ideas sobre el comportamiento humano y su interacción con la naturaleza. Su meta es promover la participación del público de distintos perfiles y edades con una mirada inclusiva, con el objetivo de producir materiales que den cuenta de las propuestas surgidas para instalar el tema en la agenda pública.

El centro del proyecto es el diseño de una campaña en redes sociales conformada por publicaciones, en las que colaborarán curadores argentinos, nominados por sus pares, quienes seleccionarán obras de artistas (que trabajan con la temática del medioambiente) de todo el país, que sirva además como generadora de otros productos derivados para abordar desde otras perspectivas el tema central de la tesis.



Universidad de  
San Andrés

# Introducción

## Problemáticas actuales del medioambiente

Inundaciones, sequías, huracanes, incendios...el planeta parece colapsar. Actualmente, científicos de todo el planeta intentan descifrar el problema que plantea el calentamiento global originado por el cambio climático. Investigadores específicos del tema, estudiosos y referentes de múltiples disciplinas y ámbitos<sup>1</sup> buscan determinar sus causas y la manera en que se puede resolver la cuestión. Este fenómeno está ocasionado por el incremento de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) como resultado directo de las actividades humanas. La consideración de esta realidad ha llevado a muchos científicos a afirmar que la humanidad está viviendo una nueva era geológica denominada **Antropoceno**<sup>2</sup>, la "Edad de los Humanos", que implica que la Tierra está cambiando aceleradamente por la actividad humana (Plitt, 2016) y que da por terminada la que conocíamos hasta ahora como el Holoceno que se inició hace 11.700 años. Sobre este punto, la Dra. Maristella Svampa, socióloga, escritora e investigadora y el abogado Enrique Viale en el libro *El colapso económico ya llegó* (2021), afirman que “el ingreso a esta nueva era geológica instala la idea de que hemos transpuesto un umbral peligroso cuyas manifestaciones más evidentes son el calentamiento global y sus consecuencias sobre la crisis climática (...) El concepto de Antropoceno pronto se trasladó al campo de las ciencias de la Tierra, como también al de las ciencias sociales y humanas e incluso al ámbito artístico, por lo cual devino una suerte de “categoría síntesis”, esto es, un punto de convergencia para geólogos, ecólogos,

---

<sup>1</sup> A modo de ejemplo, citamos la encíclica "Laudato Si"(2015) -"Alabado seas" en latín-, la primera del Papa Francisco sobre clima y medio ambiente. Allí define el tema como un imperativo moral para la iglesia católica y para la humanidad toda y afirma que hay un “consenso científico muy sólido” sobre el calentamiento climático mayormente causado por “las actividades humanas”. También insta a unir fuerzas en la lucha contra el cambio climático para proteger a las poblaciones más vulnerables del planeta.

<sup>2</sup> El concepto de Antropoceno (del griego "anthropos", por humano, y "cene", nuevo o reciente) fue utilizado por primera vez por el holandés y premio Nobel de química Paul Crutzen en el año 2000. Su punto era que el nombre de la época geológica actual debería reflejar el impacto del hombre sobre la Tierra. Esta nueva era podría tener varios puntos de partida: la revolución industrial que se inició en Inglaterra a mediados del siglo XVIII; la aparición de los radioisótopos -isótopos radioactivos-, producto de las bombas atómicas de los años 40 y 50 o el inicio de la agricultura. Si bien este no es el primer cambio climático de estas características que afronta la humanidad, sí es el primero provocado por la actividad humana.

climatólogos, historiadores, filósofos, artistas y críticos de arte” (p. 24). Sobre el tema, Graciela Speranza (crítica, narradora y guionista de cine) afirma que “el Antropoceno dejó de ser una discusión entre geólogos para convertirse en un concepto filosófico, antropológico, un mensaje de urgencia moral y política” (García, 2022, párr.24).

El medioambiente se convirtió en una cuestión de importancia internacional en 1972, cuando se celebró en Estocolmo la **Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano**. Ya en esa instancia se puso de manifiesto “una relación más estrecha entre los impactos del desarrollo económico y el medio humano” y que “el poder transformador del ser humano sobre la naturaleza podría generar daños al medio humano” (Svampa y Viale, 2021, p. 31). Hoy, como destacan estos autores, “ya nadie puede poner en duda el origen antrópico del cambio climático ni sus consecuencias sobre la vida en el planeta. Lo único que puede haber son desacuerdos acerca del horizonte temporal, puesto que la velocidad o el ritmo de estos cambios no se pueden prever del todo” (Svampa y Viale, 2021, p. 51).

Cuando la ONU creó la **Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo** en 1983, se hizo evidente que la protección del medio ambiente iba a convertirse en una cuestión de supervivencia para todos (Cumbre de la tierra +5, 1997). Pero fue la conferencia conocida como **Cumbre para la Tierra** que se celebró en Río de Janeiro del 3 al 14 de junio de 1992, un momento decisivo en las negociaciones internacionales sobre las cuestiones del medio ambiente y el desarrollo. Este evento marcó un hito al plantear un programa extenso y un plan nuevo para la acción internacional en estos temas que ayudarían a ordenar la cooperación entre las naciones y el impulso de programas en el próximo siglo (Cumbre de Johannesburgo, 2002).

En 1995, el **Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático** (IPCC por sus siglas en inglés) también concluyó que las actividades del hombre afectan el clima global<sup>3</sup>. Es importante destacar que, a pesar de la evidencia que confirma la incidencia de

---

<sup>3</sup> Son muchos los informes que alertan sobre la problemática medioambiental y del cambio climático y de la injerencia del hombre en el tema. A modo de ejemplo mencionamos que, en agosto del 2021, expertos de Naciones Unidas publicaron un informe, calificado como código rojo para la humanidad, que recalca que no existe ninguna duda de que la humanidad calentó la atmósfera, el océano y la tierra y que esto trae riesgos

las actividades humanas en la cuestión ambiental, desde el 2000 también aumentaron las manifestaciones de distinta índole que niegan la problemática ambiental y el calentamiento global con el impacto ambiental produciendo daños incalculables (Svampa y Viale, 2021).

También, con el propósito de desarrollar correlaciones en sus actividades sobre cuestiones de interés mutuo relacionadas al medioambiente, el 21 de marzo de 1994 entró en vigor la **Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático** que alcanza actualmente una membresía casi universal. La **Conferencia de las Partes (COP)**<sup>4</sup> “es el órgano supremo de toma de decisiones de la Convención. Todos los Estados que son Partes en la Convención están representados en la COP, en la que examinan la aplicación de la Convención y de cualquier otro instrumento jurídico que la COP adopte y toman las decisiones necesarias para promover su aplicación, incluidos los arreglos institucionales y administrativos” (ONU Climate Change, párr. 1). Desde 1995 se realizaron veintiséis COP<sup>5</sup> con el objetivo de propiciar la estabilización de las concentraciones de gases de efecto invernadero (GEI) en la atmósfera. Señalamos que en la COP va en aumento la participación de la sociedad civil que se manifiesta en un amplio espectro de movimientos ecologistas y ONG ambientalistas de proyección internacional (Svampa y Viale, 2021).

Universidad de  
**San Andrés**

---

de desastres sin precedentes y que, de no mediar cambios drásticos, la vida en la Tierra se verá irremediablemente transformada en menos de 30 años. También, a menos de tres meses de la cumbre del clima COP 26 en Glasgow, Reino Unido, el Panel Intergubernamental del Cambio Climático (IPCC) responsabilizó al ser humano por estas alteraciones y advirtió que no hay otra opción que reducir drásticamente las emisiones de gases de efecto invernadero; un informe realizado por investigadores del Instituto de Medio Ambiente y Seguridad Humana de la Universidad de las Naciones Unidas titulado “Riesgos de Desastres Interconectados 2020/2021”, señaló causas similares en los desastres acumulados en esos dos años. El descuido ambiental, la priorización de los beneficios económicos, la falta de cooperación internacional y un inadecuado análisis de los riesgos parecen ser esos denominadores comunes. Mencionamos también el artículo *Call for emergency action to limit global temperature increases, restore biodiversity, and protect health* publicado en el 2021 por 220 revistas médicas advirtiendo sobre los devastadores efectos que tendrá el cambio climático en la salud, entre muchos otros.

<sup>4</sup> La COP se reúne cada año, a menos que las Partes decidan lo contrario. La primera reunión de la COP se celebró en Berlín, Alemania, en marzo de 1995.

<sup>5</sup> La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 26), organizada por el Reino Unido en colaboración con Italia, se realizó del 31 de octubre al 12 de noviembre de 2021 en el Scottish Event Campus (SEC) de Glasgow (Reino Unido). La COP 27<sup>a</sup> se llevará a cabo del 6 al 18 de noviembre de 2022 en Sharm El Sheikh, Egipto.



Frente a la realidad y la urgencia que develan los múltiples informes sobre el tema, se plantean desde distintos sectores, un conjunto de medidas políticas que, bajo la denominación de **Green New Deal**<sup>6</sup>, impulsan a abordar el calentamiento global y sus consecuencias. Estas acciones en general se orientan a “apostar a las energías renovables, los medios de transporte limpios, a adaptar la industria, la agricultura y la producción a los nuevos estándares de consumo, a ampliar y mejorar las infraestructuras y expandir los bosques, entre otras”<sup>7</sup> (Svampa y Viale, 2021, p 55).

## **La situación en Argentina**

La crisis climática global y sus consecuencias son hoy una de las grandes preocupaciones de la población mundial y sus gobiernos. Específicamente, la República Argentina asumió compromisos ante la comunidad internacional ratificados con la firma del **Acuerdo de París**<sup>8</sup> en 2015, y mediante la Ley 27270 promulgada en septiembre de 2016. Estas obligaciones entraron en vigencia en noviembre de 2016 y comprometen al país a presentar sus **Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional (NDC)**, que son las metas, las políticas y las estrategias que se propone llevar a cabo para lograr el objetivo de reducir las emisiones hacia el 2050 (<https://www.argentina.gob.ar/>).

El país cuenta, a nivel nacional<sup>9</sup>, con el **Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible** que es “el rector de la gestión del ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado

---

<sup>6</sup> El Green New Deal, popularizado por la diputada demócrata Alexandria Ocasio Cortez en los EEUU, tiene varias versiones. Se hace eco del New Deal, los programas sociales y económicos iniciados por el presidente de los Estados Unidos Franklin D. Roosevelt a raíz del Crac del 29 y en el inicio de la Gran Depresión.

<sup>7</sup> En nuestro país Maristella Svampa y Enrique Viale proponen un Gran Pacto Ecosocial y Económico con cinco puntos fundamentales para encontrar una salida alternativa a esta crisis que son: un Ingreso Universal Ciudadano, una reforma tributaria progresiva, la suspensión del pago de la Deuda Externa, un Sistema Nacional de Cuidados y una apuesta seria y radical a la transición socio ecológica, además de potenciar la Agroecología, el replanteo de la vida en las grandes ciudades y el reconocimiento legal de los Derechos de la Naturaleza. Además, cabe destacar que el colapso provocado por la pandemia desatada en el 2020 abrió un portal para discutir el futuro en Argentina y en el mundo.

<sup>8</sup> Por este acuerdo, las Partes de la Convención Marco de la Naciones Unidas sobre el Cambio Climático se comprometieron a realizar acciones en materia de energía, industria, transporte y planificación urbana para disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero y promover la resiliencia al clima y, así, evitar el aumento de la temperatura global por encima de 1,5 °C.

<sup>9</sup> También el gobierno de CABA cuenta con la Secretaría de Medio Ambiente al igual que la mayoría de los gobiernos provinciales.

de orientar y regular el ordenamiento ambiental del territorio y de definir las políticas y regulaciones a las que se sujetan la recuperación, conservación, protección” (Decreto 3570/2011). Este órgano informa que:

“En diciembre de 2020 nuestro país realizó la segunda presentación de NDC, en la que ratificó su compromiso de limitar la producción de gases de efecto invernadero, evitando exceder la contribución neta de 359 millones de toneladas de carbono para el 2030, lo que equivale a una disminución total de 19% de las emisiones con respecto al 2007 y un 26% menos que la presentación NDC anterior. Asimismo, actualmente Argentina está elaborando la “Estrategia a Largo Plazo a 2050” y el “Plan Nacional de Adaptación”, de acuerdo con lo señalado en la Ley 27.520, que estipula el presupuesto para el establecimiento de las medidas y estrategias necesarias para mitigar y reducir los gases de efecto invernadero en el país y proteger a la población y a los sistemas naturales de los efectos adversos del cambio climático. En esta línea, Argentina prometió, en el término de 10 años, llevar adelante una transición energética con el fin de fomentar la eficiencia energética, las energías renovables y la generación distribuida, usando como combustible de transición el gas natural. Por otro lado, para ese periodo, se comprometió a poner en funcionamiento nuevas centrales nucleares e hidroeléctricas y desarrollar la cadena productiva del hidrógeno. También, buscará promover los sistemas de transporte sostenible, fomentando el uso del gas natural, el hidrógeno, la electricidad y los biocombustibles. Con respecto a las actividades como la agricultura y la ganadería, proponen incrementar los rendimientos con la utilización de nuevas tecnologías basadas en la economía del conocimiento y la diversificación de los sistemas y prácticas productivas sin tener que aumentar la expansión de la tierra cultivada. En tanto, en el sector industrial y de servicios se implementará un cambio estructural para la producción sostenible, trabajando en conjunto con el sector privado. A su vez, con el objetivo de lograr una transición hacia una industria y transporte sostenible y baja en carbono, se fomentarán políticas de apoyo a las Pymes y cooperativas y otros sectores estratégicos, como los proveedores de energías renovables, minería, equipamiento médico, industria naval, ferroviaria, automotriz, biotecnología y movilidad sostenible, entre otros”<sup>10</sup> (Pontoriero, 2021, párr. 4 a 11).

---

<sup>10</sup> Cabe destacar que el 25 de junio de 2022, Argentina alcanzó lo que se conoce como “default ambiental”, es decir que a partir de ese momento todo lo que se consume queda en el “debe” de la cuenta de los recursos naturales que se utilizan en el país en el año. El resto del mundo lo hizo un mes después, lo que implica que estamos usando un 75% más de recursos naturales de lo que los ecosistemas de nuestro planeta pueden regenerar en un año. Este indicador desarrollado por la Global Footprint Network (GFN, Red Global de la Huella Ecológica), busca generar conciencia y actúa como indicador global de la velocidad en la que estamos “consumiendo el planeta”. La fecha del calendario no es fija, sino que se modifica año a año, basada en el

Mencionamos como ejemplo propuestas puntuales en esta dirección como el **Plan Federal de Erradicación de Basurales a Cielo Abierto**, que tiene como propósito cerrar los basurales y abrir centros socio ambientales que permitan un tratamiento diferenciado de los residuos o el programa **Modelos de negocios sostenibles para la producción de biogás a partir de residuos sólidos urbanos orgánicos** para financiar distintas iniciativas que surjan con el fin de aprovechar los residuos y generar energías renovables, entre otras.(Pontoriero, 2021).

Con respecto a la reglamentación sobre el tema, a nivel nacional<sup>11</sup> el país cuenta con la **Ley General del Ambiente**<sup>12</sup> además de treinta y tres leyes<sup>13</sup> que enmarcan asuntos puntuales en relación al tema (senado.gov.ar). La última ley promulgada es la N° 27621/2021 que implementa la **Educación Ambiental Integral**<sup>14</sup> (EAI) en todo el país.

Por otra parte, son muchas las organizaciones públicas y de la sociedad civil que desde hace años realizan acciones dirigidas a conservar la naturaleza, promover el uso sustentable de los recursos naturales y asumir una conducta responsable en relación con un contexto de cambio climático. La **Fundación Vida Silvestre, Amartya, Banco de Bosques, Cascos Verdes, Fundación Equidad, Eco House y CeSus** son algunas de ellas ([www.buenosaires.gob.ar](http://www.buenosaires.gob.ar)).

## **Opiniones y acciones de la sociedad**

Para un buen abordaje de este proyecto es necesario analizar el **interés, nivel de conocimiento e involucramiento de la sociedad en el tema del calentamiento global**. Para ello consideraremos datos reflejados por diversas encuestas de destacadas consultoras

---

consumo y uso que la humanidad realiza de los bienes y servicios naturales y la capacidad de respuesta que tienen los ecosistemas para reponer esos recursos.

<sup>11</sup> A su vez, cada provincia tiene sus propias leyes que reglamentan diferentes aspectos que atañen al tema.

<sup>12</sup> Sancionada el 6 de noviembre de 2002 y promulgada el 27 de noviembre del mismo año. Tiene el propósito principal de brindar presupuestos mínimos para la gestión del ambiente.

<sup>13</sup> Ejemplo: la Ley 25.612 de Residuos Industriales; Ley 25.670 de Gestión de PCB; Ley 25.688 de Gestión de Aguas; Ley 25.831 de Información Ambiental; Ley 25.916 de Gestión de Residuos Domiciliarios; Ley 26.331 de Protección Ambiental de los Bosques Nativos entre otras.

<sup>14</sup> Según lo define la ley, Educación Ambiental Integral (EAI) es el “proceso educativo permanente con contenidos temáticos específicos y transversales, que tiene como propósito general la formación de una conciencia ambiental, a la que articulan e impulsan procesos educativos integrales orientados a la construcción de una racionalidad, en la cual distintos conocimientos, saberes, valores y prácticas confluyen y aporten a la formación ciudadana y al ejercicio del derecho a un ambiente sano, digno y diverso”.

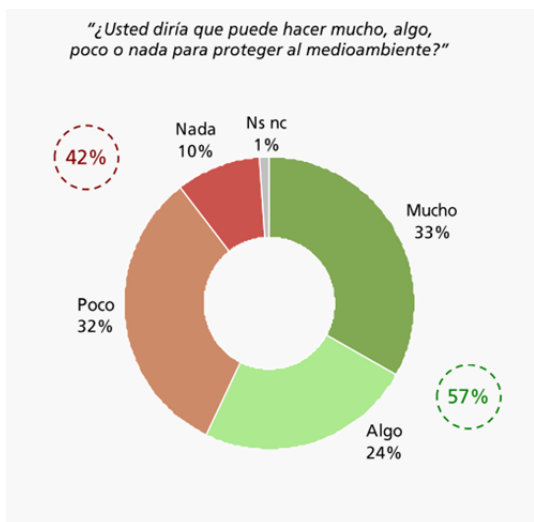
privadas y equipos de universidades públicas que relevan y miden varios temas con muestras considerables de entrevistados y que se tornan insumos vitales para entender qué piensa la sociedad sobre la problemática.

En ese sentido, realizada por la **División Energía, Recursos Naturales y Medio Ambiente de Poliarquía Consultores y la Fundación Vida Silvestre** se presentó el **3 de junio de 2014 la 1° Encuesta Nacional Ambiental**<sup>15</sup>. El trabajo, que se llevó a cabo en forma telefónica, estuvo dirigido a “personas mayores de 18 años de edad, residentes en el territorio argentino, en hogares particulares con teléfono, en centros urbanos de más de 10000 habitantes” (poliarquía.com, 2021). Con una muestra de 800 casos, la investigación arrojó datos significativos entre los que destacamos algunos puntos:

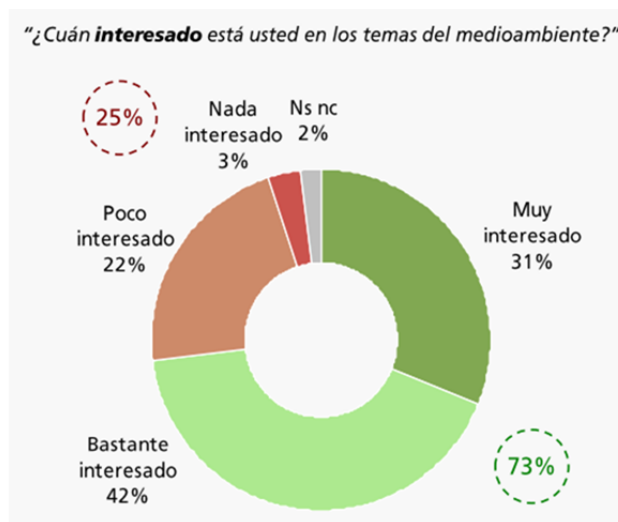
- El 73% de los encuestados reconoció estar muy o bastante interesado en el medio ambiente.
- El 81% consideró que el cambio climático es causado por los hombres y no por los ciclos naturales (15%).
- El 84% consideró que en nuestro país los recursos naturales se utilizan "sin tener en cuenta el futuro".
- Para el 63% la situación ambiental en los últimos cinco años empeoró o sigue igual (25%) y solo un 10% cree que mejoró.

---

<sup>15</sup> Situación ambiental de la Argentina,  
[http://awsassets.wwfar.panda.org/downloads/graficos\\_para\\_gacetilla.pdf](http://awsassets.wwfar.panda.org/downloads/graficos_para_gacetilla.pdf).



Encuesta **La situación ambiental de la Argentina**. Poliarquía Consultares y Vida Silvestre



Encuesta **La situación ambiental de la Argentina**. Poliarquía Consultares y Vida Silvestre

Con respecto a las acciones que pueden ayudar a cuidar el medio ambiente las respuestas fueron:

- Mayor educación para la población (53%).
- Mayores controles (39%).
- Más responsabilidad por parte de las empresas (31%).
- Leyes más estrictas (27%).
- El 27% consideró que de diferentes formas participó en alguna acción para cuidar el medioambiente.

Como síntesis de la lectura de esta encuesta, Diego Moreno (Director General de Vida Silvestre al momento de su presentación) afirmó que "lo que se desprende de estos indicadores es que estamos viviendo un cambio cultural en la valoración del medio ambiente y un reconocimiento de que podemos hacer mucho para aportar a una solución a los problemas ambientales" (Poliarquía, 2014).

Más tarde, **en abril de 2016, la Universidad Nacional de Tres de Febrero** presentó el **Estudio de Opinión Pública en el Área Metropolitana de Buenos Aires** realizado por el

**Centro de Investigaciones en Estadística Aplicada (CINEA)**<sup>16</sup> que midió la opinión del público sobre el tema. La población bajo estudio estuvo conformada por personas de 16 años o más; se realizó en forma telefónica y el tamaño de la muestra fue de 885 casos.

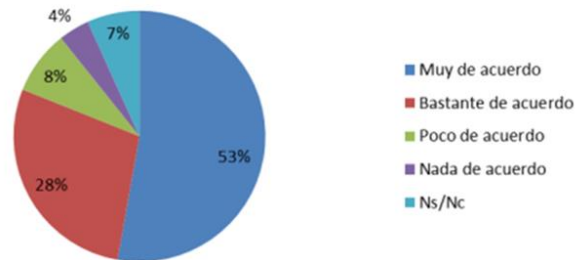
A continuación, transcribimos algunos resultados que, si bien aportan datos parciales ya que circunscriben a una zona reducida, son relevantes como marco para la formulación del proyecto.

- El 86% de los encuestados declaró estar bastante o muy preocupado por el cuidado del medioambiente, siendo las personas con educación terciaria y/o universitaria quienes mayor preocupación demuestran (91%).
- 8 de cada 10 personas consideraron correcta la afirmación que indica que el cambio climático afectará directamente la vida de la población dado su impacto sobre las sociedades, economías y la naturaleza.
- 2 de cada 3 encuestados consideraron que los responsables de la contaminación ambiental somos todos, es decir, individuos, gobiernos y empresas en su conjunto que hemos contribuido en distinta medida a la degradación del medio ambiente
- La implementación de medidas ecológicas que –a su vez- permiten el ahorro energético o la reducción de los costos de los productos en el corto o mediano plazo fueron mayormente incorporadas por los hogares, en contraposición a aquellas acciones que demandan tiempo, esfuerzo o determinación en las decisiones de compra.
- Un 52% no estuvo dispuesto a pagar precios más altos por productos que no contaminen lo cual confirma el hecho de que las prácticas ecológicas son inhibidas muchas veces por el hecho de que no son percibidas como económicas para el presupuesto familiar. (Estudio de opinión pública en Área Metropolitana de Buenos Aires, 2016)

---

<sup>16</sup> Día de la Tierra. Estudio de opinión pública en Área Metropolitana de Buenos Aires, [http://untref.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/04/Dossier\\_Encuesta\\_Dia\\_de\\_la\\_Tierra\\_CINEA.pdf](http://untref.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/04/Dossier_Encuesta_Dia_de_la_Tierra_CINEA.pdf).

### Acuerdo con que el cambio climático afectará directamente la vida de las personas



Día de la Tierra. Estudio de opinión pública en el Área Metropolitana de Buenos Aires. UNTREF.

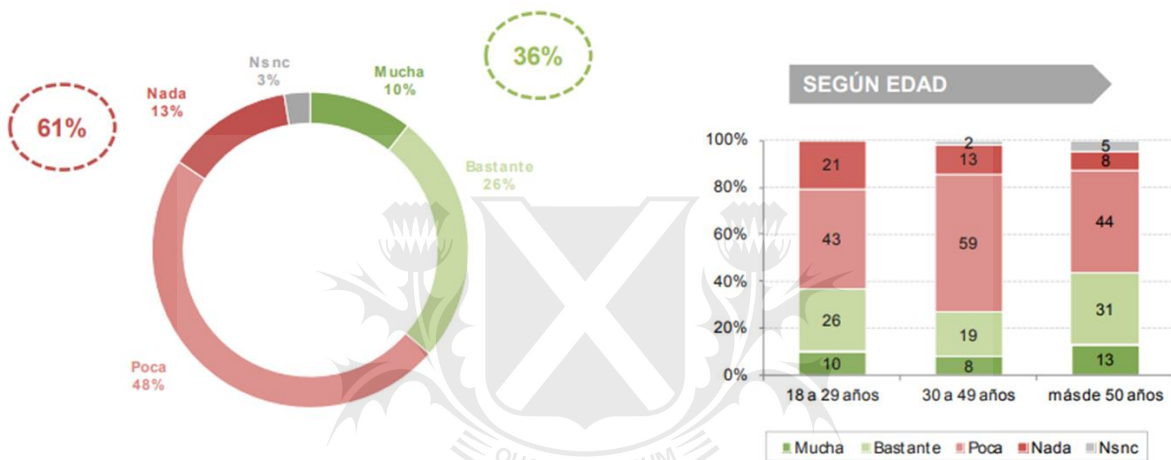
Datos más actuales ofrece la encuesta realizada por Poliarquía para Periodistas por el Planeta presentada en julio del 2020<sup>17</sup>. El sondeo fue realizado a 10 mil personas entre el 14 y el 20 de mayo. Los índices que arroja son reveladores:

- Un 43% de los encuestados respondió que el cambio climático es una amenaza mayor que la pandemia que marcó el 2020.
- El 34% indicó que el cambio climático representa el mismo nivel de peligrosidad que la enfermedad.
- Un 70% dijo estar “muy preocupado” por la perspectiva de que la temperatura promedio planetaria suba a 3 grados a fin de siglo.
- El 61% de los encuestados consideró que se hace “poco” o “nada” para detener el calentamiento de la atmósfera.
- Casi el 70% de quienes tenían más de 30 años entendían que hay alguna o mucha relación entre la salud del planeta y la salud humana (para la población de hasta 30 años, esa percepción se disparó por encima del 82%).
- Para el 80%, la alteración del clima impactará negativamente en las actividades en el futuro.

<sup>17</sup> Encuesta Clima y Pandemia, <https://uploads.strikinglycdn.com/files/b9ff96c4-3644-4314-8f2b-d147ab102a3a/Encuesta-ClimayPandemia.pdf>.

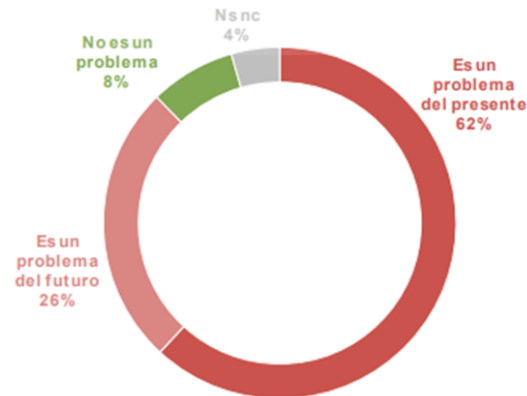
- Un 72% respondió que existe una correlación directa entre el bienestar y la salud de las personas con la integridad física del planeta que habitamos.
- El 52% respondió que cree que la sociedad deberá cambiar sus conductas después de la pandemia. (infobae.com, 2020)

*"¿Usted diría que hay mucha, bastante, poca o nada de información sobre el cambio climático?"*



Encuesta de opinión pública: Percepción de problemas ambientales. Cambio climático y Coronavirus. Poliarquía Consultores.

*"¿Para usted, el cambio climático es un problema del presente, es un problema del futuro o no es un problema?"*



Encuesta de opinión pública: Percepción de problemas ambientales. Cambio climático y Coronavirus. Poliarquía Consultores.



La información revelada por estas encuestas demuestra el alto índice de preocupación de la población por el tema y que las acciones llevadas a cabo en línea con la concientización son efectivas, pero también evidencian la necesidad de ir más allá en la búsqueda de soluciones al problema.

En otro orden, Svampa y Viale (2021) mencionan que:

“Las luchas eco territoriales tienen una larga trayectoria y utilizan un nuevo lenguaje de derechos que ya no puede ser ignorado ni minimizado. Hay que contemplar la velocidad de los cambios políticos actuales, que irónicamente parecen emular el ritmo acelerado y abrupto del cambio climático. Estamos ingresando a tiempos extraordinarios, en los que confluyen la liberación cognitiva de las multitudes, la conciencia del daño ambiental y la aceleración de los procesos político-sociales” (p. 17).

En consonancia con esta afirmación, es destacable la irrupción relativamente nueva de la juventud en la lucha socio ambiental y climática<sup>18</sup>. La emergencia de este actor marca un punto de inflexión ya que exige cambios radicales en las políticas públicas a las elites globales y locales y propone combatir el escepticismo cultural<sup>19</sup> y la desinformación reinante en amplios sectores de la sociedad. Estos jóvenes integran un gran número de agrupaciones que se replican en nuestro país compartiendo el espacio con movimientos análogos locales<sup>20</sup>. Por ejemplo, en consonancia con **Fridays for Future**<sup>21</sup> surgió, de la

---

<sup>18</sup> En 2018, la adolescente sueca Greta Thunberg, lanzó “las Huelgas por el Clima”, a las que adhirieron miles de jóvenes de todo el mundo. Posteriormente, en la marcha por el clima del 15 de marzo de 2019, centenares de miles de jóvenes en más de 71 países y 1200 ciudades alrededor del mundo faltaron a clase y salieron a las calles con un pedido: que sus gobiernos tomen acciones inmediatas contra el cambio climático. Pero cada país tiene sus propios pioneros del ambientalismo. En la Argentina, Entre los ´70 y los ´80 se incrementó la cantidad de grupos ambientalistas que se conformaron con una tendencia a la institucionalización. Como pionero en el abordaje del tema, en nuestro país destacamos a Miguel Grinberg, creador de la revista Mutantia (1980-1987), que se proponía como una herramienta de exploración de aquellos universos donde se desarrollaban cambios fundamentales como los vinculados a la ecología. Entre los ´70 y los ´80 se incrementó la cantidad de grupos ambientalistas que se conformaron con una tendencia a la institucionalización.

<sup>19</sup> La postura del escepticismo climático niega la evidencia científica y fáctica acerca de lo que está ocurriendo en el planeta por causa del accionar del hombre desde la primera revolución industrial. Países como Brasil o Estados Unidos adhieren a esta idea.

<sup>20</sup> La primera marcha Internacional por la Crisis Climática se realizó el 15 de marzo de 2019.

<sup>21</sup> “Fridays For Future” nació como un movimiento estudiantil en Suecia en agosto del 2018, después de que la adolescente Greta Thunberg, de 15 años, se declarara en huelga escolar por el clima frente al parlamento sueco. Las huelgas estudiantiles de niñas, niños y jóvenes cada viernes buscan exigir a los gobiernos que tomen acciones concretas para frenar el avance de la crisis climática y mitigar sus efectos en las poblaciones más

inspiración de egresados de la Escuela Técnica ORT (CABA), el colectivo **Jóvenes por el Clima Argentina**. Se sumaron otras iniciativas locales como **Extinción o Rebelión** y **Alianza por el Clima** (Svampa y Viale, 2021). Desde el 2018 estos grupos (nacionales e internacionales) realizaron múltiples convocatorias. La última, motivada por organizaciones ambientales juveniles de todo el mundo, se llevó a cabo el 25 de marzo de 2022 y fue la novena **Huelga por el Clima**<sup>22</sup> en donde exigieron a los líderes mundiales acciones concretas para revertir el calentamiento global.

Es interesante considerar los medios que utilizan estas organizaciones para manifestarse. Además de las movilizaciones, **las redes sociales** se han convertido en una excelente herramienta para dar a conocer ideas, transmitir conocimiento y establecer debates, además de destacarse por la facilidad y masividad en su empleo. Ejemplo de ello es el caso de **#EA26**<sup>23</sup> y el uso de la red social Twitter para encuentros virtuales que ponen en valor a la Educación Ambiental como herramienta para frenar la crisis ambiental y alcanzar la transición ecológica (Calvo, Ferreras y Rodríguez-Cano, 2020).



---

vulnerables. En el país, el movimiento empezó con una activista que comenzó a manifestarse sola los viernes en Plaza de Mayo a la que se sumaron personas de diversas edades y con diversos intereses.

<sup>22</sup> En Argentina, los reclamos se unificaron en tres puntos: la sanción de una **#LeyDeHumedalesYA**, la correcta implementación del Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, la Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe y un plan de acción y financiamiento para la adaptación al Cambio Climático en los países más vulnerables.

<sup>23</sup> El colectivo **#EA26** toma como referencia el Libro Blanco de la Educación Ambiental de España que entiende la Educación Ambiental en un sentido amplio: incluye la sensibilización, comunicación, participación y la propia educación ambiental desde las redes sociales. Se trata de una idea, en construcción permanente, que cuenta con el aporte de los educadores y educadoras ambientales. Propone, desde 2014, que el día 26 de cada mes, entre las 18 y las 19 horas, las personas interesadas en la educación ambiental se encuentren para compartir reflexiones, experiencias, proyectos de futuro relacionados con el tema. Se ha consolidado como un referente para la Educación Ambiental en las redes sociales.



Huelga Mundial por el Clima 24S. ambito.com

## El rol de las redes sociales en la actualidad

Resulta pertinente para este trabajo realizar un análisis de **las redes sociales** y su desarrollo dado que serán **los medios** para el diseño de la campaña de este proyecto y **el canal** para tener alta participación de la comunidad. En los últimos años su crecimiento fue exponencial y de enorme éxito. Plataformas como Facebook, Twitter, LinkedIn, Tumblr, YouTube o Flickr abren muy interesantes posibilidades en cualquier campo. Con ellas es más fácil encontrar, conectar, reagrupar o movilizar a usuarios interesados en un campo específico; se convierten también en una plataforma para todas aquellas iniciativas que pretenden concientizar a los individuos. Pero lo más importante es que favorecen **una comunicación bidireccional**: el usuario tiene tanta voz como cualquier otro y puede protestar, actuar, opinar y pedir al mismo nivel que otros lo hacen (Cómo usar las redes sociales para actuar en medio ambiente. (GT-7), 2010).

Dada la relevancia del tema para el proyecto, destacamos a continuación datos que surgen del **Informe Digital Global**<sup>24</sup>, el reporte anual realizado por **We Are Social** (agencia creativa

---

<sup>24</sup> Informe Digital Global, (<https://datareportal.com/digital-in-argentina>).

especializada en producciones centradas en lo social) y **Hootsuite** (líder mundial en gestión de redes sociales) sobre las redes sociales y tendencias digitales para Argentina en los años 2021 y 2022. Consideraremos como temas principales **el comportamiento de los usuarios en redes sociales y sus preferencias.**

### **Comportamiento de usuarios de redes sociales en el 2021**

#### **En relación a la composición por género, edad y localización**

- El 79,3% de la población (36 millones de personas) usaron las redes sociales.
- El 10% de las mujeres y el 9.5% de los hombres se encontraban entre los 18 a 24 años de edad.
- El 14.8% de mujeres y el 15% de hombres se encontraban entre los 25 a 34 años de edad.
- El 10.3% de las mujeres y el 9.5% de los hombres se encontraban entre los 35 a 44 años.
- El 6.7% del público femenino y el 5.8% del público masculino se encontraban entre los 45 a 54 años.
- El 4.7% de las mujeres y el 3.3% de los hombres se encontraban entre los 55 a 64 años.
- El 3.9% de las mujeres y el 2.5% de los hombres eran mayores de 65 años.
- El grupo etario entre 25 y 34 años fue el que más consumió anuncios publicitarios (Alvino, 2021).



Digital 2021. Informe Digital Global.

### Preferencias de los usuarios en redes sociales

Se considera un rango etario de entre los 13 y 64 años.

- El 92,4% de los usuarios participó activamente en las redes sociales.

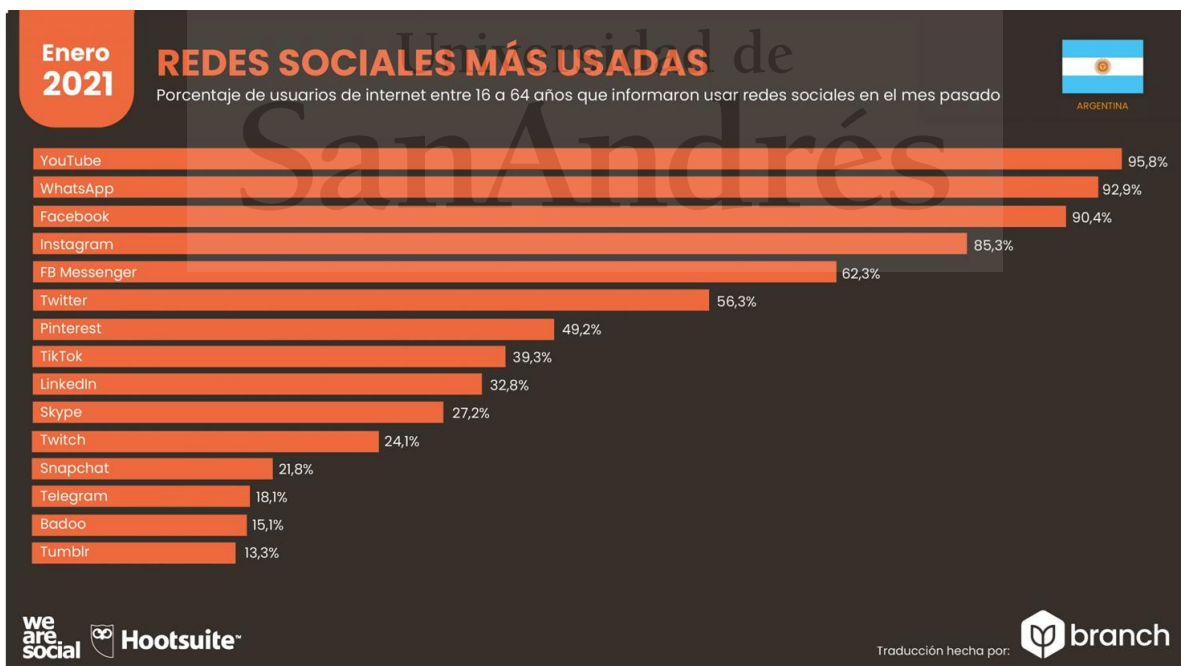
**YouTube, WhatsApp, Facebook e Instagram** fueron las plataformas preferidas de los argentinos activos en redes sociales.

- **YouTube:** alcanzó a un 92, 8% de los usuarios.
- **Facebook:** alcanzó potencialmente a 87,0% (31 millones de argentinos de la población activa en redes sociales mayor de 13 años).
- **Instagram:** alcanzó aproximadamente a 58.7% (21 millones de argentinos de la población activa en redes sociales mayor de 13 años). Es una de las redes sociales con mayor crecimiento. (Mejía Llanos, 2021)
- **Twitter:** llegó al 14% (5 millones de argentinos de la población activa en redes sociales mayor de 13 años).
- El 59,1% de las visitas a sitios web provino de teléfonos móviles.

- El 98,9% eligió el formato video a la hora de consumir contenido en Internet.  
(Alvino, 2021)



Digital 2021. Informe Digital Global.



Digital 2021. Informe Digital Global.

Con referencia al rango etario de los usuarios, Mejía Llanos (2021) destaca que “la audiencia más grande en las redes sociales tiene entre 25 y 34 años, la segunda en importancia entre 18 y 24 años y la tercera entre 35 y 44 años (...) el 73.6% de los usuarios de redes sociales están entre 18 y 44 años, una audiencia atractiva para la mayoría de los negocios”. (párr. 3)

### **Comportamiento de usuarios de redes sociales en el 2022**

#### **En relación a la composición por género, edad y localización**

- La población total de Argentina es de 45,81 millones. Aumentó en 407 mil (+0,9%) entre 2021 y 2022.
- El 51,2% de la población argentina es femenina, mientras que el 48,8% de la población es masculina.
- La edad promedio de la población argentina es de 32,0 años.
- El 8,1% tiene entre 0 y 4 años.
- El 12,9% tiene entre 5 y 12 años.
- El 7,8% tiene entre 13 y 17 años.
- El 10,7% tiene entre 18 y 24 años.
- El 15,1% tiene entre 25 y 34 años.
- El 13,7% tiene entre 35 y 44 años.
- El 11,3% tiene entre 45 y 54 años.
- El 8,9% tiene entre 55 y 64 años.
- El 11,6% de la población argentina tiene 65 años o más.
- El 92,3% de la población argentina vivía en centros urbanos, mientras que el 7,7% lo hacía en zonas rurales.

#### **Preferencias de los usuarios en redes sociales**

A principios del año 2022 en Argentina:

- Había 39,55 millones de usuarios de redes sociales.

- La cantidad de usuarios de redes sociales era equivalente al 86,3% de la población total.
- La cantidad de usuarios de redes sociales se incrementó en 3,6 millones (+9,9%) entre 2021 y 2022.
- **YouTube** tiene 31,70 millones de usuarios. El 53% de la audiencia son mujeres, mientras que el 47% por ciento son hombres.
- **Facebook** tenía 28,40 millones de usuarios. El 51,8% de la audiencia son mujeres, mientras que el 48,2% son hombres.
- **Instagram** tiene 24,70 millones de usuarios. El 55% de la audiencia son mujeres, mientras que el 45% son hombres.
- **Twitter** contaba con 5,90 millones de usuarios.

#### En relación con el uso de Internet

- Había 38,02 millones de internautas en enero; aumentaron en 1,7 millones (+4,7%) entre 2021 y 2022.
- La tasa de penetración de Internet se situó en el 83% de la población total.
- El 17,0% de la población permanecía desconectada a principios de año (Kemp, 2022).

#### Objetivos de las redes sociales en las campañas de medioambiente

En relación con el tema de este proyecto, Cano, Ferreras y Rodríguez-Cano (2020) nos dicen que “es habitual que organizaciones ambientales como **Greenpeace** utilicen las redes sociales para la difusión y coordinación de sus acciones y campañas. Esta habitualidad en su uso permite crear comunidades de aprendizaje alrededor de ellas. Por tanto, podríamos afirmar que las redes sociales posibilitan las acciones pro ambientales entre individuos y



grupos sociales para lograr una acción informada y decidida a favorecer el entorno y a construir una sociedad consciente”<sup>25</sup> (p. 3).

El empleo de las redes sociales por parte de estas organizaciones se dirige, al menos, a tres objetivos:

- Para informar.
- Para actuar, movilizarse y protestar.
- Para enseñar y concientizar.

Sobre esto último, a modo de ejemplo mencionamos la iniciativa de la plataforma digital **Pinterest**. Según la compañía, las búsquedas de “consejos para no generar desperdicios” se han multiplicado por seis, y por cuatro aquellas sobre “ideas de ropa reciclada”. Las relacionadas con “decoración del hogar reciclada” ha crecido en más del 95% y las de “estilo de vida sin desperdicio” más de 64% en comparación con el año pasado. A raíz de esto, en abril del 2022 anunció el lanzamiento de una nueva política dirigida a información falsa sobre el cambio climático que se publica en la red con el fin de mantener alejadas de la plataforma a las afirmaciones engañosas sobre el tema. El plan consiste en normas claramente definidas contra la información falsa o engañosa sobre cambio climático en el contenido<sup>26</sup> y los anuncios ([www.europapress.com](http://www.europapress.com)).

### **El rol del arte frente a esta problemática en el mundo**

Como dijimos, es indudable que se han realizado -y se llevan a cabo- diferentes acciones desde múltiples ámbitos que proponen abrir un portal para discutir nuestro futuro como humanidad. La realidad revela la urgencia del abordaje del tema y motiva el surgimiento de un gran número de propuestas que plantean transformaciones profundas con marcado

---

<sup>25</sup> Tan propio es su uso que en el Congreso Nacional de Medio Ambiente del año 2010 (CONAMA10) se realizó una sesión específica de redes sociales llamada Comunicación 2.0 que gestó la guía “Cómo usar las redes sociales para actuar en el medio ambiente”.

<sup>26</sup> Incluye el contenido falso o engañoso sobre soluciones para el cambio climático que contradicen el consenso científico establecido; que niega la existencia o los efectos del cambio climático o que tergiversen los datos científicos, entre otros.

carácter ambiental en la búsqueda de salvar al planeta y perseguir una sociedad más justa e igualitaria. Al respecto, son innumerables las acciones en el mundo que ponderan las lecturas y posibles soluciones expuestas por referentes de distintos ámbitos: economía o psicología entre muchas otras, y el arte no es una excepción. En ese aspecto, Graciela Speranza en su libro *Lo que no vemos, lo que el arte ve* (2022) define el arte como: “un reloj que adelanta, capaz de dar entidad material y visible a las metáforas y abrirse infinitamente a las lecturas sin forzarlas (...) y puede ver lo que no vemos y convertirse en caja de resonancia”. (p. 10 y 11). Menciona también que “en el siglo XXI (el arte) se volvió sensible al debate en torno al Antropoceno intentando una nueva forma de diálogo con los objetos y otras formas de vida, siendo capaz de naturalizar las relaciones entre distintos saberes, cruzar barreras epistemológicas y componer un diálogo sin que ninguna disciplina oficie de árbitro final respecto de otras. La Documenta 13 (una de las exposiciones de arte contemporáneo más importante del mundo) del 2012 desplegada en Kassel y Kabul fue un gran catalizador y un propulsor de esa sintonía”. (p. 24)



Song Dong. *Doing Nothing Garden*. (2012). Documenta 13. New York Times.

Son varios los artistas que desde hace años realizan su aporte en línea con la toma de conciencia sobre la preservación del medio ambiente. Destacamos a **Agnes Denes** (1931, Hungría), **Olafur Eliasson** (1967, Dinamarca); **Andrey Kuzkin** (1979, Rusia); **Hani Rashid** (1958, Egipto); **Abdullah Al Saadi** (1967, Emiratos Àrabes); **Yto Barrada** (1971, Marruecos); **Paul Rosero Contreras** (1982, Ecuador); **Julian Charriere** (1987, Francia), **Sho Hasegawa**

(1982, Japón) y **Cris Jordan** (1963, EE UU). Estos artistas son sólo la muestra de un colectivo muy numeroso.

A continuación mencionaremos algunas obras y acciones de varios de estos artistas vinculadas a las artes visuales<sup>27</sup> e intervenciones en el territorio y espacio público relacionadas con el tema.

**Agnes Denes**, pionera del arte ambiental, realizó en Finlandia -entre 1992 y 1996- la obra **Tree Mountain – A Living Time Capsule – 11.000 Trees, 11.000 People, 400 Year**<sup>28</sup>. En una cantera de grava, con la forma ascendente de una montaña plantó, junto a once mil voluntarios, un bosque en forma de espiral de once mil abetos blancos que se convirtió en el primer bosque virgen creado por el hombre y en el mayor monumento natural del planeta protegido por ley de la deforestación durante cuatrocientos años. La obra se completará dentro de cuatro siglos, cuando el ecosistema convierta el bosque plantado en bosque primario, el más propicio para mitigar los efectos del cambio climático (Speranza, 2022).



**Agnes Denes.** *Tree Mountain – A Living Time Capsule – 11.000 Trees, 11.000 People, 400 Year.* (1992 – 1996). agnesdenesstudio.com.

---

<sup>27</sup> Sumamos ejemplos de acciones de otros géneros artísticos como la música. En ese sentido, señalamos a la banda Coldplay (pop, rock y rock alternativo) que se compromete con el medio ambiente y en su gira *Music of Spheres* (2022) reducirá sus emisiones 50% en relación a sus últimas presentaciones (2016-2017) y trabajará con sus socios y colaboradores para reducir sus emisiones. Este compromiso es el eje rector de su gira sustentable.

<sup>28</sup> A Gift to the Future: Tree Mountain by Agnes Denes | IN THE WORKS | THE SHED, <https://www.youtube.com/watch?v=nmVFGwNeWcc>.

En 1999 el artista **Olafur Eliasson** tomó fotografías de varios glaciares islandeses y veinte años después regresó para fotografiarlos nuevamente. Treinta parejas de esas imágenes conforman la **Serie del deshielo de los glaciares 1999/2019**<sup>29</sup> que revela el impacto del calentamiento global sobre nuestro planeta.



Olafur Eliasson. *Serie del deshielo de los glaciares*. (1999-2019). Detalle. Fotografía. 30 copias en color. Vista de algunas de ellas. Museo Guggenheim, Bilbao.

**Julian Charrière**, une en su trabajo la ciencia ambiental y la historia cultural explorando los cambios en la naturaleza y el papel que juegan los humanos en ella. En el 2021 presentó en el **Museo de Arte de Dallas** la exposición **Concentrations 63: Julian Charrière, Towards No Earthly Pole**<sup>30</sup>. La exhibición, que se basó en estudios científicos y expediciones a regiones remotas del planeta, estuvo compuesta por esculturas, fotografías y películas que investigaban la transformación irreversible del mundo natural por la actividad humana. La

<sup>29</sup> Serie del deshielo de los glaciares 1999/2019 (<https://www.guggenheim-bilbao.eus/olafur-eliasson-la-serie-del-deshielo-de-los-glaciares-1999-2019-con-lucia-agirre-guggenheimbilbaolive>)

<sup>30</sup> Julian Charrière 'Towards No Earthly Pole' at the Dallas Museum of Art, <https://www.youtube.com/watch?v=qh-UiDmaJq0>.

exposición abordó la explotación ambiental, pero también enfatizó la magnificencia y la resiliencia de la naturaleza (<https://dma.org/>).



**Julian Cherrière.** *Concentration 63. Towards No Earthly Pole – Poinerskype.* (2019). Instalación. Museo de Arte de Dallas.

El artista conceptual ruso **Andrey Kuzkin** se “planta” en su proyecto **El fenómeno de la naturaleza o 99 paisajes con árboles** (2015). La idea central de la obra es que los seres humanos somos como un árbol, aunque a veces seamos incapaces de cuidar el bosque que formamos entre todos.



**Andrey Kuzkin.** *El fenómeno de la naturaleza o 99 paisajes con árboles.* (2015). Performance. Ciudad de Hamburgo. [ideal.es](http://ideal.es).

Por otra parte, el fotógrafo **Chris Jordan** cuenta, a través de imágenes digitales manipuladas, la historia del consumo humano y la degradación. El artista se dedica a crear conciencia sobre las consecuencias destructivas y de gran alcance de nuestros hábitos cotidianos.



**Cris Jordan.** *Circuit board #2.* (2005). Impresión de inyección de tinta de archivo. 44" x 57".  
artworksforchange.org.

En relación con la concientización sobre la conservación del medio ambiente mencionamos además algunos proyectos como el documental **Natura ésCultura**<sup>31</sup> de **Daniel Ferrer** (Barcelona) que recoge una experiencia que tuvo lugar entre finales de septiembre y principios de octubre de 2012. La actividad se llevó a cabo en Calders (Barcelona) con dos grupos de personas que conviven con enfermedades mentales y consistió en la estancia de una semana en Manresa (Barcelona) durante la cual el grupo y la artista canadiense Sharon Kalla limpiaron el sotobosque de los alrededores que, con la sequía de ese año, puso en peligro toda la zona; recogieron las plantas y los tallos más secos y los convirtieron en esculturas efímeras. El objetivo fue establecer un vínculo entre las personas y el entorno a través del arte ([www.fundaciosetba.org](http://www.fundaciosetba.org)).

---

<sup>31</sup> Natura ésCultura, <https://www.youtube.com/watch?v=208JAg-9wVQ>.

En otro orden, desde el 2014 y bajo la consigna ¿Cómo puede el arte responder a la emergencia climática? la **Serpentine Gallery** desarrolla **Back to Earth**<sup>32</sup>, un programa interdisciplinario que aborda la emergencia climática en curso. El proyecto invita a artistas, arquitectos, poetas, cineastas, científicos, pensadores y diseñadores a proponer campañas artísticas e iniciativas que actúen como catalizadores del cambio.

Son igualmente significativas algunas **acciones de instituciones** como la del **Museo Guggenheim Bilbao**<sup>33</sup> que desplegó una campaña promocional de purificación de aire a finales de junio del 2020 asociada a la exposición del museo, **Olafur Eliasson: In Real Life**<sup>34</sup>. La campaña incluyó “aplicar a sus anuncios de vinilo y a las pancartas multicolores presentes en la fachada del museo y en las farolas de toda la ciudad, una sustancia llamada Pureair Print<sup>35</sup>, una especie de cobertura transparente, que induce la fotocatalisis, una reacción química provocada por la luz solar que utiliza oxígeno y vapor de agua para combatir los contaminantes del aire como los óxidos de nitrógeno y azufre, así como las bacterias y el moho. Según el museo, el impacto acumulativo de las 250 pancartas al aire libre de esta campaña podría ser equivalente al efecto purificador de unos 700 árboles” (Blumenthal, 2020).

## Arte y Medioambiente en Argentina

A nivel local, **Nicolás García Uriburu** (1937-2016) se posicionó como punta de lanza en visibilizar e instalar el tema con acciones muy provocativas para su época. El 19 de junio de 1968, en el marco de la Bienal de Venecia, el artista y arquitecto por la Universidad de Buenos Aires llevó a cabo su primera intervención en la naturaleza. Sin estar invitado, decidió presentarse en esa ciudad y pintar de verde las aguas del Gran Canal con

---

<sup>32</sup> Back to Earth, <https://www-serpentinegalleries-org.translate.goog/whats-on/back-to-earth/? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es-419& x tr pto=sc>.

<sup>33</sup> El tema de la sostenibilidad es cada vez más importante para la institución, por lo que intentan reciclar especialmente los materiales que usan para instalar las exposiciones y reemplazar su sistema de iluminación tradicional con luces LED que ahorran significativamente en términos de consumo de energía.

<sup>34</sup> La exposición “buscaba desafiar la forma en que los espectadores navegan y perciben el entorno que les rodea mediante el uso de materiales como el agua, el musgo, la niebla y el hielo de los glaciares”.

<sup>35</sup> PURETI + ENDUTEX "PUREAIR PRINT", <https://www.youtube.com/watch?v=3rDQYkelrPY>.

fluoresceína, un sodio fluorescente inocuo usado por la NASA<sup>36</sup>. Este hecho vanguardista lo situó como pionero en Argentina y referente internacional<sup>37</sup> y marcó el comienzo de una serie de acciones del artista en contra de la contaminación de las aguas desarrolladas posteriormente en ríos de Nueva York, París y Buenos Aires y en fuentes y puertos de todo el mundo. También se implicó en campañas de reforestación y en acciones conjuntas con **Greenpeace**, la organización líder a nivel mundial en la lucha a favor del medioambiente ([www.nicolasuriburu.com.ar](http://www.nicolasuriburu.com.ar)).



**Nicolás García Uriburu.** Intervención artística ecológica. Arte de acción. (1968). Infobae.com.



**Nicolás García Uriburu.** Intervención artística ecológica. Arte de acción. (1968). julart.blog.

Más tarde, en el **Día Mundial del Agua del 2010** y aliado a **Greenpeace**, García Uriburu tiñó de color verde una de las cuencas más contaminadas del mundo: las aguas del Riachuelo para reclamar su saneamiento definitivo.

<sup>36</sup> Nicolás García Uriburu - Venecia en Verde, <https://www.youtube.com/watch?v=ziRYSbpfqOg>.

<sup>37</sup> El video *Nicolás García Uriburu - Yo denuncio con mi arte* sintetiza las acciones que, en relación con la problemática del medioambiente, realizó el artista. <https://www.youtube.com/watch?v=4TONzmlZMo>





Nicolás García Urriburu. *Utopía del Bicentenario (1810-2010. 200 años de Contaminación*. (2010). Intervención artística ecológica, arte de acción. Greenpeace / Marcelo Baiardi.

Posteriormente lo siguieron y tomaron la posta muchos otros artistas como **Andrea Juan** (1964, Buenos Aires) quien en el 2004 fue testigo de cómo el paisaje de la península antártica cambiaba debido a las emisiones de metano. En mayo de ese año comenzó a desarrollar el **Programa de Arte en Antártida**<sup>38</sup> al que se fueron sumando otros artistas que trabajaron la investigación estética desde diversas disciplinas conjugando arte y ciencia. El proyecto, que contó con el apoyo de la **Dirección Nacional del Antártico y el Programa Antártico Argentino**, tuvo como propósito comunicar lo que ocurría en la Antártida y recordarle al mundo lo importante que son sus mares y especies para el ecosistema terrestre. En relación con este proyecto, Juan fundó **Sur Polar**, una red internacional de artistas medioambientalistas que comenzó en Argentina y que luego de varios años se extendió a otras geografías con los programas **Arte en la Naturaleza** y **Arte en el Origen** (<https://www.surpolar.org/>). En el año 2008 la artista curó la exposición **Sur Polar, Arte en**

<sup>38</sup> Arte en Antártida / Art in Antarctica - 2016, [https://www.youtube.com/watch?v=iKrN\\_WmNUP4](https://www.youtube.com/watch?v=iKrN_WmNUP4).

**Antártida** en el **Museo de la Inmigración**<sup>39</sup> de la UNTREF con obras realizadas en el continente antártico por artistas contemporáneos internacionales. **Juan** afirma que “el arte dialoga con las personas sobre las preocupaciones que tenemos. Cuando hay diálogo existe la posibilidad de cambio y de modificar comportamientos para poder hacer, entre todos, un mundo mejor porque la reflexión propia de la/el artista se multiplica en cada mirada del espectador” (Loaiza, 2020).



**Andrea Juan.** *Metano II – Proyecto Antártica.* (2007). Fotografía. 100 x 133 cm. ArtNexus.

La instalación **Los niños de la soja** (2010)<sup>40</sup> del artista **Eduardo Molinari** (1961, Buenos Aires) es fruto de una investigación sobre la cadena sojera, sus protagonistas, sus dinámicas y sus paisajes, pero sobre todo, de sus paradigmas culturales. Su nombre hace referencia a la explotación de niños utilizados como banderas vivientes para demarcar el territorio de

---

<sup>39</sup> Sur Polar, Arte en Antártida en el Museo de la Inmigración de la UNTREF, <https://untref.edu.ar/muntref/es/muestras/sur-polar/>

<sup>40</sup> Eduardo Molinari - De los niños de la soja a los niños del fuego, <https://www.youtube.com/watch?v=gP4Hq1Yn1VU&t=37s>.

cultivo de soja transgénica que debe ser fumigado. Propone reflexionar sobre el tipo de cultura que es necesaria para el despliegue territorial del modelo sojero (Molinari, 2010).



Eduardo Molinari. *Los niños de la soja*. (2010). Instalación. [archivocaminante.blogspot.com](http://archivocaminante.blogspot.com).

Por otra parte, la obra **Glaciator** (2018)<sup>41</sup> de **Joaquín Fargas** (1950, Buenos Aires), artista, ingeniero y divulgador científico tuvo como objetivo generar conciencia sobre el cambio climático, el derretimiento de los hielos y sus consecuencias sobre el planeta. Fue una instalación de robots solares instalados en la Antártida que, con la finalidad de preservar los glaciares, aceleraban el proceso de formación de hielo añadiendo nieve para que recuperen la masa que perdieron. Con sus pasos ayudaban a compactar y recristalizar la nieve para que se convirtiera en hielo y se adhiriera a la masa del glaciar (<https://www.ioaquinofargas.com/>).

<sup>41</sup> Glaciator on the Glacier, <https://www.youtube.com/watch?v=PIEHoYRHPQ0>.



Joaquín Fargas. *Glaciator*. (2018). Instalación. Clarin.com.

El cuidado de la naturaleza y el medioambiente se expresa en las temáticas que escoge **Alexandra Kehayoglou** (1981, Buenos Aires) y el tejido de alfombras es el medio en el que se pronuncia (<https://alexandrakehayoglou.com/>). Su obra **Río Santa Cruz** (2017-2018), comisionada para la Trienal de la National Gallery of Victoria en Melbourne, Australia, denuncia la gran amenaza que para el río y sus territorios aledaños representa la instalación de represas que inundarán el rico hábitat de la zona (Sánchez, 2021).



**Alejandra Kehayoglou.** *Río Santa Cruz.* (2016-2017). Tapicería textil. Sistema handtuft.  
alejandrakehayoglou.com

Sobresale igualmente la obra **Poetic Cosmos of the Breath** (2007)<sup>42</sup> que **Tomás Saraceno** (1973, Tucumán) presentó en el International Artist Airshow en el Gunpowder Park de Londres encargado por Arts Catalyst. Con la ayuda de un grupo de participantes realizó un evento performativo que invitó a sintonizarnos colectivamente con los ritmos naturales que nos rodean (<https://studiotomassaraceno.org/>).

---

<sup>42</sup> Poetic Cosmos of the Breath, Tomás Saraceno, 2007 (The Arts Catalyst),  
<https://www.youtube.com/watch?v=qHOsO-IYpbw>



**Tomás Saraceno.** *Cosmos poético del aliento.* (2007). Evento performativo. Studio Tomás Saraceno.

Otro ejemplo es el muralista **Martín Ron** (1981, Buenos Aires), conocido como uno de los diez mejores representantes del Street Art del mundo. Entre sus obras subrayamos una serie donde el protagonista es el reflejo. Tomando este tema como referencia realizó en San Nicolás de los Arroyos (Buenos Aires) un mural en un edificio de 13 pisos inspirado específicamente por las condiciones del Río Paraná. La obra se propone como una alerta sobre la contaminación y el cambio climático<sup>43</sup> (Aiello, 2021).

---

<sup>43</sup> Cambio climático | Artista argentino realiza murales gigantes inspirados en la sequía del río Paraná, <https://www.youtube.com/watch?v=cnsDyw6ORSA>.



**Martín Ron.** *Reflejos.* (2021). Mural. [indiehoy.com](http://indiehoy.com)

Se distinguen también otras propuestas como **Kolapse**, que nació en 2019, organizada por **Kabinett**, la plataforma argentina de streaming gratuita dedicada al arte. Se presentó como

“una conversación global para ayudar a nuestro planeta a salir del borde de la destrucción”. Convocó a artistas, cineastas, activistas y ONG para llevar a cabo distintas acciones en materia climática y social ya que entendían que “el arte y la cultura pueden ayudar de manera sustancial a generar conciencia sobre temas emergentes”. Bajo la consigna “cómo repensar el mundo” Kolapse realizó ciclos de charlas, exposiciones, performances, música y películas con personalidades y líderes de todo el mundo. A modo de ejemplo mencionamos la exhibición **Rhythms in Natute** (2021) realizada en la feria de arte internacional Art Basel 2021<sup>44</sup>.

El año 2020 marcó un hito que trastocó todos los niveles de la humanidad en lo particular y en lo colectivo. El colapso provocado por la pandemia que afectó al planeta abrió un portal para discutir el futuro. En ese contexto, surgieron en Argentina espacios de discusión y reflexión abierto a artistas y público en general y nuevos formatos de producción y exhibición de obras.

**En relación con las instituciones,** el **Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires** (MALBA) organizó el coloquio **¿Pueden los artistas achicar el Sahara?** (2020)<sup>45</sup>, un diálogo virtual que sostuvieron Gabriela Rangel, directora artística del museo en ese momento y el curador suizo Hans Obrist, director artístico de la Serpentine Galleries de Londres. La pregunta que atravesó la propuesta fue ¿Qué puede hacer el arte frente a la extinción? y en relación a esa idea, plantear la etnografía como arte y a los artistas como creadores de realidad (Mazzei, 2020).

Por otro lado, el **Museo de Arte Moderno de Buenos Aires** (MAMBA) dentro del programa semanal de oferta cultural y educativa **#MuseoModernoEnCasa** (2020) realizó una serie de exhibiciones que se presentaron en forma virtual y que incluyeron una selección de obras de la colección del museo tomando como hilo conductor una perspectiva ecológica<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Launch of KOLAPSE – a global conversation to reimagine our world – during Art Basel Miami 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=dWs8q9C6KuE>.

<sup>45</sup> ¿Pueden los artistas achicar el Sahara? Hans Ulrich Obrist en conversación con Gabriela Rangel, <https://www.youtube.com/watch?v=GFTDHxqSL94&t=9s>

<sup>46</sup> Eco visita, <https://www.youtube.com/watch?v=bMO1mkl5vt4>.



Asimismo, presentó la exposición **¡Basta! El arte frente a la crisis ambiental** (2020)<sup>47</sup> que dio visibilidad a un grupo de artistas argentinos e internacionales que señalaban, a través de sus obras, la emergencia de la crisis ambiental.

En otro orden, mencionamos dos acciones realizadas por el **Centro Cultural Kirchner** en el 2020. Por un lado, junto a la **Secretaría de Patrimonio Cultural** difundieron en formato digital, **Prácticas artísticas en un planeta en emergencia**<sup>48</sup>, una serie de publicaciones con textos que aludían a una situación de alerta frente al peligro pero también al surgimiento de algo nuevo. Por otro lado, la exhibición curada por Valeria González y equipo, **Simbología. Prácticas artísticas de un país en emergencia**<sup>49</sup>, que planteó la problemática de la habitabilidad del planeta que suscita profundos cuestionamientos de los modelos dominantes y que obliga a replantear los modos de pensar y de estar en el mundo.

Asimismo, la **Bienal Sur**<sup>50</sup> presentó, en el 2020, los **Encuentros virtuales hacia BIENALSUR 2021 - Pensar futuros posibles** articulados con los ejes curatoriales de la edición 2021 que giraron en torno a la conciencia ecológica (<https://bienalsur.org/fr/today/126>).

Destacamos igualmente al **I Festival de Cine del Agua**<sup>51</sup> que se realizó en El Calafate en forma virtual y presencial<sup>52</sup> y que tuvo como objetivo dar visibilidad a la urgente cuestión del agua en el mundo.

**En el ámbito privado** nombramos a la exhibición virtual **Pensar todo de nuevo** (2020)<sup>53</sup> curada por Andrea Guinta en la galería **Rolf**. Concebida poco antes de que comenzara la

---

<sup>47</sup> ¡Basta! El arte frente a la crisis ambiental, <https://museomoderno.org/basta/>.

<sup>48</sup> Prácticas artísticas en un planeta en emergencia, <https://cck.gob.ar/wp-content/uploads/2019/12/Orazi-Puente.pdf>.

<sup>49</sup> Simbología. Prácticas artísticas de un país en emergencia, <https://www.cck.gob.ar/simbiologia-practicas-artisticas-en-un-planeta-en-emergencia/16006/>.

<sup>50</sup> La Bienal Internacional de Arte Contemporáneo del Sur es un proyecto de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) destinado a contribuir con el arte y la cultura en la construcción de ciudadanía. Se celebró por primera vez en noviembre de 2017 en distintas ciudades, aunque teniendo como centro principal Buenos Aires.

<sup>51</sup> "CINE DEL AGUA", un FESTIVAL de CINE con enfoque ECOLOGISTA y SOCIOLOGICO | Entrevista, [https://www.youtube.com/watch?v=ybuFhU\\_veyo](https://www.youtube.com/watch?v=ybuFhU_veyo).

<sup>52</sup> De forma virtual del 15 al 20 de septiembre de 2021 por la Plataforma Octubretv y en forma presencial, del 17 al 19, en el KOSTEN AIKE de El Calafate.

<sup>53</sup> PENSAR TODO DE NUEVO | Registro audiovisual, <https://www.youtube.com/watch?v=Yr12WSrmtv8>.

pandemia, se resignificó en el contexto de aislamiento. Propuso volver a un conjunto de obras realizadas antes del confinamiento que interrogaban la relación del hombre con la naturaleza, la existencia de desigualdades, el significado de lo doméstico, el aislamiento, la soledad, las formas de la memoria y el feminismo. A partir de una lectura con la perspectiva del nuevo escenario, la pregunta implícita en toda la exposición fue ¿a qué estado del mundo queremos volver? (<https://artishockrevista.com/>).

Por otra parte, **Covid Latam** (<https://www.instagram.com/covidlatam/>) fue un proyecto colectivo autoconvocado que surgió con el objetivo específico de contar los avances del Covid-19 en el lugar donde se encontraba cada uno de los 18 fotógrafos de 14 países latinoamericanos que lo conformaron. Desde una cuenta de Instagram se propuso ayudar a generar conciencia y “revisar como humanidad, la desigualdad social y el maltrato del medio ambiente” (Ministerio de Cultura 2020, párr. 16). **Covid Latam** ganó el premio FotoEvidence de World Press 2021 (uno de los más importantes del fotoperiodismo social internacional).

Finalmente, en el 2022 la ONG **Conservation Land Trust** y su programa marino **Sin Azul no hay Verde** (SANHV) junto a una petición en la plataforma **Change.org** lanzaron un video musical con la participación de artistas reconocidos que buscó concientizar sobre la importancia de reactivar el reclamo a la Legislatura de Tierra del Fuego para declarar "Área Natural Protegida" a Península Mitre, considerado uno de los sitios de mayor valor ambiental del país por las reservas de carbono atesoradas en sus 2.400 kilómetros cuadrados de turbales. En el video se escucha la canción **Es por hoy**<sup>54</sup> compuesta y co-interpretada por el cantautor fueguino Ignacio Boreal con la participación de la cantante Elena Roger y del músico Lito Vitale además de un recitado del actor fueguino Mariano Torre, activo militante de SANHV y de la protección de la península. La petición ya reunió más de 160 mil firmas (Ramonet, 2022).

---

<sup>54</sup> Elena Roger - Es por Hoy (ft. Ignacio Boreal, Mariano Torre, Lito Vitale), <https://www.youtube.com/watch?v=2quMwwbAyVg>.

# Capítulo I: Conceptualización, diseño y descripción del proyecto

## 1.1.- Contexto

La realidad revela que los seres humanos estamos alterando la naturaleza al punto de poner en riesgo nuestro propio futuro como especie. La preocupación por el tema es manifiesta. Sin embargo, no parecemos reaccionar individual y colectivamente de forma proporcional a la amenaza que nos acecha. Actualmente son innumerables las iniciativas que ponderan las lecturas y posibles soluciones expuestas por referentes de distintos ámbitos, pero no es simétrica la motivación y participación ciudadana con relación a propuestas sobre el futuro.

## 1.2. Fundamentación

“A veces sentimos que lo que hacemos es tan sólo una gota en el mar, pero el mar sería menos si le faltara una gota”.

Universidad de

*Madre Teresa de Calcuta*

San Andrés

El cambio climático es la gran historia que nos toca vivir como humanidad; hoy nos encontramos en un momento hito que para muchos trae como consecuencia un cambio de paradigma que exige cambios en la forma ser, pensar, sentir y actuar. Un tiempo que acarrea un profundo dolor, pero también que ofrece una oportunidad para reflexionar y discutir sobre cómo llegamos hasta aquí y, sobre todo, cómo delineamos un futuro posible. Y es que ese futuro imaginado ya es una realidad palpable. Las proyecciones de los científicos advierten que la década que comienza será definitoria para el mundo tal como lo conocemos tanto que no son pocos los expertos que dan el 2030 como fecha límite de la humanidad para evitar el colapso ambiental (Torino, 2020). Al respecto, en agosto del 2021 el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) –el panel de

expertos vinculados a la ONU- presentó el último informe<sup>55</sup> de situación sobre el tema. En la elaboración del estudio participaron 234 expertos de 66 países que revisaron más de 14.000 artículos y referencias publicadas hasta la fecha para realizar su síntesis sobre los efectos del calentamiento y los posibles escenarios que determinarán las acciones del hombre en las próximas décadas. El trabajo considera indiscutible que la humanidad “ha calentado la atmósfera, el océano y la tierra, lo que ha generado cambios generalizados y rápidos en el planeta” (Planelles, 2021, párr. 1); pero también advierte que una reducción sustancial y sostenida de las emisiones de gases de efecto invernadero permitiría limitar el cambio climático (IPCC, 2021).

El diagnóstico de la realidad es claro e innegable. Somos responsables de nuestro pasado y presente pero también necesarios artífices de nuestro futuro. Los datos que aportan las encuestas demuestran que la preocupación general es grande, lo que se hace evidente por la cantidad de acciones que convocan a especialistas para reflexionar sobre el tema. Pero también develan que la mayoría de los ciudadanos somos conscientes de la participación del hombre en el inicio y desarrollo de esa problemática y de cómo nos afectan las consecuencias del cambio climático que amenazan nuestro porvenir. Por eso, entendemos que ya es imposible desestimar la situación imperante, especialmente cuando los científicos afirman que todavía la humanidad está a tiempo de pensar y aplicar soluciones que permitan al menos, aletargar esos cambios que se estiman catastróficos. Y esta es la luz en la que se enfoca este proyecto: si todavía no está todo perdido entonces tenemos la obligación de actuar. Los aportes de todos son imprescindibles; el planeta y su futuro son de todos.

Estas certezas sin dudas nos interpelan. Somos responsables de esta realidad, entonces ¿Qué podemos hacer para cambiarla? La frase “no tenemos un planeta B”, tan repetida en la actualidad, es un llamado urgente a todos los que habitamos el planeta a comprometernos en el proceso de transformación.

---

<sup>55</sup> El informe del Grupo de Trabajo II supone la primera entrega del Sexto Informe de Evaluación (IE6) del IPCC, que se completará en 2022.

¿Qué lugar ocupa la cultura en esta causa? Como vimos anteriormente, viene teniendo un lugar destacado para visibilizar y denunciar el problema sobre el medioambiente. Partiendo de ese rol entendemos que la cultura “forma parte de nuestro ser y configura nuestras formas de vida: abarca los valores, las creencias, las convicciones, la expresividad humana, las lenguas, los saberes y las artes, las tradiciones, instituciones y modos de vida por medio de los cuales las personas manifiestan su humanidad. Los valores de la sociedad son la base sobre la que se construye todo lo demás y, la forma en que estos se expresan, son su cultura” (Martinell, 2020, pp. 5 y 6). En relación a esto, Carnacea Cruz (2012) nos dice que “no podemos seguir dejando a la cultura en el espacio del ocio y el entretenimiento” y menciona un presente con “un nuevo paradigma, donde la creatividad es un factor de inclusión social y desarrollo comunitario que genera dinamización comunitaria a través de propuestas artísticas” (p. 2). Además, destaca la importancia de la participación de la ciudadanía como:

“Un instrumento de desarrollo, empoderamiento y equidad social que permite avanzar en el camino hacia la convivencia, la ciudadanía y la inclusión basada en la interacción entre las personas. Es en la participación social donde convergen y se generan otros tipos de participación, comunitaria, ciudadana y política. La participación debe ser entendida como un concepto dinámico; participar es estar presente en, ser parte de, ser tomado en cuenta por y para, involucrarse, intervenir en, etc. Participar es incidir, influir, responsabilizarse. Es un proceso que enlaza necesariamente a los sujetos y a grupos; la participación de alguien en algo, relaciona a ese uno con los otros también involucrados. Ser participante implica ser coagente, copártcipe, cooperante, coautor, corresponsable. Así pues, la participación entendida como proceso, siempre conlleva intrínsecamente una acción transformadora, y si se le suma la condición transformadora del arte, que está basada en parte en la capacidad de generar pensamiento a partir de la emoción, nos sitúa en otras lógicas sociales (...) Se trata de movilizar a la comunidad en torno a una preocupación o problemática común y para ello es necesario primero conmoverse y luego organizarse, generando así sentido de comunidad a través de la suma de creatividades individuales” (p.3).

Dentro de esta idea de lugar o rol de la cultura, proponemos diseñar un proyecto que utilice el arte como insumo para abordar el tema. En ese sentido, es significativo el planteo de Thierry Geoffroy cuando afirma que “los artistas son "termómetros" para detectar, medir y

diagnosticar las disfunciones de la sociedad. Los artistas son expertos en captar problemas alarmantes de inmediato o incluso por adelantado. Tienen la capacidad de detectar y revelar lo que puede ser un problema mañana y tener importantes implicaciones para nuestro futuro” (thierrygeoffroy.blogspot.com, 2021). Sin embargo, a pesar de esta realidad, la **Asamblea General de la ONU** presentó en 2015 el documento **Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**<sup>56</sup> en donde no incorpora directamente un objetivo cultural sino solo de forma transversal (Martinell, 2020).

Este proyecto se sustenta en la idea de la **transformación social a través de la cultura**, específicamente **el arte, como eje vertebrador y favorecedor de la cohesión social, de convivencia cívica y de vivencias de pertenencia colectiva** (Martinell, 2020). Por ello se propone escuchar a la ciudadanía y crear “un punto de encuentro que pueda hablar de las urgencias, particularmente la crisis climática, pero que también pueda responder a esas urgencias” (Mazzei, 2020, párr. 6). Con este fin, plantea una suerte de curaduría cívica que se centre en la **participación ciudadana como valor diferencial**. En este punto, destacamos la intención del proyecto de facilitar la participación de toda la ciudadanía sin distinciones, por eso incluirá recursos que faciliten la intervención de personas con distintos tipos de discapacidades que en general no participan de diversas propuestas culturales por no disponer de recursos accesibles.

Por otro lado, la elección de trabajar con producciones de artistas tiene sentido desde distintos puntos de vista: en primer término, por el **sentido del arte hoy: convertirse en una lente privilegiada para cambiar la escala y recalibrar nuestro lugar en el planeta para volver a mirar las cosas y correr el velo que las opaca** (Speranza, 2022) pero, además, porque permiten la inmersión del espectador en una experiencia vívida que lo vincula con realidades más allá de las mediaciones. Esto promueve la reflexión y el análisis que, esperamos, lo lleve a expresarse y manifestar propuestas. Al efecto, para promover en la

---

<sup>56</sup> Un plan de acción global firmado por 193 países a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia además de integrar las aspiraciones universales de progreso humano, económico, social y ambiental. Su propósito es lograr el desarrollo sostenible para todo el planeta; la hoja de ruta para alcanzarlo son los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con sus 169 metas, que sientan las bases de una transformación global sin precedentes.

audiencia una actitud activa y creativa sumaremos como canal las redes sociales. El nuevo entorno tecnológico ha dado lugar al concepto de **prosumidor**, es decir, “alguien que produce y consume al mismo tiempo contenidos y que no se conforma con recibir pasivamente información” (Benassini, 2014, p. 21). Desde esta perspectiva, el **prosumidor** que se incorpora a la cultura participativa propiciada por la interactividad tecnológica, **pasa de ser espectador a ser un actor** que participa en forma singular y personalizada. Desde este accionar el proceso de consumo llevado a cabo en los medios tradicionales conocido como el modelo uno-a-muchos, ha sido reemplazado por el modelo “muchos-a-muchos” (Idem).

Justifica que el proyecto se formalice a través de redes sociales la consideración de los datos que nos brindan las encuestas mencionadas anteriormente que transforman el espacio en idóneo para cumplir con nuestros objetivos. Su acelerado crecimiento en los últimos años muestra el enorme éxito de nuevas formas de relacionarse entre usuarios de Internet que abren muy interesantes posibilidades para el campo del medio ambiente que encuentra un medio más amplio de difusión. (Cómo usar las redes sociales para actuar en el medio ambiente. (GT-7), 2010). Además, y esto es de vital relevancia para el proyecto, la comunicación en las redes sociales “es bidireccional: el usuario tiene tanta voz como cualquier otro y puede protestar, actuar, opinar y pedir al mismo nivel que otros lo hacen”. (Cómo usar las redes sociales para actuar en el medio ambiente (GT-7), 2010).

Para la selección de las redes sociales que utilizaremos en este proyecto nos basamos en los datos aportados por el **Informe General Global para Argentina** ya citado. Sobre el particular, el estudio informa que, en el 2022, había 39,55 millones (el 83% de la población) de usuarios de internet de entre 16 a 64 años; el 92,4% manifestó el uso de una red social o aplicación de mensajería y el 92,4% una interacción activa en redes sociales. Asimismo:

- 80,2% utiliza **YouTube**.
- 92,9% **Whatsapp**.
- 71,8% **Facebook**.
- 62,45% **Instagram**.

Por lo demás, la audiencia más grande en redes sociales tiene entre 25 y 34 años, la segunda en importancia entre 18 y 24 años y la tercera entre 35 y 44 años; es decir, el 73.6% de los usuarios de redes sociales están entre 18 y 44 años (Mejía Llanos, 2021). El rango etario al que nos dirigimos será entre 12 y 64 años ya que entendemos que todos debemos interesarnos en el tema, involucrarnos y hacernos oír en defensa de nuestro futuro.

Seleccionamos a **Instagram** (24,70 millones de usuarios) y **Facebook** (28,40 millones de usuarios) porque son las redes sociales más grandes con enfoque en contenido visual y presentan grandes oportunidades tanto para empresas como para individuos. La unión entre ambas -Instagram y Facebook- permite un cruce transversal de anuncios y así las publicaciones aparecen automáticamente en ambas redes. Por otro lado, es posible acceder a estas plataformas desde cualquier dispositivo, lo que permite que haya más opciones de navegación por la red. En la última instancia sumaremos a **YouTube** (31,70 millones de usuarios) para la publicación del video de cierre.

La selección se basa además en que se convirtieron en una tendencia en alza en el marketing de contenidos. Los usuarios de Internet consumen videos para entretenerse y cómo método de búsqueda para resolver sus dudas o buscar información. (Mentalidad Web, 2015). Esta preferencia tiene sentido si consideramos que en Argentina el 98,9% de los usuarios de internet de entre 16 y 64 años ven videos en línea.

Subrayamos que, con relación a la elección puntual de estas redes y atentos al espíritu del proyecto, consideramos la posibilidad de plantear esta propuesta como la primera acción de un primer ciclo que, una vez evaluado el impacto y la repercusión en la comunidad y en los referentes en el tema y/o decisores de políticas públicas, sea reeditado con la incorporación de otros curadores, artistas y redes.

Por último ¿Por qué lanzar esta propuesta desde Argentina? Creemos que la situación actual ha develado múltiples situaciones a nivel mundial que, si bien eran conocidas, su actual brutal emergencia las hace irrefutables. Pero también se hicieron manifiestas las desigualdades entre los diferentes países. En consecuencia, si bien el uso de redes sociales supone una globalización del proyecto, consideramos que todas las propuestas que se



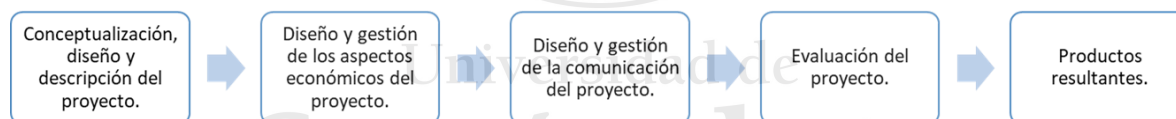
formulen en relación al tema que nos ocupa, “tienen que poder escuchar el contexto local, y actuar en el intercambio con el otro sin perder la identidad” (Mazzei, 2020, párr. 6). Por ello, buscamos amplificar las propuestas desde Argentina, un aporte que este proyecto pretende desarrollar y poner en valor.

### **1.3.- Definición del problema/oportunidad**

A las personas les cuesta involucrarse (particularmente desde una posición propositiva) en la problemática medioambiental.

### **1.4.- Etapas para el diseño y formulación del proyecto**

Para el diseño y formulación del proyecto, se contemplan cinco instancias: la conceptualización y organización del proyecto; el diseño y gestión de los aspectos económicos; el diseño y gestión de la comunicación, la evaluación del proyecto y productos resultantes.



#### **Etapas 1: Conceptualización y diseño del proyecto.**

El soporte y medio del proyecto serán las artes visuales y su propósito inmediato, además de proponerse como una caja de resonancia, será promover la instalación y consolidación del tema en la agenda pública local.

#### 1.4.1.- Objetivos, meta y relevancia de la propuesta

<b>Objetivo general</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar acciones significativas de gran alcance que provoquen la movilización de la sociedad civil sobre la problemática medioambiental en relación al comportamiento humano y su interacción con la naturaleza.</li></ul>
<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollar una estrategia que, mediante la participación de curadores y artistas argentinos, posibilite la reflexión y la participación de toda la ciudadanía en la formulación de iniciativas en línea con un replanteo de la relación del hombre con la naturaleza.</li><li>• Promover la inclusión de todos los ciudadanos en el planteo de soluciones a los problemas medioambientales.</li><li>• Utilizar al arte como un medio que favorezca el desarrollo de una conciencia cívica.</li></ul>
<b>Meta</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alcanzar a la comunidad en su conjunto para que participe en el proyecto.</li><li>• Promover e instalar el tema de la problemática medioambiental en la agenda pública.</li></ul>
<b>Relevancia de la propuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aliarse con los artistas para generar conciencia y lograr respuestas de la ciudadanía tendientes a la manifestación de posibles soluciones a la problemática medioambiental.</li><li>• Favorecer la expresión de los ciudadanos en la consideración de temas que hacen al presente y futuro del planeta que habitamos.</li><li>• Proponer herramientas que resulten vías de expresión de la ciudadanía.</li><li>• Diseñar vías de canalización y expresión de la ciudadanía.</li></ul>

**Proyecto:**



***Desde el Sur***  
Universidad de  
***El Arte Sana el Planeta***

# **Proyecto: *Desde el Sur El Arte Sana el Planeta***

## **a.- El nombre del proyecto**

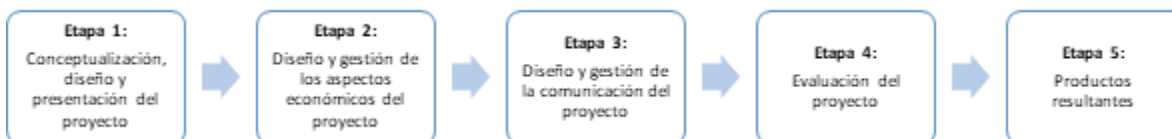
Hace referencia a varios aspectos: en primer lugar, si bien el tema propuesto refiere a aspectos globales, la intención es poner, en principio, el acento en lo local. En segundo lugar, la mención del arte destaca la centralidad de la unión del arte y el medio ambiente en esta iniciativa. Por último, el verbo sanar señala y enfatiza la idea de buscar soluciones a un problema ya existente con el propósito de acentuar la urgencia y trascender la idea de prevención.

## **b.- Características del proyecto**

*Desde el Sur el Arte Sana el Planeta* es un proyecto inclusivo que, desde Argentina y a través de las redes sociales, se propone motivar la participación ciudadana en relación con la problemática del medioambiente. La finalidad es generar un espacio de reflexión y deliberación sobre el comportamiento humano y su interacción con la naturaleza mediante el arte como estímulo de la participación ciudadana en la formulación de propuestas transformadoras de esa relación. Consiste en el diseño de una campaña en las redes sociales conformada por el diseño de publicaciones en la que colaborarán curadores argentinos, nominados por sus pares, quienes seleccionarán obras de artistas -interesados en la temática medioambiental- de todo el país.

## **c.- Etapas del proyecto**

Como dijimos, en la formulación del proyecto se contemplarán cinco etapas: la conceptualización y organización del proyecto; el diseño y gestión de los aspectos económicos; el diseño y gestión de la comunicación, la evaluación de la propuesta y productos resultantes.



El proyecto dará **comienzo el 22 de abril de 2023 y cerrará el 17 de noviembre del 2023 en coincidencia con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 28) que se realizará en Emiratos Árabes**. Atentos a su espíritu, pondremos el acento en el soporte, los contenidos y la comunicación.

Para la implementación de la acción, dividiremos la planificación en cuatro fases. Las tres primeras durarán 9 semanas que contemplarán 2 semanas para presentar el proyecto y sus objetivos (esta etapa incluirá flyers, videos de los artistas y curadores, etc.) y 7 semanas para la publicación y difusión de publicaciones con el trabajo de los curadores convocados. La última fase estará destinada a la confección y publicación de videos destacando las propuestas de los curadores y artistas citados y los resultados de la participación de la ciudadanía.

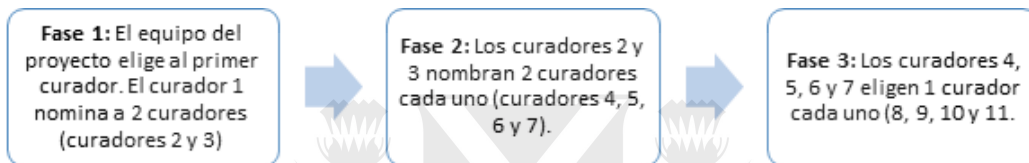
El cronograma de las fases se presenta a continuación:

Universidad de  
**San Andrés**

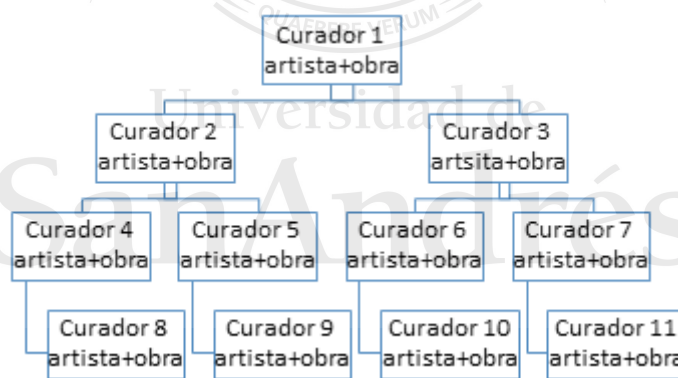
<b>Fases</b>	<b>Fechas</b>	<b>Actividad: campaña de difusión</b>	<b>Acciones</b>
1	3-4-23 al 22-4-23	<b>Presentación del proyecto.</b>	Difusión de publicaciones en distintos formatos con la presentación del proyecto: objetivos y propósitos y a los colaboradores 1, 2 y 3 motivando a la comunidad a participar.
	22-4-23 al 5-6-23	<b>Primera serie de publicaciones.</b>	Videos con trabajos de los artistas seleccionados por los curadores 1, 2 y 3.
2	5-6-23 al 19-6-23	<b>Presentación del proyecto.</b>	Difusión de publicaciones en distintos formatos con la presentación del proyecto: objetivos y propósitos y a los colaboradores 4, 5, 6 y 7 motivando a la comunidad a participar.
	19-6-23 al 7-8-23	<b>Segunda serie de publicaciones.</b>	Videos con los trabajos de los artistas seleccionados por los curadores 4, 5, 6 y 7.
3	7-8-23 al 21-8-23	<b>Presentación del proyecto.</b>	Difusión de publicaciones en distintos formatos con la presentación del proyecto: objetivos y propósitos y a los colaboradores 8, 9, 10 y 11 motivando a la comunidad a participar.
	21-8-23 al 9-10-23	<b>Tercera serie de publicaciones.</b>	Videos con los trabajos de los artistas seleccionados por los curadores 8, 9, 10 y 11.
4	9-10-23 al 30-10-23	<b>Producción de videos elaborados en base al registro de las propuestas de la comunidad.</b>	Confeción de videos.
	30-10-23 al 17-11-23	<b>Videos finales.</b>	Presentación y difusión de los videos elaborados en base al registro de la participación y propuestas surgidas de la comunidad involucrada en la campaña.

## d.- Modelo de curaduría

El método de selección de los curadores será de autogestión, es decir los participantes seleccionarán a sus pares; solo el primero será elegido por el equipo proyectual. Así, cada curador invitado a participar a su vez nominará a otro. El proceso se repetirá, sumando nombres nuevos. Justifica la elección de este formato, la intención de otorgar al proyecto la mayor apertura y diversidad. Como criterio de selección proponemos la convocatoria de curadores y artistas de todo el país. El diagrama de selección y participación es el siguiente:



Esquema de selección de los curadores:



Cada curador escogerá al artista y la obra que integrará una publicación y redactará el texto que procurará motivar la participación del público en la manifestación de soluciones a la problemática medioambiental. Cada publicación se concretará en formato vídeo.

Como ejemplo y para realizar un **prototipo de las publicaciones del desarrollo del proyecto** convocamos a la curadora **Jorgelina Girotti** quien seleccionó una obra de la serie **Fuego en el viento** (2020) de la artista **Antonia Guzmán** correspondiente a su proyecto **Arde Tierra**.



Antonia Guzmán. Serie *Fuego en el Viento* (2020). Acuarela s/ papel reciclado. 24 x 38 cm. Gentileza: Jorgelina Girotti.

Dirigido por la artista, en el 2020 nace **Arde Tierra**, un programa de eco concientización ambiental que se inicia con pancartas con la imagen de su obra en la web y en marchas junto a activistas de otras disciplinas. Consiste en la producción de prácticas visuales, performáticas y sonoras realizadas en colaboración con artistas, activistas ambientales y público en general durante eventos públicos mundiales.

Con respecto a la obra elegida para este piloto, **el 12 de noviembre de 2021** durante la **Conferencia Mundial sobre el Clima realizada en Glasgow**, se mostraron pancartas con su imagen y la leyenda #Burn. Además, el diputado Tristán Roberti, del partido belga Ecolo, se fotografió con la imagen de la obra como fondo de pantalla de su PC delante del gran escenario de las conferencias (J. Girotti, comunicación personal, 28 de junio del 2022).





El diputado Tristán Roberti del partido belga Ecolo se fotografió con la imagen de la obra como fondo de pantalla de su PC. Conferencia Mundial sobre el Clima 2021. Gentileza: Jorgelina Girotti.

## e.- Recursos accesibles

### ¿Por qué es un proyecto inclusivo?

A partir de lo expuesto y dando cuenta del rol del arte y los artistas en visibilizar y denunciar estas problemáticas en todo el mundo, este proyecto tiene como objetivo escuchar todas las voces amplificando y dando lugar a la opinión del ciudadano en la propuesta de posibles soluciones a la problemática ambiental. Es en ese sentido que se plantea inclusivo, tanto en términos de participación del público con discapacidad, como por la participación de artistas con discapacidad en su rol de productores culturales. Al respecto, en el año 2006 se aprobó la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad a

la que en el año 2008 Argentina adhirió bajo la Ley 26378. En 2014 el Congreso de la Nación le otorgó rango constitucional.

**El Manual Práctico de la Comunicación Inclusiva** (Amaya y otros, 2019) menciona que la ley define a la discapacidad como “un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y el entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás” (p. 16); y que se deben hacer “las modificaciones y adaptaciones necesarias y adecuadas para garantizar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio, en igualdad de condiciones con las demás, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales. En consecuencia, debe considerarse un diseño universal en “las producciones, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación o diseño especializado” (p. 17). Al respecto, en el Artículo 8 indica que se deben “adoptar medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales” (p. 18).

En este aspecto, el Artículo 3 de la Ley 26.378 señala que “para dar un tratamiento respetuoso y responsable de la discapacidad en los medios audiovisuales es necesario entender a la discapacidad como parte de la diversidad humana, asegurando la no discriminación, la participación e inclusión plena y respetando la dignidad y autonomía de las personas con discapacidad” (p. 21).

***Desde el Sur El Arte Sana el Planeta*** adhiere a estos conceptos e incluye herramientas de accesibilidad para personas con discapacidad auditiva y visual como subtítulo para personas con discapacidad auditiva y audio descripción.

Como ya mencionamos, planteamos un proyecto **apto para todo público** lo que implica brindar las condiciones para que todos puedan participar. Este propósito lo vincula con el

concepto de **accesibilidad cultural**<sup>57</sup> que implica “brindar iguales condiciones de participación a todas las personas que forman parte de una sociedad determinada, que por alguna razón física o cognitiva se ven imposibilitadas para el pleno disfrute de sus derechos, teniendo en cuenta las barreras provocadas por las actitudes y por el ambiente que los rodea” (Guía Práctica de Accesibilidad Cultural, 2018, p. 9 y 12).

Con esta meta, buscaremos que el diseño de las publicaciones se formule según el concepto de **diseño universal** que consiste en “la creación de productos y entornos, diseñados de modo que sean utilizables por todas las personas en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptaciones o diseño especializado” (Manual práctico de diseño universal, 2015, p. 24).

Para ello, consideraremos los cuatro ejes fundamentales con los que se deben trabajar de manera simultánea y transversal los proyectos o productos culturales para que tengan ese alcance **apto para todo público** buscado. Ellos son:

- Infraestructura
- Contenido
- Comunicación
- Recursos humanos. (Guía Práctica de Accesibilidad Cultural, 2018)

Al respecto de la **comunicación**, seleccionaremos herramientas y recursos apropiados que contemplen los diversos lenguajes y sobre el **contenido**, procuraremos que sea accesible y posible de ser disfrutado por la mayor cantidad de personas. Para ello, aplicaremos las pautas específicas para las artes visuales y audiovisuales desarrolladas en la **Guía Práctica de Accesibilidad Cultural** (2018).

Para el diseño del contenido de las piezas que publicaremos y su contenido consideraremos los siguientes aspectos:

---

<sup>57</sup> El artículo 30 de Ley 26.378 de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad sancionada en el año 2008 promueve la participación en la vida cultural, las actividades recreativas, el esparcimiento y el deporte. También consideramos la Ley 962, “Accesibilidad Física para Todos”.

- **Subtitulado:** textos que aparecen en el borde inferior de la imagen aportando información, traduciendo una narración o diálogo hablado en idioma igual al audio o diferente.
- **Subtitulado para Personas Sordas, SPS:** es un servicio de apoyo a la comunicación audiovisual que implica la traducción o transcripción de diálogos y sus modos (los distingue por colores), efectos sonoros e información auditiva en general.
- **Fuente:** del tipo palo seco (arial, verdana, etc.).
- **Tipografía adaptada:** macro tipo (letra aumentada para personas con baja visión), tamaño entre 16 y 20.
- **Lectura fácil o lenguaje sencillo:** es la adaptación lingüística de un texto que hace más fácil su lectura y su comprensión.
- **Contraste colores:** amarillo sobre negro, blanco sobre azul, blanco sobre rojo, amarillo sobre verde, blanco sobre negro, azul sobre blanco, rojo sobre blanco, negro sobre blanco.
- **Justificado de texto a la izquierda:** para facilitar una lectura fluida.
- **Presencia de código QR:** es una matriz de puntos que a través de un lector permite acceder a la información en formato de audio de manera inmediata. La aplicación puede ser instalada en cualquier dispositivo móvil.
- **Audio descripción:** Como herramienta para la accesibilidad al contenido de personas no videntes utilizaremos el recurso de audio descripción. Es una narración oral de los principales elementos visuales de un contenido audiovisual que puede mezclarse con el audio original (Torres Muñoz, 2021). Brinda un servicio de apoyo a la comunicación visual a partir de un relato sonoro que ofrece una adecuada información estética y espacial (gestos, actitudes, paisajes, vestuario, etc.) junto al libreto original.

### Ejemplos del uso de los recursos accesibles

- **Ejemplo del uso del subtítulo para personas sordas – SPS**

Cortometraje de terror subtulado para personas sordas: LLAGAS



(Para visualizar el ejemplo hacer clic en el enlace o escanear el código QR)

<https://www.youtube.com/watch?v=Pa2ejES6bpw>

- **Ejemplo del uso del recurso de audio descripción**

El regalo. Cortometraje con audio descripción.



(Para visualizar el ejemplo hacer clic en el enlace o escanear el código QR)

<https://www.youtube.com/watch?v=UPBz63amxc0>

Para el asesoramiento y realización de audio descripciones y subtulado SPS de los videos convocaremos a organizaciones como el Instituto Román Rosell que trabaja por la integración de los niños, niñas, adolescentes y adultos con discapacidad visual; la Confederación Argentina de Sordomudos y la Comisión de Traducción Audiovisual del Colegio de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires (CTPCBA).

## **f.- Logo del proyecto y perfil de las publicaciones**

Diseñamos el siguiente logo para representar a ***Desde el Sur el Arte Sana el Planeta***. Su imagen resume los tres ejes abordados por el proyecto: la sustentabilidad, las redes sociales y el arte.



Durante el desarrollo del proyecto realizaremos dos tipos de publicaciones en las redes sociales. Todas contemplarán fuente Arial tamaño de 16 a 20, lenguaje sencillo, contraste de color entre figura y fondo, el texto justificado a la izquierda y presencia de código QR. Según el formato, también incluirán subtítulo SPS y audio descripción y son:

1. Las que se refieren a la **presentación del proyecto** (flyers, videos de los curadores y artistas, etc.)
2. Las del **desarrollo del proyecto** (videos). En este punto, consideramos dos etapas: las publicaciones correspondientes al desarrollo y las de que al cierre compilan los comentarios y propuestas de los participantes.

Específicamente, los lineamientos a seguir en el diseño de las **publicaciones correspondientes al desarrollo del proyecto** serán las siguientes:

1.- El formato será un video musicalizado de alrededor de 2' 30" estructurado según un libreto desarrollado a través de imágenes, texto y música. El guion base consta de ocho partes:

1. Inicio
2. Contexto
3. Presentación del proyecto
4. Imagen y texto seleccionados
5. Texto o pregunta motivadora
6. Lugar y fechas para participar
7. Auspicios y patrocinios
8. Cierre

Relacionado con el nombre y la intención del proyecto, proponemos el uso de imágenes correspondientes a parques nacionales y reservas de Argentina.

El diseño contempla el uso de pautas específicas para las artes visuales y audiovisuales desarrolladas en la **Guía Práctica de Accesibilidad Cultural** ya mencionadas que incluyen subtítulo SPS y audio descripción según corresponda.

### Subtitulado SPS

Es un servicio de apoyo a la comunicación que muestra en pantalla, mediante texto y gráficos, los discursos orales, la información suprasegmental y los efectos sonoros que se producen en cualquier obra audiovisual<sup>58</sup>. (Arnaiz, 2015)

Se respetarán los siguientes parámetros:

Aspectos visuales	Aspectos temporales
<b>Posición:</b> inferior <b>Estática:</b> aparecerán y desaparecerán en bloque. 2-3 líneas. Una por personaje 37 caracteres por línea. <b>Tamaño de caracteres:</b> 16 a 20. Mínimo visible a 2,5 m. <b>Tipografía:</b> Arial. <b>Contraste:</b> caja y texto.	<b>Velocidad:</b> 15 caracteres por segundo. <b>Sincronismo:</b> labial, cambio de plano, locución, información sonora. <b>Retardo:</b> mínimo.
Identificación de personajes	Efectos sonoros
Por colores. Blanco para documentales.	Posición: superior derecha. Paréntesis. Mayúscula inicial (caja blanca, letras rojas o azules). Sustantivación Ritmo Sin referencia a la sustanciación de la información.
Información contextual y <i>Off</i>	Música y canciones
<b>Posición inferior</b> Delante del subtítulo: paréntesis, todo el texto en mayúscula y en el mismo color que el personaje. <b>Voz en <i>Off</i>:</b> cursiva mayúscula (NARRADOR).	Tipo de música. Sensaciones que transmite. Identificación de la pieza. <b>Formato:</b> superior, paréntesis, mayúscula inicial.

Criterios editoriales
Literalidad. División del texto: aprovechar pausas y silencios. Aprovechar pautas gramaticales y de puntuación. Escribir en la línea inferior las conjunciones y nexos. Indivisibilidad de las palabras, Criterios gramaticales, ortográficos y uso de puntos suspensivos como en normas gramaticales. <b>Habla específica:</b> se debe corregir excepto cuando las incorrecciones definen al personaje.

<sup>58</sup> En España, el Subtitulado para sordos, está reglado por la norma UNE-153010 del 2012.

Con respecto al uso del recurso de audio descripción consideraremos los siguientes criterios:

Describir lo que se ve. No censurar. Concentrarse en los hechos. Describir a tiempo.	Leer textos en pantalla. Locución (transmitir emociones) Mismo idioma del contenido original.
---	---

### g.- Prototipo de una publicación de la implementación del proyecto



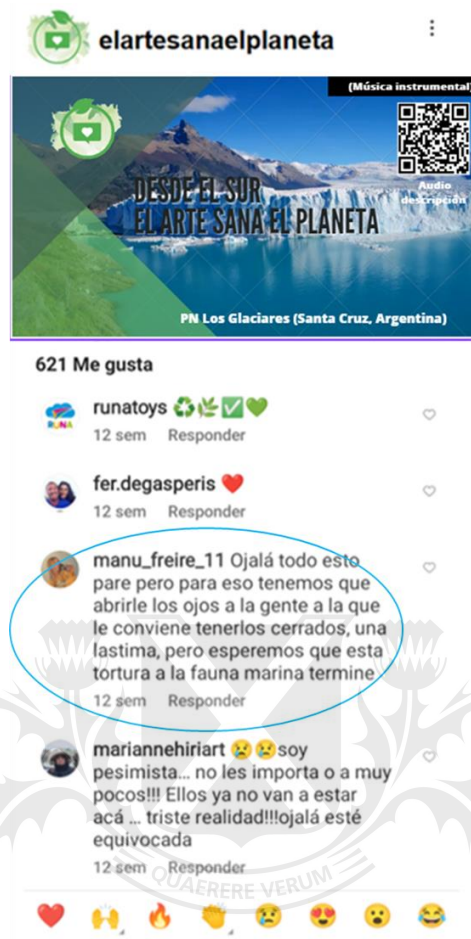
(Para visualizar el prototipo hacer clic en el enlace o escanear el código QR)

<https://youtu.be/Esk7W4h03ro>



Para desarrollar la **Fase 4** diseñaremos videos que, a modo de conclusión, expongan las manifestaciones de la ciudadanía en cada una de las fases. Los comentarios y propuestas de los usuarios más un guion serán su contenido.





Como ya señalamos, publicaremos los videos finales fundamentalmente **del 6 al 17 de noviembre del 2023 en simultáneo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 28)**, de manera de iluminar y visibilizar las expresiones de los ciudadanos en relación con la temática medioambiental.

## **h.- Descripción de la población beneficiaria**

El público objetivo es la ciudadanía en general. Entendemos que cada una de las redes sociales es particular y tiene un perfil de usuario diferente que se comparte de manera disímil. A modo de ejemplo, consideramos que actualmente el público que más se interactúa en Facebook es de mediana edad y mayores; que en Instagram predomina lo visual sobre el texto entre otras.

Hogares con acceso a computadora  
**64,2%**  
4to. trim 2021  
Fuente: INDEC-EPH, MAUTIC.

Hogares con acceso a internet  
**90,4%**  
4to. trim 2021  
Fuente: INDEC-EPH, MAUTIC.

Población que utiliza computadora  
**42,3%**  
4to. trim 2021  
Fuente: INDEC-EPH, MAUTIC.

Población que utiliza internet  
**87,2%**  
4to. trim 2021  
Fuente: INDEC-EPH, MAUTIC.

Acceso a Internet en Argentina. INDEC, 2022.

## i.- Descripción de la localización geográfica y cobertura

El área de impacto primaria del proyecto se propone dentro de Argentina, pero considerando la naturaleza del proyecto y sus objetivo

s, aspiramos a tener un alcance regional y de participantes de países de habla hispana.



Países de habla hispana del Mundo. (mapasenriquealonso.com)

## j.- Calendario de ejecución del proyecto

Actividad	Agosto 2021 a julio 2022	Julio 2022 Febrero 2023	Abril a Nov. 2023	Nov. 2023 a Abril 2024	Abril 2024 en adelante
Conceptualización y diseño del proyecto					
Diseño y gestión de los aspectos económicos del proyecto					
Diseño y gestión de la comunicación del proyecto					
Implementación del proyecto					
Publicación del proyecto					
Evaluación del proyecto					
Productos resultantes					

### **k.- Definición del modelo de gestión y organización**

Un equipo de proyecto se conforma con personas que interactúan con habilidades complementarias y con un modo de trabajar con el que se sienten comprometidos y del cual se sienten responsables. En esa línea, convocaremos a colaboradores que compartan los objetivos y metas del proyecto y buscaremos el asesoramiento de profesionales sobre temas puntuales.

<b>Función</b>	<b>Tarea</b>	<b>Responsable</b>
<b>Project Manager</b>	Coordinación general del proyecto, seguimiento del equipo.	Marila Basualdo.
<b>Experto en Comunicación</b>	Diseño del plan de comunicación del proyecto.	A definir.
<b>Community Manager</b>	Publicación del material de difusión en Instagram y Facebook según el cronograma ideado. Seguimiento del alcance y repercusión del contenido difundido.	A definir.
<b>Diseñador gráfico</b>	Diseño de las piezas gráficas de las publicaciones e historias en las redes sociales.	A definir.
<b>Realizador audiovisual</b>	Diseño y realización de videos a publicar durante el desarrollo de la campaña y los videos finales.	A definir.
<b>Locutor en Off</b>	Audio descripción de los videos.	A definir.
<b>Especialista en subtítulo SPS</b>	Subtitulado de videos.	A definir.
<b>Redactor de documentos</b>	Productos resultantes.	A definir.
<b>Especialista en temas legales</b>	Autorización legal para utilizar las imágenes de las obras.	A definir.

San Andrés

# Capítulo II: aspectos económicos del proyecto

## Etapa 2: diseño y gestión de los aspectos económicos del proyecto

### 2.1.-Recursos materiales y técnicos

Los recursos materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto son: dispositivos conectados a internet y herramientas de office y diseño gráfico. Para la difusión del proyecto se utilizarán las siguientes plataformas: Instagram, Facebook y YouTube.

### 2.2. Gestión de recursos económicos y socios estratégicos

#### 2.2.1.- Mapeo de socios estratégicos

Para llevar adelante el proyecto *Desde el Sur el Arte Sana el Planeta* creamos primordial la convocatoria de socios estratégicos. En ese sentido, invitaremos a sumarse a **instituciones nacionales** como el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Nación; la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación; el Ministerio de Ambiente del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires; el Ministerio de Ambiente del gobierno de Jujuy; el Ministerio de Ambiente y Control del Desarrollo Sustentable del Gobierno de Chubut<sup>59</sup> o la Red Argentina de Municipios contra el Cambio Climático; a **empresas** que financian acciones relacionadas con la defensa del medioambiente y a **Organizaciones del Tercer Sector**.

Dentro de estas organizaciones mencionamos a Inmigrantes Digitales -ya que uno de sus objetivos principales es reducir la brecha digital- o **Vida Silvestre Argentina**. Como ejemplo, desarrollaremos brevemente la convocatoria a esta última, que estimamos, potenciará

---

<sup>59</sup> Las provincias en Argentina, en general, tienen un Ministerio o Secretaría dedicadas a la problemática medioambiental.

nuestro proyecto gracias a su asociación con una marca con trayectoria y legitimación en la comunidad ambiental. La fundación tiene como misión proponer e implementar soluciones para conservar la naturaleza, “promover el uso sustentable de los recursos naturales y una conducta responsable del hombre en un contexto de cambio climático”. Su visión es “un mundo en el cual el ser humano se desarrolle en armonía con la naturaleza” (Vidasilvestre.org, 2022). El perfil de sus proyectos se corresponde con el ordenamiento ambiental, las áreas protegidas, la conducta responsable y la educación ambiental. La elección de esta organización nos permitirá hacer una sinergia sumando sus conocimientos prácticos, técnicos y administrativos y su experiencia tanto en el campo de la conservación ambiental y el desarrollo sustentable como en la relación con las audiencias. Este tipo de aporte puede amplificarse ya que la fundación forma parte de una red internacional.

Para **Vida Silvestre** también significará un aporte la alianza con un proyecto que se comportará como una caja de resonancia de sus creencias y le ofrecerá la posibilidad de evaluar la pertinencia de su ideario e iniciativas. Además, el proyecto le brindará la posibilidad de asociarse con una propuesta generada y proyectada desde Argentina que sumará al arte como medio para posibilitar el involucramiento de toda la población en la problemática medioambiental valorando y dando visibilidad a sus opiniones y propuestas de solución a las consecuencias de la crisis climática.

A partir de las alianzas mencionadas, el proyecto está pensado para financiarse 100% a través de aportes públicos y privados (instituciones, organizaciones, empresas, etc. relacionadas con la temática medioambiental). A continuación, mencionamos ejemplos de ellos:

### **Fondos públicos**

Buscaremos subvenciones de **entidades internacionales** como el Fondo Francés para el Medio Ambiente Mundial<sup>60</sup>, el Fondo de Acción XY<sup>61</sup> y los premios otorgados por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF).

A **nivel nacional**, las Becas Creación del Fondo Nacional de las Artes que apuestan a fortalecer, fomentar y estimular la concreción de proyectos artísticos-culturales con una mirada amplia y federal<sup>62</sup> y el programa Mecenazgo del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires que permite el desarrollo de proyectos artístico culturales por medio de la desgravación de Ingresos Brutos de las empresas con domicilio fiscal en la Ciudad de Buenos Aires.

## **Sector privado**

En relación con el aporte privado, buscaremos el financiamiento de **empresas** que están aplicando estrategias para atenuar el impacto global como Bosch, Accenture, Adecco, Aeropuertos Argentina 2000, Arcos Dorados, Avon, Banco Galicia, Carrefour, Quilmes, Arcor, Ledesma, MercadoLibre, Naranja, Nestlé, Shell o Unilever.

## **Organizaciones no gubernamentales**

Además de la mencionada anteriormente, destacamos a otras **organizaciones del tercer sector** como la Fundación OAK y sus Subvenciones para Proyectos Sociales y Culturales<sup>63</sup>; la Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN); la Fundación Agreste; la Fundación Guardianes de la Naturaleza Argentina; la Fundación para la Defensa del Ambiente; la

---

<sup>60</sup> El FFEM es un fondo público que financia proyectos de desarrollo que tengan impacto significativo y durable sobre temas como el cambio climático. Entre los criterios de elegibilidad los proyectos de países de América Latina son prioritarios.

<sup>61</sup> El Fondo de Acción XY busca proyectos pioneros en generar un cambio positivo social en diferentes regiones del mundo. La convocatoria es a nivel global y apoya proyectos que tienen como objetivo movilizar e inspirar individuos y grupos.

<sup>62</sup> Los montos que otorga son diferenciados: en 2021 fueron \$80 mil para los proyectos individuales; \$120 mil para los proyectos grupales que tengan entre dos y cuatro integrantes y \$160 mil para los que tengan cinco o más integrantes. El pago se realizó en su totalidad en cuanto se otorgó la beca.

<sup>63</sup> La Fundación OAK destina recursos para abordar cuestiones sociales y ambientales. El apoyo financiero puede superar los USD \$25.000 por proyecto.

Fundación M´Biguá; Sustentabilidad sin Fronteras; la Fundación Biosfera; la Fundación Avina o el movimiento Sin azul no hay verde, entre otras.

### **Dentro del ámbito universitario**

Aplicaremos también a la convocatoria de instituciones como la Universidad de San Andrés quién desde el Departamento de Humanidades, implementa apoyos a proyectos culturales dentro del Programa Formación y Prácticas de Innovación Cultural para enriquecer la cultura de la Ciudad de Buenos Aires, en el marco del Programa de Mecenazgo o la Red de Universidades Argentinas para la Gestión Ambiental y la Inclusión Social (UAGAIS).





# Capítulo III: Comunicación del proyecto

## Etapa 3: diseño y gestión de la comunicación del proyecto.

### 3.1.- Estrategia de comunicación del proyecto

#### Público:

**Variables sociodemográficas:** Nuestro público objetivo son hombres y mujeres de entre 12 y 80 años de todos los niveles socioeconómicos, inicialmente que vivan en Argentina, pero con la intención de ampliar el alcance geográfico.

#### Variables psicográficas:

- Personas que tengan intereses análogos con la propuesta del proyecto.
- Personas con un estilo de vida activo en relación con las pautas recomendadas para contrarrestar el cambio climático (reducir residuos, reciclaje, etc.).
- Personas atentas a problemas urgentes de la agenda pública.

#### Variables de conducta:

- Personas que participan activamente e interactúan con otros en redes sociales.
- Personas activas y con perfiles participativos en acciones relacionadas con el cambio climático.

#### Variables geográficas:

- Inicialmente personas que vivan en Argentina.

### 3.2.- Estrategia de publicaciones

Las publicaciones tienen como finalidad básica dar a conocer el objetivo del proyecto y ser disparadoras para generar un espacio de reflexión y participación. Su difusión la llevaremos a cabo en las siguientes redes sociales a través de usuarios y canales propios:

- **Instagram:** @elartesanaelplaneta
- **Facebook:** El arte sana el planeta

- **YouTube:** El Arte Sana el Planeta

También consideramos, para ampliar el alcance, **publicar el material del proyecto en las redes sociales de nuestros socios estratégicos.**

Al respecto, el siguiente cuadro muestra la cantidad de seguidores y/o suscriptores -en algunas de las redes sociales en las que haremos foco- de solo algunos de los posibles socios. Esto da una pauta del posible alcance del proyecto.

Fundaciones, empresas, etc.	Cantidad de seguidores y/o suscriptores		
	Instagram	Facebook	YouTube
Fundaciòn Vida Silvestre	82.300	22.000	3.320
Fundaciòn Biosfera	2.533	20.000	196
Sustentabilidad sin Fronteras	8.661	1.564	1.060
Natura	681.000	15.000	53.000
Danone	3.620	179.828	4.900
Banco Galicia	123.000	13.000	172.000

Para optimizar el alcance de la campaña haremos **inversiones en cada red**. El objetivo que planteamos es igual para Facebook/Instagram y YouTube. Nos proponemos alcanzar el mayor número de seguidores dentro de cada red con una tasa de interacciones del 35% en todo el ciclo. El KPI (Indicador de performance) principal será el CTR (Click Through Rate)<sup>64</sup> que nos dará un indicio de la efectividad del anuncio.

---

<sup>64</sup> Que se obtiene a partir de la siguiente fórmula: (Clics / Impresiones) x 100.

### 3.2.4.- Cronograma de publicaciones

Fechas	Actividad: campaña de difusión	Hora	Contenido de la actividad
3-4-23 al 17-4-23	<b>Presentación del proyecto</b>	8:00	Difusión de publicaciones en distintos formatos con la presentación del proyecto: objetivos y propósitos y a los curadores y artistas 1, 2 y 3.
17-4-23 al 5-6-23	<b>Primera serie de publicaciones</b>	8:00	Difusión de videos con los trabajos de los artistas seleccionados por los curadores 1, 2 y 3.
5-6-23 al 19-6-23	<b>Presentación del proyecto</b>	8:00	Difusión de publicaciones en distintos formatos con la presentación del proyecto: objetivos y propósitos y a los curadores y artistas 4, 5, 6 y 7.
19-6-23 al 7-8-23	<b>Segunda serie de publicaciones</b>	8:00	Difusión de videos con los trabajos de los artistas seleccionados por los curadores 4, 5, 6 y 7.
7-8-23 al 21-8-23	<b>Presentación del proyecto</b>	8:00	Difusión de publicaciones en distintos formatos con la presentación del proyecto: objetivos y propósitos y a los curadores y artistas 8, 9, 10 y 11.
21-8-23 al 9-10-23	<b>Tercera serie de publicaciones</b>	8:00	Difusión de videos con los trabajos de los artistas seleccionados por los curadores 8, 9, 10 y 11.
30-10-23 al 17-11-23	<b>Videos finales.</b>	8:00	Videos que resumen la participación y propuestas surgidas de la comunidad involucrada en la campaña.

# Capítulo IV: Evaluación del proyecto

## Etapas 4: evaluación del proyecto

### 4.1.- Objetivos y resultados esperados del proyecto

En este aspecto el objetivo del proyecto es llegar a la comunidad en su conjunto y motivar su participación. En ese sentido evaluaremos el impacto, el proceso y los resultados. Cabe destacar que esperamos un incremento significativo de intervención de una fase a la siguiente.

#### **De impacto:**

Evaluaremos la repercusión del proyecto en la prensa y medios de comunicación (cantidad de publicaciones) y en qué medida se instala el tema en la agenda pública.

#### **De proceso:**

Contabilizaremos la cantidad de veces que se comparten las publicaciones, la cantidad de me gusta, likes, etc. a las publicaciones y el incremento de visualización y participación de una fase a la siguiente.

#### **De resultados:**

Contabilizaremos la cantidad de respuestas a las publicaciones (cuantitativo) y se evaluará el tipo de respuestas a las publicaciones (cualitativo). (Ander-Egg y Aguilar Idáñez, 2010).

Las métricas de impacto del proyecto provendrán principalmente de Instagram, Facebook y YouTube.

#### 4.1.1.- Construcción de indicadores y fuentes de verificación

Indicador	Fuente de verificación
Efectividad del anuncio: cantidad de vistas legítimas.	CTR (Click Through Rate) que se obtiene de la cantidad de veces que se muestra el aviso y la cantidad de veces que las personas hacen clic en él.
Nivel de interacción	Cantidad de likes, reacciones, comentarios y la cantidad de veces que las publicaciones se guardan y se vuelven a publicar (repost).
Duración promedio de vistas	Es el promedio estimado de minutos que se miraron por vista para el video y período seleccionados.
Tiempo de reproducción (horas)	Es la cantidad de tiempo que los usuarios miraron las publicaciones.

# Capítulo V: Productos resultantes

## Etaapa 5: Productos resultantes

Entendemos a *Desde el Sur El Arte Sana el Planeta* como la punta de un gran iceberg, es decir, que la campaña en redes sociales es lo visible en una primera instancia pero que ofrece una multiplicidad de potenciales acciones que pueden surgir del proyecto y que responden a sus objetivos.

Al finalizar la campaña tendremos:

1. **Series de publicaciones en redes sociales** con comentarios, propuestas y reflexiones de los **artistas y curadores** participantes.
2. **Series de publicaciones en redes sociales** con comentarios, propuestas y **reflexiones de los ciudadanos** participantes.
3. **Contenidos para una posible publicación de un libro** con la participación en el proyecto de los curadores y artistas.
4. **Contenidos curados para organizar ciclos de charlas de concientización** en redes sociales con la participación de los curadores y artistas colaboradores.
5. **Conjunto de podcast** con la participación de los curadores y artistas colaboradores.
6. **Mapeos de nuevos potenciales socios** involucrados en el tema.
7. **Contenidos para la redacción de documentos** con la recopilación del resultado surgido de la participación de miles de seguidores durante la campaña, para hacer recomendaciones a las autoridades locales e internacionales.

La implementación de proyecto y todos estos productos resultantes abren un espacio de escucha, valoración y visibilizarían de la opinión individual de los ciudadanos y de un uso responsable de todo lo surgido desde la comunidad.

## ¿Cómo seguimos? Desafíos presentes y futuros.

“Es el peor de los tiempos, pero también el mejor porque aún tenemos una oportunidad”.

*Sylvia Earle.*  
Bióloga marina

El planeta padece una grave enfermedad. Las derivaciones de la crisis climática son incuestionables evidencias de un presente tantas veces anunciado. Paradójicamente el daño que causamos los humanos a nuestro hábitat, el único que tenemos para vivir, es determinante. La misma naturaleza desnudó los efectos de nuestra ausencia durante el aislamiento provocado por una pandemia: como espectadores vimos la vida florecer en el exterior.

Ciertamente, nos encontramos en un punto de inflexión en el que la prevención sigue siendo crucial, pero ahora también lo es el intentar revertir el implacable proceso de destrucción. Ya no es solo tiempo de denuncias sino de urgente acción. Es cierto que mucho daño ya está hecho; entonces ¿qué podemos hacer? Desde Argentina, desde el fin del mundo, proponemos, por un lado, un espacio de expresión propositivo que promueva y destaque el aporte individual de todos los ciudadanos (es en ese sentido que incorporamos herramientas que facilitan esa participación); pero, además, pretendemos que esas intervenciones afiancen la consideración del tema del medio ambiente y lo instalen en lo alto de las prioridades en la agenda pública.

El tiempo apremia, por eso toda contribución -única e irremplazable- debe ser considerada y visibilizada. Si entendemos a las actualmente masivas redes sociales como estructuras que conectan a millones de personas por intereses comunes y que les permiten interactuar, compartir, participar y crear, entonces son herramientas idóneas para alcanzar ese cometido.

Todos podemos plantear posibles soluciones a esta realidad; cada uno, desde su lugar, tiene mucho que aportar y por eso es imperativo hacernos escuchar. Es en relación con esa necesidad de manifestación de los seres humanos que apelamos al arte: la principal vía de

expresión del hombre a lo largo de su historia que además nos puede motivar a involucrarnos en el presente y comprometernos con el futuro. Pero también, como destaca Speranza (2022) reconocemos “la potencia política del arte que radica en reorganizar el campo de lo sensible, modificar lo visible, las formas de percibirlo y expresarlo” (p. 20). En ese sentido, menciona a Paul Klee quien en el comienzo de su **Confesión creativa** (1920) señala que “el arte no reproduce lo visible, sino que hace visible” (Speranza, 2022, p. 19).

Finalmente, como dijimos, hoy es indiscutible nuestra acción destructora sobre el planeta. En esa línea, Speranza menciona que “la idea de que el hombre se ha convertido en la mayor fuerza de transformación planetaria está en el centro de la discusión” (García, 2022, párr. 24). Entonces, ¿podemos confiar en nosotros mismos para remediar la situación? No son pocas las voces que apuestan por ello como la artista Agnes Denes ya citada quien en su obra “advierde el destino entrópico de la civilización y la naturaleza, pero cree en la capacidad del hombre para mitigar o retardar los procesos y en el arte como una forma capaz de anticipar e incluso moldear el futuro” (Speranza, 2022, p. 37) o la misma Speranza que afirma que “el arte puede ayudar a desvelar la dimensión del descalabro ambiental y que puede funcionar como una caja de resonancia y como un laboratorio de respuestas posibles” (García, 2022, párr. 24).

Muchas luchas se han ganado y son las antorchas que iluminan el propósito de esta propuesta. El desafío está planteado: el presente y futuro del planeta están en nuestras manos.



# Referencias bibliográficas

- Aiello, J. (7 de septiembre, 2021). Martín Ron presenta su nuevo mural acerca del cambio climático. Indiehoy.com. Disponible en <https://indiehoy.com/arte/el-muralista-martin-ron-presenta-su-nueva-obra-acerca-del-cambio-climatico/>
- Amaya, R. y otros (2019). Manual práctico de la comunicación inclusiva. 1 ed. Buenos Aires: COPIDIS.
- Ander-Egg, E. y Aguilar Idáñez, M. (2010). Cómo elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales. Colección política, servicios y trabajo social. 18° ed. Buenos Aires: Ed. Lumen/Humanitas.
- Benassini Felix, C. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. Revista Luciérnaga. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Año 6, Edición 12. Medellín, Colombia. 2014. ISSN 2027 - 1557. Págs. 16-29. Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/331326337\\_De\\_audiencias\\_a\\_prosumidores\\_Acercamiento\\_conceptual](https://www.researchgate.net/publication/331326337_De_audiencias_a_prosumidores_Acercamiento_conceptual). Fecha de consulta: 23-9-20
- Calvo, S., Ferreras, J., y Rodrigo-Cano, D. (2020) La Educación Ambiental en las redes sociales: #EA26. *Revista de Educación Ambiental y Sostenibilidad* 2(1), 1301. doi:10.25267/Rev\_educ\_ambient\_sostenibilidad.2020.v2.i1.1301. Disponible en <https://revistas.uca.es/index.php/REAyS/article/view/5335/6082>
- Carnacea Cruz, M. (diciembre, 2012). Arte para la transformación social: desde y hacia la comunidad. I Congreso Internacional de Intervención Psicosocial, Arte Social y Arteterapia. Archena 28, 29, 30 noviembre y 1 de diciembre de 2012. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/89833/1/Arte%20para%20a%20transformaci%C3%B3n%20social%2C%20desde%20y%20hacia%20la%20comunidad.pdf>

Chaves, A. (3 septiembre, 2020). El carrusel es el formato de Instagram con más engagement: por qué deberías usarlo. Marketing4 Ecommerce. Disponible en <https://marketing4ecommerce.net/que-es-carrusel-instagram/>

Cómo pensar el mundo: Kolapse encuentro global de cuatro meses entre artistas e intelectuales. (2020). Infobae. Disponible en <https://www.infobae.com/cultura/2020/11/20/como-repensar-el-mundo-kolapse-un-encuentro-global-de-cuatro-meses-entre-artistas-e-intelectuales/>. Fecha de consulta: 26-8-22.

Cómo usar las redes sociales para actuar en el medio ambiente. (GT-7). (2010). Asociación de Ciencias Ambientales (ACA) y Fundación CONAMA. Congreso Nacional de Medio Ambiente. Disponible en <http://www.conama10.vsf.es/download/bancorecursos/GT-7.pdf>. Fecha de consulta: 15-10-21.

El Riachuelo, pintado de verde. (27 de marzo de 2010). Lanacion.com. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-riachuelo-pintado-de-verde-nid1246236/>. Fecha de consulta: 23-10-21.

Estudio de opinión pública en el Área Metropolitana de Buenos Aires Centro de investigaciones en estadística aplicada (CINEA) UNTREF. Disponible en [http://untref.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/04/Dossier\\_Encuesta\\_Dia\\_de\\_la\\_Tierra\\_CINEA.pdf](http://untref.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/04/Dossier_Encuesta_Dia_de_la_Tierra_CINEA.pdf). Fecha de consulta: 7-10-21.

Fundación Vida Silvestre. Disponible en <https://www.vidasilvestre.org.ar/>. Fecha de consulta: 21-4-22.

García, F. (6 de agosto de 2022). Graciela Speranza: “El arte puede ayudar a desvelar la dimensión del descalabro ambiental”. lanacion.com.ar. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/ideas/graciela-speranza-el-arte-puede-ayudar-a-desvelar-la-dimension-del-descalabro-ambiental-nid06082022/>. Fecha de consulta: 8-8-22.

Geoffroy; T. (5 de abril, 2021). Emergency Room (Art). Thierry Geoffroy / Coronel.  
Disponible en <http://thierrygeoffroy.blogspot.com/>

Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. (9 de agosto, 2021). Comunicado de prensa. Secretaría del IPCC. Disponible en  
[https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2021/08/IPCC\\_WGI-AR6-Press-Release-Final\\_es.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2021/08/IPCC_WGI-AR6-Press-Release-Final_es.pdf)

Juan, A. (3 de octubre de 2008). Proyecto de Arte Antártida 2004/2007. XIX Reunión de Administradores de Programas Antárticos Latinoamericanos. Bs. As. Argentina. Disponible en <http://www.rapal.org.ar/REUNION/DOCS/DI26.PDF>.  
Fecha de consulta: 18-8-22.

Kemp, S. (15 de febrero, 2022). Digital 2022: Argentina. Datareportal. Disponible en <https://datareportal.com/reports/digital-2022-argentina>. Fecha de consulta: 10-8-22.

La situación ambiental de la Argentina. (marzo 2014). Poliarquía Consultores. Vida Silvestre. Disponible en [http://awsassets.wwf.panda.org/downloads/graficos\\_para\\_gacetilla.pdf](http://awsassets.wwf.panda.org/downloads/graficos_para_gacetilla.pdf).  
Fecha de consulta: 14-10-21.

Loaiza, P. (diciembre de 2020). América Latina Week: Andrea Juan. Lenscratch Fine Art and Photography Daily. Disponible en <http://lenscratch.com/2020/12/america-latina-week-andrea-juan/>. Fecha de consulta: 18-8-22.

Lucha de Pinterest contra la información falsa sobre el clima. (6 de abril, 2022). Pinterest. Disponible en <https://newsroom.pinterest.com/es/post/lucha-de-pinterest-contr-la-informacion-falsa-sobre-el-clima>. Fecha de consulta: 20-4-22.

- Martinell, A. (coord.) et al. Cultura y Desarrollo Sostenible. Aportaciones al debate sobre la dimensión cultural de la Agenda 2030, REDS, Madrid, 2020.  
[https://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2020/04/REDS\\_Cultura-y-desarrollo-sostenible-2020.pdf](https://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2020/04/REDS_Cultura-y-desarrollo-sostenible-2020.pdf)
- Mazzei. M. (2020). El arte contra la extinción. ¿Pueden los artistas achicar el Sahara? Clarin.com. Revista Ñ. Fecha de consulta: 10-9-20. Disponible en [https://www.clarin.com/revista-enie/arte/gabriela-rangel-hans-ulrich-obrist-puede-hacer-arte-extincion\\_0\\_Hg1soDU\\_w.html](https://www.clarin.com/revista-enie/arte/gabriela-rangel-hans-ulrich-obrist-puede-hacer-arte-extincion_0_Hg1soDU_w.html). Fecha de consulta: 21-10-21.
- Mejía Llanos, J. (2021). Estadísticas de redes sociales 2021: usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros. Disponible en <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>. Fecha de consulta: 21-10-21.
- Ministerio de Cultura. (9 de julio de 2020). *Covid Latam, un proyecto fotográfico colectivo sobre los avances del coronavirus en Latinoamérica*. Disponible en <https://www.cultura.gob.ar/covid-latam-proyecto-fotografico-colectivo-sobre-los-avances-del-coron-9244/>. Fecha de consulta: 23-10-21.
- Natura ésCultura. Fundación SETBA. Disponible en <https://fundaciosetba.org/es/natura-es-cultura/>. Fecha de consulta: 26-8-22.
- Percepción de problemas ambientales: cambio climático y coronavirus. (junio, 2020). Poliarquía Consultores. Periodistas por el Planeta. Disponible en <https://uploads.strikinglycdn.com/files/b9ff96c4-3644-4314-8f2b-d147ab102a3a/Encuesta-ClimayPandemia.pdf>. Fecha de consulta: 23-10-21.
- Pinterest prohíbe los contenidos y la publicidad con información falsa o engañosa sobre el cambio climático. (6 de abril de 2022). Europapress. Disponible en <https://www.europapress.es/portaltic/socialmedia/noticia-pinterest->

[prohibe-contenidos-publicidad-informacion-falsa-enganosa-cambio-climatico-20220406170652.html](https://www.elpais.com/clima-y-medio-ambiente/2021-08-09/el-gran-informe-cientifico-sobre-cambio-climatico-responsabiliza-a-la-humanidad-del-calentamiento-y-el-aumento-de-fenomenos-extremos.html). Fecha de consulta: 26-8-22.

Planelles, M. (9 de agosto, 2021). El gran informe científico sobre cambio climático responsabiliza a la humanidad del aumento de fenómenos extremos. El País. Disponible en <https://elpais.com/clima-y-medio-ambiente/2021-08-09/el-gran-informe-cientifico-sobre-cambio-climatico-responsabiliza-a-la-humanidad-del-calentamiento-y-el-aumento-de-fenomenos-extremos.html>

Plitt, L. (2016). ¿Qué es el Antropoceno, la "Edad de los humanos" que expertos aseguran hemos entrado? BBC Mundo. Disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-37220892>). Fecha de consulta 30-9-21.

Pontoriero, E. (20 de agosto de 2021). ¿Qué políticas está implementando el gobierno nacional contra el calentamiento global? Agencia Paco Urondo. Disponible en <https://www.agenciapacourondo.com.ar/economia/que-politicas-esta-implementando-el-gobierno-nacional-contra-el-calentamiento-global>. Fecha de consulta: 6-10-21.

Ramonet, G. (1 de mayo de 2022). Un video con artistas reconocidos y 160 mil firmas reactivan el reclamo por Península Mitre. Télam. Disponible en <https://www.telam.com.ar/notas/202205/591179-video-artistas-firmas-reclamo-peninsula-mitre.html>. Fecha de consulta: 19-8-22.

Speranza, G. (2022). Lo que no vemos, lo que el arte ve. 2da. ed. Barcelona: Editorial Anagrama.

Svampa, M. y Viale, E. (2021). El colapso económico ya llegó. 3ª ed. CABA. Siglo XXI Editores.

(2020a). Nuestro Green New Deal. *Anfibia*. UNSAM. Disponible en <https://www.revistaanfibia.com/green-new-deal/>

Situación ambiental de la Argentina. (marzo, 2014). Poliarquía consultores. Disponible en

[http://awsassets.wwfar.panda.org/downloads/graficos\\_para\\_gacetilla.pdf](http://awsassets.wwfar.panda.org/downloads/graficos_para_gacetilla.pdf).

Fecha de consulta: 2-11-22.

Torino, M. (15 de agosto de 2020). La nueva agenda verde: ¿saldremos mejores de la pandemia? Lanacion.com. Fecha de consulta: 10-9-20. Disponible en

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/la-nueva-agenda-verde-saldremos-mejores-pandemia-nid2418260>

Torres Muñoz, L. (8 abril 2021). *¿Cómo hacer una descripción gráfica para personas ciegas?*

*Contenidos audiovisuales accesibles.* Comisión de Derechos Humanos del Estado de México. [Archivo de Vídeo]. YouTube. Disponible en

<https://www.youtube.com/watch?v=2KbO8UCUO1U>

United Nations. Climate Change. Disponible en

<https://unfccc.int/es/conferencia-de-las-partes-cop>. Fecha de consulta 30-9-21.

Un 70% de la población cree que el cambio climático es una amenaza igual o mayor que la pandemia. (10 de julio de 2020). Infobae.com. Disponible en

<https://www.infobae.com/tendencias/2020/07/10/un-43-de-la-poblacion-crea-que-el-cambio-climatico-es-una-amenaza-igual-o-mayor-que-la-pandemia/>. Fecha de consulta: 7-10-21.

UVa\_Online. (7 jul 2014). *UNE-153010:2012*. Norma española de subtítulo para sordos. [Archivo de Vídeo]. YouTube. Disponible en

<https://www.youtube.com/watch?v=UuUfnctQKYQ&list=PLSbo9kXALczVjJ2L-TsOCfdvEN3BgCo>

## Imágenes

Acceso a Internet en Argentina. (2022). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

[Imagen]. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-26#:~:text=En%20el%20cuarto%20trimestre%20de,de%20cada%20100%20utilizan%20internet>. Fecha de consulta 2-8-22.

Andrey Kuskin, el árbol humano. (30 noviembre 2015). El fenómeno de la naturaleza o 99 paisajes con árboles. (2015). [Imagen]. La Voz de Galicia.

<https://www.lavozdeg Galicia.es/album/cultura/2015/11/29/andrey-kuzkin-arbol-humano/01101448829559983794723.htm>

Cosmos poéticos del aliento. (2007). [Imagen]. Studio Tomás Saraceno.

<https://studiotomassaraceno.org/>

Concentraciones 63: Julian Charrière, Hacia ningún polo terrenal. (2021). Towards No Earthly Pole – Pionerskoe. (2019). [Imagen]. Dallas Museum of Art.

<https://dma.org/art/exhibitions/concentrations-63-julian-charriere-towards-no-earthly-pole>

Día de la Tierra. Estudio de opinión pública en el área metropolitana. (abril, 2016). [Gráficos]. Centro de Investigaciones en Estadística Aplicada (CINEA). Universidad de Tres de Febrero (UNTREF).

[http://untref.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/04/Dossier\\_Encuesta\\_Dia\\_de\\_la\\_Tierra\\_CINEA.pdf](http://untref.edu.ar/wpcontent/uploads/2016/04/Dossier_Encuesta_Dia_de_la_Tierra_CINEA.pdf)

El día en el que Nicolás García Uriburu tiñó de verde los canales de Venecia, según la mujer que lo inmortalizó. (29 julio 2018). [Imagen]. Eva.

<http://myhnt.info/eva/nota.aspx?id=67349>

Glaciator. (2018). [Imagen]. Joaquín Fargas. <http://www.joaquinfargas.com/>

Kemp, S. (27 de enero, 2021). *Digital 2021: Informe General Global*. [Gráficos]. DataReportal. <https://datareportal-com.translate.google.com/reports/digital-2021-global-overview-report? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es-419& x tr pto=nui,sc>

*La situación ambiental de la Argentina*. (2014). [Gráficos]. Fundación Vida Silvestre. Poliarquía. <https://www.vidasilvestre.org.ar/?9840/Presentacin-de-la-1-Encuesta-Nacional-Ambiental>

Los niños de la soja. (2010). [Gráficos]. Research. <https://www.researchgate.net/>

*Metano-Proyecto Antártica*. (2005/2006). [Imagen]. Bola de Nieve. <http://www.boladenieve.org.ar/>

Miranda, J. (2020). Olafur Eliasson, un artista comprometido con la naturaleza. Serie del deshielo de los glaciares (1999/2019). [Imagen]. El Ágora Diario del Agua. <https://www.elagoradiario.com/agora-forum/a-style/arte/olafur-eliasson-un-artista-comprometido-con-la-naturaleza/>

Retratos del consumo masivo por Chris Jordan. (s.f.). Running the Numbers II | Portraits of global mass culture. (2009). [Imagen]. Nation. <https://nation.com.mx/arte/retratos-consumismo-masivo-chris-jordan/>

#24S: jóvenes argentinos se movilizan en todo el país para reclamar medidas contra el cambio climático. (24 septiembre, 2021). [Imagen]. Ámbito. <https://www.ambito.com/informacion-general/cambio-climatico/24s-jovenes-argentinos-se-movilizan-todo-el-pais-reclamar-medidas-contra-el-n5286212>

Río Santa Cruz (2016-2017). [Imagen]. Alejandra Kehayoglou. <https://alexandrakehayoglou.com/>

Smith, R. (14 de junio 2012). Art Show as Unruly Organism. Doing Nothing Garden. [Imagen]. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2012/06/15/arts/design/documenta-13-in-kassel-germany.html>



*Tree Mountain – A Living Time Capsule – 11.000 Trees, 11.000 People, 400 Year.*  
(2022). [Imagen]. Agnes Denes Studio.

<http://www.agnesdenesstudio.com/>

*Utopía del Bicentenario (1810-2010 200 años de Contaminación).* (2010). [Imagen].  
Arte Público., s.f.

<https://www.artepublico.ar/utopia-del-bicentenario-200-anos-de-contaminacion-1810-2010/>

## Videos

Museo I Incluyente de Producción Audiovisual MIIPAT. (19 oct 2017). El regalo.

*Cortometraje con audio descripción.* [Archivo de Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=UPBz63amxc0>

Ramos Arias, Guilmar. (19 nov 2013). *10 MINUTOS* Cortometraje con subtítulos adaptado para personas Sordas. [Archivo de Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=yy4IjADVEuE>

Detalle de algunas empresas consultadas.

### **Softcom. Publicidad en redes sociales**

Empresa de software a medida con programadores full stack. Se encargan de que la inteligencia digital se adapte a cada empresa para agilizar procesos que aumenten la productividad y las ventas. También desarrollan apps móviles multiplataforma para que los proyectos se acomoden a todos los dispositivos existentes.

### **Tecsid. Marketing y diseño**

Brinda servicios de Alojamiento Web, Registro de Dominios y estrategias innovadoras de Marketing en Internet. Actualmente, además ofrece productos propios de diseño, gestión y optimización de sitios Webs, como así también servicios especializados en Marketing Directo a clientes particulares y revendedores en el mercado local y de Latino América.



Universidad de  
**San Andrés**

# Anexo 1

## Elaboración del presupuesto, flujo de fondos y plan de financiamiento

### Presupuesto

Concepto	Detalle	Costo
<b>Honorarios</b>		
Equipo proyectual: 20% del total del presupuesto = Proyecto: 60%; Dirección: 20%; Administración: 20%	Proyecto:	\$ 230.194,80
	Dirección:	\$ 76.731,60
	Administración:	\$ 76.731,60
Curadores y artistas	Elección del artista y obra. Redacción de texto.	\$ 440.000,00
Realizador audiovisual	Diseño y ejecución del videos finales (20 a 30 segundos)	\$ 67.126,40
Diseñador Gráfico	Diseño de piezas gráficas.	\$ 253.000,00
	Diseño de videos para publicaciones e historias en Instagram.	\$ 260.000,00
Locutor en <i>Off</i>	Audiodescripción de videos.	\$ 100.000,00
Especialista en subtulado SPS	Subtitulado SPS de videos.	\$ 37.500,00
Comunicación	Diseño de la estrategia de comunicación	\$ 152.000,00
Community Manager	Estrategia de Marketing y Comunicación en redes sociales.	\$ 56.064,00
	Publicación del material de difusión en Instagram y Facebook según cronograma. Seguimiento del alcance y repercusión del contenido difundido Subida de videos, de imágenes y gestión de comunidades: 5 a 10	\$ 537.600,00
Abogado	Autorización legal para la publicación de las imágenes de las obras y el trabajo de los curadores en las redes sociales	\$ 15.000,00
<b>Gastos</b>		
Gastos administrativos		\$ 100.000,00
<b>SUBTOTAL:</b>		\$ 2.401.948,00
<b>Inversión</b>		
Difusión	Facebook, Instagram y YouTube	\$ 691.673,60
<b>TOTAL:</b>		\$ 3.093.621,00

\*\* Valores mayo 2022.

## Flujo de fondos y Plan de Financiamiento

Fase 0	Costo	Fase 1: abril/junio 2023	Costo	Fase 2: junio/agosto 2023	Costo	Fase 3: agosto/octubre 2023	Costo	Fase 4: octubre/nov. 2023	Costo
<b>EGRESOS</b>									
Gastos administrativos	\$ 20.000,00	Gastos administrativos	\$ 20.000,00	Gastos administrativos	\$ 20.000,00	Gastos administrativos	\$ 20.000,00	Gastos administrativos	\$ 20.000,00
Proyecto	\$ 230.194,80	Dirección	\$ 76.731,60	Administración	\$ 76.731,60	Publicaciones y seguimiento en redes sociales	\$ 134.400,00	Diseño de video	\$ 67.126,40
Estrategia de comunicación en redes.	\$ 56.064,00	Publicaciones y seguimiento en redes sociales	\$ 134.400,00	Publicaciones y seguimiento en redes sociales	\$ 134.400,00	Publicaciones y seguimiento en redes sociales	\$ 134.400,00	Publicaciones y seguimiento en redes sociales	\$ 134.400,00
Diseño estrategia de comunicación.	\$ 152.000,00	Inversión en redes	\$ 138.334,72	Inversión en redes	\$ 138.334,72	Inversión en redes	\$ 138.334,72	Inversión en redes	\$ 276.669,44
Curadores	\$ 440.000,00								
Diseño de gráficas	\$ 253.000,00								
Diseño de videos	\$ 260.000,00								
Locutor en Off	\$ 100.000,00								
Subtitulado SPS	\$ 37.500,00								
Abogado	\$ 15.000,00								
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.563.758,80</b>		<b>\$ 369.466,32</b>		<b>\$ 369.466,32</b>		<b>\$ 292.734,72</b>		<b>\$ 498.195,84</b>
<b>TOTAL:</b>									<b>\$ 3.093.621,00</b>
<b>INGRESOS</b>									
		Fase 1: abril/junio 2023	Valor	Fase 2: junio/agosto 2023	Valor	Fase 3: agosto/octubre 2023	Valor	Fase 4: octubre/nov. 2023	Valor
Subsidio									
Beca									
Empresa XXX									
<b>Total:</b>									

En este proyecto consideramos como costos fijos los administrativos ya que el resto son variables.

  
 Universidad de  
**San Andrés**

## Anexo 2

### Modelo de permisos de difusión de imágenes

Por medio de la presente, Yo, \_\_\_\_\_, con DNI \_\_\_\_\_, cedo a Proyecto .....de manera amplia e irrestricta, el derecho al uso de imágenes de obras de arte de mi autoría de manera gratuita e irrevocable. A través de la presente cesión, el Proyecto.....quedará facultado a utilizar total o parcialmente estas imágenes y/videos o textos a fin de que los mismos sean divulgados y/o incorporados con fines publicitarios y/o educativos en medios de comunicación audiovisuales, radiales, gráficos, internet, vía pública y/o cualquier otro soporte.

En tal sentido, autorizo la inclusión y edición de mi imagen, en la medida en que ello sea técnica o estéticamente necesario, a criterio exclusivo de Proyecto .....

Asimismo, dejo expresa constancia de que autorizo la ejecución de todo otro acto encaminado a la divulgación del contenido, sin restricciones ni límites temporales, así como de medios para su reproducción y/o difusión, deslindando al Proyecto...de toda responsabilidad.

Firmado en Buenos Aires, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de .....

Universidad de  
San Andrés

## Anexo 3

### Breve CV de la curadora y de la artista convocados para el prototipo

#### **Curadora: Jorgelina Girotti**

Lic. en gestión e Historia de las Artes, Especialista en Curaduría de Arte Contemporáneo y Profesora de nivel universitario en Curaduría del Patrimonio artístico (USAL) Investigadora del Proyecto Genealogía de la Curaduría (2016-USAL) y Artes electrónicas en Buenos Aires (2017- USAL). Publicó, Curaduría Urbana en Curaduría una aproximación genealógica - Edic. Arte x Arte (2018), y Memoria cristal, presente y pasado, imágenes mutuas. (2016- FADYCC- Universidad Nacional del Nordeste). Fue curadora del espacio de arte de la Alianza Francesa de Martínez y de numerosas muestras de Arte Contemporáneo. Fue Coordinadora operativa de MACBA (2019-2020). Vive y trabaja en Buenos Aires.

#### **Artista: Antonia Guzmán**

Graduada de la Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón vuelca en sus obras su preocupación básica: cómo el microcosmos gesta el macrocosmos. Trabaja con técnicas al agua (acrílico, acuarela, tinta y gouche) y sobre materiales como papeles artesanales y tela con una poética basada en el color. Incursionó en la instalación, el land-art, la escultura sobre hierro y los estampados textiles. Realizó residencias internacionales y fue galardonada en diversos certámenes. Desde 1988 expone en galerías nacionales e internacionales. Sus obras se encuentran en colecciones privadas y públicas en el país y el exterior. Vive y trabaja en Tigre (GBA).