Comunicación climática

Amaya Asiain Iraeta



LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

citiES 2030

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

QUIÉNES SOMOS



- Comunicación especializada en medio ambiente y sostenibilidad.
- Más de 20 años en WWF, ECODES, Sanitas, EFE, Onda Madrid, La mar de gente.

amaya@lamardegente.net



Comunicación con Impacto Social

LA MAR de gente / Comunicación y diseño con impacto social

DE QUÉ VAMOS A HABLAR

citiES 2030



- Cómo comunicar acciones climáticas de forma clara, cercana y efectiva.
- Iniciativas de éxito en comunicación climática.
- Claves para conectar con diferentes públicos e impulsar su implicación.
- Recursos

Dudas, preguntas y comentarios

Cómo comunicar | **Iniciativas de éxito** | **Conectar con el público** | **Recursos**

COMUNICACIÓN

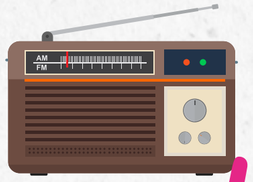


LA MAR de gente / Comunicación y diseño con impacto social

COMUNICACIÓN







Elementos de la comunicación

EMISOR

Es el que manda el mensaje

CANAL

El medio físico por el qu
se transmite el mensaje

MENSAJE

Es la información que envía el emisor

CÓDIGO

El conjunto de reglas y signos que comparten emisor y receptor

RECEPTOR

Es el que recibe el mensaje











Elecciones









LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

INICIATIVAS DE ÉXITO



aemet Agencia Estatal de Meteorología

ecoinsomnes

Another Way

rtve el Tiempo

BLABLA LAB

esfera CLIMÁTICA

Climática

Observadores del Mar

COMUNIDAD #PorElClima

Sonda INTERNACIONAL

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

INICIATIVAS DE ÉXITO

- El cambio climático ya está aquí
- Falta de recursos
- Gestión de la incertidumbre con ciencia y algo más
- Una cuestión de tiempos
- Ejemplos y buenas prácticas frente a la desinformación
- Formar es un elemento clave de la comunicación: para enriquecer el debate público y para movilizar
- Cambio de paradigma de la narrativa
- ¿Qué ocurre con las personas jóvenes?
- Sentimiento de comunidad
- Falta de alianzas

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

¿QUÉ PENSÁIS?



menti.com

5648 7005

Participant counter

QUÉ SABEMOS



Análisis de las políticas municipales: calidad del aire, zonas verdes, movilidad, temperatura y agua.

Estudio de percepción ciudadana sobre los factores ambientales urbanos que inciden en la salud de la población.

- 58% zonas verdes es la medida más eficaz para mejorar la biodiversidad urbana e incidir positivamente en su salud
- 40% lamenta la falta de espacios verdes en sus municipios,
- **Solo una minoría considera que su ayuntamiento se está esforzando en comunicar**

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

MARCOS DE REFERENCIA

Entendemos la realidad a través de creencias y experiencias previas.

Los marcos se forman con metáforas, palabras, cuentos (ahora narrativas) ... que nos ayudan a entender lo que nos rodea.

Lo que contamos y cómo influye en las personas.

Busca el apoyo y el conocimiento de personas expertas en comunicación



Lenguaje y debate político
George Lakoff

Los resultados en comunicación tardan en llegar, pero llegan

LAS AUDIENCIAS

Hablemos de las 8 España (ante el cambio climático)

Segmentación sociológica de 2024
Legados, Bla Bla LAB, la Fundación Europea del Clima e IMOP Insights.



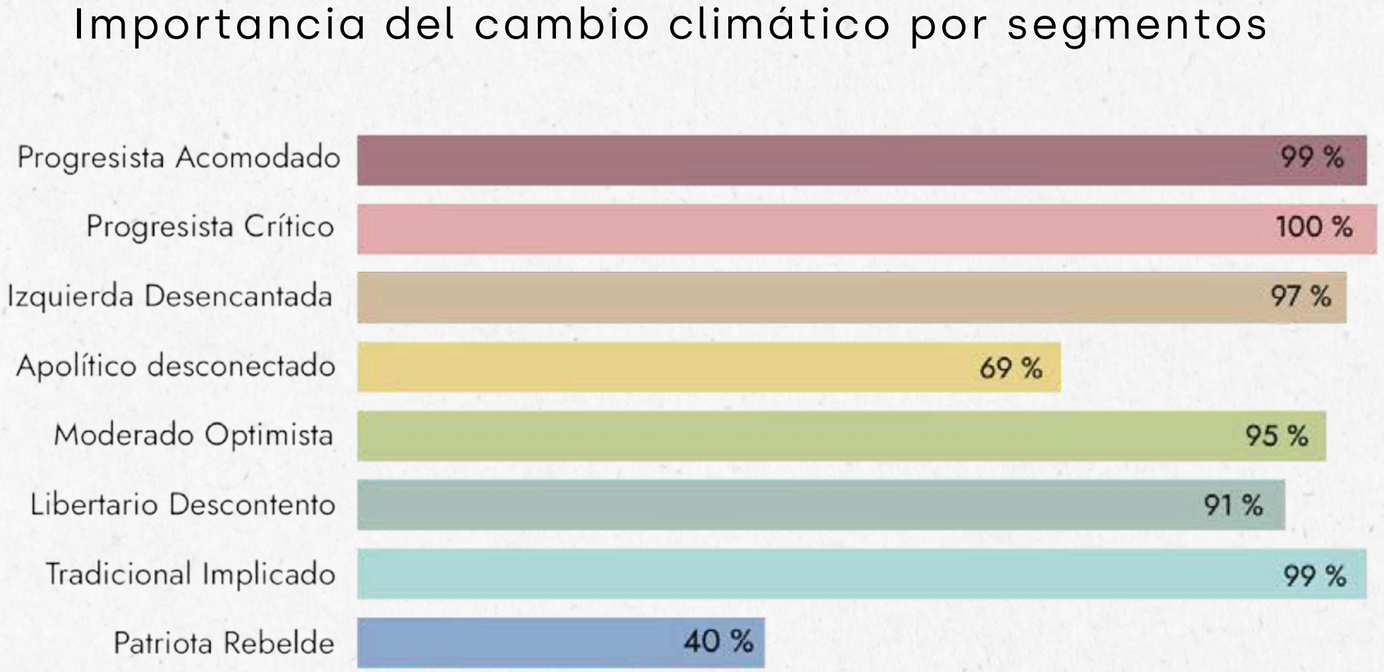
Más allá de la división izquierda/derecha
ocho arquetipos basados en sus **valores, creencias, emociones y actitudes**

LA MAR de gente / Comunicación y diseño con impacto social

LAS AUDIENCIAS

- **Desafección política**
- **Quién se lo cuenta**
- **Cómo se lo cuentan**

Hablemos de las 8 España (ante el cambio climático)



LA MAR de gente / Comunicación y diseño con impacto social

CÓMO HABLAS A ESTA AUDIENCIA

menti.com

5648 7005

Participant counter

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

USO DE LOS TÉRMINOS



Refugio climático



Riesgos



Recomendaciones



Sombra



Salud



Bienestar

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

USO DE LOS TÉRMINOS



Mitigación



Adaptación



Transición justa

citiES 2030

Compromiso



Renaturalización



Oportunidades

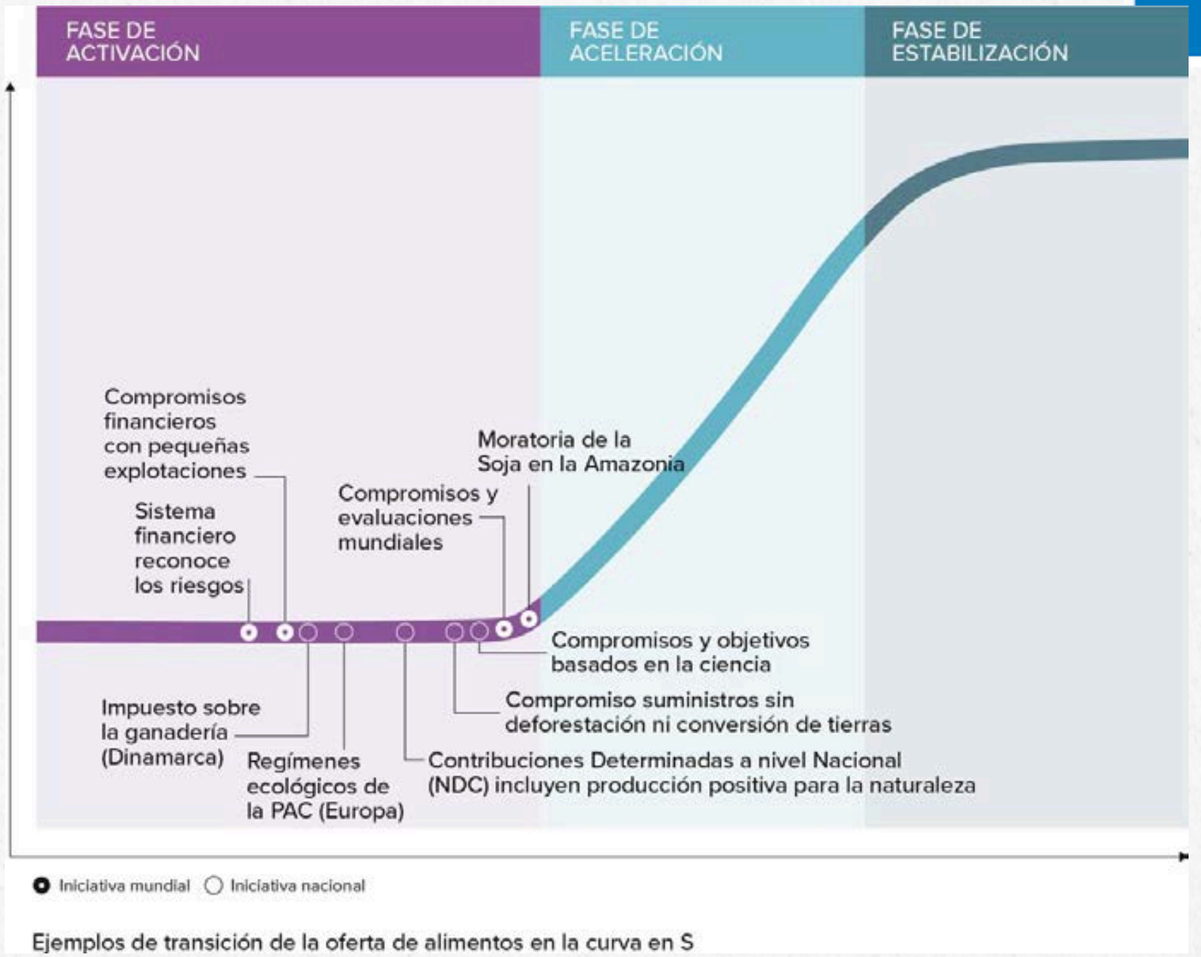
LA MAR de gente / Comunicación y diseño con impacto social

DESDE DÓNDE LO CUENTAS





Puntos de inflexión



Ejemplos de transición de la oferta de alimentos en la curva en S

LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

QUÉ FUNCIONA: Una estrategia de comunicación

El mensaje adecuado a través de los canales adecuados que llega a la gente adecuada en el momento adecuado

- Valores: nos humanizan, nos identificamos
- Propósito: para qué lo haces
- Visión: dónde quieres ir
- Objetivos: qué quieres obtener de tu público objetivo
- Incluye los puntos fuertes de lo que haces

3/4 mensajes clave que adaptas según tus públicos
Cortos y sencillos
Sujeto + Predicado
No pasivas
Verbos de acción

OPORTUNIDADES PARA COMUNICAR













#DÍASDE 31 DE OCTUBRE: LAS CIUDADES
Vivienda adecuada para todas las personas

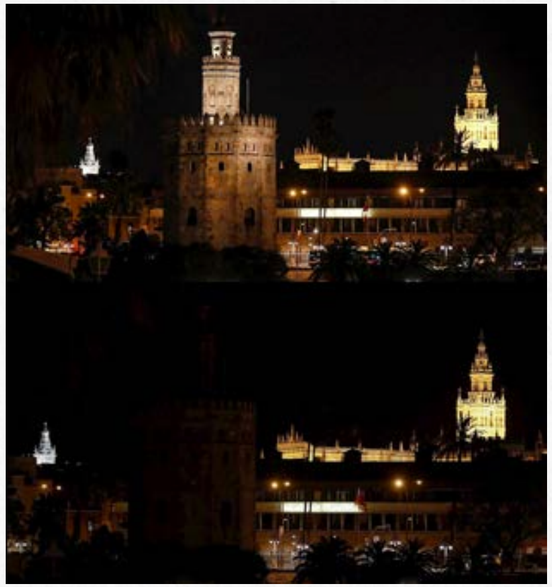


OPORTUNIDADES PARA COMUNICAR

Fondos verdes para crear espacios renaturalizados en las ciudades españolas



OPORTUNIDADES PARA COMUNICAR







horadelplaneta.es



OPORTUNIDADES PARA COMUNICAR





https://spain.cleancitiescampaign.org/

LA MAR de gente / Comunicación y diseño con impacto social

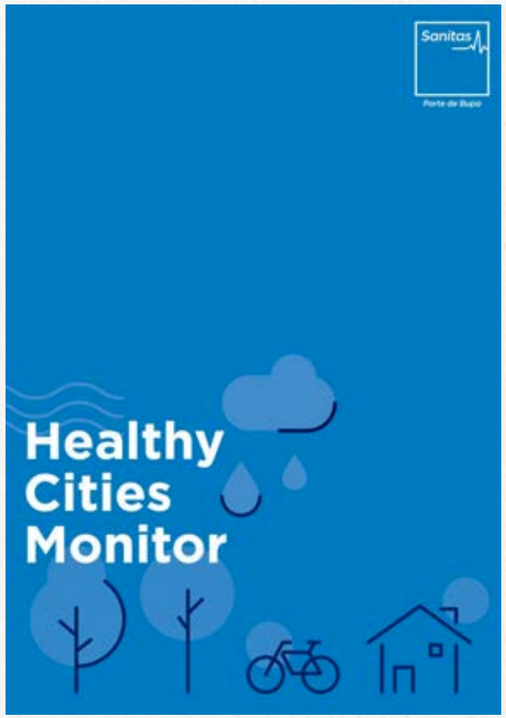
RECURSOS

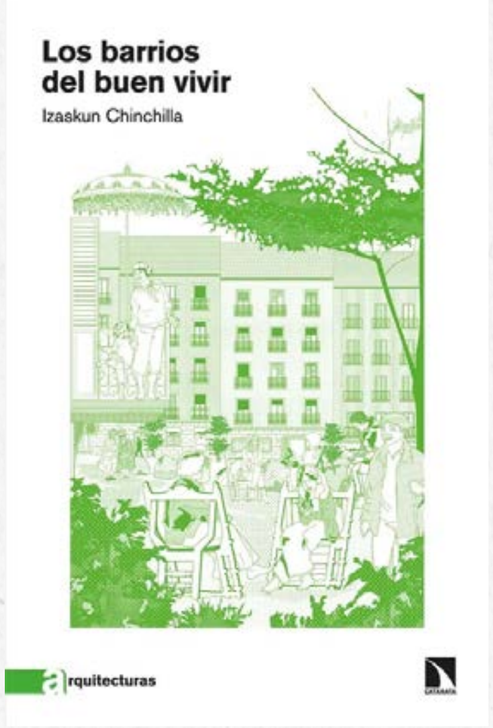












LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

¡GRACIAS!

Somos trazos que construyen historias y conceptos visuales. Somos la unión entre muchos puntos que se dirigen al mismo lugar. Somos cada vez más, y ya te estábamos esperando.

amaya@lamardegente.net



LA MAR de gente
Comunicación y diseño con impacto social

INICIATIVAS DE ÉXITO

Uno de los errores ha sido hablar de cambio climático en negativo, con lejanía y culpabilidad. El Tiempo RTVE

Amplificar voces que conozcan y expliquen los temas reducirá el ruido mediático y la desinformación. Esfera climática

Con datos no convences a nadie, hay que hablar de valores. Ver dónde estamos de acuerdo para construir puentes. Ecoinsomnes

Nuestra experiencia es que desde la esperanza y la práctica se llega muy bien a la sociedad. #PorElClima

Creemos que las propuestas para soñar con futuros irresistibles tienen que ser valientes y arriesgadas. Another Way Film Festival