

Informe

Foro de Lucha contra el Cambio Climático 2024:

La comunicación y el cambio de hábitos para la acción climática

Dirección General de Política y Estrategia Ambiental
Subsecretaría de Ambiente

Foro de Lucha contra el Cambio Climático 2024:

La comunicación y el cambio de hábitos para la acción climática

Dirección General de Política y Estrategia Ambiental
Subsecretaría de Ambiente

Introducción:

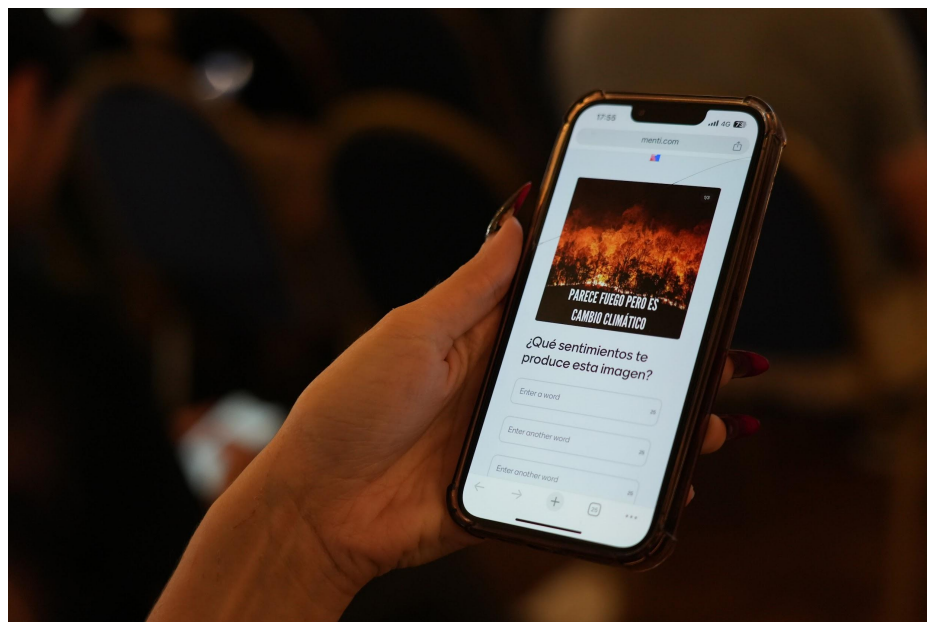
El 6 de noviembre de 2024 se realizó en la Legislatura Porteña una nueva edición del Foro de Lucha contra el Cambio Climático. Es una instancia participativa que se realiza en cumplimiento de la ley N° 5613 de manera complementaria a la Ley N° 3871, para informar a los vecinos y vecinas de la Ciudad, y recibir opiniones y sugerencias sobre la política climática.

Apertura:

Maria Fernanda Mollard y Pablo Alejandro Donati, legisladores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y presidente y vicepresidente respectivamente de la Comisión de Cambio Climático, estuvieron a cargo de las palabras de apertura, junto con Natalia Persini, Subsecretaria de Ambiente del GCBA. Los oradores resaltaron la necesidad de actuar frente al cambio climático y el rol de este tipo de espacios como fundamentales para construir políticas climáticas representativas, inclusivas y adaptadas al contexto actual. Además, mencionaron la importancia de mejorar la comunicación de los riesgos climáticos como un desafío ineludible para lograr el cambio de hábitos.



Brainstorming: Emociones, comunicación y cambio climático:



Para continuar, se llevó a cabo una actividad presentada por Patricia Himshoot, Gerenta Operativa de Cambio Climático en la Dirección General de Política y Estrategia Ambiental del Gobierno de la Ciudad. Se identificaron las principales preocupaciones de los vecinos referidas al cambio climático, los medios de comunicación más utilizados y cuál es su sensación frente a diferentes maneras de comunicar las problemáticas.

Los resultados fueron los siguientes:

¿Qué es lo que más te preocupa del cambio climático?



¿Qué sentimientos te produce esta imagen?



Servicio Meteorológico Nacional: Estrategias en comunicación

Valentina Rabanal, parte del equipo de comunicación del Servicio Meteorológico Nacional dió una disertación sobre cómo abordar la comunicación de temas complejos como el cambio climático en la actualidad, y de qué manera lo llevan adelante. Brindó las estrategias que utilizan en sus publicaciones en diferentes redes sociales, y mostró los resultados positivos de incorporar herramientas comunicativas alternativas, como los memes, sin restar seriedad ni valor científico al mensaje; haciéndolo más comprensible y con mejor impacto.

Mesas de trabajo

Para cerrar el Foro, se desarrolló una actividad en mesas de trabajo, con el objetivo de diseñar una pieza comunicativa que logre un mayor alcance y efectividad entre la ciudadanía para el cambio de hábitos, y pueda ser parte de una campaña de comunicación en el verano. Se establecieron algunas preguntas disparadoras:

- ¿Qué me preocupa acerca del cambio climático durante el verano?
- ¿Cómo lo voy a comunicar?
- ¿A quién le vamos a dirigir el mensaje?

Resultados de las mesas de trabajo

A modo de resumen, se comparten los mensajes principales obtenidos en los intercambios.

Mesa 1

Las principales preocupaciones que se plantearon fueron los cortes de luz y agua, los incendios y las olas de calor. Se decidió que la comunicación debería ser dirigida a jóvenes, de manera disruptiva para captar su atención. Para ello, se elige realizar un reel o video, en el que se sigue una tendencia de contenido muy popular: Get ready with me para una ola de calor para difundir los cuidados que deben tomarse frente a este fenómeno (usar ropa clara, hidratarse, protegerse del sol, etc.).



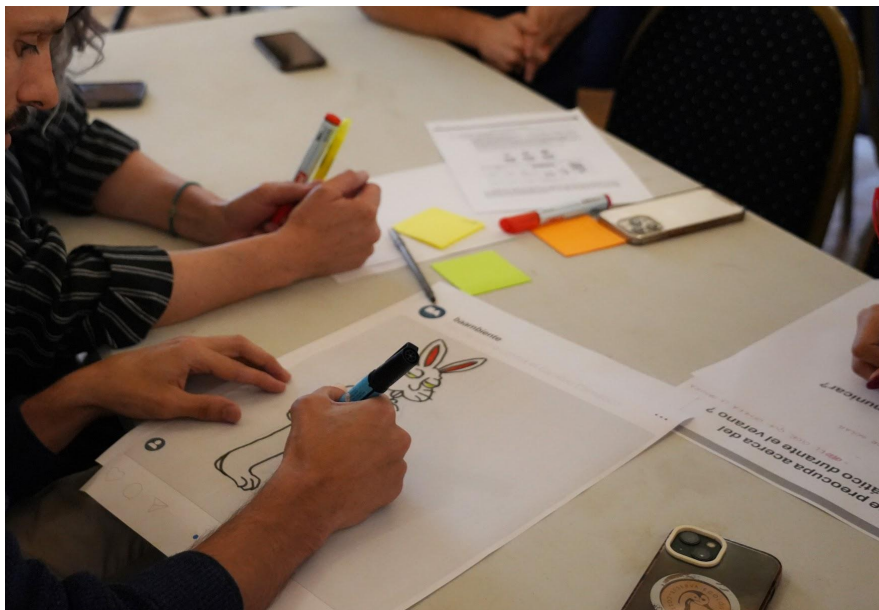
Mesa 2

Esta mesa comenzó discutiendo los principales problemas a los que se enfrentaba cada integrante durante el verano, como los altos gastos energéticos, el impacto en la salud, la proliferación de mosquitos, entre otros. Se debatió mucho sobre las formas de comunicar y alertar sobre los cuidados a tener en estas épocas, entendiendo que las redes sociales y los canales audiovisuales son una buena forma de llegar al público en general. Particularmente, esta mesa se enfocó en las infancias y adolescencias, las cuales podían propagar un mensaje de cambio de hábitos a los adultos, tomando como referencia la película “Intensamente”. A partir de allí, se pensó en una animación o personaje que transmite o comunica los beneficios de cambiar de hábitos y promover el cuidado en épocas de altas temperaturas. Este personaje fue bautizado con el nombre “Antorchita”.



Mesa 3

Se discutieron problemáticas recurrentes en los veranos en la Ciudad que se verán intensificadas por el cambio climático y se pensó una estrategia de comunicación hacia los vecinos con el objetivo de promover distintos cambios de hábito que ayuden a hacer frente a estos problemas. La principal idea que salió en la mesa fue comunicar por redes sociales, principalmente Instagram, y enfocarlo en adolescentes y jóvenes adultos. Por eso se pensó en incorporar el humor para captar la atención del público, generar empatía y promover las acciones individuales. En la pieza realizada se hizo mención a la importancia de utilizar el aire acondicionado en una temperatura estándar de 24°C para evitar un consumo excesivo de energía.



Mesa 4

Se abordó el impacto de las altas temperaturas en la salud de las personas mayores, una de las poblaciones más vulnerables frente al cambio climático.

El objetivo fue diseñar una pieza comunicativa efectiva que lograra un mayor alcance y sensibilización en redes sociales. Como resultado, se decidió utilizar un meme conocido de los “Simpsons” como herramienta visual clave para transmitir el mensaje de forma clara, creativa y accesible. En el mismo se detallaron los síntomas de un golpe de calor y las acciones necesarias para prevenirlas. Esta estrategia busca captar la atención en plataformas como Instagram, generando conciencia sobre los riesgos de las olas de calor en la salud y promoviendo medidas preventivas para este grupo vulnerable de una forma original y divertida.



Mesa 5

Luego de diferentes intercambios, se decide el mensaje que se quiere transmitir es que los hábitos individuales en conjunto pueden generar grandes cambios, puntualmente con las acciones para reducir las emisiones. Para el producto final se pensó que debe ser original y pueda compartirse por redes sociales. Se elige diseñar un vídeo, con una persona en cada ventana de un edificio, que vayan mencionando acciones y a continuación se apague la luz. Finalmente, el edificio completo queda en oscuridad, cerrando con la frase “pequeñas acciones para grandes cambios”.



En general, las principales preocupaciones de los asistentes fueron las olas de calor, la vulnerabilidad de ciertos sectores de la población, los cortes de energía, los espacios verdes. En todas las mesas se resaltó la importancia de utilizar herramientas comunicativas creativas como los memes, seguir una tendencia de contenido, usar recursos de películas, series u otros contenidos masivos para tener mejor y mayor alcance en la ciudadanía. Qué mensajes se quisieron transmitir o las ideas de cómo hacerlo podrían incorporarse o tenerse en cuenta en futuras campañas de comunicación de Gobierno.