




Módulo 2: El poder de las artes para provocar el cambio

2.3 Comunicación del cambio climático

 Descripción de la lección	La lección orienta sobre cómo transmitir mensajes coherentes y eficaces sobre el cambio climático. Ofrece consejos y pasos sencillos que pueden seguirse para lograr una comunicación sobre el cambio climático.
 Objetivos	El objetivo de esta lección es informarte y animarte a comunicar eficazmente sobre el cambio climático.
 Resultados didácticos	<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificar formas prácticas de concienciar sobre el cambio climático a través de la comunicación• Entender cómo se puede captar la atención del público <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Demostrar la capacidad de crear mensajes claros y contundentes• Utilizar la información proporcionada para facilitar el cambio de comportamiento <p>Actitudes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Motivación para comunicar el cambio climático

Lograr la comunicación sobre el cambio climático

Las artes y las industrias creativas pueden concienciar a la gente y motivarla para que se implique y apoye la lucha contra el cambio climático. Sin embargo, para muchos artistas, el tema del cambio climático puede resultar difícil de comunicar. La comunicación sobre el cambio climático puede lograrse de diferentes maneras. Una de ellas es presentar al público en general un tema principal relacionado con el clima, como las causas y consecuencias del cambio climático (por ejemplo, naturales y sociales). Una segunda forma consiste en proponer soluciones al problema o debatir sobre lo que tanto los individuos como las organizaciones podrían hacer respecto al cambio climático (por ejemplo, seguir los principios de la economía circular, integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en sus empresas, etc.). Una tercera forma es una llamada a la acción, que en realidad anima a las audiencias a ser agentes del cambio y a aceptar su responsabilidad (Armstrong et al., 2018).

La comunicación debe adoptar una posición sobre el tema del cambio climático, subrayando claramente y en voz alta que existe y que es una amenaza muy seria. Proporcionar mensajes que incluyan

información concreta y explícita, e instrucciones más que conceptos meramente científicos, parece ser la mejor manera de fomentar la acción (Leal Filho et al., 2018). Por esta razón, se debe hacer hincapié en el tono de la comunicación, que debe ser educativo e informativo. Además, la comunicación puede ser proactiva y ayudar al público objetivo a entender que, aunque el problema es global, los efectos están presentes localmente y afectan a cada individuo. No obstante, aunque un artista sepa lo que quiere conseguir, para elaborar mensajes eficaces y encontrar los canales más adecuados para atraer al público, debe ser capaz de identificarlo y comprenderlo.

Captar la atención del público/audiencia

El cambio climático es una cuestión urgente para el mundo, pero hay que tener en cuenta las necesidades del público antes de lanzarse a la comunicación sobre el cambio climático. Los artistas no pueden comunicar todo a todo el mundo todo el tiempo; por eso es importante entender las preferencias y prioridades de los distintos públicos, teniendo en cuenta sus singulares contextos. Algunas categorías de segmentación del público incluyen a personas que a) entienden el tema del cambio climático y/o abogan por luchar contra él, b) ignoran los dramáticos cambios climáticos y permanecen inactivos, c) no tienen ningún o suficiente conocimiento sobre el cambio climático, y d) son bastante jóvenes y el formato de la comunicación debe adaptarse significativamente a su capacidad de percepción (Merloni et al., 2020). Por tanto, un estilo de comunicación puramente científico puede no ser adecuado cuando el destinatario del mensaje es el público en general.

Algunos sencillos consejos para transmitir un mensaje eficaz sobre el cambio climático:

- Utilizar imágenes vívidas en forma de metáforas, relatos personales y analogías del mundo real.
- Evitar el uso de jerga, términos científicos complicados y acrónimos al dirigirse al público en general.
- Definir los términos que son difíciles de concebir por el público.

Facilitar el cambio de actitud respecto al cambio climático

Las artes visuales pueden ser un elemento importante a la hora de comunicar el cambio climático. En los medios de comunicación, las imágenes y los relatos sobre el cambio climático se centran con frecuencia en fenómenos extremos como el derrumbe de las capas de hielo, los incendios forestales, las tormentas y las inundaciones. Aunque estos relatos intentan comunicar información sobre el tema, no aumentan el sentido de compromiso en la lucha contra el cambio climático (O'Neill y Nicholson-Cole, 2009). Sin embargo, cuando la comunicación también hace hincapié de forma visual en cómo las actividades cotidianas y las elecciones de estilo de vida de las personas (por ejemplo, el consumo de energía, las opciones de transporte, el reciclaje, etc.) pueden afectar -positiva o negativamente- al clima, esto puede tener un impacto más significativo en sus actitudes y estado de motivación. Además, muchas personas sienten que sus acciones disminuirán los impactos del cambio climático cuando reciben mensajes que enmarcan el cambio climático en términos de lo que pueden ganar con la acción y no de lo que pueden perder con la inacción (Armstrong et al., 2018).

Es notable que incluso la narrativa de una exposición podría categorizarse en diferentes secciones para que se establezca una comunicación efectiva sobre el cambio climático (Leal Filho et al., 2018). Por

ejemplo, la primera sección podría recordar los aspectos básicos del cambio climático (por ejemplo, gases de efecto invernadero, calentamiento global, etc.). La segunda podría explorar los factores responsables del cambio climático, centrándose en las actividades humanas (por ejemplo, la quema de petróleo, la tala de bosques, etc.). El tercero podría mostrar cómo las elecciones individuales mitigan o empeoran el cambio climático (por ejemplo, el uso de energías renovables, bombillas de bajo consumo, etc.). La cuarta podría abordar los efectos nocivos del cambio climático que ya pueden observarse a nivel local (por ejemplo, inundaciones, incendios, etc.). La última sección podría motivar a la audiencia para que actúe y se convierta en agente de cambio (por ejemplo, permitiéndole reflexionar sobre lo que hace personalmente y comprometerse a hacer más).

La siguiente lista presenta diez pasos que se pueden seguir fácilmente al comunicar el cambio climático (Leal Filho et al.,2018):

1. Ten en cuenta la expectativa de la audiencia
2. Habla sólo de lo que sabes
3. Ten consenso con el cuidado científico
4. Sé claro sobre el tipo de amenaza al que te estás refiriendo
5. Aprovecha el poder de las artes visuales
6. Céntrate en el "cuándo" en lugar del "si"
7. Intenta comunicar a través de las historias
8. No abrumes ni deprimas a la audiencia
9. Comprende los factores que impulsan las opiniones de la gente
10. Mantén una conversación, no una discusión

¡Examina tus conocimientos con este test!

P.1	La única manera de concienciar al público general sobre el cambio climático es haciendo referencia a sus causas y consecuencias.	Verdadero	Falso
P.2	Al comunicar el cambio climático, es mejor que el tono sea educativo e informativo.	Verdadero	Falso
P.3	Tener en cuenta las necesidades de la audiencia no es importante a la hora de iniciar los esfuerzos de comunicación sobre el cambio climático.	Verdadero	Falso
P.4	La comunicación debe hacer hincapié en el modo en que las actividades cotidianas y las opciones de estilo de vida de las personas afectan al cambio climático.	Verdadero	Falso
P.5	Hay que prestar especial atención a lo que la gente puede perder por su inacción.	Verdadero	Falso
Respuestas correctas	Verdadero: P2, P4	Falso: P1, P3, P5	

