

# CÓMO COMUNICAR EL CAMBIO CLIMÁTICO. GUÍA DE COMUNICACIÓN

Autora: Sandra Pérez Sancho

Con el apoyo de:

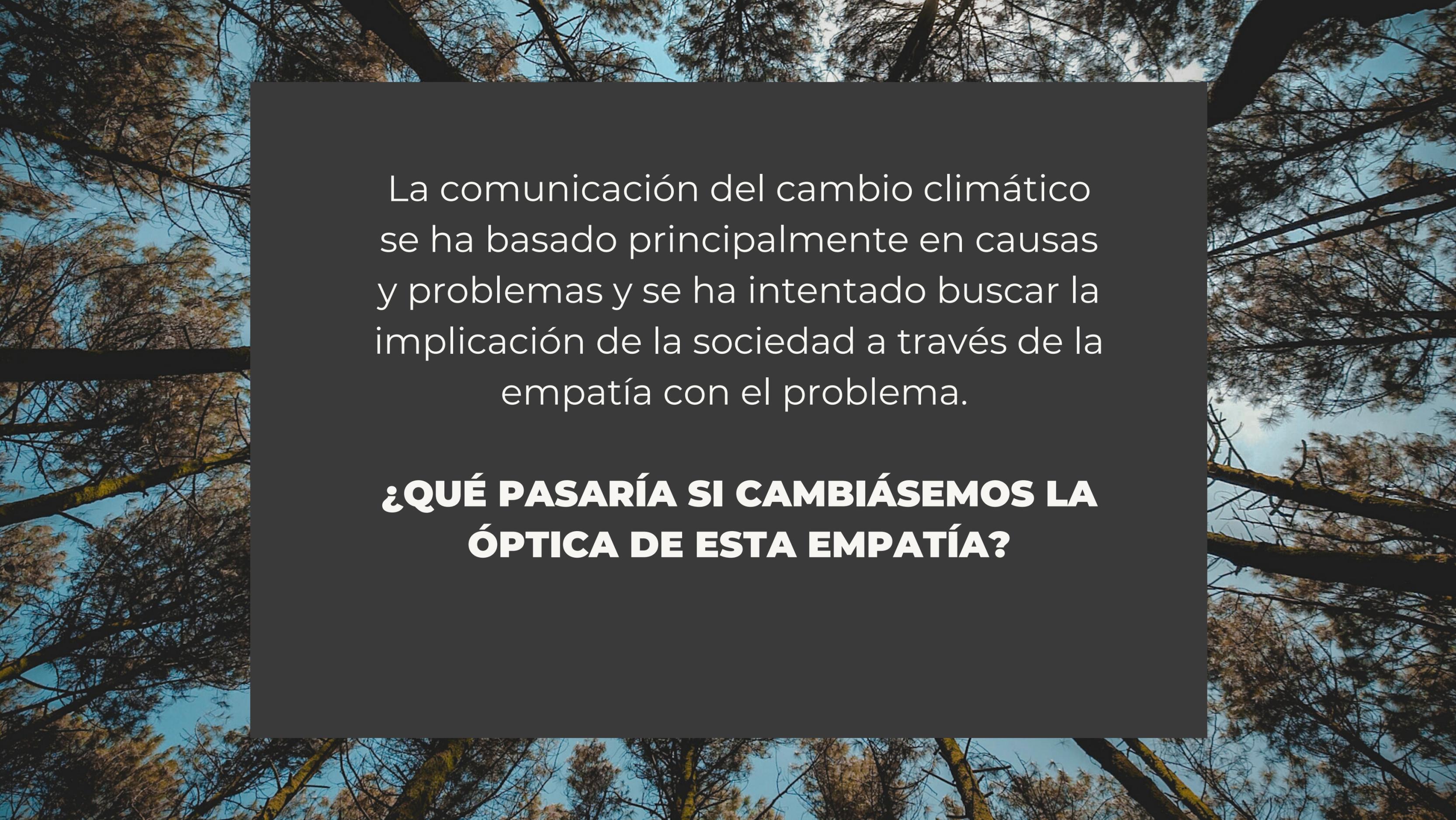


**Gipuzkoako  
Foru Aldundia**  
Ingurumeneko eta Obra  
Hidraulikoetako Departamentua

En colaboración con:



**Donostia**



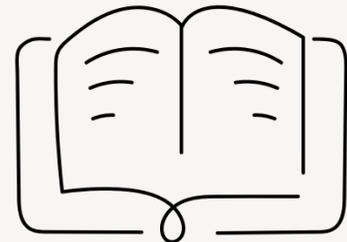
La comunicación del cambio climático se ha basado principalmente en causas y problemas y se ha intentado buscar la implicación de la sociedad a través de la empatía con el problema.

**¿QUÉ PASARÍA SI CAMBIÁSEMOS LA ÓPTICA DE ESTA EMPATÍA?**

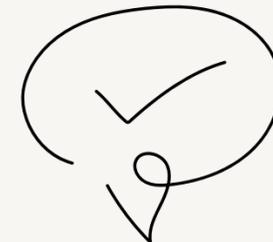
# Claves de la guía



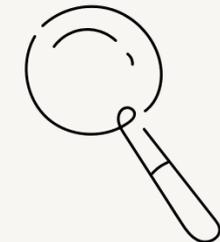
Consejos generales para comunicar el cambio climático



Recursos y herramientas que te ayuden a desarrollar tus conocimientos y habilidades



Acciones y actividades que implementar o que te pueden servir de inspiración



Casos de buenas prácticas

Erantzunak gutako bakoitzak interneten erabilerarekin zenbat kutsatzen duen islatzen du.

# Influencia positiva intergeneracional



# Análisis de percepción

## problemas existentes

- 
- Preocupación no traducida en comportamientos
  - Falta de información sobre medidas que adoptar
  - Escasa socialización del tema
  - Falta de conciencia medioambiental
  - Falta de información sobre medidas que adoptar

## puntos estratégicos identificados

- 
- Factor intergeneracional
  - Integración del receptor como parte del diálogo
  - Apostar por nuevos canales, formatos y narrativas
  - Factor emocional de la comunicación

The background of the slide features a light blue gradient with green leaves and branches visible on the left and top edges. A dark grey rectangular box is centered on the slide, containing the main text.

## **¿POR QUÉ EL CAMBIO CLIMÁTICO NO LLEGA A LA SOCIEDAD?**

¿En qué fallamos al comunicar el cambio climático? ¿Cuál es la diferencia entre informar y comunicar?

# Principios para una comunicación eficaz

- 1.** Conoce tu audiencia y enmarca tu mensaje.
- 2.** Evita comunicar incertidumbre.
- 3.** Tono positivo y flexibilidad.
- 4.** Integra las emociones en tu discurso.

# Principios para una comunicación eficaz

- 5.** Incluye al receptor en el diálogo.
- 6.** Introduce el reto en el día a día y promueve la socialización.
- 7.** Integra una perspectiva intergeneracional.
- 8.** Apuesta por nuevos canales, formatos y narrativas.

A landscape photograph showing green hills in the foreground and a sunset sky with a rainbow in the background. The sky transitions from blue to orange and yellow, with a faint rainbow visible on the right side. The hills are covered in dense green vegetation.

## **UN NUEVO DISCURSOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO**

Las utopías no evitan el problema, lo toman como mapa por el que avanzar.



## **COMUNICAR EL CAMBIO CLIMÁTICO A LAS DISTINTAS GENERACIONES**

Conocer las necesidades y obligaciones de cada generación y conocer su papel en la sociedad es fundamental para comunicar el reto de forma eficaz.

## **NIÑOS Y NIÑAS HASTA 12 AÑOS**

"La generación que sueña para re-  
imaginar el mundo"





*Gunter Pauli, conocido creador de la Economía Azul y escritor de las célebres Fábulas de Gunter Pauli, explica que los niños y las niñas tienen la capacidad para aprender cosas nuevas e imaginarse un futuro mejor que sus padres.*

*Las Fábulas de Gunter Pauli aportan a los niños y las niñas la fantasía para que se imaginen un mundo mejor y la visión para aterrizar esa fantasía y crear un propósito.*

# Cómo trabajar con niños y niñas hasta 12 años

- 1.** Trabajar la fantasía y la visión a través de cuentos y teatro.
- 2.** Amar la naturaleza estando en contacto con ella.
- 3.** Trabajar la autonomía y el sentido de responsabilidad con la naturaleza.

# Cómo trabajar con niños y niñas hasta 12 años

- 4.** Participar de forma activa en actividades que supongan un impacto positivo directo.
- 5.** Promover la reflexión y el debate en torno a problemas ambientales.

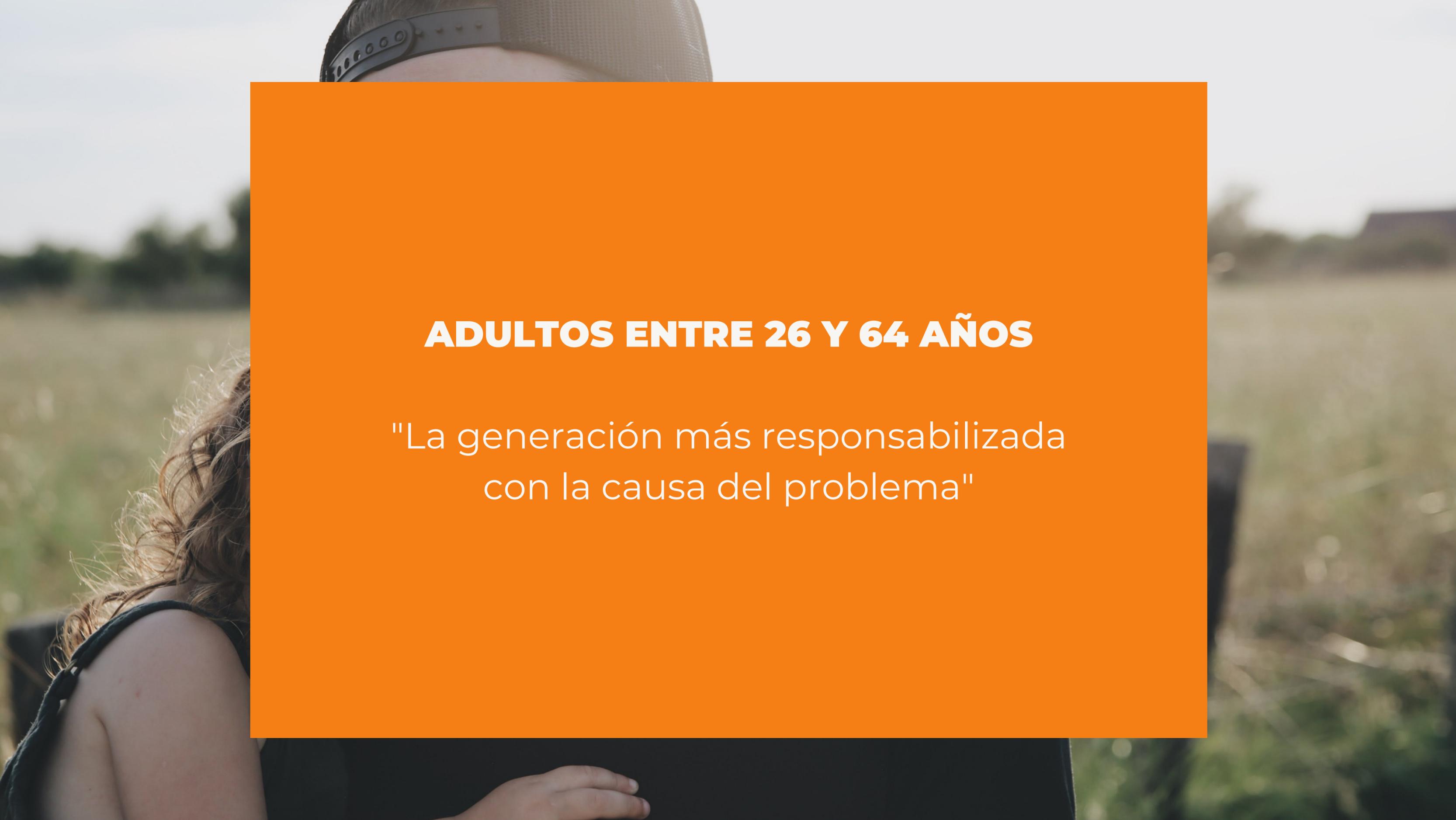


## **JÓVENES ENTRE 13 Y 25 AÑOS**

"La generación que elige la vida"

# Cómo trabajar con jóvenes entre 13 y 25 años

- 1.** Comunicar desde la acción.
- 2.** Introducir el cambio climático en sus entornos y agendas.
- 3.** Presencia en institutos, universidades y otros centros educativos.
- 4.** Contenidos basados en utopías.

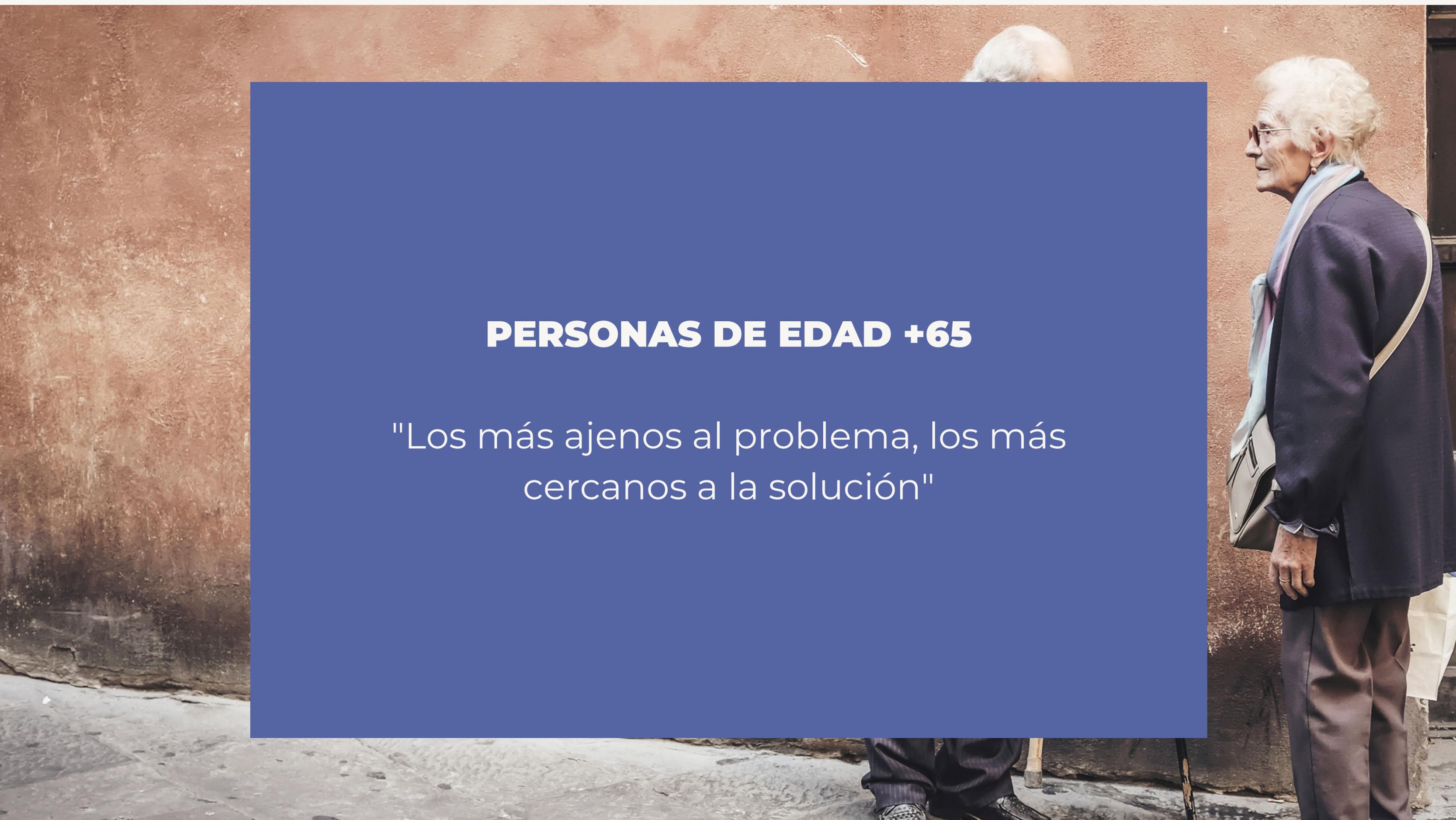
The background of the slide is a photograph of a person from behind, wearing a grey baseball cap and a dark tank top. They are standing in a field of tall grass or crops. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day. A large, solid orange rectangle is overlaid on the center of the image, containing white text.

## **ADULTOS ENTRE 26 Y 64 AÑOS**

"La generación más responsabilizada  
con la causa del problema"

# Cómo trabajar con adultos entre 26 y 64

- 1.** Cotidianidad del problema.
- 2.** Llegar a los hogares a través del ahorro.
- 3.** Claridad en la información.
- 4.** Conectar los retos medioambientales con las obligaciones diarias.
- 5.** Promover repensar los modelos actuales.



## **PERSONAS DE EDAD +65**

"Los más ajenos al problema, los más cercanos a la solución"

# **Cómo trabajar con personas +65 años**

- 1.** Hacer de la comunicación un diálogo.
- 2.** Trabajar el factor intergeneracional.
- 3.** Conectar con el medio rural y/o natural.

# **PLAN DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN**

# Niños y niñas hasta 12 años

NIÑOS Y  
NIÑAS HASTA  
12 AÑOS

Hábitos saludables a través de las fábulas de Gunter Pauli

Descubrir las estaciones en contacto con la naturaleza

Eco-limpieza para los y las más pequeñas

# Jóvenes entre 13 y 25 años

JÓVENES  
ENTRE 13 -25  
AÑOS

Rincones verdes: Eco-limpieza ciudadana

Exposición y concurso de fotografía

Sostenibilidad e impacto a través del cine

Noche azul

# Adultos entre 26 y 64 años

ADULTOS  
ENTRE 26 - 64  
AÑOS

Conocer alternativas sostenibles

Las FAQ del Cambio Climático

Trato verde

Factorías verdes

# Personas +65 años

PERSONAS  
DE EDAD +65  
AÑOS

Programa sobre hábitos pasados

Salidas a la naturaleza

Talleres para construir hábitos sostenibles

Voluntariado ambiental

Visitas guiadas a iniciativas e infraestructuras del territorio

# Difusión de la guía

Antes  
Durante  
Después

¿Cómo abordar la comunicación de un programa de estas características?

¿Qué papel cumplimos en la difusión de la guía y en la configuración de un contexto favorable?

**Eskerrik asko!**  
**¡Muchas gracias!**

Enlace para acceder a la guía [aquí](#).