

Cómo puede un municipio tener éxito en su comunicación respecto a los temas relacionados con el clima?



Directrices



INTRODUCCIÓN

Se nos está agotando el tiempo si queremos mantener nuestro objetivo para el Acuerdo de París con un aumento de la temperatura global en este siglo por debajo de los 2 grados centígrados (preferiblemente por debajo de los 1,5 grados). El momento para el cambio es ahora. Gran parte de la tecnología y la voluntad política ya están en el lugar que deberían. Un paso importante es lograr que las personas utilicen la tecnología disponible en este momento. La comunicación climática puede jugar un papel importante en este proceso. Estas directrices brindan asesoramiento y orientación específicos sobre cómo nosotros, como municipio, podemos mejorar todos los aspectos de la comunicación sobre el trabajo climático para tener éxito con nuestro esfuerzo. La comunicación no solo ocurre en nuestra casa. Se trata de la comunidad en su conjunto; que incluye negocios e industria, los medios de comunicación, otros niveles de gobierno y los habitantes del municipio. Este folleto contiene excelentes consejos para hacer que la comunicación climática sea más efectiva en la forma en que diseñamos nuestro plan climático y en cómo comunicar nuestros planes.

10 CONSEJOS

para una comunicación climática exitosa y efectiva

1. Visualiza el sueño

Las visiones nos traen esperanza. Son necesarias y aportan energía para nuestra vida cotidiana. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y otros objetivos a largo plazo nos ayudan a crear una visión común por la que luchar. Una visión común para el desarrollo sostenible en el futuro nos permite realizar cambios en el aquí y ahora.

2. Haz preguntas que se entiendan

We need to take our point of departure in the needs and assumptions of the target groups, not on our need to inform. Avoid finger-pointing during a conversation. Ask questions to stimulate curiosity and LISTEN. We can learn more about the values and interests of the different target groups that way.

This can help us adapt our message to the different target groups.

Tenemos que tomar como punto de partida las necesidades y suposiciones de los grupos objetivo, no nuestra necesidad de informar. Evite señalar con el dedo durante una conversación. Haga preguntas para estimular la curiosidad y ESCUCHAR. Podemos aprender más sobre los valores e intereses de los diferentes grupos objetivo de esa manera. Esto puede ayudarnos a adaptar nuestro mensaje a los diferentes grupos objetivo.

3. Implica a otros

Por lo tanto, es aconsejable comunicarse a través de redes preestablecidas como el lugar de trabajo, clubes, asociaciones, grupos de intereses especiales, cooperativas de vivienda, asociaciones deportivas, etc. Esta es una forma de mostrar nuestra intención de facilitar opciones ecológicas y que somos muchos los que estamos unidos en esas intenciones.

4. Crea buenos lugares de reunión

Es más fácil crear visiones comunes y desarrollar actividades específicas para el cambio climático si trabajamos en grupo.

5. Aprovecha el conflicto entre lo que sabemos y lo que hacemos

Sabemos que los automóviles son bombas de tiempo ambientales, pero siempre encontramos una buena razón para conducir al trabajo. Sabemos que el ejercicio es saludable, pero a menudo encontramos una excusa para ser perezosos. Existe un gran potencial para cambiar nuestros comportamientos y volvernos inteligentes respecto al clima. La gente realmente quiere hacer lo correcto, pero también debemos darnos cuenta de que hay oportunidades para hacer buenos cambios en nuestra vida cotidiana. Nuestras necesidades básicas son básicamente sostenibles. Hemos adquirido mucho conocimiento sobre cómo se produjo el cambio climático y cómo podemos limitar las emisiones.

6. Haz que sea fácil tomar la decisión correcta!

Incluso si nuestras actitudes son favorables con el clima, aún conservamos viejos hábitos.

Olvida las actitudes; ¡Haz que sea más fácil tomar la decisión correcta! Hay que ir directamente al comportamiento!

Utilice el diseño de conductas y “empujones” para crear situaciones en las que las personas puedan cambiar su comportamiento de forma más o menos subconsciente. A medida que cambien gradualmente su comportamiento, sus actitudes y valores cambiarán, lo que comienza una espiral ascendente. Un poco menos de carne ... Un poco más de ciclismo ... Unas vacaciones sin volar ...

7. Habla con el corazón y el cerebro

Necesitamos hablar con nuestro lado racional sobre lo que sabemos, sobre lo que no sabemos y sobre lo que es probable. Necesitamos hablar con el cerebro sobre las emisiones de gases de efecto invernadero y cambio climático y su impacto. Pero también tenemos que hablar con el corazón. ¿Qué se siente como algo difícil? ¿o desesperado? ¿Están ayudando nuestros esfuerzos? Necesitamos focalizar lo que podemos hacer juntos para reducir el miedo y aumentar el deseo, y necesitamos simplificar sin sonar estúpidos.

8. Ayudar a las personas a ver el futuro desde una perspectiva positiva, usando buenos ejemplos.

Necesitamos restablecer la fe en el futuro mostrando que existen buenas oportunidades. La vida está llena de buenos ejemplos de cómo los humanos pueden vivir con menos combustibles fósiles. Incluso es posible vivir sin combustibles fósiles. Da ejemplos que estén cerca de casa, con los que las personas puedan relacionarse.

Mostrar a la gente que lo que parece imposible es en cambio fácil.

9. Encuentra el mensajero correcto para el mensaje

La persona elegida para enviar el mensaje tendrá un impacto en nuestra disposición a escuchar el mensaje. Por lo tanto, es una buena idea encontrar personas adecuadas que puedan transmitir nuestro mensaje. El grupo objetivo debe confiar en el mensajero y poder identificarse con esa persona. ¿Quién es el más adecuado para llegar a los que toman las decisiones en las compañías de ingeniería más grandes? ¿Quién es el más adecuado para hablar con las cooperativas de vivienda? ¿Quizás alguien que vive en una cooperativa de vivienda ya sabe mucho sobre el medio ambiente y está interesado en la protección del medio ambiente?

10. Atrévete a ganar!

Podemos lograr muchos objetivos moviendo a la sociedad en una dirección más respetuosa con el clima. La ciencia y la tecnología han avanzado hasta un punto en el que parece ilógico no intentarlo. Pero lograr cambios reales y aprender comportamientos ecológicos es difícil. Las personas deben ser conscientes de los beneficios aparentes de tales cambios.







Un plan climático se comunica a través de cuatro ideas.

1 Visión positiva

2 Opciones

3 El plan

4 Acciones

1. Una visión positiva que capte la atención.

Un plan de clima y energía que se comunica con éxito siempre comienza con una visión positiva para el futuro. Trate de no describir la miseria que nos rodea o los desafíos o tendencias que presentan la mayoría de los planes climáticos. Muchos planes climáticos comienzan con el estado y las tendencias de desarrollo; evite demasiadas descripciones al escribir la introducción.

- Visualiza tu visión.
- Dibuja una imagen mental y literal de la visión. Cuente una historia sobre el aspecto que tendrá su Municipio de bajas emisiones y cómo será la vida de los habitantes.
- Consulte los lugares y áreas a las que se aplica la visión.
- ¡Dale "sabor" a la visión!
- Evitar estadísticas y diagramas de salud. Estos pertenecen a la sección sobre el plan en sí, no a la visión.



2. Listar las opciones disponibles para nosotros

The vision shows the direction we want to go. You can now describe the current situation, and which challenges lie ahead.

La visión muestra la dirección a la que queremos ir. Ahora puede describir la situación actual y los desafíos que tenemos por delante.

- Muestre algunas alternativas: describa las alternativas de no actuar, de hacer muy poco y mostrar qué podría suceder si hacemos mucho.
- Dejar claro que el cambio climático es un hecho y que la elección / los cambios deben suceder ahora.
- Conectar los desafíos a las soluciones, y ser específico y claro.
parecer repetitivo mostrar que: reducir las emisiones de los gases efecto invernadero es la solución.
- Muestra cómo esto te concierne a ti y a mí. El cambio climático no solo afecta a las personas del otro lado del planeta. Describe los cambios que están ocurriendo en nuestra ciudad y país. Cuanto más fuertes y convincentes sean nuestras visiones, más fuerza tendrás para describir los desafíos a que nos enfrentamos a medida que cambia el clima. Evita predicar sobre el fin del mundo.



3. Crear el plan climático en si

El plan climático muestra los objetivos que hemos establecido cuando trabajamos en la dirección correcta, lo que significa tener la visión correcta. El plan climático también mostrará cómo afrontamos los desafíos que tenemos ante nosotros y qué estrategias sería conveniente implementar si queremos alcanzar nuestras metas. Los objetivos deben formularse de manera que el destinatario pueda recordarlos. Este es posiblemente nuestro mayor desafío. Pruebe el siguiente ejercicio: Cuando presente el plan de clima y energía a un grupo de personas, pregúnteles después si recuerdan qué objetivos se establecieron en el plan. No te sorprendas si no los recuerdan, hay demasiados. Tal vez tres objetivos sean suficientes, y en un lenguaje que entiendan, quizás. Si nadie recuerda los objetivos, las probabilidades de tener éxito con el plan son bastante bajas.

Es importante que las personas se comprometan con el plan y se involucren. Queremos que las personas conozcan el contenido del plan cuando sea aprobado. Use un marco de tiempo con el que la mayoría de las personas puedan relacionarse. Sea claro en lo que debe hacerse dentro de este marco de tiempo.

4. A donde debemos apuntar: de la visión a la acción

El paso de ACCIÓN de nuestro trabajo consiste en saber qué se debe hacer, por quién, cuándo y cuánto costará. El punto más importante que se debe abordar aquí es si la acción nos llevará más cerca de nuestra visión municipal.

- Mostrar cómo la acción está vinculada directamente a la visión.
- ¿Mostrar cómo cada acción nos acerca a la visión / meta?
- Los números no nos inspiran hacia una visión, pero son un ingrediente esencial cuando presentamos nuestras acciones y lo que pretendemos lograr a través de ellas. Use cifras, números y cálculos para mostrar a qué debemos apuntar (cambiar el orden si es necesario) ¿Cuánto costará la energía? ¿Cuánto cuesta la fuente de energía existente? ¿Cuándo comenzará a pagarse un sistema de calefacción de distrito? ¿Cuándo comenzó a pagarse el sistema de calefacción del distrito?
- Mostrar el dinero.
- ¿Cuánto costará? ¿Cómo se pagarán las medidas? Los habitantes pueden sentir que están siendo engañados si los costes del plan de acción no están claramente establecidos. Siéntase libre de mostrar los beneficios socioeconómicos que tendrán los esfuerzos. Por ejemplo, más personas que usan carriles para bicicletas disminuirán los gases de efecto invernadero y mejorarán la salud pública, y probablemente disminuirá el presupuesto dedicado a temas de salud.

Diez obstáculos y diez desafíos.

Queremos influir, queremos compromiso, y queremos cambio. Esto no será una tarea fácil; El cambio es difícil para muchas personas. Sin embargo, el cambio climático

y el medio ambiente son quizás el problema más urgente de nuestro siglo. ¿Qué podría ser más inspirador?

HISTORIAS

Los problemas ambientales son difusos

Los hábitos mueren lentamente

Nosotros jugamos a la víctima

Nuestras necesidades dañan el medio ambiente

Jungla de información

La información es confusa

Es fácil ser un escéptico

Mentalidad popular

Notenemos fuerza para cambiar las cosas

El cambio lleva tiempo

RETOS

Hacer visible lo invisible

¡Aumentar la conciencia! Sostenibilidad de apoyo

Ayudar a la gente a participar

Hablar de vida

El arte de influir

Crea una imagen de plenitud

Distinguir entre fe y conocimiento. Se humilde

¡Cambia tu perspectiva de la vida! ¡Cambia tu punto de vista!

Mostrar opciones a nuestra disposición

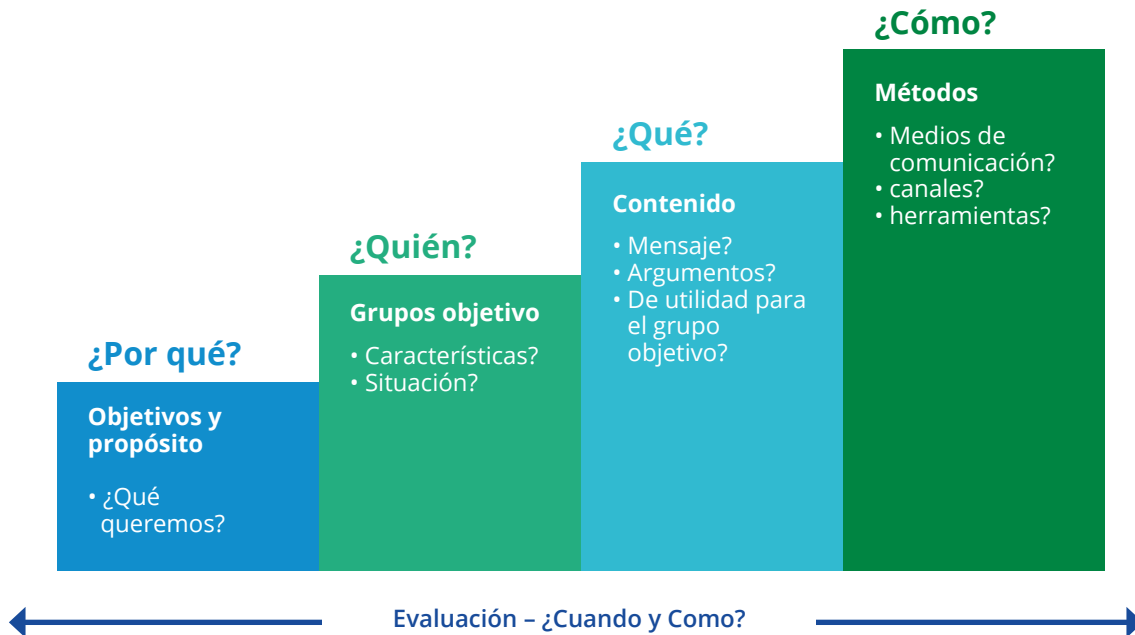
Abre tus oídos

Una herramienta de planificación para la comunicación climática

El municipio/diputación/región está utilizando una herramienta de planificación para refinar nuestros esfuerzos comunicativos, conocida como la escalera de comunicación.

Una escalera de comunicación es una gran herramienta para planificar la comunicación de un proyecto

completo o para actividades específicas. Uno debe estar preparado para subir y bajar los peldaños durante la fase de planificación, ya que los diferentes peldaños son interdependientes.





¿Por que?

¿Qué queremos? ¿Cuáles son los objetivos de la comunicación? Qué medidas de comunicación y actividades comunicativas son necesarias para alcanzar las metas. Responder a esas preguntas te ayudará a identificar los grupos objetivo relevantes, y qué métodos son los más adecuados.

Pregúntese si desea cambiar las actitudes, proporcionar conocimientos o cambiar el comportamiento.

¿Quien?

El grupo objetivo tiene necesidades y expectativas. Estos deben ser el ojo de buey para la actividad comunicativa. Manténgase abierto a la posibilidad de descubrir nuevos grupos objetivo. Recuerde que los grupos objetivo pueden variar de una actividad a otra. Determine qué grupos objetivo desea alcanzar y qué caracteriza a sus grupos objetivo para adaptar el contenido y seleccionar el mejor método.

A veces, descubrimos que es mejor llegar a un grupo objetivo que no fue el objetivo inicial de nuestros esfuerzos de comunicación. Hacemos esto en parte para encontrar partes interesadas clave dentro de los diferentes grupos donde el resultado potencial de comunicación es particularmente alto, pero en parte también para encontrar partes interesadas que, debido a su posición

en una organización, tienen la capacidad de transmitir información de manera creíble a los grupos objetivo en los que queremos influir.

¿Que?

El trabajo de comunicación depende de nuestros objetivos, metas y elección de los grupos objetivo. El objetivo puede ser adquirir información, conocimientos, recomendaciones, razones e ideas de diferentes partes interesadas o iniciar la interacción entre las distintas partes interesadas.

Sin embargo, si el objetivo es difundir información, crear o aumentar el conocimiento, aumentar la conciencia de la gente o algo similar, es importante tomar nuestro punto de partida en la esencia de lo que queremos comunicar. ¿Cómo se beneficiará el grupo objetivo de una acción?

¿Como?

La elección de los métodos de comunicación depende completamente de los peldaños anteriores en nuestra escalera de comunicación. Los canales de comunicación que elegimos y el concepto de comunicación en sí dependen de los objetivos y el propósito de nuestros esfuerzos de comunicación, quién es el grupo objetivo y cuál es nuestro mensaje. ¿Tenemos argumentos poderosos y efectivos?

EVALUACION

Las evaluaciones son importantes para verificar nuestros métodos y obtener retroalimentación, pero sobre todo para aprender más y ganar experiencia. El seguimiento y la evaluación de nuestros esfuerzos de comunicación pueden ayudarnos a aprender cómo hacer las cosas correctas y cómo podemos hacer que esas cosas sean aún más correctas.

Planifique las evaluaciones al comienzo de un proyecto o evaluación, y tome notas en el camino para evitar la desaprobación de una evaluación. Esto también nos ayuda a formular nuestros objetivos comunicativos de una manera que los hace fáciles de evaluar.

Impulsando - un pequeño empujón en la dirección

Un empujón es un impulso en la dirección correcta. Implica influir en las personas para que tomen nuevas decisiones sin tener que pensar demasiado en ello. Esto puede ser útil en el trabajo de cambio climático para ayudar a las personas a tomar decisiones más amigables con el clima. Por ejemplo, podemos agregar casillas de verificación a los contratos de electricidad para ayudar a los consumidores a tomar decisiones ecológicas, o podemos preestablecer copiadoras e impresoras para imprimir copias a doble cara, y podemos instalar aparcamientos para bicicletas junto a la entrada de los edificios.

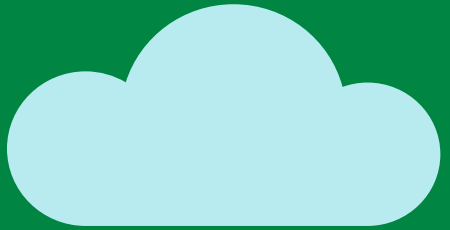
Hay cuatro tipos diferentes de “empujones”:

1. Información
2. Alternativa estándar preseleccionada
3. Cambiar el entorno físico.
4. Retroalimentación y normas sociales.



8 consejos para una comunicación clara, con un lenguaje sencillo

- 1 Intenta decirlo en voz alta antes de escribirlo
- 2 Escribimos para los lectores, no para nosotros mismos
- 3 Comienza con lo que sabes y escribe rápidamente
- 4 Lea el texto en voz alta
- 5 Escribe activamente para que el texto sea más fácil de entender
- 6 Evite las oraciones largas
- 7 Evitar las sustantivaciones
- 8 Dígale al lector cuándo piensa cambiar de tema



Este proyecto está financiado por la Comisión Europea bajo el fondo del acuerdo Horizonte 2020 No. 784994

La única responsabilidad del contenido de esta encuesta recae sobre los autores de la misma. No necesariamente refleja la opinión del organismo que financia la acción. Las autoridades que han financiado el proyecto no son responsables del uso que pueda derivarse de la información contenida en el mismo.

