

Manual de periodistas y comunicadores para sumarse a la **#AcciónClimática**



Manual de periodistas y comunicadores para sumarse a la #AcciónClimática

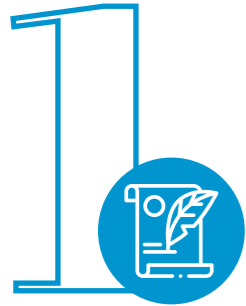
Dirección General de Cambio Climático y Desertificación
Viceministerio de Desarrollo Estratégico de los Recursos Naturales
Ministerio del Ambiente

Av. Antonio Miroquesada 425 Magdalena del Mar. Lima – Perú
Primera edición – abril 2021

Hecho el Depósito Legal de la presente publicación digital en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2021-04205

Esta publicación ha sido posible gracias al valioso apoyo del al Proyecto de Apoyo a la Gestión del Cambio Climático en su Fase 2. Asimismo, ha contado con la asistencia técnica del Proyecto de Cooperación entre Perú e Italia para la Adaptación y Mitigación al Cambio Climático y el Proyecto para la Implementación de las Metas Climáticas del Perú (NDC Support Programme).

Índice



Presentación de Gabriel Quijandría Acosta, Ministro del Ambiente

p. 06



Sistematización del taller virtual de periodistas y comunicadores sobre cambio climático.

p. 31



Beneficios y oportunidades al comunicar la #AcciónClimática

¿De qué hablamos cuando hablamos de cambio climático?
Un tema muy cercano a nuestras vidas

p. 09

¿Cómo hablamos cuando hablamos de cambio climático?
Abordaje a diferentes públicos y en diferentes espacios

p. 11

¿Para qué hablamos cuando hablamos de cambio climático?
El llamado a la #AcciónClimática de los periodistas y comunicadores

p. 17

¿Por qué hablamos cuando hablamos de cambio climático?
El legado a las presentes y futuras generaciones

p. 19

¿Qué son las Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional?
(NDC, por sus siglas en inglés)

p. 21

¿Qué es la Estrategia Nacional ante el Cambio Climático?

p. 27



Herramientas para periodistas y comunicadores

p. 37



Tips y aportes para elaborar productos de comunicación

¿Cómo crear un programa en podcast?

p. 47

Tips para elaborar una entrevista en poco tiempo y a través de los medios digitales

p. 53

Tips para para informar y motivar a la acción a través de las redes sociales

p. 55



Agradecimiento a las organizaciones e iniciativas aliadas

p. 59



Presentación de

Gabriel Quijandría Acosta,

Ministro del Ambiente

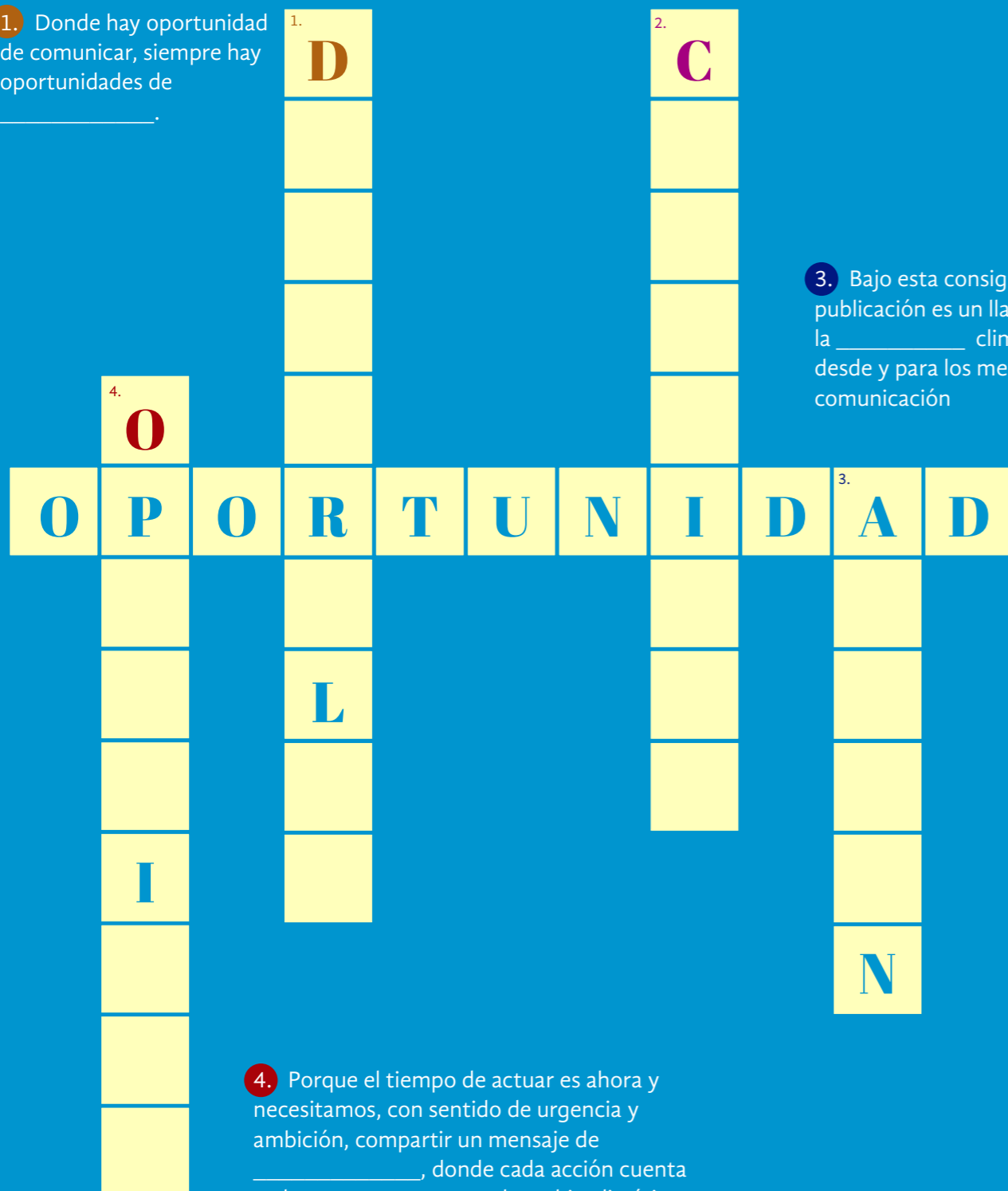


1. Donde hay oportunidad de comunicar, siempre hay oportunidades de _____.

2. Y, al mismo tiempo, donde hay oportunidades de desarrollo, siempre existirán oportunidades para _____.

3. Bajo esta consigna, esta publicación es un llamado a la _____ climática desde y para los medios de comunicación

4. Porque el tiempo de actuar es ahora y necesitamos, con sentido de urgencia y ambición, compartir un mensaje de _____, donde cada acción cuenta en la respuesta peruana al cambio climático.



Te invitamos a comunicar con una mirada crítica, pero siempre constructiva y útil.

Donde hay oportunidad de comunicar, siempre hay oportunidades de desarrollo. Y, al mismo tiempo, donde hay oportunidades de desarrollo, siempre existirán oportunidades para comunicar.

Bajo esta consigna, esta publicación es un llamado a la acción climática desde y para los medios de comunicación, porque el tiempo de actuar es ahora y necesitamos, con sentido de urgencia y ambición, compartir un mensaje de optimismo, donde cada acción cuenta en la respuesta peruana al cambio climático.

Para ello, el Ministerio del Ambiente lidera, conforme lo establece la Ley n.º 30754 - Ley Marco sobre Cambio Climático y su Reglamento, la gestión integral frente al cambio climático. Parte importante de este deber y compromiso comprende la generación de una comunicación efectiva que promueva espacios de diálogo con carácter inclusivo, intercultural, multisectorial, multinivel y multiactor.

Al igual que la pandemia de la COVID-19, el cambio climático amenaza la salud de toda la humanidad, y requiere nuestro mayor compromiso y esfuerzo como nación. Por ello, te invitamos a comunicar con una mirada crítica, pero siempre constructiva y útil. Cuenta con el MINAM como un aliado para generar conocimiento y proponer respuestas desde los hechos. Hoy más que nunca debemos trabajar en equipo para salir adelante.

Conecta, comunica y aporta a la creación de una masa crítica y madura que contribuya a la acción climática.

Gabriel Quijandría Acosta
Ministro del Ambiente



*Beneficios y oportunidades
al comunicar la*

Acción Climática



¿De qué hablamos cuando hablamos de cambio climático?

Un tema muy cercano a nuestras vidas

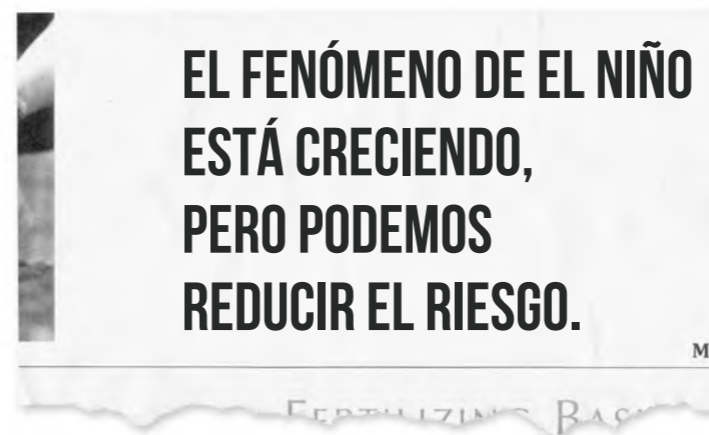
Existen infinidad de publicaciones, notas de prensa, investigaciones, documentales, videos animados, spots publicitarios y muchos más productos comunicacionales que hablan sobre qué es el cambio climático. Sin embargo, a la fecha, aún resulta difícil conectar este tema tan importante para el presente y futuro de las personas con su día a día. Pareciera que se tratara de un tema lejano a sus vidas, a sus intereses, a sus familias.



Qué sucedería si empezamos a considerar que, por ejemplo, el cambio climático ha venido afectando la liga profesional de fútbol que sigues cada fin de semana. ¿El cambio climático y el fútbol? Sí, los cambios repentinos en el clima han generado que los horarios y ciudades donde se jugaban los partidos se vean alterados dado que es imposible practicar deporte ante temperaturas muy altas o muy bajas. Y sí, ya existen diversos artículos al respecto¹.



Pongamos otro ejemplo: ¿sabías que, si no hacemos algo al respecto, el cambio climático terminará con algunos de tus alimentos favoritos? El chocolate, que proviene del arbusto del cacao, está en peligro porque el cambio climático está alterando las condiciones en las que se desarrolla².



Por último, y no menos importante, así como se trata del fútbol o el chocolate, el cambio climático puede afectar nuestras vidas. Tal es el caso del fenómeno de **El Niño costero**, que provocó, en el verano de 2017, un impacto del cual aún nos cuesta recuperarnos: 453 huaicos, 314 inundaciones, 158 derrumbes, 238 deslizamientos de tierra. Además, 163 personas perdieron la vida y 276 871 resultaron heridas. También causó daños a 375 864 viviendas, 3450 instituciones educativas y 1131 establecimientos de salud y; junto a ello, destruyó 4391 km de caminos, 24 131 km de canales de riego y 51 378 hectáreas de áreas de cultivo.³

Hoy se cuenta con información científica que sostiene que al combinar el fenómeno de El Niño con el cambio climático podría obtenerse un fortalecimiento de la intensidad y la variabilidad de los patrones climáticos típicos asociados al fenómeno, que nos expondría a una mayor vulnerabilidad y un mayor riesgo climático.

Son tres ejemplos claros que demuestran cómo el cambio climático no es más un tema técnico, alejado de lo cotidiano. Sin duda, cuando hablamos de cambio climático, hablamos de nuestras propias vidas.

Por último, el cambio climático no es un tema de malas noticias. La acción climática, tanto en adaptación como en mitigación, aborda información que transmite y genera oportunidades de desarrollo. Tal es el caso de la planta solar fotovoltaica Rubí, la más grande de todo el Perú, que genera aproximadamente 440 GWh al año, equivalentes al consumo de 351 177 hogares peruanos con energía renovable. Rubí es un modelo a seguir porque evita la emisión a la atmósfera de 210 000 toneladas anuales de CO2, tiene una extensión equivalente a cuatrocientos campos de fútbol y está compuesto por 560 588 paneles fotovoltaicos que captan la energía del sol desde las 6 a.m. hasta las 6 p.m.

Por todo ello, cuando hablamos de cambio climático, hablamos de desarrollo.



¹"El reto climático en los grandes deportes" (2019). Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/deportes/20191213/deporte-alerta-cambio-climatico-7773643>
²"¿Tiene algo que decir el cambio climático con el fútbol?" (2018). Disponible en: <https://revistalibero.com/blogs/contenidos/tiene-algo-que-decir-el-cambio-climatico-con-el-futbol>

²El cambio climático terminará con algunos de tus alimentos favoritos (si no hacemos algo al respecto) (2017). Disponible en: <https://www.vitonica.com/alimentos/el-cambio-climatico-terminara-con-algunos-de-tus-alimentos-favoritos-si-no-hacemos-algo-al-respecto>

³Boletín Informativo de Emergencias del Centro de Operaciones de Emergencias Nacional - COEN - 2017.
 "The impact of global warming on the tropical Pacific Ocean and El Niño" – Artículo de Collins para la CGD.

¿Cómo hablamos cuando hablamos de cambio climático?

Abordaje a diferentes públicos y en diferentes espacios

La COVID-19 marca un antes y después para nuestra generación; sin embargo, el cambio climático sigue siendo el desafío más grande de la humanidad a largo plazo. En ese contexto, **la acción climática y la revaloración de la naturaleza representan una oportunidad para acelerar la incorporación de la sostenibilidad en el proceso de reactivación económica.**

Así, entonces, ¿cómo hablar de un tema tan importante como este a diferentes públicos? Aquí te ofrecemos una aproximación para ello:

“El cambio climático sigue siendo el desafío más grande de la humanidad.”





El mundo de Ania y Kin

Público **Niñas y niños.**
Producto y espacio
Programas educativos en la televisión.
Abordaje
El cuidado de mi entorno para mi bienestar.

Alejandro Sanz y el cambio climático

Público **Adultos.**
Producto y espacio
Entrevistas a líderes e influencers en todos los medios posibles de comunicación.
Abordaje
El compromiso y la acción es de todos.



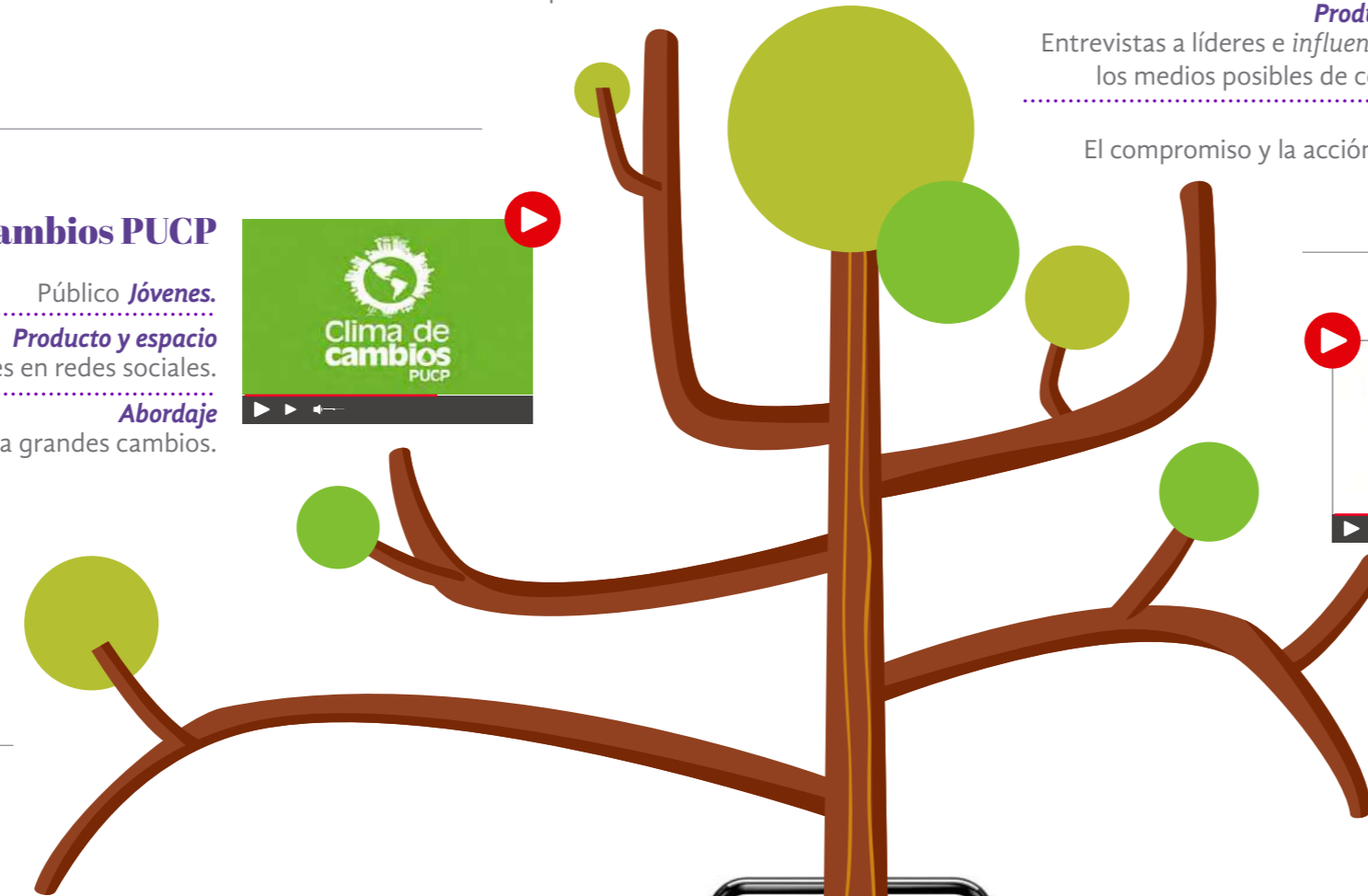
Clima de Cambios PUCP

Público **Jóvenes.**
Producto y espacio
Videos y publicaciones en redes sociales.
Abordaje
Pequeñas acciones para grandes cambios.



La buena escuela

Público **Adolescentes.**
Producto y espacio
Historias de colegios que hacen la diferencia.
Abordaje
En mi colegio cuidamos el planeta.



Ancianos enfrentan al cambio climático

Público **Adultos mayores.**
Producto y espacio
Artículos en diarios y entrevistas en radio.
Abordaje
Tu papel es importante.



Nono, el oso de la huella de carbono

Público **Empresarios.**
Producto y espacio
Campaña de Nono, el oso de la huella de carbono, en la televisión y redes sociales.
Abordaje
Tu empresa puede ser un agente de cambio. Dejemos una buena huella.





ConexiónCOP

Público *Negociadores en COPs, periodistas y líderes de opinión de América Latina.*

Producto y espacio
Radar Climático, Plataforma de noticias de América Latina.

Abordaje
Cobertura del cambio climático en 50 medios de comunicación.



ViveBosque en shipibo y asháninka

Público *Pueblos indígenas.*

Producto y espacio
Campaña de radio que busca impulsar el Manejo Forestal Comunitario en lengua nativa.

Abordaje
El bosque forma parte de tu comunidad y su valor en pie tiene grandes beneficios para todos.



Un glaciar que une dos mundos

Público *Cooperación internacional.*

Producto y espacio
Videos y crónicas de los propios protagonistas: las comunidades locales, que se vienen adaptando y haciendo frente al cambio climático.

Abordaje
Tú eres un aliado estratégico para la acción climática.

Conoce la Ley Marco sobre Cambio Climático en 5 minutos

Público *Funcionarios públicos.*

Producto y espacio
Entrevistas a especialistas en redes sociales y mailing.

Abordaje
Tu institución tiene el mandato de abordar el tema de cambio climático.



Un modelo de ciudad para todos

Público *Académicos e investigadores.*

Producto y espacio
Informes, notas y videos sobre el aporte de la ciencia a la acción climática a difundir en diferentes medios de comunicación.

Abordaje
Ciencia para la toma de decisiones informadas.

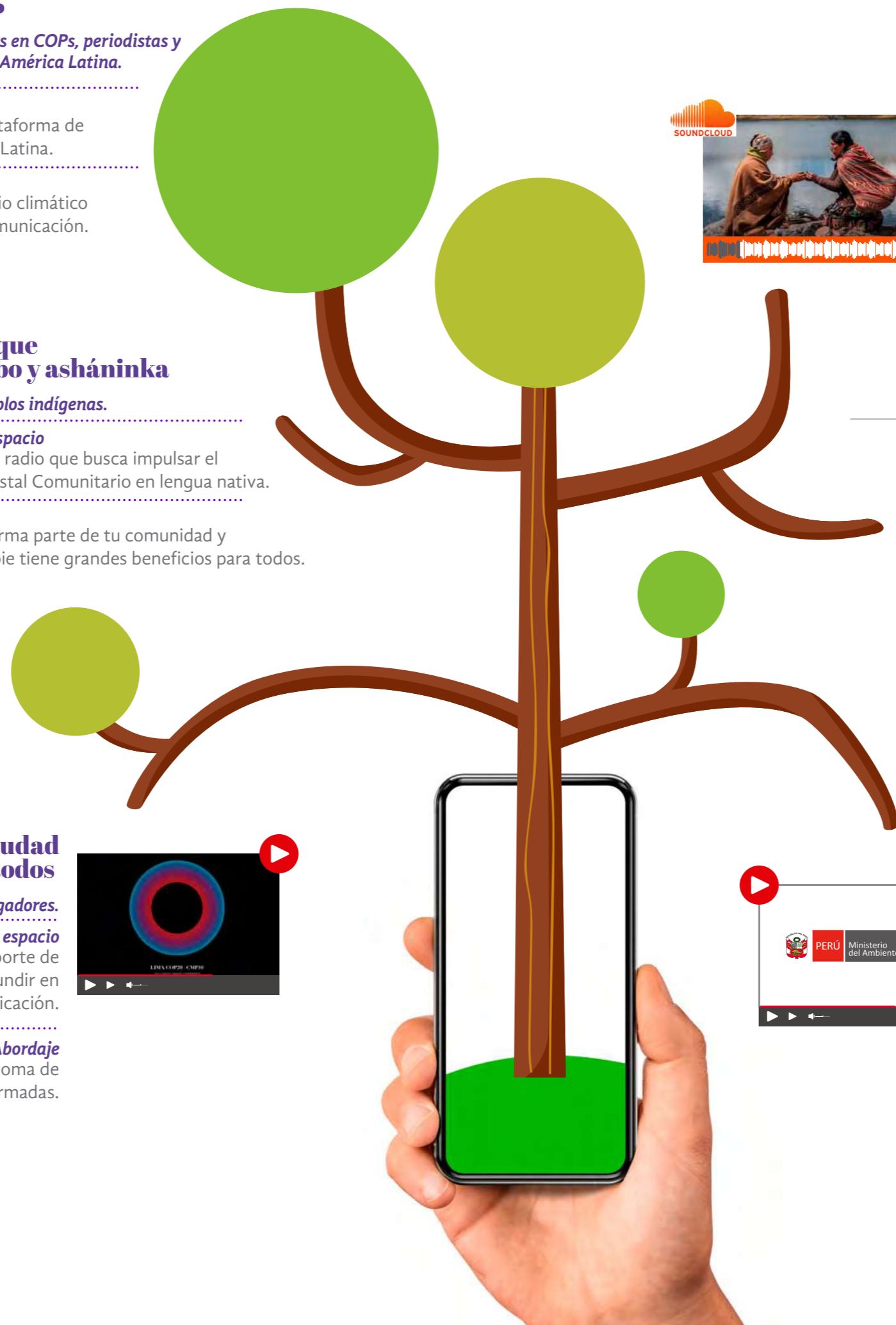


Dialoguemos: un proceso nunca antes visto

Público *Periodistas y comunicadores.*

Producto y espacio
Fuentes, información, números y sobre todo historias para contar en todo espacio de comunicación.

Abordaje
Esta es una historia que puedes y debes contar.



¿Para qué hablamos cuando hablamos de cambio climático?

El llamado a la #AcciónClimática de los periodistas y comunicadores



Se suele decir en las salas de redacción que las malas noticias son las que venden más. Sin embargo, es tiempo de pensar distinto. El cambio climático es una realidad que ha llegado para quedarse y que **nos reta como comunicadores a explorar nuevas y mejores formas de comunicar las oportunidades que también se presentan como un motor para el cambio social.**

Cambia tus mensajes, no el clima. Con mucha frecuencia, nos centramos en las consecuencias en lugar de abordar las causas y las soluciones. **En nuestras manos está visibilizar y favorecer la difusión de iniciativas lideradas no solo por las autoridades, sino también por la ciudadanía.**

El mayor riesgo es no cambiar y hoy es tiempo de hacerlo. La razón es muy sencilla: así como exigimos a las autoridades, las empresas y la sociedad civil un granito de arena para la acción climática, debemos preguntarnos ¿cuándo nuestra redacción, estaciones, cámaras y medios pondrán también de su parte?

El llamado a la acción climática es también una oportunidad para periodistas y comunicadores, y allí actuar a tiempo será parte del éxito. **Para ello, se requiere conocimiento, experiencia y creatividad.**

El conocimiento se establece en la certeza de las investigaciones y la veracidad de nuestras fuentes; la experiencia la

adquirimos no solo con el tiempo, sino también con la práctica constante y las ganas de siempre aprender de los que realmente saben, quienes son los que siempre comparten más conocimiento; finalmente, la creatividad nace del conocimiento del público y la comprensión de la importancia de satisfacer necesidades reales y colectivas.

Así entonces, en perspectiva, hablamos de cambio climático para mover voluntades, cambiar mentalidades y motivar a las personas a la acción con una clara determinación: **hacer las cosas más sencillas para sentarnos a dialogar con el objetivo de poner manos a la obra.**

“El cambio climático es una realidad que ha llegado para quedarse y que nos reta como comunicadores.”

¿Por qué hablamos cuando hablamos de cambio climático?

El legado a las presentes y futuras generaciones

A pesar de que existen evidencias abrumadoras sobre la crisis climática en la que nos encontramos, aún hay quienes piensan que el cambio climático es cosa de juego y se basan en noticias falsas para impedir el desarrollo de políticas climáticas. También hay quienes opinan que a nosotros, los peruanos, no nos afecta, pues emitimos menos del 0.4 % de gases de efecto invernadero.

Si bien se trata de un problema global, el cambio climático presenta consecuencias locales

concretas que afectan directamente la economía, el bienestar y el desarrollo de la sociedad en su conjunto. Por ello, no hay tiempo que perder. Lo que vivimos hoy es una señal de advertencia sobre lo que ocurrirá en un futuro si no adoptamos medidas para enfrentarlo.

Nos encontramos frente a una oportunidad única para dejar un legado de cambio hacia un desarrollo sostenible, y transitar hacia prácticas comerciales y personales más amigables con el

planeta, en beneficio de las presentes y futuras generaciones.

Por eso, te invitamos a promover secciones fijas en las páginas web y en la prensa escrita que aborden temas relacionados con el cambio climático **desde una mirada prospectiva y propositiva, conecta el cambio climático con acciones individuales y locales, y viraliza** la terminología vinculada a este para contribuir a una mejor comprensión del tema.

El tiempo de actuar es ahora.

“Dejar un legado de cambio hacia un desarrollo sostenible.”



¿Qué son las Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional?

(NDC, por sus siglas en inglés)

Son nuestro desafío climático y se constituyen como el compromiso de la comunidad internacional para enfrentar sus impactos y reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), limitando así el incremento de la temperatura media del planeta muy por debajo de los 2°C.

El cumplimiento de las NDC es ejemplo de la importancia que tiene para el país contar con una visión de desarrollo a largo plazo, mirando el futuro con los ojos de la sostenibilidad y considerando acciones que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de todos los peruanos.

Cabe destacar que las NDC se enmarcan en el Acuerdo de París sobre cambio climático, ratificado por el Perú el 22 de julio de 2016 y que entró en vigor el 4 de noviembre del mismo año. **En la actualidad, el Perú cuenta con un total de 154 medidas NDC: 92 vinculadas a adaptación al cambio climático y 62 para la mitigación de GEI.**

inicio

¿Cómo salimos de esta? Con las NDC: la respuesta peruana al cambio climático

Las NDC buscan garantizar el bienestar y la sostenibilidad del Perú. Plantean acciones claras para garantizar un desarrollo resiliente al clima y bajo en carbono en beneficio de la población peruana.

Las NDC nos conducen hacia una economía verde y permiten que los ecosistemas mantengan la capacidad de proveer bienes y servicios ambientales, que son la base económica del país y fuente de crecimiento hacia el futuro.

Las NDC constituyen el compromiso de la comunidad internacional. Nos permitirán reducir la vulnerabilidad ante los impactos del cambio climático y; a la vez, las emisiones de GEI, aportando a mantener la temperatura por debajo de 2° C y alcanzar así la meta global.



salida

Como respuesta al cambio climático, nuestro país ha formulado metas de adaptación y mitigación al 2030. Estas son:

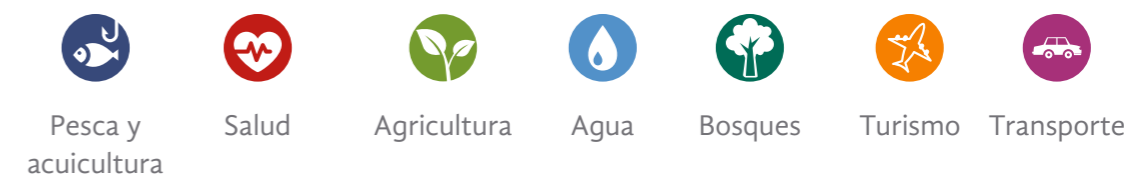
Medidas de adaptación

Son intervenciones planificadas para reducir o evitar alteraciones severas, pérdidas y daños, desencadenados por los peligros asociados al cambio climático, así como para aprovechar las oportunidades que este desafío plantea.

¿Qué logra el Perú adaptándose al cambio climático?

- **Reducir** los impactos de los eventos climáticos, tales como el Fenómeno de El Niño.
- **Incrementar** la planificación con resiliencia y sostenibilidad.
- **Promover** inversión pública y privada ante las oportunidades del cambio climático.

Áreas priorizadas:



Medidas de mitigación

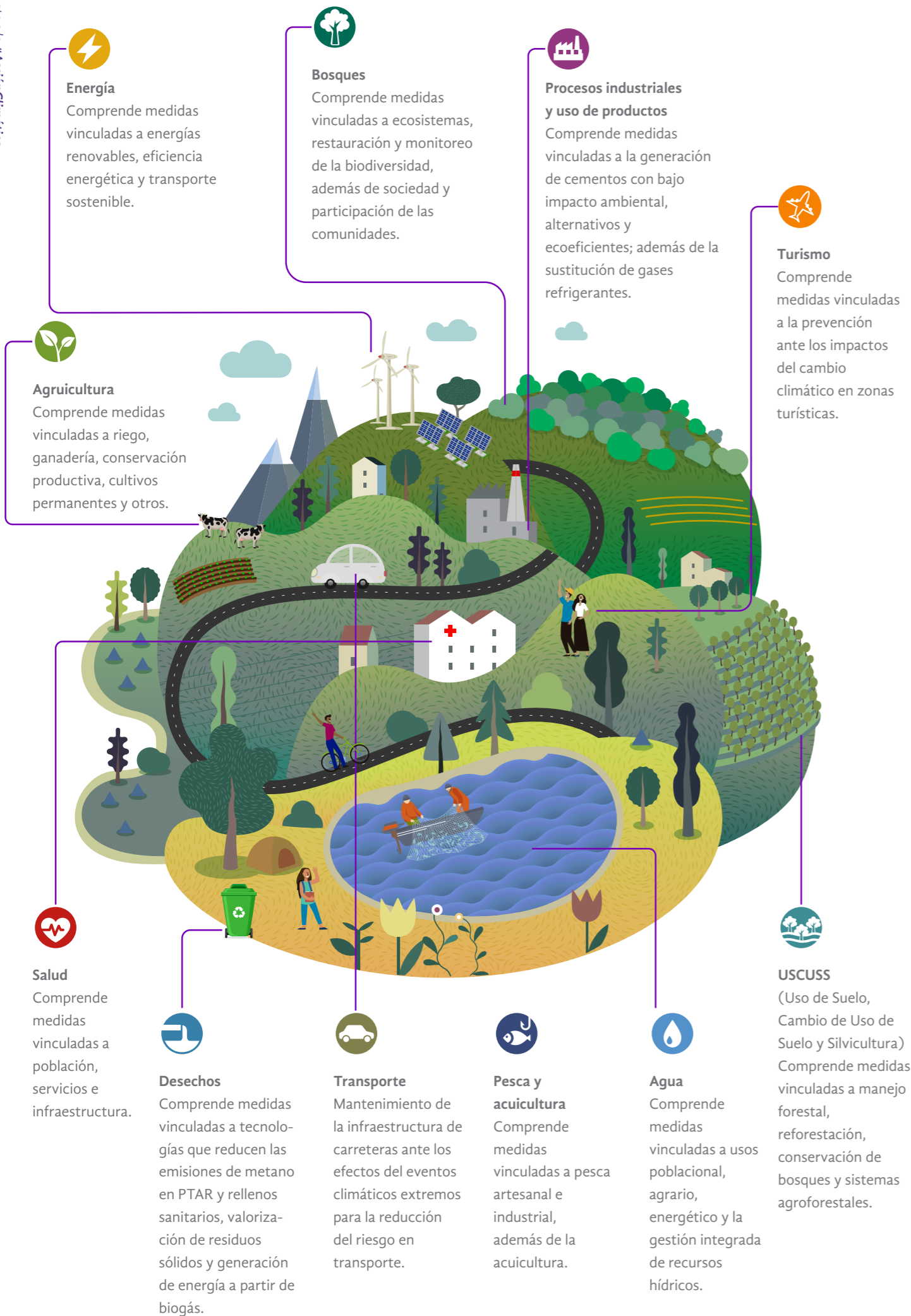
Son las acciones que buscan reducir las emisiones de GEI y promover la inversión pública y privada para **contribuir al crecimiento bajo en carbono del país**. La meta peruana comprende un total de 40% de reducción de emisiones de GEI al 2030.

¿Qué logra el Perú reduciendo emisiones?

- **Eficiencia** energética
- **Reducción** de costos de producción
- **Incremento** de competitividad
- Mayor **productividad**
- **Conservación** de la biodiversidad
- Mejora de la **calidad de vida** de todos

Áreas priorizadas:





Fuentes de información sobre las medidas de NDC

- El Ministerio del Ambiente.
- Los sectores gubernamentales implementadores.
- Los gobiernos regionales y locales.

Beneficios y cobeneficios de las NDC

Las medidas de adaptación permiten:

- **Evitar** la pérdida de medios de vida, activos, salud, fuentes de alimentación y bienestar, incluso la pérdida de vidas humanas producto de los impactos del cambio climático.
- **Invertir** para reducir los riesgos relacionados al cambio climático tiene muchos más beneficios sociales, económicos y ambientales.
- Permiten la **preservación** de los bienes culturales e históricos que son importantes para la identidad de las comunidades, los cuales muchas veces están vinculados a su desarrollo económico.
- La **resiliencia y preservación** de los medios de subsistencia frente al cambio climático empodera a las poblaciones.

Las medidas para **mitigar** la reducción de emisiones permite:

- Con la conservación de bosques no solo se reducen las emisiones, también contribuye al **bienestar** de las poblaciones locales.
- La correcta **gestión de los residuos sólidos**, cuya correcta segregación aporta a la meta de un Perú limpio y natural, genera oportunidades de empleo, saneamiento y beneficios directos a la salud de la población.
- La **mejora de la calidad en el transporte**, tanto público como privado, redundará en el desarrollo de ciudades sostenibles.
- Los procesos industriales serán más eficaces gracias a la **seguridad energética**, permitiendo una producción sostenible.
- Reduciendo nuestras emisiones de GEI garantizamos también el **aumento del valor de las empresas** en el largo plazo.

— Construyendo el Perú que queremos: ¿Qué es la Estrategia Nacional ante el Cambio Climático?

La Estrategia Nacional ante el Cambio Climático (ENCC) es el principal instrumento de gestión integral del cambio climático que orienta y facilita la acción del Estado a nivel nacional a largo plazo.

El MINAM, como autoridad nacional en materia de cambio climático debe elaborar, monitorear, evaluar y actualizar la ENCC. De este modo, al ser una política nacional bajo su rectoría, debe ser actualizada de acuerdo a la normativa metodológica del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico, conforme el Decreto Supremo n.º 029-2018-PCM y su modificatoria.

— ¿Cuál será el nuevo horizonte de la ENCC?

La ENCC poseerá una visión al 2050 para lograr la neutralidad del carbono y la resiliencia de nuestros ecosistemas, medios de vida, sistemas productivos y de infraestructura, cumpliendo con nuestros compromisos asumidos ante la CMNUCC y el Acuerdo de París, específicamente contar con una estrategia de largo plazo.



¿Cuáles son los insumos para la Estrategia Nacional ante el Cambio Climático?

Plan Nacional de Adaptación

Plantea los escenarios de riesgos ante efectos del cambio climático al 2050 y las orientaciones en materia de adaptación con mirada de largo plazo.

Opciones hacia la Carbono Neutralidad

Plantean definir escenarios para lograr la carbono neutralidad, indicando sus impactos económicos y demostrando que nos haría más competitivos y un país más justo.

¿Cómo se elaborará esta actualización?

Se elaborará a través de:



1 La articulación con instancias de coordinación nacionales.



2 Un proceso participativo de la mano con el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (Ceplan).



3 Aprovechando la virtualidad como oportunidad para convocar a todos los actores.





*Sistematización del taller virtual de
periodistas y comunicadores sobre*

Cambio Climático



Contexto

Al igual que el cambio climático, la pandemia de la COVID-19 amplifica inequidades socioeconómicas dentro y entre los países. En el caso del Perú, las poblaciones más vulnerables han sido duramente golpeadas por las consecuencias sanitarias y económicas.

En ese sentido, tanto la COVID-19 como la acción frente al cambio climático requieren la comunicación estratégica para informar, sensibilizar y promover un sentido de urgencia y ambición.

Por ello, el **II Taller Nacional para Periodistas y Comunicadores sobre Cambio Climático** se adaptó y pasó de ser una propuesta presencial destinada a un representante por región a ser un espacio digital de diálogo de convocatoria abierta para periodistas y comunicadores de todo el país.

Objetivo

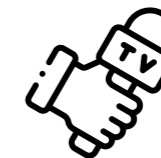
Dar a conocer el **Reglamento de la Ley Marco sobre Cambio Climático**, y compartir nociones elementales de periodismo digital a periodistas y comunicadores, aliados del Ministerio del Ambiente, para difundir y dar a conocer la acción climática en sus regiones y localidades.



Características

El MINAM hizo de este taller un espacio de diálogo virtual de 2 horas y 15 minutos, que se transmitió en el canal oficial de YouTube y que comprendió tres momentos:

- Dar a conocer el Reglamento de la Ley Marco sobre Cambio Climático.
- Compartir elementos fundamentales sobre periodismo digital en el contexto de la COVID-19.
- Generar un espacio de diálogo con las máximas autoridades del sector ambiente.



Productos y recursos para su réplica

El taller se caracterizó por su mirada de sostenibilidad. Por ello, no solo se limitó al evento en sí, sino que hizo entrega de recursos comunicacionales para poner en práctica lo aprendido y facilitar los insumos que hicieron posible su desarrollo.

Así, tú también podrás encontrar todos los elementos necesarios para la formulación de un taller similar.

Descúbrelos aquí



Resultados y mensajes clave

El taller congregó a **216 periodistas**
De las 24 regiones

134 mujeres
7 panelistas



82 hombres
3 panelistas

Se cumplió así con la meta de una coordinación y participación con enfoque de género.

Asimismo, se ha generado un canal directo de diálogo y *networking* para compartir noticias sobre cambio climático,

validar fuentes, solicitar información, interactuar y fortalecer capacidades.

Finalmente, se han elaborado más de diez productos comunicacionales específicos para este taller, que fueron

entregados a los periodistas y comunicadores participantes que hoy cuentan con herramientas que les permiten poner en práctica lo aprendido.



Fabiola Muñoz
Exministra del Ambiente

“La pandemia de la COVID-19 nos deja lecciones aprendidas que deben formar parte de nuestras vidas. Entre estas, la de mejorar nuestra capacidad para informar sobre lo que significa realmente el cambio climático para nuestro desarrollo”.



Laura Secada
Exdirectora general de Cambio Climático y Desertificación

“La acción climática es una oportunidad de desarrollo y nuestro Reglamento de la Ley Marco sobre Cambio Climático nos ofrece ventajas que no debemos desaprovechar al iniciar una reactivación económica, llamada a ser baja en carbono y resiliente a los peligros asociados con los efectos del cambio climático”.



Eduardo Villanueva
Catedrático de la PUCP

“La confusión creada por la pandemia no va a irse pronto. Por ello, la desinformación y la malinformación deben combatirse con una comunicación veraz y oportuna donde el medio sea la audiencia”.



María Isabel Torres
Mongabay - Perú

“Debemos ir más allá del clic fácil y construir narrativas para personas, porque la información es poder y debemos democratizarlo”.

¿Quieres ver más?



Herramientas para

Periodistas y Comunicadores





Videos animados sobre el Reglamento de la Ley Marco sobre Cambio Climático

Pocas personas leen una ley y un reglamento. Entonces, **¿cómo les contamos que estas normativas nos asignan responsabilidades para todos?** A través de tres videos animados, la madre Tierra tiene tres mensajes para las autoridades nacionales; los gobiernos regionales y locales; y, por supuesto, para el ciudadano.



Campaña publicitaria Nono, el oso de la huella de carbono

Nono es un oso de anteojos peruano que, literalmente, usa anteojos como “lupas” porque **vive buscando y vigilando las huellas de carbono que dejan las empresas.**

Lo malo es que Nono tiene un problema: no sabe cómo hacer para que las empresas escuchen y entiendan lo importante que es que midan su huella. Felizmente, Nono no está solo, pues pediremos abierta y directamente a las personas que lo ayuden haciendo llegar su mensaje a las marcas o empresas preferidas por el público.



— **Ecosistemas informativos**

Un árbol de sólidas raíces, un tronco robusto, fuertes ramas y dulces frutos. Conoce esta **serie de infografías en un ecosistema informativo digital que requiere un periodismo de soluciones.**



— **Videos PlayGround**

En un minuto, vamos a contarte qué debes saber para **exigir que tus autoridades realicen acciones frente al cambio climático.**



Crónicas de acción climática en el Perú

Sumérgete en tres crónicas periodísticas que nos demuestran cómo el cambio climático es también una oportunidad para el desarrollo. Este producto se basa en nuestro compromiso climático (NDC).



Historias de éxito de la acción climática en adaptación y mitigación

Renzo Leiva es como tú, como yo y como todos los peruanos. Pero hay algo en él **que hace la diferencia: una historia** cercana con el cambio climático. ¿Quieres conocerla y sumarte al cambio?



Tips y aportes para elaborar

Productos de Comunicación



¿Cómo crear un programa en pódcast?

El **pódcast** es un medio que está cobrando más importancia y brinda la oportunidad para que cualquier persona con acceso a Internet y ganas de conectar con una amplia audiencia **se convierta en un líder de opinión**.

Pero vayamos a la definición. El pódcast es una publicación periódica de carácter digital que se puede descargar de Internet o escuchar *online*. Se diferencia de un programa de radio en que se puede escuchar en cualquier momento, inclusive sin conexión a Internet si se descargan los episodios previamente.

Aquí, brindamos **10 pasos para crear un programa de pódcast**:



1 Encuentra un tema que te apasione sobre la acción climática

Esta es la parte más importante, porque si encuentras algo que te guste, será más fácil crear contenido, te esforzarás para que sea interesante y le guste a la gente. Recuerda que en el pódcast el contenido es el rey.

2 Define bien a tu público objetivo

Si defines a tu público, te ayudará a saber cuál es el tono con el que debes dirigirte, el tiempo que debe durar tu pódcast y la frecuencia adecuada en la que debes lanzar tus programas. Para este fin, sobre todo al inicio, te será muy útil contar con una base de datos con *mails* y números de teléfono (en caso consideres enviar el pódcast por WhatsApp), siempre con las autorizaciones de contacto correspondientes.

3 Define el objetivo de comunicación del pódcast

Plantea de manera clara cuál es el objetivo que te ayudará a evaluar si lo que haces obedece a la meta que te planteaste en un inicio, así como a medir los resultados que vayas obteniendo.

4 Realiza la preproducción del espacio

Un aspecto que tiene singular importancia es la creación del nombre del pódcast, el cual debe llamar la atención de tu público objetivo. También debes definir el estilo sonoro del programa, como los efectos de audio y tipo de música característica, entre otros.

5

Define el formato

Si es un programa de entrevistas, identifica y asegura la colaboración de expertos que dominen los contenidos que te interesa compartir. En lo posible, que sean buenos comunicando. Si tu formato va a ser un monólogo, esfuérzate en hacerlo dinámico y que la gente te entienda.

6

Crea una malla de contenidos

Haz una lista de contenidos que obedezcan a tu objetivo y organízate, en la medida de lo posible, para que la difusión de estos se distribuya de forma estratégica por días, semanas o meses.

8

Graba el programa

Esto dependerá de tu presupuesto. Para grabar un programa para pódcast, basta con tener un celular tipo smartphone o que puedas utilizar los siguientes equipos: grabadora, micrófono y audífonos. Si tu presupuesto te lo permite, grábalo en una cabina profesional.

7

Realiza la pauta de cada programa

Para cada programa, será recomendable que plantees el orden en el que se desarrollarán los temas. Establece la secuencia del programa. Si es un programa de entrevistas, asigna a cada experto un tema y, antes de la grabación, brinda recomendaciones sobre las ideas en las que se debería enfocar.

9

Edita el programa

Una forma gratuita y práctica para editar tu programa de pódcast es a través de la plataforma Anchor (www.anchor.fm), aunque tiene limitaciones ya que solo se puede editar en una línea y los sonidos son predeterminados. Uno de los programas de edición más populares es Audacity, por ser gratuito y muy sencillo de utilizar, con lo que podrás agregar tu propia música y efectos. Hay otros programas de pago, como Camtasia, Final Cut Pro o Premier de Adobe. El formato estándar en el que deberás exportar tus episodios para pódcast es el MP3. Si no pudieras generar el audio en MP3 en Internet, hay convertidores para este formato.

10

Sube el pódcast

Aquí te hacemos un recuento de las cuentas más populares y las características de cada una para que tengas en cuenta cuál es la que te conviene usar.



Las cuentas más populares de pódcast son:



Spotify



Apple Podcast



Google Podcast

Características principales

- Se enfocan en creadores de contenido profesional o artistas que difunden sus programas a un gran público. Vale señalar que cualquier persona puede tener una cuenta y hacer publicaciones en estas plataformas.

- Estas cuentas no permiten subir los archivos MP3 directamente, solo admiten RSS feed, que son URL o enlaces. Por ello, se necesitan otras plataformas que almacenen los archivos MP3 y los conviertan en

estos RSS feed. Una forma sencilla de generar estos enlaces es a través de la plataforma Anchor (www.anchor.fm), que inclusive permite configurar, a través de sí mismo, para que se distribuya automáticamente los RSS feed a cada una de las cuentas de Spotify, Apple Podcast y Google Podcast que tengas de manera simultánea. Ten en cuenta que hay varias plataformas similares a Anchor, así que escoge tu favorita.

Cabe señalar que las plataformas de pódcast no suelen subir las publicaciones de inmediato. Pueden durar horas, incluso días hasta que estén disponibles en las plataformas; incluso, a veces, los administradores del pódcast podrían denegar la publicación de tu contenido, por ejemplo, si el audio que hiciste viola algún derecho de autor.

Dependiendo de tu público objetivo, sabrás cuál es la plataforma que debes usar, aunque no son pocos los programas de pódcast profesionales que utilizan varias plataformas a la vez.



Soundcloud

Características principales

- Enfocada para creadores de contenido independiente.

- Puedes subir tu archivo de audio MP3 directamente en esta plataforma.

Tips para elaborar una entrevista en poco tiempo y a través de los medios digitales

A medida que el mundo continúa evolucionando, las nuevas tecnologías juegan un rol importante en cómo nos conectamos y comunicamos. Toma en cuenta estos puntos para realizar entrevistas a través de medios digitales:

Preparación

- 1**
 - Define el tema.
 - Escoge al entrevistado.
 - Contáctalo y concreta la fecha y hora.
 - Lee, investiga y redacta las preguntas.

Antes

- 2**
 - Comprueba tu conexión.
 - Comprueba tu cámara web y audio.
 - Ten a la mano tus preguntas.

Durante

- 3**
 - Sé cordial y pregunta cómo ha estado su día, para que sepas si cuenta con tiempo y disposición.
 - No pierdas conexión y mira directamente a la cámara web del dispositivo cuando estés hablando en lugar de mirar instintivamente la pantalla.
 - Cuando escuches, asiente y sonríe para mostrar que estás prestando atención, y mantén tu estado de ánimo optimista. Es importante demostrar que le estás dando toda tu atención al entrevistado.
 - Si ocurren ruidos repentinos, discúlpate y ocúpate de corregir la interrupción. Asegúrate de que todo esté en orden antes de reanudar la entrevista.



Tips para para informar y motivar a la acción a través de las redes sociales

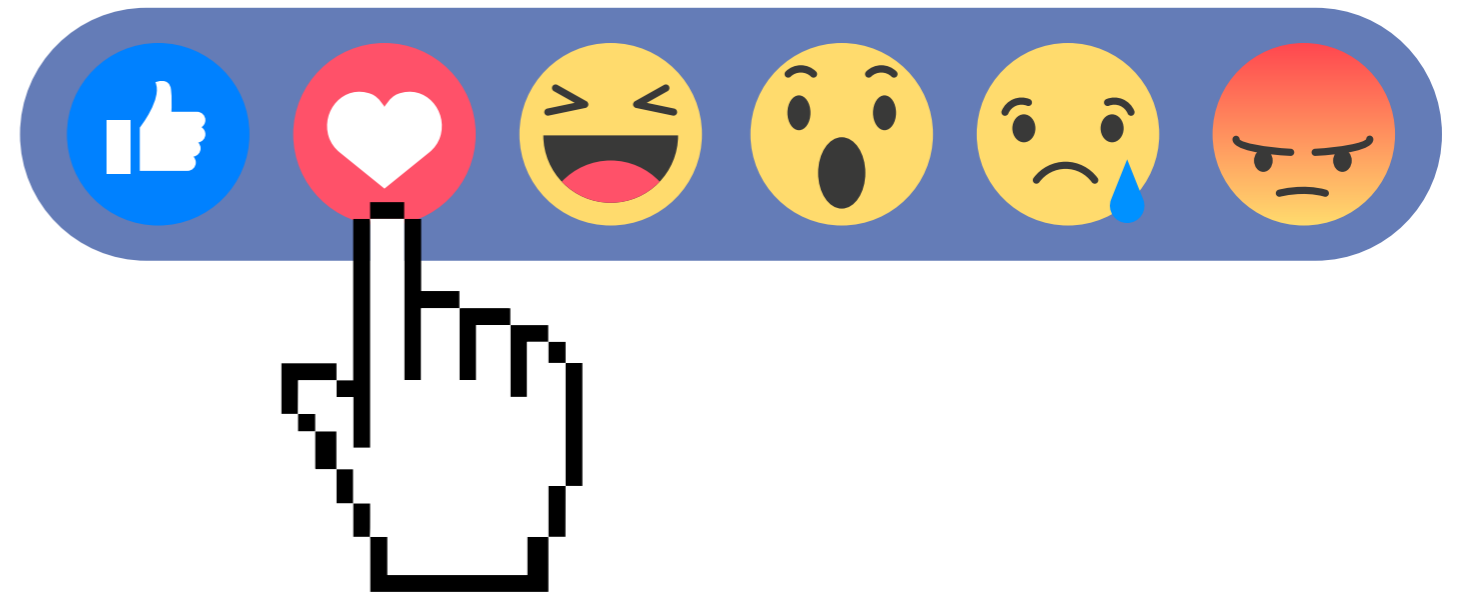
Si se usan las redes sociales de forma correcta, podemos hacer mucho por el medio ambiente: crear conciencia en los ciudadanos, reclamar acciones, convocar, organizar grupos, facilitar contactos y difundir contenidos.

Antes de comenzar, es necesario recordar tres aspectos:

1 Conocer las redes: el primer paso para ayudar al ambiente a través de las redes sociales es sacarles provecho. Facebook y Twitter sirven para mucho más que solo dar "me gusta" o hacer un "retuiteo". Y aunque son las más conocidas, no son las únicas interesantes: Google+, la red social del conocido buscador; Flickr para imágenes; Vimeo para videos; etc.

2 Saber cuál es tu público objetivo. Para eso, algunas preguntas clave:

- ¿Qué rango de edad tienen?
- ¿A qué generación pertenecen? (Z, Y, etc.)
- ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por mi público?



3 Procurar que las herramientas respondan al **contenido que se quiere transmitir y al objetivo de la organización.**

Caso de Clima de Cambios: esta es la iniciativa de la Pontificia Universidad Católica del Perú para informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre los impactos del cambio climático en el país y el mundo.

Del mismo modo, brinda consejos prácticos para contribuir a la conservación de nuestro entorno, y, a través de una

estrategia comunicacional, tiene como principal objetivo visibilizar el compromiso de la PUCP con el cuidado y la protección del ambiente, que incluye a todos los actores de la comunidad universitaria, ya sean estudiantes, docentes y administrativos.

Trabaja según cuatro ejes temáticos:

1. Segregación de residuos
2. Conservación de flora y fauna
3. Movilidad sostenible
4. Consumo responsable.

Sus publicaciones varían entre las siguientes opciones:

- En la página web: notas y entrevistas cortas y directas que utilizan un lenguaje coloquial.



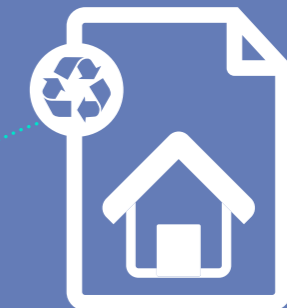
- En redes sociales: en las páginas de Facebook, Instagram y Twitter brindan información concreta sobre un tema que puede ser presentado como infografía, consejos o recomendaciones.



- Asimismo, Clima de Cambios genera manuales y guías con contenido variado y de coyuntura e importancia nacional:



Guía de residuos sólidos en tiempos de COVID - 19



Manual para la segregación de residuos en casa

Agradecimiento a las organizaciones e iniciativas aliadas



Esta publicación fue elaborada por el **Ministerio del Ambiente** en alianza estratégica con las siguientes organizaciones e iniciativas:

Proyecto para la Implementación de las Metas Climáticas del Perú
(**NDC Support Programme**)

Proyecto de **Cooperación entre Perú e Italia** para la adaptación y mitigación al cambio climático

Proyecto de Apoyo a la Gestión del Cambio Climático (Fase 2)

Clima de Cambios - PUCP

Agradecimiento especial

Proyecto de apoyo

Gestión del cambio climático

proyectoapoyocambioclimatico.pe



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza en el Perú

Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE

Proyecto de cooperación entre Perú e Italia para la adaptación y mitigación del cambio climático



MINISTERO DELL'AMBIENTE E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE



Al servicio de las personas y las naciones



Clima de cambios
PUCP



Proyecto para la implementación de las metas climáticas del Perú

IN CONTRIBUTION TO THE

NDC PARTNERSHIP

Supported by:



Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety

based on a decision of the German Bundestag



aacid
Spanish Agency for International Development Cooperation



Federal Ministry for Economic Cooperation and Development



**Finalmente,
no olvides que tú eres parte
del cambio con tu ejemplo
en casa, con tus amigos,
seguidores y audiencia.
Pon de tu parte con estas
pequeñas pero importantes
acciones:**



Reduce el consumo
del agua



Haz uso responsable
de la electricidad



Evita el uso
innecesario de papel



Evalúa si es necesario
movilizarnos en auto a
lugares cercanos de casa



Movilízate a través
de bicicletas o a pie



Separa y recicla
los residuos sólidos
que generas




Infórmate y
comparte información



Reduce tu
huella de carbono




Proyecto de apoyo
**Gestión del
cambio climático**
proyectoapoyoclimaticoperu.pe

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza en el Perú
Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE

Proyecto de cooperación entre
Perú e Italia para la adaptación y
mitigación del cambio climático



Supported by:
 Federal Ministry
for the Environment, Nature Conservation
and Nuclear Safety

based on a decision of the German Bundestag

