

CONAMA 2022

CONGRESO NACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE

Nuevos tiempos, nuevas estrategias de comunicación

Proyectos 'Solás Enea' y 'Glosariak'



CONAMA 2022

NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Autor Principal: Iker Aranberri Sarasua (Fundación Cristina Enea)

Otros autores:

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| 1. Resumen..... | 1 |
| 2. Nuevos tiempos, nuevas estrategias de comunicación..... | 2 |
| 3. Proyecto Glosariak..... | 3-5 |
| 4. Proyecto Solas Enea..... | 6-8 |
| 5. Anexo..... | 9 |

1. RESUMEN

Los retos de la comunicación ambiental pasan por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo de información de la ciudadanía. Durante estos últimos años, sobre todo con la introducción de las redes sociales, ese consumo ha pasado a ser rápido e inmediato, y los soportes utilizados para ello son principalmente digitales.

Desde Fundación Cristina Enea se han puesto en marcha sendos proyectos comunicativos con el objetivo de ofrecer información ambiental a un público amplio y variado, a través de píldoras de vídeo, a las cuales cada proyecto ofrece unas determinadas características.

Así, el proyecto Glosariak, cuyo nombre deriva de las palabras en euskera Glosaria (glosario) y Gosaria (desayuno) ofrece en campañas llevadas a cabo a lo largo del año, vídeos de muy corta duración (60 segundos aprox.) en los que miembros de Fundación Cristina Enea explican de manera entendible y clara, conceptos relacionados con el medio ambiente, la sostenibilidad y la movilidad. Hasta la fecha se han publicado píldoras audiovisuales explicando términos como telecoria, biomimética, ceguera vegetal, red natura 2000, ciudades del cuarto de hora o antropoceno, entre otros.

El segundo proyecto, titulado Solas Enea, pretende ofrecer un espacio de diálogo pausado a colaboradores y colaboradoras de la programación de Fundación Cristina Enea, con el objetivo de hacer llegar al público, reflexiones por parte de ponentes y artistas que acuden a la fundación, en formatos de entrevistas en vídeo, con una duración superior a los de la iniciativa Glosariak (entre 10 y 30 minutos), ya que los temas son tratados con mayor profundidad.

2.- NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Proyectos 'Solas Enea' y 'Glosariak'

INTRODUCCIÓN

Los retos de la comunicación ambiental pasan por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo de información de la ciudadanía. Durante estos últimos años, sobre todo con la introducción de las redes sociales, ese consumo ha pasado a ser rápido e inmediato, y los soportes utilizados para ello son principalmente digitales.

Desde Fundación Cristina Enea se han puesto en marcha sendos proyectos comunicativos con el objetivo de ofrecer información ambiental a un público amplio y variado, a través de píldoras de vídeo, a las cuales cada proyecto ofrece unas determinadas características.

3.- PROYECTO GLOSARIAK

Así, el proyecto Glosariak, cuyo nombre deriva de las palabras en euskera Glosarioa (glosario) y Gosaria (desayuno) ofrece en campañas llevadas a cabo a lo largo del año, vídeos de muy corta duración (90 segundos aprox.) en los que miembros de Fundación Cristina Enea explican de manera entendible y clara, conceptos relacionados con el medio ambiente, la sostenibilidad y la movilidad. Hasta la fecha se han publicado píldoras audiovisuales explicando términos como telecoria, biomimética, ceguera vegetal, red natura 2000, ciudades del cuarto de hora o antropoceno, entre otros.

En el siguiente cuadro se pueden observar las visualizaciones que han tenido los vídeos publicados durante los últimos meses en la plataforma YouTube y en Twitter (@cristina_enea), a pesar de que también se han difundido a través de otras plataformas como Facebook (@cristinaeneafundazioa), Instagram (@cristina.enea) o Tik Tok (@cristinaeneafundazioa):

Visualizaciones de vídeos de la campaña Glosariak

| Título vídeo | Visualizaciones |
|-----------------------------|-----------------|
| Fenología | 220 |
| Red Natura 2000 | 172 |
| Telecoria | 74 |
| Antropoceno | 84 |
| Erronka Garbia | 136 |
| Biomímesis | 75 |
| Patrimonio natural | 128 |
| Endemismo | 61 |
| Basurala | 37 |
| Earth Overshoot Day | 356 |
| Ceguera vegetal | 59 |
| Ciudades del cuarto de hora | 60 |

Fuente: Cristina Enea Fundazioa

La duración mínima de los vídeos recogidos en la campaña Glosariak responde a la necesidad de adaptarse a los hábitos y costumbres actuales de consumir información de manera inmediata y extremadamente rápida, reflejo de la dinámica habitual de las redes sociales. Es por ello que la duración media de los clips no supera los 90 segundos, factor que favorece la accesibilidad a sectores de la población más jóvenes, habituados ya al consumo masivo e inmediato de información en forma de breves vídeos.

En la siguiente tabla mostramos la duración de los vídeos mencionados:

Duración de los vídeos de la campaña Glosariak

| Título vídeo | Duración |
|-----------------|----------|
| Fenología | 1:23 |
| Red Natura 2000 | 1:19 |

| | |
|-----------------------------|----------|
| Telecoria | 3:11 |
| Antropoceno | 1:08 |
| Erronka Garbia | 0:51 |
| Biomímesis | 1:42 |
| Patrimonio natural | 0:51 |
| Endemismo | 1:23 |
| Basurala | 1:02 |
| Earth Overshoot Day | 1:22 |
| Ceguera vegetal | 0:59 |
| Ciudades del cuarto de hora | 1:19 |
| Media ¹ : | 01:12:00 |

Fuente: Cristina Enea Fundazioa

Según diversos estudios *“la retención de atención baja drásticamente a partir de 2 y 3 minutos de vídeo completo”*², por lo que la estrategia para los vídeos de la campaña Glosariak es ofrecer información concisa y básica en un período de tiempo reducido, con el objetivo de ofrecer unos conocimientos suficientes como para que surja un interés en la persona que la visiona, y la anime a buscar más información por su cuenta.

Así, conceptos relacionados con la naturaleza, la fauna, la flora, la movilidad o la sostenibilidad calan de manera fácil en los receptores del mensaje, sin ofrecerles datos extensos y ámplios, pero fomentando un interés para que a posteriori busquen información de motu proprio.

A pesar de que la puesta en marcha de la campaña Glosariak no cuenta con unas fechas o períodos determinados con anterioridad, una vez que se pone en marcha sí presenta una periodicidad o asiduidad determinada. Una vez por semana se programan posts tanto en la página web de Fundación Cristina Enea, como en sus diferentes canales de redes sociales, y habitualmente estas campañas cuentan con paquetes de 4-5 vídeos cada vez, lo que llega a concentrar la publicación de estos contenidos a algo más de un mes.

Para la elección de los temas a tratar en los vídeos de la campaña de comunicación Glosariak, se utilizan dos canales:

1.- Por un lado, la plantilla de Fundación Cristina Enea aporta sus ideas e intereses a la hora de abordar los temas. Las temáticas propuestas responden tanto a inquietudes profesionales como a intereses particulares.

2.- Por otro, se realizan encuestas por medio de tuits y publicaciones en redes sociales, preguntando a la ciudadanía sobre sus intereses y sobre posibles temas a tratar en los clips de Glosariak. La mayoría de las veces, las respuestas de los usuarios y usuarias de redes sociales suelen ser reflejo de la *news agenda*, es decir, las principales propuestas se encaminan a tratar temas con notable presencia en medios de comunicación y de importante actualidad.

Sin haber realizado aún una prospección sobre los temas de interés de la ciudadanía para poder abordarlos en la próxima campaña Glosariak, desde Fundación Cristina Enea nos aventuramos a predecir que temáticas como transición energética, energías renovables,

1 Para el cálculo de la duración media de los clips no se ha tomado en consideración el vídeo sobre Telecoria, ya que excede considerablemente y de manera puntual la duración habitual.

2 <https://nebulargroup.com/knowledgebase/cuanto-debe-durar-un-video-corporativo/>

movilidad sostenible, eventos climáticos extremos, refugios climáticos o temas relacionados con la generación de gas estarían entre las principales propuestas hoy en día, debido a la gran cantidad de noticias publicadas en torno a estas temáticas durante las últimas semanas y meses, principalmente derivadas de la guerra entre Ucrania y Rusia, que han puesto sobre la mesa la problemática de I suministro de gas de cara a un inminente invierno, y también debido al caluroso verano que hemos tenido en 2022, en el que eventos climáticos diversos (incendios forestales, inundaciones, sequías y calores extremos) nos han mostrado las diferentes facetas de los efectos del cambio climático.

El lenguaje utilizado en los clips de la campaña Glosariak se adapta también a la tipología, formatos, estilos y soportes utilizados en los mismos. Así, siendo el objetivo perseguido el explicar de manera amena (como si un amigo o amiga te lo estuviera contando mientras os tomáis un café) conceptos relacionados con el medio ambiente y la sostenibilidad, el estilo y lenguajes utilizados son fácilmente entendibles y amenos, evitando conceptos y explicaciones demasiado técnicas y profundas.

4.- PROYECTO SOLAS ENEA

En contraposición con la campaña Glosariak, donde los contenidos son ofrecidos en formatos reducidos y breves, el proyecto Solas Enea pretende ofrecer un espacio de diálogo pausado a colaboradores y colaboradoras de la programación de Fundación Cristina Enea, con el objetivo de hacer llegar al público, reflexiones por parte de ponentes y artistas que acuden a la fundación, en formatos de entrevistas en vídeo o audio, con una duración superior a los de la iniciativa Glosariak (entre 10 y 30 minutos), ya que los temas son tratados con mayor profundidad. Principalmente son tres los formatos en los que se trabajan los contenidos en la iniciativa Solas Enea:

- Charlas
- Entrevistas
- Podcast

El primero, las charlas, es un formato que permite una conversación pausada y reflexionada en torno a una exposición o una iniciativa llevada a cabo dentro de la programación de Fundación Cristina Enea. Habitualmente, la charla se desarrolla en el interior del palacio de los duques de Mandas, donde la fundación tiene su sede, entre una persona vinculada a la entidad y otra/s relacionada/s con la actividad o exposición sobre la que se realiza la charla. Este espacio de diálogo permite profundizar en conceptos y repasar inquietudes de una manera más pausada y relajada.

Ejemplo de ellos son los vídeos editados sobre la producción de manzanos destinados a sidrerías, reflexionando sobre la realidad de los y las productoras y los viveros de árboles frutales, la charla con la artista Cristina Almodóvar en relación a la muestra 'Límites' que expuso en Cristina Enea, la conversación con los artistas Alicia Martín y Garikoitz C. Murua sobre su exposición conjunta 'Tektonika', que se pudo visitar en Cristina Enea o el encuentro con el biólogo Ion Garín, en el marco del Día Mundial de los Humedales, entre otros.

A continuación se detallan los vídeos producidos en esta iniciativa, y su duración, como contraste a la duración de los clips de Glosariak:

Duración de los vídeos de la campaña Glosariak

| Título vídeo | Duración |
|--|----------|
| Gráfica Social. Cumbres climáticas, activismo social | 22:41:00 |
| Hazilana | 18:23:00 |
| Humedales | 18:43:00 |
| Tektonika | 27:53:00 |
| Cristina Almodóvar | 10:18:00 |

| | |
|-------------|----------|
| FruitOndoan | 29:07:00 |
|-------------|----------|

Fuente: Cristina Enea Fundazioa

Como podemos observar, la duración media en este caso es de unos 20 minutos, considerablemente superior a los vídeos de la campaña Glosariak. Ello nos permite profundizar y explicar de manera más detallada diferentes conceptos y aspectos relacionados tanto con la programación de Fundación Cristina Enea, como con el medio ambiente y la sostenibilidad.

Por su parte, las entrevistas enmarcadas en la iniciativa Solas Enea, tienen un objetivo más concreto: principalmente, pero no exclusivamente, son utilizadas para crear una expectativa e interés en relación a alguna actividad o evento que Fundación Cristina Enea ha programado para los próximos días o semanas. Se realizan entrevistas breves, por ejemplo, a los y las ponentes que vayan a participar en alguna charla, conferencia o mesa redonda organizada por Fundación Cristina Enea, para que adelanten muy brevemente y sin profundizar, alguno de los temas o conceptos que abordarán en el evento.

Estas entrevistas se utilizan habitualmente para anunciar conferencias enmarcadas en el ciclo de charlas sobre cambio climático Agora K2050, organizado mensualmente entre Fundación Cristina Enea, el Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián y el Museo Sam Telmo. En este sentido, se han entrevistado a ponentes como Adolfo Uriarte (Director de Patrimonio Natural y Cambio Climático del Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco), Carmen Duce (responsable del área de Transporte de Ecologistas en Acción y coordinadora de la iniciativa Clean Cities), Anna Pérez Catalá (ambientóloga catalana) o Sergio H. Faría (profesor Ikerbasque en el Basque Center for Climate Change), entre otras personalidades.

El tercer formato o soporte que compone la colección de contenidos de la iniciativa Solas Enea son los podcast, un formato que, a pesar de que todavía no se ha trabajado mucho por Fundación Cristina Enea (únicamente ha editado dos programas), es un camino interesante a explorar, debido al aumento que el consumo de este tipo de contenidos ha experimentado durante los últimos tiempos.

El formato del podcast permite crear contenido que será consumido en situaciones diferentes a los vídeos anteriormente descritos (charlas y entrevistas), ya que no requieren una atención constante e ininterrumpida para su consumo. Los podcast se han convertido en los nuevos blog³, una herramienta que aporta valor, construye un relato y crea un estilo propio para la empresa o entidad que la produce, y en ese sentido, Fundación Cristina Enea ha editado dos programas de podcast, o dos capítulos, en los que, por un lado analiza las diferencias y similitudes de dos de las principales variedades de tomate producidas y consumidas en el País Vasco (la variedad Jack y la variedad rosada de Aretxabaleta), y por otro reflexiona sobre los

3 <https://www.extradigital.es/cv-miguel-florido-los-podcast-se-han-convertido-en-el-nuevo-blog/>

humedales, pone en valor estos espacios naturales presenta dos casos en los que la supresión y la creación de humedales genera beneficios para los entornos naturales.

Para el primer podcast, se contó con la colaboración de una antropóloga que realizó su tesis doctoral sobre la creación del sentimiento de autoctonía de las mencionadas dos variedades de tomates, Marta Barba Gassó, y de un experto en agroecología, Marc Badal. El programa se estrenó el 3 de noviembre de 2021, y a día de hoy cuenta con 144 reproducciones, con una duración de 30:25 minutos.

El segundo capítulo del podcast, dedicado a los humedales y publicado el 25 del febrero de 2022, cuenta con la colaboración del herpetólogo de la Sociedad de Ciencias Aranzadi, Ion Garín, y el investigador y profesor de la Universidad del País Vasco Arturo Elozegi, y a día de hoy tiene un total de 372 escuchas y reproducciones en diferentes plataformas.

5.- ANEXO

A continuación se exponen los links de todos los vídeos y contenidos mencionados en el artículo y publicados hasta la fecha, **los derechos de los cuales corresponde íntegra, única y exclusivamente a Fundación Cristina Enea.**

Glosariak. Ciudades del cuarto de hora: <https://youtu.be/UBBtj8TQRU>

Glosariak. Earth Overshoot Day: <https://youtu.be/KZwbbI4bL68>

Glosariak. Ceguera vegetal: <https://youtu.be/N98nL6fbkrA>

Glosariak. Basurala: <https://youtu.be/A0664wJ1rNU>

Glosariak. Endemismo: <https://youtu.be/TRDdMhqv8k8>

Glosariak. Patrimonio natural: <https://youtu.be/DtNah7tJvsl>

Glosariak. Biomímesis: <https://youtu.be/mLRYp7A56aU>

Glosariak. Erronka Garbia: <https://youtu.be/MiDrVDcjqU>

Glosariak. Antropoceno: <https://youtu.be/gaeMuFsmC9E>

Glosariak. Telecoria: <https://youtu.be/Mawlbx6FX-c>

Glosariak. Red Natura 2000: <https://youtu.be/tK0OK2B5FU8>

Glosariak. Fenología: <https://youtu.be/bP625sYd78k>

Solas Enea. Charla Gráfica Social: <https://youtu.be/WSVn-dU6XVU>

Solas Enea. Charla Hazilana: https://youtu.be/zY_IV94Wg-Q

Solas Enea. Charla Humedales: https://youtu.be/aBmCa5s_kl8

Solas Enea. Charla Tektonika: https://youtu.be/V_B_rkpT6jg

Solas Enea. Charla Cristina Almodóvar: <https://youtu.be/MuZppngK4yA>

Solas Enea. Charla FruitOndoan: <https://youtu.be/9EmPOiQSHec>

Solas Enea. Entrevista Sergio H. Faría: <https://youtu.be/-00MhH4Cg6c>

Solas Enea. Entrevista Anna Pérez Catalá: <https://youtu.be/zy1be9oJmkw>

Solas Enea. Entrevista Carmen Duce: https://youtu.be/_P079sV0_O4

Solas Enea. Entrevista Adolfo Uriarte: <https://youtu.be/GvwtA9fewQA>

Solas Enea. Podcast Semillas: <https://go.ivoox.com/rf/77743519>

Solas Enea. Podcast Humedales: <https://go.ivoox.com/rf/81304815>