

# **PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL**

**DOCENTE: ZEINA HALASA**

# ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL?

- La comunicación ambiental se utiliza como una herramienta básica para dar a conocer ciertas situaciones y hechos que facilitan que la población entienda la crisis ambiental en la que se vive actualmente y que promueven su participación.
- La comunicación ambiental “debe ser un proceso de interacción social que ayude a la población a entender factores ambientales clave y sus interdependencias, pero que posibilite también la retroalimentación y la respuesta ciudadana constructiva”.
- Según De Castro (2009) “es un proceso de desarrollo e intercambio de mensajes entre diversos actores con el objetivo de promover la extensión de conocimientos, actitudes y comportamientos pro ambientales y sostenibles”

# DIFERENCIA ENTRE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- La información supone dar a conocer hechos, situaciones o procesos haciéndola llegar al público de forma comprensible. Sin embargo, la información es unidireccional, no permite que se produzca una respuesta por parte de aquellos que están recibiendo la información. Esto hace que no se sepa con certeza cómo ha llegado la información a los destinatarios. ¿La han comprendido? ¿Les ha resultado interesante? ¿Tienen algo que opinar o matizar?.
- Por contrapartida la comunicación es un proceso a través del cual se producen, transmiten reciben e intercambian mensajes entre dos o más personas con intencionalidad y de forma consciente.

Información	Comunicación
- Contenido de la transmisión	- Acto de transmitir y recibir información
- Precisa de la comunicación para fluir	- Permite exponer y compartir ideas y sentimientos
-unidireccional	-bidireccional (interacción y respuesta)

# LOS RETOS DE LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL

- **Tecnicismo:** el emisor de cualquier mensaje debe adaptar su lenguaje y expresividad a las características de los receptores y del contexto.
- **Catastrofismo:** en ocasiones se utiliza para captar la atención en campañas de comunicación ambiental. Son situaciones muy negativas que pueden producir temor y culpa en los destinatarios y que provocan en ellos el efecto contrario al deseado, ya que acaban apartando la vista e ignorando la situación.
- **Uso de propaganda:** en la actualidad más allá de querer concienciar, se utilizan las llamadas noticias verdes para dar notoriedad a ciertos productos, incitar al consumo y venta de estos sin tener un impacto real sobre el fomento del consumo responsable.
- **Falta de realismo:** muchas campañas fracasan porque lo que se le pide a la población es poco realista o alcanzable por diversos motivos. Puede que la solución no esté a su alcance porque no dispongan de la infraestructura necesaria.
- **Saturación de mensaje:** en un entorno saturado de mensajes y en el que los están dirigidos a la comunicación ambiental están en situaciones de inferioridad, es necesario que su diseño sea no solo atractivo, sino también que resulte destacado entre la marea de informaciones que llegan a la población y que promueven el consumismo y el derroche de recursos.

# PRODUCTOS COMUNICACIONALES

## INFOGRAFÍAS

Las infografías son representaciones visuales que combina imágenes explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse fácilmente.

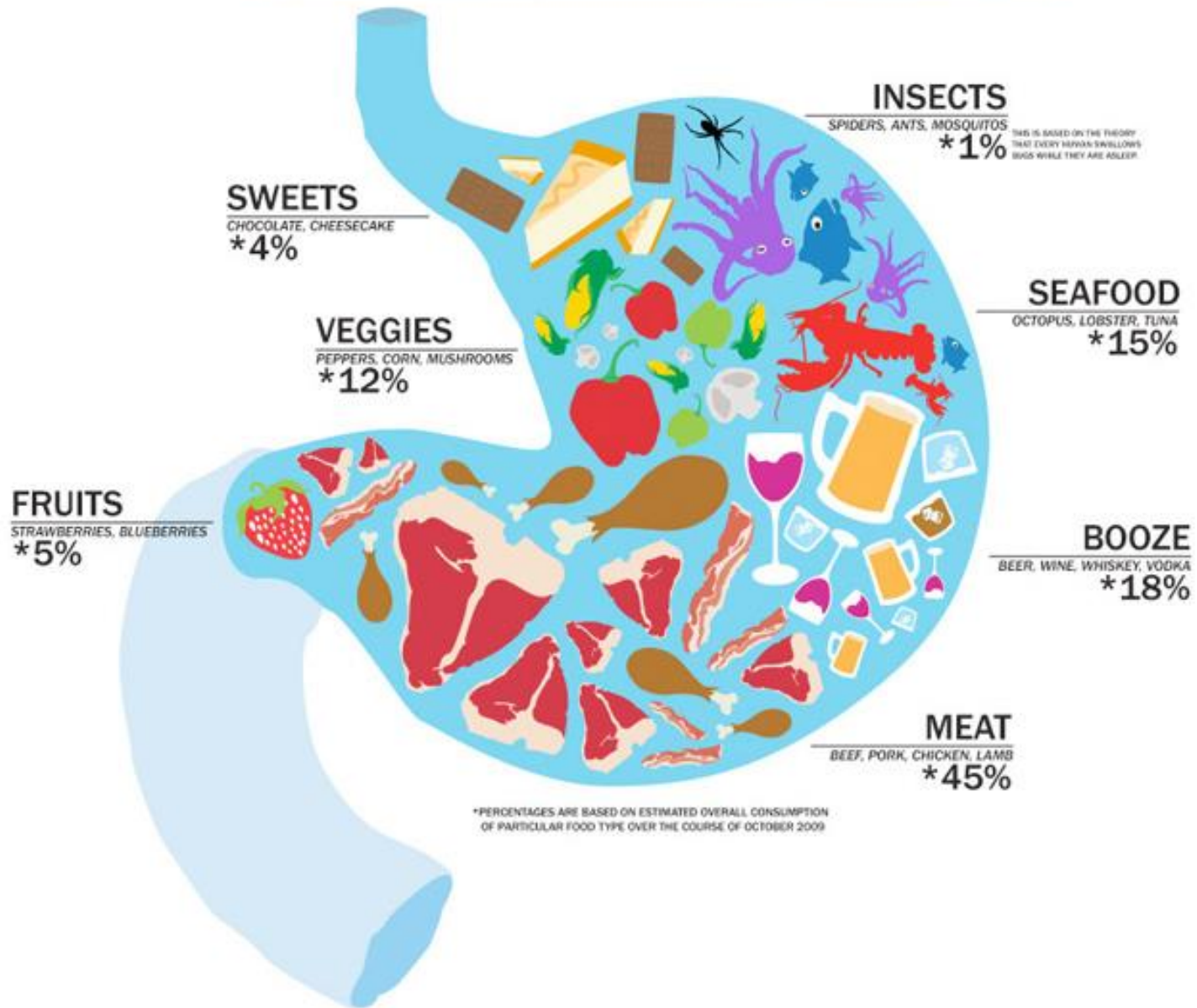
Un buen cuadro gráfico debe ser sencillo, completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta. Para ello, hay que realizar previos bocetos que presenten diferentes posibilidades. Posteriormente, hay "que escoger la más apropiada de las ideas, aquella que más ayude al lector y que combine mejor con la información".

# INFOGRAFÍA

Temas a tener en cuenta:

- La redacción debe ser clara y sin faltas de ortografía.
- La infografía muestra gran capacidad de síntesis de la información encontrada.
- Los textos e imágenes están claramente relacionados con la información.
- Establecer de manera organizada y creativa los hechos o información.
- El uso de colores contribuye a asociar y enfatizar las ideas. El tamaño de la letra es adecuado.
- Una referencias

# GRAHAM MEYER'S ESTIMATED FOOD CONSUMPTION OCT. 2009



# Día Mundial sin Automóvil

Una excusa para andar en bici

Este 21 de septiembre se celebra el Día Mundial sin Automóvil, una iniciativa que nació en Europa y que busca crear conciencia sobre las ventajas del uso de bicicletas y transportes no motorizados. Porque además de saludable y barato, andar en bici alegra el día

## Países con más bicicletas

Por cada 100 habitantes



## Historia de una celebración

**Octubre de 1994**  
Se organizan las primeras jornadas sin automóviles. Reykjavik (Islandia) fue la primera ciudad que celebró el Día sin Automóvil.

**2000**  
La Comisión Europea la asume como una iniciativa del continente.

**2012**  
Bogotá y Medellín (Colombia) tienen la mayor celebración del Día Mundial sin Automóvil, estableciéndose a través de un referéndum la prohibición de que circule por la ciudad cualquier automóvil particular.

**2020**  
20/20/20 es la iniciativa europea que pretende reducir un 20% el consumo de energía primaria, reducir otro 20% las emisiones de gases de efecto invernadero y elevar la contribución de las energías renovables al 20% del consumo.

## Beneficios del uso de bicicletas según la Organización Mundial de la Salud (OMS)

- \* Combate la obesidad
- \* No contamina. Cero emisiones
- \* Aminorar el calentamiento global
- \* Ejercita las piernas
- \* No consume combustibles
- \* Reduce el riesgo de infarto
- \* Mejora la salud
- \* Es más fácil y rápido que caminar



\* Disminuye la congestión vehicular en las ciudades, al ocupar menos espacio para circular

## Los 5 automóviles más contaminantes del mercado

Modelo	Gramos de dióxido de carbono x /km
Bugatti Veyron	571
Lamborghini Murciélago LP640 (Roadster 500 g/km)	495
Ferrari 599 GTB Fiorano	490
Ferrari 612 Scaglietti	475
Bentley Arnage/Azure/Brooklands	465

## Una alternativa saludable

**80.000**

adultos de más de 35 años mueren cada año en Europa como consecuencia de las sustancias contaminantes que emiten la gasolina y los gases de los automóviles.

**225.000**

personas mueren en Europa anualmente por enfermedades relacionadas con la contaminación.

**15%**

de los casos de asma están relacionados con vivir cerca de avenidas principales.

**130**

millones de bicicletas se produjeron en 2011 en el mundo, el mayor número desde su invención. Esto significa más del doble de coches producidos en el mismo año (52 millones).

## Obesidad y bicicletas

Porcentaje de población obesa  
Porcentaje de viajes en bicicleta



## ¿Cómo funciona el Día sin Automóvil?

Es una iniciativa que busca crear conciencia sobre los beneficios de optar por medios de transporte alternativos no motorizados. Entre los objetivos están:

\* Estudiar qué pasa y cómo funcionan los medios de transporte público y analizar el comportamiento de la sociedad.

\* Hacer ver a las personas que existen posibilidades de transporte distintas al automóvil.

\* Incentivar el uso de transportes eficientes y sustentables, ya que las grandes ciudades no se dan abasto con la creciente cantidad de vehículos.

**95%**

se redujo la contaminación generada por el automóvil en los últimos 30 años.



**20**

bicicletas pueden estacionarse en el mismo espacio que ocupa un automóvil.

**30**

minutos diarios de bicicleta ahorran 544 dólares anuales en medicinas.

**4**

millones al año se venden en Alemania, el mayor comprador de vehículos no motorizados del mundo.

**44**

veces más seguro que viajar en un vehículo privado es utilizar transporte público o bicicleta.

Fuente: <http://arxiv.org/pdf/1011.6266v1>

**160**  
kilómetros de ciclovías para los 65.000 habitantes que tiene la ciudad de Davis, en California, EE. UU.



# DEBER



Utilizar el programa Canva, venngage, pikochart para realizar la infografía

- <https://venngage.com/>
- <https://www.canva.com/create/infographics/>
- <https://piktochart.com/>
- Si se requiere utilizar la página Freepik para descargar imágenes gratuitas.

# COMICS

- Un comic es medio visual de narración verbo-icónica que comunica historias de uno o varios personajes. Se trata de una “narración secuencial mediante imágenes fijas” (Castillo, 2004: 248). Es un producto cultural que busca persuadir a grandes públicos y posee sus códigos propios.
- <http://www.toondoo.com/>
- <https://www.pixton.com/mx/>
- <https://robohash.org/>
- <http://www.playcomic.es/>