



## Algunas consideraciones para desarrollar una cultura climática

Taller de elaboración de la Estrategia Local de Acción Climática  
(ELAC) 2021-2050-Programa de Acción Climática de la Ciudad de  
México (PACCM) 2021-2030



GOBIERNO DE LA  
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA DEL  
MEDIO AMBIENTE

CIUDAD INNOVADORA Y DE  
DERECHOS / NUESTRA CASA

# Nuestra noción de cultura

- Somos un entramado de interrelaciones sociales.
- En ellas construimos sentidos y significados que nos permiten decir quienes somos y quienes son los otros.
- A partir de creencias, valores, hábitos, usos y costumbres, códigos de conducta, políticas, normas, tradiciones y objetivos.
- Se expresan como comportamientos.
- Se transmiten de una generación a otra.
- Definen la relación con nosotros mismos, con los otros personas y seres vivos, y con el ambiente.

## La cultura ambiental (climática)

- La tradición (historia)
- Las leyes
- Los valores
- Ideales de vida
- Proyectos de sociedad
- Legado familiar
- Educación
- Los prejuicios

Cosmovisión

# Necesitamos “empapar” nuestra realidad de símbolos y prácticas asociadas a lo ambiental

Para cambiar nuestra relación con nosotros, con los otros y con el ambiente

- La escuela
- Las charlas de café
- Las noticias
- El entretenimiento
- Las compras
- El trabajo
- Las leyes
- Los espacios públicos
- La calle
- El mercado
- Los proyectos personales, colectivos y sociales
- Las políticas
- Las decisiones nuestras y de los demás...

## Cultura Ambiental

Significados y prácticas que permiten construir el bienestar humano dentro de los límites de la naturaleza para cuidar todas las formas de la vida.

Diversos actores y sectores

Diversos medios

¿Cómo lo logramos?

¿Es suficiente generar y difundir información?

## ¿Por dónde empezamos?

- **Romper el silencio que envuelve el cambio climático**
  - **Sacar el tema en todas partes**
  - **Hablar sobre los sentimientos que nos provoca**
  - **Activar todos los resortes a nuestro alcance**
- 
- Necesitamos cambiar, pero ¿queremos hacerlo?
  - Cambiar ¿hacia dónde?
  - ¿Para qué cambiar?
  - ¿Por qué cambiar?



## Cambiar o no cambiar...

- Lo afectivo, cognitivo, práctico y ético.
- Múltiples motivaciones y razones para actuar y cambiar
- Varían en cada persona..
- **Es necesario crear condiciones y espacios para dialogar y escucharnos.**
- Las resistencias y los miedos al cambio también deben abordarse.
- **Requerimos una visión humanista de la educación y la comunicación.**
- Que retome valores y consensos.
- Que apele a valores de las personas y refuerce los valores positivos.
- Que toque fibras identitarias.
- Conectar con las preocupaciones mutuas: lo que nos define, lo que amamos, lo que deseamos, lo que nos hace felices, vivir de acuerdo a nuestros valores

**El déficit de información no es la explicación de la inacción**

# Lo individual y lo colectivo

- Acciones individuales importantes, necesarias pero insuficientes.
- Deben construir la acción colectiva para lograr la transformación social.
- Sujetos, agentes de cambio, a la altura de la crisis climática.
- Respuesta colectiva coherente y audaz que contrarreste la creencia de que nada se puede hacer o que es muy poco y nada cambiará.
- Cambio de “chip” de espectadores a actores, de víctimas a responsables del cambio
- Correlación de pequeños cambios de hábitos con un proceso de cambio a nivel global
- Espacios de encuentro, redes, creación de comunidad
- Apoyo proactivo a las iniciativas empresariales y sociales
- **Desde la DECA impulsamos procesos que permitan generar un saldo ambiental, un saldo cognitivo y un saldo organizativo.**

# La transformación es interna y externa

- La motivación y la actitud necesarias deben darse en un contexto que los favorece.
- **La relación de la educación y la comunicación con los proyectos y cambios tecnológicos impulsados**
- Las políticas públicas deben dar respuestas efectivas para reducir los impactos y vulnerabilidades
- Acción gubernamental congruente con lo promovido.
- Comunicación de políticas de manera efectiva
- Oportunidades y los beneficios asociados a los cambios, así como los costos y las consecuencias de la inacción.
- Reconocimiento al esfuerzo individual y colectivo de la población.
- Impulsar y reconocer la cultura de la participación.

# Qué decimos y cómo nos comunicamos

- Educar, informar, con un enfoque de **comunicación estratégica** (qué le decimos, a quién y para qué).
- Alejarnos del paradigma de la divulgación científica
- Romper el marco ecologista del cambio climático, no sólo la conservación de los ecosistemas y las especies, llevarlo también a nuestra vida, bienestar, calles, trabajos, etc.
- Desarrollar **historias** que apelen a lo que nos define como personas y a lo que nos une como colectivo.
- No quedarse en la visión de cambio climático asociada a las catástrofes
- No quedarse en promover la acción individual, ni en la solución tecnológica

## Qué decimos y cómo nos comunicamos (2)

- Utilizar múltiples estímulos (artísticos, científicos, culturales)
- **Innovar, incorporar todos los lenguajes por los que se está alimentando la cultura.**
- Reforzar la comunicación y difusión con conferencias, campañas y trabajo de campo.
- **La publicidad funciona por su contenido pero también por su insistencia**
- Evitar que la forma comunicar genere negatividad que asusta o paraliza
- **No necesito que diga las palabras cambio climático, la frase genera rechazo.**
- Reforzar la idea de oportunidad para el cambio positivo
- Propiciar respuestas emocionales enfocadas a la acción

## Desde dónde lo decimos

- Quién lo dice
- **Buscar múltiples aliados**
- Crear alianzas con organizaciones pro medio ambiente, sector privado, sociedad civil y medios de comunicación (dándoles nota, darles de qué hablar, crear referente de cambio climático y que lo asocien a lo que pasa en la ciudad y el planeta)
- Todos aquellos que nos ayuden a visibilizar, a abrir conversaciones, a dialogar
- **Credibilidad del mensajero**



# Gracias

Biól. Claudia Hernández Fernández  
Directora Ejecutiva de Cultura Ambiental

[claudia.hernandez.sedema@gmail.com](mailto:claudia.hernandez.sedema@gmail.com)

