

CAMPAÑA CAMBIO CLIMÁTICO ACCIONES DE MOVILIZACIÓN EN SEDES Y COMITÉS

- 1. Introducción**
- 2. Objetivos de la actividad**
- 3. Mensajes principales**
- 4. Línea comunicativa**
- 5. Descripción de la actividad**
- 6. Petición política**
- 7. Otros materiales**
- 8. Acciones complementarias de movilización**
- 9. Calendario/Fechas**

1.-Introducción

Del **7 al 18 de diciembre** de 2009, en la Cumbre de Naciones Unidas sobre Cambio Climático que **se celebrará en Copenhague**, se acordará **el acuerdo mundial sobre cambio climático que sustituye al Protocolo de Kyoto**. Es el momento culminante del trabajo de Intermón Oxfam sobre cambio climático, iniciado en 2006. A pesar de que el cambio climático es un tema de actualidad en muchos contextos, no todo el mundo entiende las claras y contundentes vinculaciones que tiene con la pobreza y la injusticia. **Nuestra preocupación principal es que el cambio climático, que se produce por la actividad humana, afecta antes y con más dureza a las personas pobres** en todo el mundo.

Los países ricos son responsables: tienen que **dejar de contaminar**, cortar sus emisiones para que el calentamiento no supere los dos grados **y ayudar a los países pobres** a afrontar los efectos y conseguir un futuro más limpio.

Nuestro objetivo es conseguir que la equidad sea parte fundamental del acuerdo que se está negociando en la Convención Marco de Naciones Unidas para el Cambio Climático (UNFCCC en sus siglas en inglés). Este acuerdo será el que suceda al actual Protocolo de Kyoto, cuando finalice su vigencia, y en él, los países ricos deben comprometerse a dejar de contaminar, y también ayudar a los países pobres a adaptarse a las consecuencias que tiene para ellos el cambio climático.

2.- Objetivos de la actividad

El objetivo principal de la campaña en España es influir en la sociedad y en el Gobierno para que la equidad y el apoyo a los países pobres sean un elemento central en la lucha contra el cambio climático. Los objetivos concretos de la campaña son:

- a. Conseguir que se reduzcan las emisiones que causan el cambio climático (mitigación)**. Queremos que el Gobierno español defienda compromisos ambiciosos en las negociaciones del UNFCCC. También exigimos al Gobierno que transfiera tecnología a los países en desarrollo para que éstos puedan tener acceso a energía baja en emisiones.

- b. **Conseguir que el Gobierno destine fondos a la adaptación de los países pobres al cambio climático).** Pedimos que el Gobierno español que defienda compromisos internacionales ambiciosos para financiar los planes de adaptación de los países pobres
- c. **Movilización social y trabajo con otros.** Queremos contribuir significativamente al amplio movimiento social en este tema para exigir al Gobierno español que asuma sus responsabilidades con respecto a los países pobres, y promover en nuestra sociedad un cambio de valores y conductas sobre la limitación del consumo de energía. En esta última fase de la campaña realizaremos acciones conjuntas con otras organizaciones a través de Coalición Clima. En el ámbito internacional, asumimos también la alianza contra el cambio climático, que incorpora un elemento de comunicación sobre la urgencia al problema del cambio climático, (campaña tck,tck,tck,tck)

3.- Mensajes principales

- Los países pobres están cargando injustamente con las consecuencias del cambio climático causado por los países ricos.
- Millones de personas soportan sobre sus espaldas el peso e una supervivencia al límite agravada cada día por los cambios en los patrones atmosféricos que destruyen casa, cosechas, medios de vida, y mantiene a la gente en el sufrimiento.
- Porque lo que hacemos aquí pesa injustamente allí, debemos quitarles YA el cambio climático de encima, con políticas y medidas que les ayuden a salir de la pobreza generada por el clima

4.- Línea comunicativa

Se mantiene la línea comunicativa de la campaña Cambio Climático utilizada hasta ahora, añadiendo nuevos mensajes que la actualizan, poniendo especial énfasis en el coste humano y la urgencia.

EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN DE LA CAMPAÑA



ELEMENTOS INCORPORADOS

- El eslógan pasa de la interrogación utilizada en la campaña hasta ahora *¿Quién se está cargando el clima?* a la afirmación *¡Sabemos quién se está cargando el clima!*
- Señalamos a los políticos, aumenta la presión sobre los líderes mundiales y la Cumbre de Copenhague: Merkel, Berlusconi, Zapatero y Obama
- La lavadora, por un lado, se hace más grande, aumentando así la carga sobre la mujer y por otro, nos ayuda a remover las conciencias, ahora más que nunca
- La mujer anda con la cabeza más agachada, cada vez tiene menos fuerza para mantenerse
- La imagen incorpora el péndulo como elemento transmisor de URGENCIA.
- El péndulo del reloj avanza inexorable y se viste de rojo, la onomatopeya tic-tac nos recuerda la cuenta atrás para Copenhague

5.- Descripción de la actividad

La actividad se plantea desde un primer momento como una instalación. Es decir, crear un elemento o pieza que pueda ubicarse en un espacio público al aire libre y que permanezca allí durante un periodo determinado de tiempo, en concreto **una semana por ámbito territorial**.

Los objetivos iniciales buscan que sea: llamativa, diferente, resistente, adecuada para estar al aire libre, fácil de manejar, manipular y transportar. Según avanzamos en su diseño, hubo que adecuar los objetivos, primando unos sobre otros ya que algunos eran incompatibles.

Se trata de una actividad diferente que, aunque incorpora un riesgo, también incluye una parte de innovación que desde IO se ha identificado como necesaria en las actividades de movilización.

Como instalación transmite nuestros mensajes de dos formas:

A.- De forma autónoma, sin necesidad de que los equipos de movilización realicen su papel de sensibilización e información. El objetivo es llamar la atención, sorprender, causar curiosidad, invitar al público a acercarse a ella. De esta forma, primamos la parte mediática sobre la sensibilizadora.

B.- Como elemento central de las acciones de movilización puntuales que los equipos de movilización desarrollarán en cada ciudad. Será el momento de la sensibilización y se podrán realizar acciones complementarias que añadan valor a la instalación. También será el espacio para la petición de firmas.

Descripción de la instalación

Se trata de una reproducción en resina de la mujer etíope con la lavadora, imagen de nuestra campaña, hundida hasta la rodilla en un suelo desértico. La lavadora lleva en los dos laterales el tambor circular característico, y dentro de él estarán las cabezas de cuatro de los principales líderes políticos mundiales (elegidos por su fácil reconocimiento para el público en general): Merkel, Obama. Berlusconi y Zapatero.

POR SI OS LO PREGUNTASTÉIS EN ALGÚN MOMENTO la mujer africana imagen de nuestra campaña es una niña etíope de 13 años llamada Dilai Haile

La lavadora tiene un asa en la parte posterior, al tirar de ella, se puede levantar la carga de lavadora a la mujer, al tiempo que se mueve el tambor de la lavadora “agitando” a los políticos.

Se están produciendo 7 mujeres con lavadora que serán los que viajarán por las sedes y comités en diferentes fechas.

Es la primera vez que hacemos una instalación de este tipo, pero tenemos por delante el reto de innovar, de hacer cosas nuevas y había que asumir riesgos.

Es importante recordar que:

- Es una instalación al aire libre. Será pintada, grafitada y podrá sufrir algún deterioro.
- No es necesario que una persona se encargue durante esa semana de vigilarla, controlarla o revisarla.

¿Qué hacemos si...?

- Es pintada, grafitada,...: es una instalación al aire libre situada en espacios públicos de ciudades. Las pintadas, aunque esperamos que no sean muchas, habrá que asumirlas como parte de ella, las de cada ciudad se irán sumando a las de las siguientes localidades. Únicamente en el caso de detectar mensajes claramente ofensivos se podría intervenir (cuando fuese posible) y se pintaría encima para eliminar el mensaje.

IMPORTANTE: No utilizar en ningún caso disolventes para eliminar las pintadas. El único elemento de la pieza que puede limpiarse con este producto es el metacrilato del tambor de la lavadora.

* Las piezas irán acompañadas de un pequeño kit de mantenimiento por si fuera imprescindible su utilización con las pinturas necesarias para eliminar pintadas puntuales

- **Llueve, nieve o graniza:** está realizada en un material ligero pero resistente preparado para estar a la intemperie.
- **La roban.** Es bastante improbable tanto por su volumen, como por su sistema de anclaje. Para evitar anclarla al suelo y los inconvenientes de hacer esta petición a la hora de los permisos, la pieza va sujeta a una plancha por dos tuercas de fácil colocación, pero no visibles, que dificultan su traslado.
- **Otros:** según vaya visitando ciudades, encontraremos nuevas incidencias que tendremos que compartir con el resto del equipo para tenerlas en cuenta para las ciudades siguientes.

Ficha técnica:

Ficha Técnica. INTERMON OXFAM. Cambio Climático.

A. Mujer con lavadora:
Resina de poliuretano, porex, metacrilato, otros. Estructura de hierro.
Se atornilla a la base. Peso aprox. 45 kg.

B. Suelo:
Resina de poliuretano.
Se atornilla a la base. Peso aprox. 9 Kg.

C. Base. Chapa de metal cuadrada con tubos para anclar la pieza.
Peso aprox 50 Kg.

Total peso por pieza, aprox: 104 Kg.
Medidas: 180x 140x120 cm.

Producciones escenográficas Eva Garutti.
www.evagarutti.com
649434866

Materiales adicionales incorporados a la instalación:

La pieza lleva una serie de vinilos, que se irán pegando unos encima de otros (según ubicación el idioma será diferente) que aportarán información mínima y permitirán al público que se acerque vincularla con IO.

Como la campaña no es precisamente sencilla de entender, la instalación incorpora mediante estos vinilos información sobre:

CAMPAÑA: www.intermonOxfam.org/cortoycambio

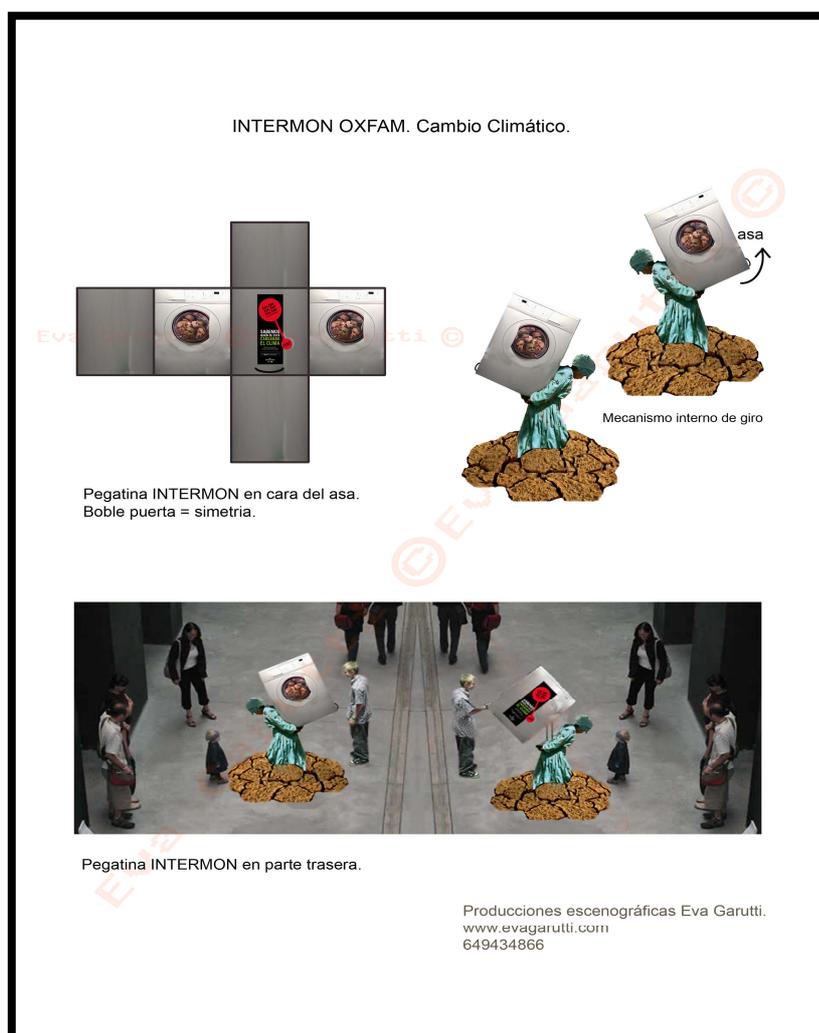
AUTORÍA: logotipos IO + tic,tac,tic,tac + Coalición Clima

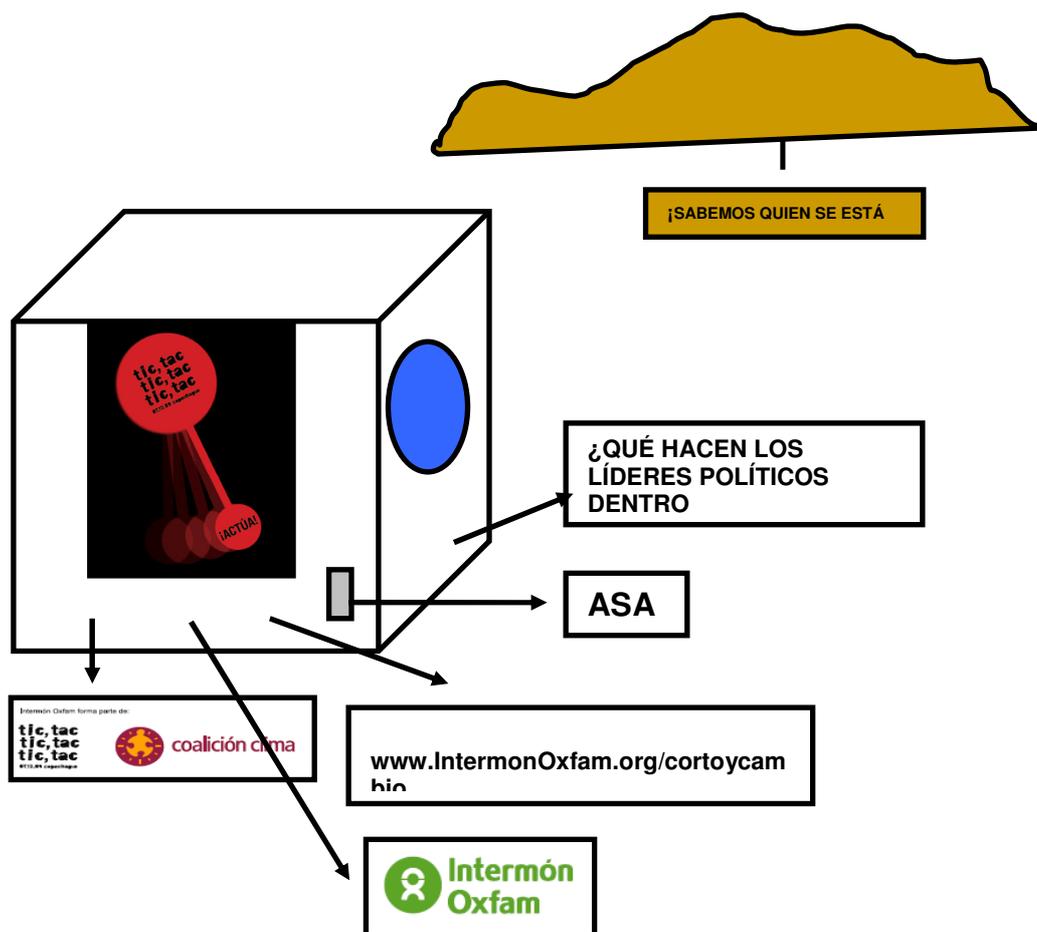
CONTACTO: 902 330 331

MENSAJE PRINCIPAL: “¡SABEMOS QUIEN SE ESTÁ CARGANDO EL CLIMA!”

IMPORTANTE Los mensajes de los vinilos están aún en proceso de diseño por lo que es posible que se modifiquen.

Los mensajes serán los siguientes e irán en sus correspondientes idiomas. Llegarán a cada sede y comité como parte del resto de materiales (folleto desplegable y hoja de pegatinas)





6. Petición política

Es importante que en esta recta final hacia Copenhague consigamos el máximo apoyo de la ciudadanía. Por ello, la actividad principal que haremos junto a la instalación será la recogida de firmas. Éstas se recogerán mediante una Hoja de Firmas adaptada a los cuatro idiomas

Queda por definir cuando y donde se entregarán, aunque lo más probable es que sea en Copenhague y que se encargue de la entrega el grupo de activistas de IO que estarán allí durante la cumbre.

El texto de la petición política es básicamente el mismo que el del curso pasado, pero hemos actualizado la introducción para añadir el concepto de URGENCIA y de CAMINO HACIA COPENHAGUE. **Es muy importante que usemos esta hoja de firmas y no la del año pasado.**

Según vayan finalizando las actividades, las firmas conseguidas habrá que enviarlas a:

Intermón Oxfam
Carol Gasca
Programa de Campañas en el Territorio y Eventos
Alberto Aguilera 15
28015 Madrid
Te. 91 2046731

Indicando claramente la sede o comité de procedencia, la fecha en que se recogieron y el número total.

El texto será el siguiente:

<p>SABEMOS QUIÉN SE ESTÁ CARGANDO EL CLIMA</p> <p><i>Sr. D. José Luis Rodríguez Zapatero</i> <i>Presidente del Gobierno</i></p> <p><i>Los países pobres están cargando injustamente con las consecuencias del cambio climático causado, mayoritariamente, por los países ricos. El cambio climático tiene nombre y apellidos: los de millones de personas que ven cómo su esfuerzo por salir de la pobreza y tener un futuro digno se está viendo truncado por el calentamiento global.</i></p> <p><i>España puede y debe tomar la iniciativa, junto a otros países industrializados, en la lucha contra el cambio climático. El mundo necesita un acuerdo internacional justo y ambicioso para acabar con el calentamiento global. La cumbre de Copenhague, en diciembre de 2009, será el momento culminante de este proceso.</i></p> <p><i>Por eso, pedimos al Gobierno español:</i></p> <p><i>Que presione en estas negociaciones internacionales para que las necesidades de las personas más pobres tengan prioridad sobre los intereses económicos.</i></p> <p><i>Que se comprometa, junto con otros países desarrollados a reducir de manera urgente sus emisiones hasta un 80% en 2050.</i></p> <p><i>Que facilite los fondos necesarios para que las personas más pobres puedan adaptarse al cambio climático, sin alterar los compromisos de ayuda al desarrollo</i></p>	
---	---

7.- Otros materiales

Para esta actividad y para el resto de acciones de la campaña Cambio Climático, se han diseñado dos materiales:

- A. FOLLETO DESPLEGABLE:** contendrá la información más relevante de nuestra campaña, así como testimonios de casos concretos en Etiopía, El Salvador e Indonesia, las peticiones políticas de IO y los elementos gráficos de la nueva línea comunicativa.

Características técnicas

Desplegable de 5 caras (con 4 pliegues)

Tintas 4+4

Formato abierto 62,5x16cm

Formato cerrado 12,5x16cm

Diseño del folleto desplegable



Exterior



Interior

IMPORTANTE: el diseño que aparece en este manual no es el definitivo, alguna imagen o texto puede sufrir modificaciones

B. HOJA DE PEGATINAS: este material combina una parte informativa con otra más vistosa con objeto de servir de herramienta de apoyo y acercamiento al público a los equipos de movilización. En una cara habrá diferentes pegatinas con los mensajes de nuestra campaña. Y en la parte posterior un resumen breve de los mensajes clave y posicionamiento de lo respecto al Cambio Climático y una parte menos formal con recomendaciones sobre el uso de este material.

Características técnicas

Tamaño cuartilla 21x14,85 cm

Tintas 4+4

Anverso adhesivo

Diseño de la hoja de pegatinas



Cara con pegatinas



Cara informativa

IMPORTANTE: el diseño que aparece en este manual no es el definitivo, alguna imagen o texto puede sufrir modificaciones

A tener en cuenta:

- Se ha pedido expresamente que tanto el folleto como la hoja de pegatinas se produzcan con materiales reciclable, libres de cloro y todo lo respetuosos con el medio ambiente posible (especialmente en el caso de la hoja de pegatinas)
- Las cantidades que se producirán de cada uno de ellos se han establecido de acuerdo a las necesidades indicadas por los responsables de movilización, para evitar producir más cantidades de las necesarias para esta campaña.
- El folleto y la hoja de pegatinas se producirán en los cuatro idiomas.
- Una vez cerrados los diseños, se subirán a la intranet los PDFs correspondientes a los respectivos idiomas con el fin de que los equipos puedan familiarizarse con ellos antes de su recepción y utilización.

8.- Acciones complementarias de movilización

Se han propuesto algunas ideas que aún no se han concretado. Las propuestas son las siguientes:

1.- Colocar lavadoras hechas con cajas de cartón alrededor de la instalación e invitar al público a elegir entre las caras de los líderes mundiales para lavarlos. La caja deberá tener la abertura correspondiente al tambor para poder meterlos.

Después las caras de los líderes se sacarían de la lavadora y se tenderían en un tendedero habilitado al uso (según posibilidades que nos ofrezca el espacio que hayamos escogido).

→ esta acción puede hacerse durante el fin de semana.

→ se puede convocar a los cacs.

Materiales a conseguir las sedes y comités:

Cajas de cartón o similar de diferentes tamaños que puedan

Tendedero

Pinzas de la ropa

Materiales que proporcionará Eventos:

Diseño de lavadora para “vestir” las cajas de cartón

Diseño de caras de líderes mundiales para pegar en cartón y poder “lavar” y “tender”

Diseño de carteles con mensajes para colocar en los lados de la lavadora

Algún reloj tipo el que aparezca en la línea comunicativa

2.- Intentar hacer la silueta de algo (reloj, las letras tic, tac,) con gente.

3.- Buscar algún famoso comprometido que quiera a puntarse a la movida y convocarlo el día que hagamos la principal acción

4.- Escaparates de la ciudad: Vestir maniqués, cartelitos...: esto si alguien quiere rescatarlo...

5.- Invitar a las tiendas de la plaza de alrededor donde vaya a estar la instalación a que coloquen un cartelito en el escaparate

Para la actividad usaremos la **camiseta institucional verde** (la utilizada en el Día para la Esperanza 2009)

9.- Calendario/Fechas

La actividad comenzará en Galicia el día 17 de octubre y finalizará en Madrid el 12 de diciembre. El calendario inicial ha sufrido algunas variaciones, por lo que las fechas definitivas se enviarán más adelante según vayan confirmando los comités.

Es importante confirmar lo antes posible las ciudades y las fechas, especialmente de los comités de zona centro y Cataluña para poder concretar la logística, y coordinar con tiempo la entrega y retirada de las piezas.