

8 INGREDIENTES (DE LA COCINA DE MUTANTE)



PARA CONTAR LA JUSTICIA CLIMÁTICA

Estrategias de periodismo participativo para periodistas ambientales que quieren traducir temas complejos sin aburrir a audiencias masivas.

01

ASUMIR LA COMPETENCIA POR LA ATENCIÓN

NO COMPETIMOS SOLO CON OTROS MEDIOS;

también con gatitos, algoritmos caprichosos y contenidos hechos para el entretenimiento.

- Piensa **la portada** como una tarea independiente orientada a maximizar el alcance.
- Sintetiza **el mensaje central** en pocas palabras para guiar al lector desde el primer segundo.
- Utiliza **la simpleza visual** como puerta de entrada que atraiga hacia la profundidad.

02

LA CULTURA POP: UNA GRAN ALIADA

Tiende puentes entre el consumo cotidiano de la audiencia y los temas climáticos más rigurosos.

EMPLEA ELEMENTOS POP:

Canciones, tendencias o memes como **punto de partida** para abordar debates serios, como la transición energética o la eliminación de los combustibles fósiles.



03

DIVERSIFICA EL
ESPECTRO EMOCIONAL

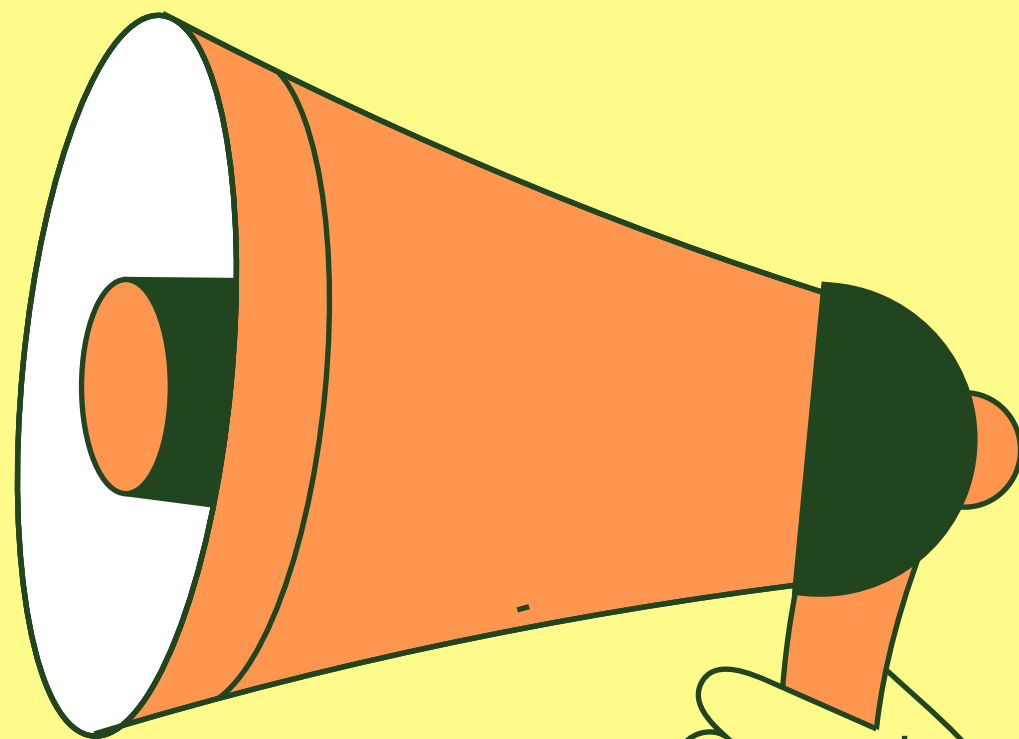
El periodismo ambiental abusa del enojo o la indignación para llamar la atención de las audiencias.

Para evitar que tu público se desentienda, **busca conexión** a través de otras emociones:

HUMOR

TERNURA

SORPRESA



04 PERSONAJES ANTROPOMORFIZADOS

Los públicos tienden a tener miradas antropocéntricas; piensa en esto para **hacer que empaticen** con plantas, ecosistemas y fenómenos naturales.

POR EJEMPLO:

- Ponerle “ojitos” a un granito de arena para explicar la erosión costera.
- Crear un cómic cuyo personaje principal es el océano Pacífico para contar el fenómeno de El Niño.



ASÍ CONSTRUYES VÍNCULOS AFECTIVOS ENTRE LA AUDIENCIA Y LA NATURALEZA.

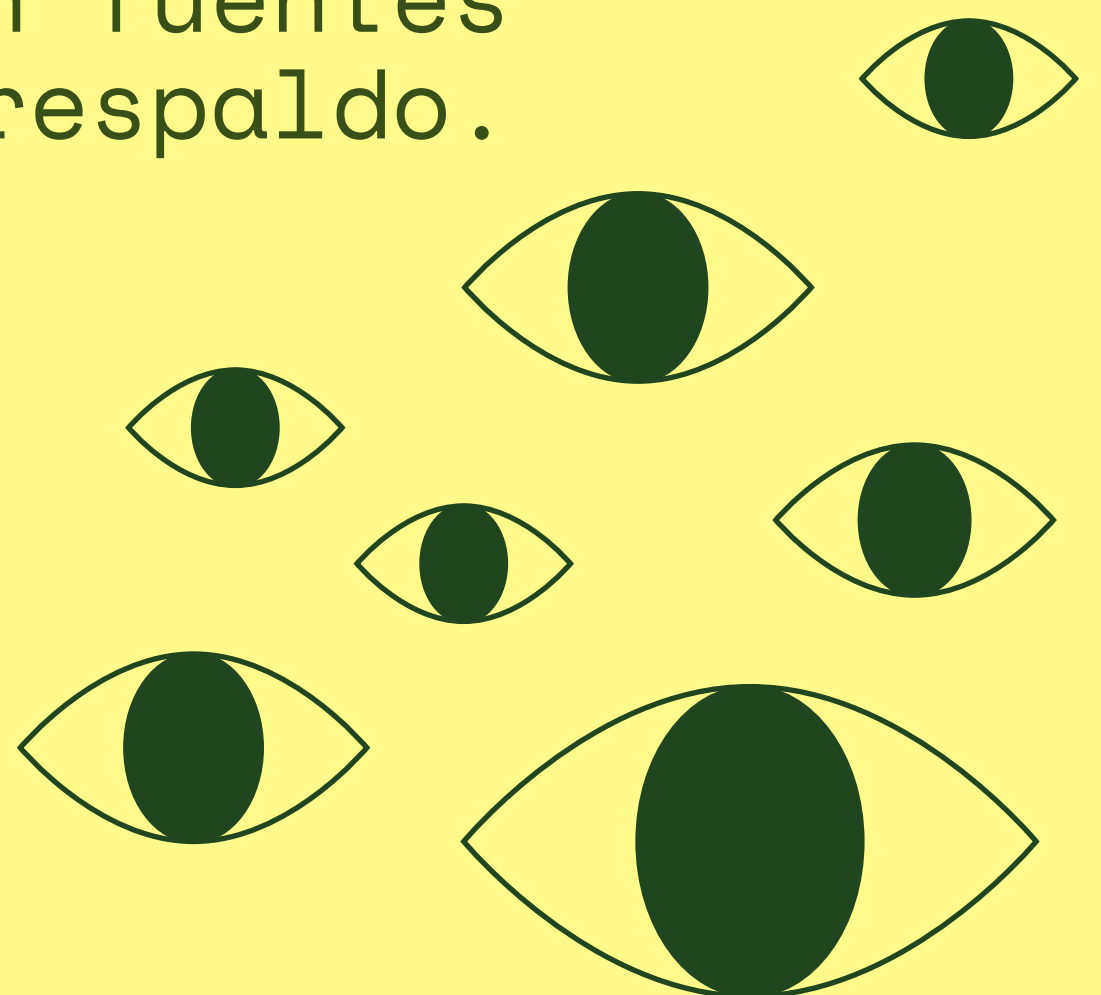
05

ABANDONA LA RIGIDEZ DEL TEXTO ACADÉMICO

Sustituye bloques de texto denso por **formatos dinámicos**, como mapas, listas conceptuales y esquemas visuales.

IMPLEMENTA UNA NARRATIVA POR NIVELES:

- Primera capa de activación visual.
- Capa informativa intermedia.
- Versión profunda con fuentes y documentación de respaldo.

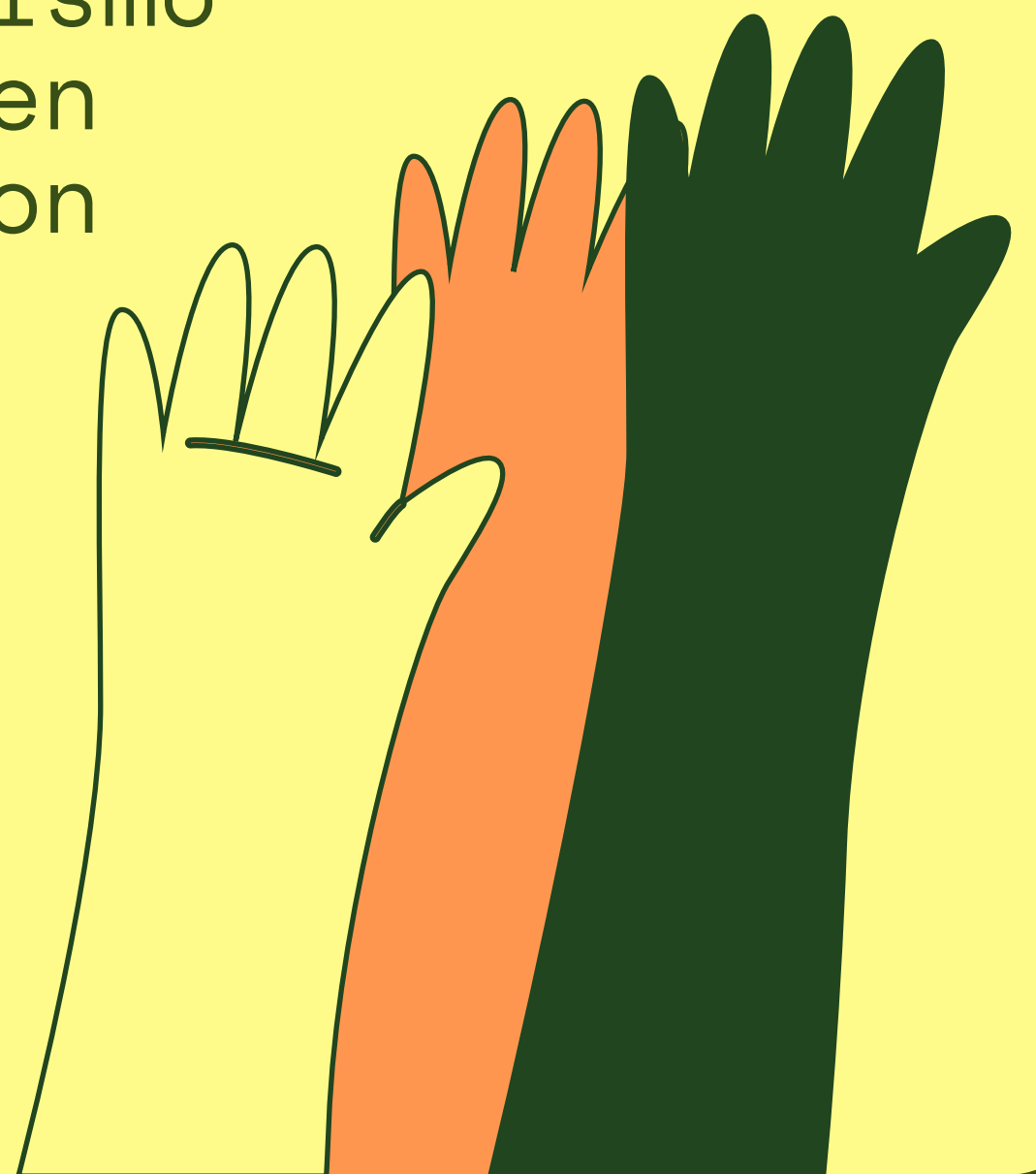


06

LA CURIOSIDAD
COMO GUÍA

Más allá de las tendencias, algoritmos o formatos, el verdadero motor del periodismo ambiental transformador es **la curiosidad genuina del periodista.**

Si un **proceso o dato** despierta la fascinación personal de quien investiga, ese mismo **asombro** se convertirá en el canal de conexión con la audiencia.



07

DESANDAR EL CONOCIMIENTO

Para explicar un tema complejo,
**vuelve a la versión de ti misma
que no conocía el tema** y así
explicarlo sin dar nada por
sentado.

Implica reconstruir
las preguntas básicas,
la confusión inicial
y **los disparadores que**
despertaron la curiosidad
propia en el primer
contacto con la fuente.



08 INVOLUCRAR A LAS AUDIENCIAS

El periodismo ambiental tradicional suele emitir datos técnicos en conversación con voces académicas y expertas.

El periodismo participativo busca abrir la conversación

pública para que las vivencias, saberes y aportes de la ciudadanía nutran y guíen el propio cubrimiento periodístico.

CADA PERSONA Y COMUNIDAD POSEE CLAVES TERRITORIALES QUE SON PERIODÍSTICAMENTE RELEVANTES.

¡BÚSCALAS Y ÚSALAS!



MUTANTE



HEINRICH BÖLL STIFTUNG
BOGOTÁ
Colombia

 **ACTUAR**

¿QUÉ OTRO **INGREDIENTE**
AGREGARÍAS PARA CONTAR
LA JUSTICIA CLIMÁTICA SIN ABURRIR
A LAS AUDIENCIAS MASIVAS?



#HABLEMOSDELASDEFENSORASAMBIENTALES