

# ¿Ahora Qué? Una forma de comunicar ciencia y construir espacios de formación en contextos de crisis climática, ecológica y social

Ana Kiernicki<sup>1</sup>, Victoria Martínez de Zorzi<sup>1</sup>, Juan Ignacio Arroyo<sup>2</sup>, Francisco Albergoli<sup>1</sup>, Carla Sauval<sup>1</sup>, Sol Reiman, Gonzalo Cemborain, Juana Maldonado, Victoria Herbas Roldán, Hernán Gabriel Ivas, Franco Bernal<sup>1</sup>, Micaela Oroz, Emmanuel Picciau

[hola.ahoraque@gmail.com](mailto:hola.ahoraque@gmail.com), [anitakier@hotmail.com](mailto:anitakier@hotmail.com)

1) Universidad de Buenos Aires (UBA), Facultad de Ciencias Exactas y Naturales (FCEyN), Buenos Aires, Argentina, 2) Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas (FCE)

**Palabras clave:** Activismo, Conciencia socio-ambiental, Divulgación científica ambiental, Comunicación

## 1. INTRODUCCIÓN

Se sabe que el calentamiento global causado por las emisiones antrópicas desde el período preindustrial hasta la actualidad durará de siglos a milenios y seguirá causando nuevos cambios a largo plazo en el sistema climático. A su vez, se prevé que los riesgos relacionados con el clima para la salud, la seguridad alimentaria, el suministro de agua, el crecimiento económico y los ecosistemas aumenten con un calentamiento global de 1.5°C y que esos riesgos sean aún mayores con un calentamiento global de 2°C (IPCC, 2019).

En los últimos años, frente a los reportes científicos que alertan sobre la necesidad de actuar frente a la urgente situación climática, ecológica y social (e.g. IPCC, 2019), emergió un movimiento juvenil global con expresiones en numerosas ciudades del mundo (e.g. Fridays for Future; Jóvenes por el Clima). En un contexto de desinformación y post verdad (concepto que trata Guadalupe Nogués, PhD en biología, docente y comunicadora, en su libro "Pensar con otros"), observamos que las fuentes más confiables (reportes científicos, artículos académicos, entre otros) resultan ser las menos accesibles, y las menos confiables (redes sociales, medio de comunicación, videos de youtube, etc), las más accesibles. Bajo la pregunta '¿Ahora qué?', en el año 2020 un grupo de personas empezamos a organizarnos y trabajar con el objetivo principal de reducir las brechas existentes entre la información de calidad y la información consumida por aquellas personas con intenciones de formarse en temas relacionados a la crisis climática, ecológica y social.

En el presente trabajo se muestra la estructura del proyecto comunicacional "¿Ahora qué?" desde su organización interna (estructura y objetivos dentro del grupo) hasta los resultados obtenidos (proyectos y métricas).

## 2. OBJETIVOS DE "¿AHORA QUÉ?"

Los objetivos principales de nuestra organización son:

- 1) *Traducir* información del ámbito académico sobre la crisis climática, ecológica y social, en formatos más accesibles.
- 2) *Canalizar* motivaciones individuales de personas interpeladas por la causa socioambiental en proyectos colectivos.
- 3) *Interpelar* a la comunidad con preguntas, invitando a la mirada crítica.
- 4) *Proveer* herramientas que ayuden a construir posturas de activistas ambientales partiendo de información de calidad, bajo el lema "que la lucha no sea a ciegas".
- 5) *Nutrir* la causa socioambiental mediante la generación y participación de espacios colectivos de aprendizaje, intercambio y formación.

### 3. METODOLOGÍA

Hasta el momento, todos los integrantes del proyecto trabajan voluntariamente y se organizan, según su dedicación y compromiso, en un núcleo seguido de tres anillos (o niveles): coordinadores, equipo y colaboradores.



**Figura 1. Diagrama de organización interna.**

En la figura 1 se muestra el esquema de organización interna por áreas y por proyectos. El núcleo constituye el centro de la organización y tiene la función de mantenerla en el tiempo, orientarla hacia la realización de los objetivos del grupo y coordinar las personas, acciones y esfuerzos necesarios para que cada área cumpla sus funciones dentro del sistema. Las áreas encargadas de concretar los objetivos centrales son las áreas de contenido y educación, que trabajan en forma conjunta con las áreas de comunicación y diseño. Dentro de cada una de estas áreas, existen proyectos, productos o dependencias con mayor grado de especificidad.

Cada proyecto, tanto de educación como de contenido, está dirigido a un público objetivo segmentado en tres niveles, según su nivel de involucramiento con la causa socioambiental e interés en las temáticas abordadas por el proyecto. En general, los formatos más demandantes se orientan al público más activo en la causa, como por ejemplo: artículos web, entregas de newsletter, talleres virtuales o paneles presenciales. Para el público menos activo se conciben los menos demandantes, como posteos en redes sociales, reseñas de documentales, episodios de podcast.

### 4. RESULTADOS

Las métricas para evaluar los resultados del proyecto varían en función de los objetivos enunciados. En primer lugar, el crecimiento del equipo de trabajo, que en poco más de dos años pasó de 3 integrantes a más de 18, según el momento, evidencia la existencia de un espacio capaz de transformar voluntades individuales en proyectos colectivos que persigan los objetivos en materia de comunicación y educación. Algunos ejemplos de producciones con sus resultados se muestran en la tabla 1 y se verán con mayor profundidad en la fecha del congreso.

**Tabla 1. Productos y resultados del trabajo llevado a cabo por Ahora Qué? (al 30/06/2022)**

Proyecto / Producto	Objetivos asociado	Métricas asociadas	Ejemplo
Equipo de trabajo y comunidad interna	(2)	Una red de amistad y trabajo con más de 18 integrantes que llevan adelante diversos proyectos.	<a href="https://ahora-que.com/quienes-estamos-siendo/">https://ahora-que.com/quienes-estamos-siendo/</a>
Sitio web	(1, 3, 4)	15 artículos, por 8 autores. Banco de fuentes con reseñas y recomendaciones de libros, documentales y demás material. Más de 1200 visitas al mes	<a href="https://ahora-que.com/">https://ahora-que.com/</a>
Podcast	(1, 3)	La primera temporada, organizada por un equipo de más de siete	<a href="https://open.spotify.com/show/4yBpg">https://open.spotify.com/show/4yBpg</a>

		personas, contó con cinco episodios en los que participaron referentes del movimiento, tanto del ámbito científico como del activismo. Tuvo más de 8.000 escuchas y 4.000 oyentes.	<a href="https://www.instagram.com/p/C16cAIJg20Q/">M5rmC45USnRxeLL0y?si=acef6f4aa4364984</a>
Instagram	(1, 3, 4)	Esta red social cuenta con más de 100 publicaciones y 5300 seguidores.	<a href="https://www.instagram.com/p/C16cAIJg20Q/">https://www.instagram.com/p/C16cAIJg20Q/</a> , <a href="https://www.instagram.com/p/CUNYdENA6z3/">https://www.instagram.com/p/CUNYdENA6z3/</a>
Twitter	(1, 3, 4)	Más de 2200 seguidores y alcance mensual promedio en los últimos meses superior a 20.000	<a href="https://twitter.com/ahoraque_ok/status/1480906539095498755?s=20&amp;t=dLakGJv8eO7km533jFnqSQ">https://twitter.com/ahoraque_ok/status/1480906539095498755?s=20&amp;t=dLakGJv8eO7km533jFnqSQ</a>
Newsletter	(1, 3, 4)	2 temporadas. Más de 15 entregas. Más de 680 suscriptores con una tasa de apertura superior al 30%.	<a href="https://mailchi.mp/799a69d88dee/ahora-qu-10440036?e=[UNIQID]">https://mailchi.mp/799a69d88dee/ahora-qu-10440036?e=[UNIQID]</a>
Espacios de aprendizaje y formación	(3, 4, 5)	Organización y articulación con otras organizaciones para la creación de: 4 talleres virtuales y 1 taller presencial con asistencias promedio superiores a 60 personas; una formación socioambiental con diversidad de referentes para activistas con 20 encuentros presenciales durante 8 meses y paneles de debate (en proceso).	<a href="https://www.instagram.com/p/CfFYtjVJS-ol/">https://www.instagram.com/p/CfFYtjVJS-ol/</a> , <a href="https://ahora-que.com/taller-debate-of-fshore/">https://ahora-que.com/taller-debate-of-fshore/</a> ,
Formación de Líderes Ambientales	(1, 2, 3, 4, 5)	Formación para 50 jóvenes del AMBA con 12 encuentros semanales, salidas al territorio y mentorías para armado de proyectos (en proceso).	<a href="https://www.instagram.com/p/CewrIeJORoA/">https://www.instagram.com/p/CewrIeJORoA/</a> .

## 5. DISCUSIÓN: ¿Ahora qué?

En poco más de dos años, ‘Ahora Qué?’ ha logrado generar un espacio de trabajo colectivo con la capacidad de llevar adelante proyectos que requieren la articulación y coordinación de varias personas, áreas y organizaciones. En ese marco, ha ocupado un espacio antes faltante y fundamental vinculado a la comunicación y formación en torno a la crisis climática, ecológica y social desde diferentes perspectivas y de diferentes maneras. De esta manera, ha abierto espacios de discusión e intercambio entre personas interesadas en estas problemáticas. Hoy, la organización ocupa un reconocido espacio dentro del ecosistema activista local. El hecho de que todo el trabajo realizado se haya hecho de forma voluntaria lo hace todavía más destacable, siendo al mismo tiempo uno de los principales desafíos que enfrenta el proyecto en la actualidad. Todos los integrantes del equipo tienen otras ocupaciones, lo que reduce el ritmo de trabajo, dificulta la coordinación de las agendas y reduce el alcance en las redes sociales. ¿Cómo puede sustentarse la generación de proyectos de calidad que requieren la dedicación de profesionales interdisciplinarios.

### Referencias

Fridays For Future, and Greta Thunberg. <https://fridaysforfuture.org/>. Accessed 30 06 2022.

Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. “Calentamiento global de 1,5°C.” 2019. *IPCC*, [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/09/IPCC-Special-Report-1.5-SPM\\_es.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/09/IPCC-Special-Report-1.5-SPM_es.pdf). Accessed 2022.

Nogués, Guadalupe. *Pensar Con Otros*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Abre, 2021.