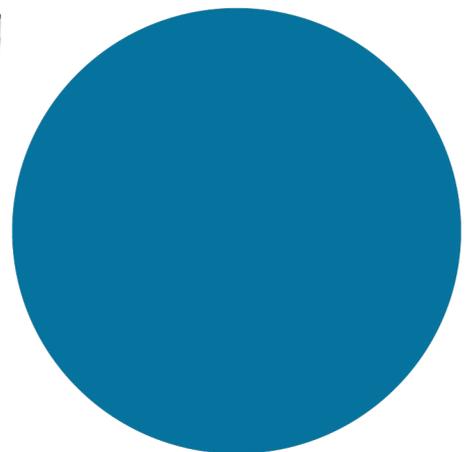


Implementación local de la Agenda 2030

MANUAL DE IDENTIDAD NARRATIVA



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



RED ENTIDADES LOCALES
DE LA AGENDA 2030
PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

CON LA COLABORACIÓN DE:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL
DE AGENDA 2030



ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Introducción al manual de identidad narrativa | 4 |
| Propósito de este manual..... | 5 |
| La conexión entre lo local y lo global..... | 5 |
| El rol fundamental de los Gobiernos Locales | 6 |
| Beneficios de incorporar los ODS en las comunicaciones locales | 6 |
| Estructura del manual de identidad narrativa | 7 |
| Diagnóstico y adaptación local. Claves para una comunicación efectiva | 8 |
| 1. Objetivo del diagnóstico a efectos comunicativos | 9 |
| 2. Responsabilidad de la realización del diagnóstico | 11 |
| 3. Pasos para la generación del diagnóstico | 12 |
| Incorporación de los ODS en noticias de medios locales..... | 21 |
| 1. Estrategias para comunicar los ODS..... | 23 |
| 2. Ejemplos de buenas prácticas | 25 |
| 3. Desmontando bulos sobre la Agenda 2030 | 29 |
| 4. Propuesta comunicativa para movilizar a la ciudadanía en torno a los ODS | 36 |
| 5. Monitorizar el impacto de las comunicaciones externas | 45 |
| Plan de actuaciones dirigidas a la juventud. Campaña: Somos futuro | 50 |
| 1. Talleres dinámicos | 57 |
| 2. Semana de acciones por los ODS | 59 |
| 3. Reto sostenible en redes sociales: "Sostenibilidad en acción" | 62 |
| 4. Indicadores de la campaña | 65 |
| Redes de comunicación y creatividades | 67 |
| 1. Fortalecimiento de redes de comunicación y voluntariado..... | 68 |
| 2. Creatividades personalizables. Recursos visuales | 71 |
| Personalización de recursos gráficos..... | 72 |



Agradecimientos

Esta guía es el resultado de un proceso de trabajo liderado por la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) en colaboración con el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, pero que no hubiera sido posible sin las valiosas contribuciones de los miembros del Grupo de Trabajo de Comunicación de la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

Autoría

Be One Spain S.L. (Carlos Hidalgo De Morillo Jiménez)

Coordinación, colaboración y edición

Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) en colaboración con el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

Diseño y maquetación

Goodsightmedia Investments S.L.

Diciembre 2024



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



RED ENTIDADES LOCALES
DE LA AGENDA 2030
PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

CON LA COLABORACIÓN DE:

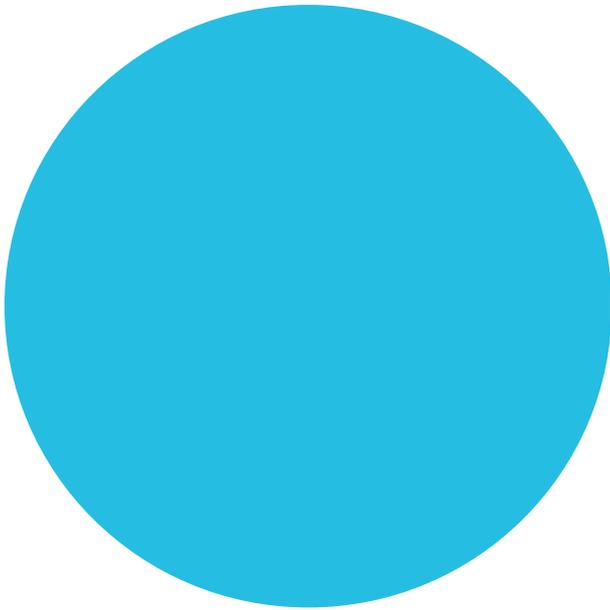


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL
DE AGENDA 2030





Introducción al manual de identidad narrativa

Propósito de este manual

La conexión entre lo local y lo global

El rol fundamental de los Gobiernos
Locales

Beneficios de incorporar los ODS en
las comunicaciones locales

Estructura del manual de identidad
narrativa

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), a través de la **Red de Entidades Locales de la Agenda 2030** para el desarrollo sostenible, en colaboración con el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, está impulsando la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el ámbito local.

Conscientes del papel fundamental que desempeñan los **Gobiernos Locales** como agentes de cambio, este manual de identidad narrativa busca proporcionar herramientas prácticas para informar, educar y movilizar a la población en la construcción de un futuro más sostenible.

Este manual de **identidad narrativa** complementa la "Guía de Comunicación para la implementación local de la Agenda 2030" (**Enlace directo**) y el manual de recursos gráficos, ofreciendo un enfoque práctico y orientado a la acción. (falta añadir enlace recursos)



Propósito de este manual

El contenido de este manual servirá para **apoyar a las Entidades Locales en una comunicación eficaz** centrada en los beneficios y avances relacionados con la Agenda 2030. Su objetivo es proporcionar herramientas prácticas a los y las responsables de comunicación, permitiéndoles transmitir de manera clara y accesible la importancia de los ODS a la ciudadanía, involucrar y movilizar a actores clave del territorio para impulsar los ODS y contrarrestar los bulos relacionados con la Agenda 2030. Asimismo, busca fortalecer el relato sobre el impacto positivo de las políticas locales, conectando las acciones municipales con los desafíos globales y promoviendo una ciudadanía informada y comprometida.

La conexión entre lo local y lo global

Uno de los mayores retos al comunicar la Agenda 2030 es mostrar a la ciudadanía cómo las acciones locales tienen un impacto directo en los desafíos globales. Los Gobiernos Locales, por su proximidad a la ciudadanía, están en una posición privilegiada para ilustrar esta conexión. Desde la creación de un carril bici que reduce emisiones de CO2 hasta programas de reciclaje que fomentan ciudades más sostenibles, estas

iniciativas no solo benefician al entorno inmediato, sino que también contribuyen a los objetivos globales, como la lucha contra el cambio climático y la protección del medio ambiente.

La Agenda 2030 demuestra que las **acciones locales y provinciales son fundamentales para abordar los desafíos globales**. Este manual aporta a los Gobiernos Locales ideas, para comunicar y visibilizar cómo sus políticas transforman las comunidades y contribuyen a un futuro más justo, inclusivo y sostenible.

El rol fundamental de los Gobiernos Locales

Los Gobiernos Locales desempeñan un papel clave para acercar los Objetivos de Desarrollo Sostenible a la vida cotidiana de las personas.

Este manual de identidad narrativa está **dirigido tanto a técnicos, como a políticos**, que desempeñan un papel clave en el proceso de realizar una correcta comunicación cuando transmiten la vinculación de los ODS con las iniciativas locales y provinciales que se desarrollan. La colaboración entre quienes articulan la visión estratégica y quienes gestionan la comunicación en la Entidad Local (si son figuras distintas), resulta esencial para trasladar el compromiso con la Agenda 2030 en mensajes claros, accesibles, prácticos y adaptados a la comunidad local.

El **equipo responsable de la comunicación vinculada a la Agenda 2030**, ya sea un departamento concreto o una persona encargada de esta labor, asume un rol fundamental como principal usuario de este manual. Su tarea es garantizar que los mensajes relacionados con la Agenda 2030 lleguen a la ciudadanía de manera efectiva, además de impulsar la comunicación interna de manera transversal, en toda la organización utilizando las herramientas y estrategias incluidas en este recurso.

Cuando hablamos de los equipos de comunicación local o provincial en el contexto de la Agenda 2030, nos referimos a cualquier estructura o figura dentro de esta administración que tenga la responsabilidad de crear y difundir información sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y, las políticas relacionadas con ellos, asegurando una conexión efectiva con la ciudadanía.

Beneficios de incorporar los ODS en las comunicaciones locales

Integrar los ODS en las comunicaciones ayuda a los Gobiernos Locales a convertirse en agentes de cambio, ya que, al vincular la sostenibilidad en las políticas locales y los avances municipales y provinciales con objetivos globales, se refuerza **la percepción de legitimidad** de las políticas locales y se genera **mayor confianza ciudadana**.

Además, conocer historias de éxito y logros concretos es un componente importante en una estrategia más amplia, para inspirar y fomentar la participación ciudadana en la implementación de soluciones sostenibles.

La **visibilización de logros** es un catalizador para la participación ciudadana porque:

- Aumenta la **confianza** en las instituciones locales y provinciales.
- Muestra la **relevancia de los ODS** en la vida diaria de las personas.
- **Empodera a la ciudadanía**, haciéndoles ver que sus acciones pueden generar un impacto.
- Fomenta un sentido de **comunidad** al trabajar hacia objetivos comunes.
- Combate la **desinformación** al ofrecer información veraz y datos concretos.

Es decir, la visibilización de logros es una parte de un proceso más amplio, que busca generar un cambio cultural hacia la sostenibilidad y la corresponsabilidad, que involucra a la ciudadanía a nivel emocional y la inspira a actuar. La efectividad de esta visibilización va a depender de que la comunicación sea cercana, relevante, transparente, y que se fomente la participación ciudadana.

Estructura del manual de identidad narrativa

El manual está diseñado para abordar **tres áreas clave**:

01

Diagnóstico y adaptación local

Ayuda a evaluar el conocimiento y las prácticas en relación con los ODS integrados en las políticas públicas locales y provinciales, identificando actores clave y oportunidades de mejora que pueden impulsar el cambio.

02

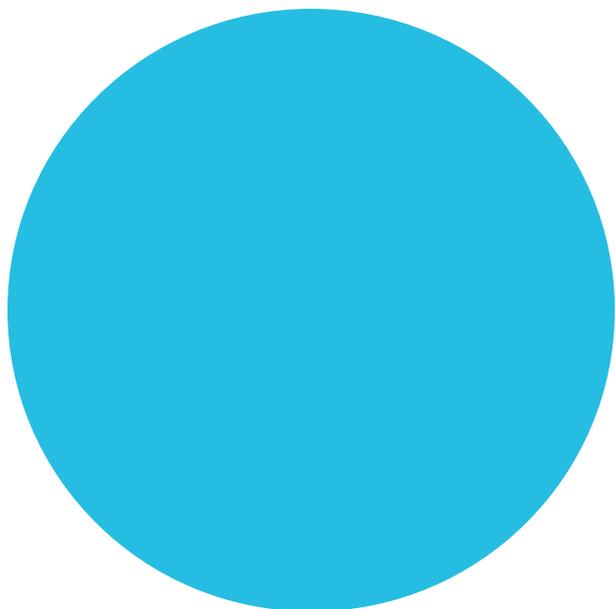
Incorporación de los ODS en noticias locales

Proporciona estrategias para comunicar de manera efectiva, cómo las acciones locales contribuyen a los objetivos globales, utilizando un lenguaje inclusivo y accesible.

03

Plan de actuaciones dirigidas a jóvenes

Incluye campañas en redes sociales, talleres interactivos y retos que fomenten la participación activa de este grupo en las iniciativas sostenibles.



Diagnóstico y adaptación local. Claves para una comunicación efectiva

Objetivo del diagnóstico a efectos comunicativos

Responsabilidad de la realización del diagnóstico

Pasos para la generación del diagnóstico

El diagnóstico local es un paso fundamental, y el primero, para asegurar que la implementación de la Agenda 2030 sea **relevante, efectiva y transformadora en cada territorio**.

Hay que tener en cuenta en todo momento que, la implementación de la Agenda 2030 y la contribución al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible no es un proceso uniforme. Cada municipio y provincia tiene su propio contexto, sus propias necesidades y sus propios actores clave.

Para que la Agenda 2030 tenga un impacto real y transformador en el ámbito local, es esencial que se adapte a la realidad del territorio y actores claves. Esta adaptación requiere un profundo conocimiento del punto de partida, de los retos y oportunidades específicos que enfrenta cada Entidad Local.

Es aquí donde el diagnóstico local adquiere una importancia crucial, tal y como se indica en la Fase 2 de la "Guía de localización de la Agenda 2030" de la FEMP ([enlace directo](#)).

Este diagnóstico no se trata simplemente de un inventario de datos y estadísticas. Es un proceso reflexivo y participativo, que permite comprender la situación actual en relación con los ODS e identificar las áreas prioritarias de acción.

Un diagnóstico bien diseñado debe analizar las políticas y programas existentes, evaluar las capacidades del personal y, sobre todo, identificar a los actores clave que pueden impulsar el cambio.

Este enfoque, centrado en el análisis y la adaptación local, asegura que la Agenda 2030 no se quede en un mero discurso, sino que se traduzca en acciones concretas que mejoren la vida de las personas del territorio.

1. Objetivo del diagnóstico a efectos comunicativos

El objetivo principal del diagnóstico, desde el punto de vista de la comunicación, es identificar las necesidades y prioridades del territorio en relación con los ODS, para poder diseñar estrategias de implementación de la Agenda 2030 adaptadas a la realidad local y comunicarlas de forma efectiva a la ciudadanía.



Así se podrá:

- **Conocer el punto de partida:** el diagnóstico permite evaluar el nivel de conocimiento y las prácticas de la Entidad Local con respecto a los ODS, así como identificar a los actores clave del territorio.
- **Identificar las brechas y los desafíos:** el diagnóstico ayuda a comprender la situación actual en relación con los ODS, incluyendo las problemáticas locales y los colectivos que se están quedando atrás.
- **Definir una estrategia de comunicación efectiva:** la información obtenida en el diagnóstico permitirá diseñar una estrategia de comunicación que responda a las necesidades e intereses del municipio, adaptando los mensajes al contexto local.
- **Generar confianza y compromiso:** al comunicar los resultados del diagnóstico de forma clara y transparente, se genera confianza en la ciudadanía y se fomenta su participación en la construcción de un futuro sostenible, ya que no solo se informa, sino que también se generan expectativas sobre las acciones que se llevarán a cabo.

La comunicación es un eje transversal en todo el proceso de diagnóstico. Desde el inicio, se convierte en una herramienta clave para:

- **Sensibilizar a la ciudadanía** sobre la importancia de los ODS y su relevancia local.
- **Involucrar a actores clave** dentro de las Entidades Locales para generar un diagnóstico participativo y transparente. De esta forma, la comunicación interna se convierte en una herramienta clave para sensibilizar sobre la importancia de los ODS y fomentar la participación activa.
- **Reforzar la conexión entre la institución y la ciudadanía**, garantizando transparencia y, poniendo en valor los beneficios tangibles que las acciones vinculadas a los ODS aportan en la vida cotidiana.

Un informe de diagnóstico bien diseñado debe priorizar el uso de un lenguaje claro y accesible, que conecte emocionalmente con las personas. La comunicación efectiva no solo informa, sino que inspira y moviliza, haciendo que los ODS sean una causa compartida.

Es fundamental destacar que la **comunicación interna es crucial** en todo el proceso de localización de la Agenda 2030, incluyendo el diagnóstico. Una comunicación interna efectiva asegura que todas las áreas del gobierno local y/o provincial estén informadas, sensibilizadas y comprometidas con la Agenda 2030, permitiendo:



- Sensibilizar al personal sobre la importancia de los ODS y su relevancia local.
- Fomentar la participación activa de todas las áreas del gobierno local y/o provincial en el proceso de diagnóstico y la implementación de la Agenda 2030.
- Generar un lenguaje común en torno a los ODS.
- Crear una cultura organizacional en torno a la sostenibilidad.

El vínculo entre la comunicación externa y el diagnóstico local o provincial interno se fortalece, cuando se presentan a la ciudadanía los resultados del diagnóstico de forma clara y comprensible. Esto permite mostrar cómo las acciones que se están llevando a cabo en el municipio o la provincia responden a las necesidades reales del territorio y en qué medida contribuyen a los ODS.

2. Responsabilidad de la realización del diagnóstico

La responsabilidad de la realización del diagnóstico recae en el Punto Focal de la Agenda 2030 dentro del gobierno local. Este punto se establece en el apartado 1.2 de la “Guía de localización de la Agenda 2030” de la FEMP ([enlace directo](#)). En ausencia de Punto Focal y por necesidades del proceso de comunicación, la responsabilidad de este diagnóstico recaería sobre la persona o personas responsables de la comunicación.

El **Punto Focal** es la persona o área de referencia del proceso de localización de la Agenda 2030 en la Entidad Local. En el caso de ser una persona, normalmente se trata de un alto funcionario/a o miembro del gobierno municipal con ascendencia sobre las áreas municipales. El Punto Focal puede ser el responsable de un área, así como la propia área o bien en ocasiones puede ser creada una unidad nueva con dicho cometido.

Puede haber puntos focales en las otras áreas de la Entidad Local, en este caso se refiere a los referentes en la organización para contribuir a la integralidad del plan de localización (incluida la adecuada transversalización de los enfoques de los derechos humanos, género, infancia, equidad, y sostenibilidad).

El Punto Focal debe coordinar el diagnóstico con las distintas áreas/departamentos sectoriales y transversales del gobierno local. En el proceso de diagnóstico, es fundamental la participación de las áreas de datos y estadística, así como la de los puntos focales encargados de la integración de los enfoques transversales.



3. Pasos para la generación del diagnóstico

El diagnóstico debe abarcar varios aspectos cruciales: el análisis del nivel de conocimiento y prácticas de cada entidad con los ODS, y la identificación de los actores clave del territorio.

1/ Análisis del nivel de conocimiento y prácticas de cada entidad con los ODS

2/ Identificación de los actores clave del territorio

3.1 Análisis del nivel de conocimiento y prácticas de cada entidad con los ODS

El objetivo del análisis del nivel de conocimiento y prácticas de la Entidad Local con los ODS es comprender cómo la Agenda 2030 se integra en la cultura organizacional y cómo se percibe dentro de la institución. Este análisis, que puede incluir encuestas al personal, revisión de documentos y entrevistas cualitativas, permite:

- Identificar barreras y resistencias a la implementación de la Agenda 2030.
- Diseñar estrategias de comunicación interna más efectivas para fomentar un compromiso compartido.
- Fortalecer la cultura organizacional en torno a la sostenibilidad.

Antes de empezar a diseñar estrategias y planes de acción, es fundamental que se evalúe **el grado de familiarización que tiene la Entidad Local con la Agenda 2030 y los ODS**.

Al hablar de "evaluar el grado de familiarización que tiene la Entidad Local con la Agenda 2030 y los ODS", no nos referimos únicamente a un conocimiento superficial de los objetivos. Se trata de comprender cómo la Agenda 2030 se integra en la cultura organizacional.

Este análisis debe ir más allá de simplemente saber si los funcionarios conocen los 17 ODS. Debe explorar cómo la Agenda 2030 se percibe dentro de la institución. Para ello, puede ayudar hacerse estas preguntas clave:



- » ¿Consideramos la Agenda 2030 como una prioridad estratégica? ¿O se ve como un conjunto de objetivos abstractos y lejanos a la realidad local?
- » ¿Existe un lenguaje común en torno a los ODS? ¿Se utilizan los conceptos y términos de la Agenda 2030 en nuestra comunicación interna y externa?
- » ¿Cada departamento entiende su papel en la implementación de la Agenda 2030 o se delega a un área específica?

3.1.1 Dimensiones comunicativas del análisis.

Profundizar en este análisis permitirá:

- **Identificar barreras y resistencias a la implementación de la Agenda 2030:** si los ODS se perciben como metas abstractas o alejadas de la realidad cotidiana de la ciudadanía, se deben diseñar mensajes que los acerquen a la realidad local, mostrando ejemplos concretos y resultados tangibles.
- **Diseñar estrategias de comunicación interna más efectivas:** este manual proporciona herramientas para construir mensajes adaptados a las percepciones y necesidades del personal, asegurando que cada área de la Entidad Local comprenda su papel en la implementación de los ODS y, para fomentar un compromiso compartido.
- **Fortalecer la cultura organizacional en torno a la sostenibilidad:** integrando los ODS como un valor esencial dentro de la institución a través de capacitaciones, formaciones, campañas internas y espacios de diálogo.

Este análisis debe considerar:

- **El conocimiento general de la Agenda 2030:** ¿qué nivel de comprensión existe dentro de la administración local sobre los ODS, sus metas e implicaciones?
- **Las políticas y programas existentes:** ¿qué políticas o programas se están implementando actualmente que ya contribuyen al logro de los ODS, aunque no se hayan enmarcado explícitamente en la Agenda 2030?
- **Los sistemas de recogida y sistematización de datos:** ¿se cuenta con sistemas robustos para la recopilación y análisis de datos relevantes para el seguimiento de los ODS?
- **Las capacidades del personal:** ¿el personal técnico cuenta con la formación y las herramientas necesarias para trabajar en la implementación de la Agenda 2030?

3.1.2 Herramientas para el análisis

- **Encuestas al personal:** evalúan conocimientos, percepciones y actitudes hacia los ODS.
- **Revisión de documentos:** analizando planes estratégicos y programas en marcha, identificando áreas de sinergia.
- **Entrevistas cualitativas:** proporcionan información más profunda sobre



desafíos y oportunidades desde la perspectiva de los actores clave dentro de la administración local. Los actores clave tienen capacidad de influencia, conocimiento y responsabilidad en la toma de decisiones y la ejecución de acciones relacionadas con los ODS. Su identificación debe incluir a quienes tienen la autoridad formal, conocimiento técnico y la capacidad de impulsar la Agenda 2030 dentro de la administración. Pueden ser personas que conforman el Punto Focal de la Agenda 2030, representantes técnicos y políticos de la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible de la FEMP o personal político y técnico que puede venir de diferentes departamentos.

- **La inclusión de grupos focales**, especialmente para Entidades Locales medianas y grandes, podría ser muy valiosa para el proceso de diagnóstico, siempre y cuando se diseñen y faciliten de manera efectiva, para garantizar la participación y la representatividad de los actores clave. Los grupos focales pueden complementar las entrevistas cualitativas al reunir a múltiples actores clave simultáneamente, facilitando un diálogo que puede revelar puntos de vista compartidos y divergentes. Permitiendo comprender mejor sus perspectivas, intereses y capacidades. No se trata solo de crear una lista de actores, sino de establecer una conversación que enriquezca el diagnóstico.

3.2 Identificación de los actores clave del territorio

La Agenda 2030 es, en esencia, una invitación a la acción colectiva y la comunicación juega un papel esencial en la identificación de los actores clave del territorio para su implementación local.

Algunos de los actores que es esencial identificar, por el papel fundamental que pueden desempeñar en la implementación local, son las organizaciones de la sociedad civil (como ONG, asociaciones vecinales, grupos de jóvenes, etc.); el sector privado (Empresas, emprendedores, cámaras de comercio); las instituciones educativas (Universidades, centros de investigación, escuelas); la ciudadanía en general. Si se detecta que falta algún actor clave o sector de la sociedad civil no representado, sería interesante fomentar su creación.

No se trata solamente de elaborar una lista de organizaciones e instituciones, sino de establecer un diálogo bidireccional que permita comprender sus perspectivas, sus intereses y sus capacidades.

Podemos utilizar la comunicación para **facilitar el proceso del mapeo de actores**:

- A través de **herramientas digitales**: las redes sociales, los sitios web y las plataformas de participación ciudadana pueden ser herramientas poderosas para poder identificar y conectar con los actores clave del territorio.
- **Eventos y talleres**: diseñando espacios de diálogo que permitan escuchar, compartir ideas y construir alianzas. Puede ser una excelente oportunidad

para reunir a los diferentes actores e identificar a aquellos que están más comprometidos con la sostenibilidad.

- **Medios de comunicación externos** a las Entidades Locales: los medios de comunicación existentes en el territorio pueden jugar un papel crucial en la difusión de información sobre la Agenda 2030 y en la visibilización de las iniciativas locales. Se podrían establecer alianzas con esos medios para la publicación de artículos, reportajes y entrevistas que destaquen el impacto de las acciones locales, además de atraer nuevos actores y generar conciencia colectiva.
- **Consejos locales:** pueden ser estructuras o grupos ya existentes dentro de la Entidad Local, que reúnen a diversos representantes de la comunidad y que pueden aportar una visión más completa y detallada de las organizaciones, instituciones y personas activas en el territorio.

3.2.1 Elementos de comunicación que facilitan la colaboración

- » **La transparencia:** es fundamental ser transparentes sobre los objetivos, las estrategias y los avances en la implementación de la Agenda 2030. Esto genera confianza y facilita la participación de los actores clave.
- » **El lenguaje claro y accesible:** hay que evitar tecnicismos y jergas, usando ejemplos concretos que conecten con la realidad local.
- » **La escucha activa:** es esencial escuchar las voces de los diferentes actores, para comprender sus necesidades y sus expectativas. Esto permitirá diseñar estrategias que sean inclusivas y respondan a las prioridades del territorio.
- » **El reconocimiento y la valorización:** reconocer públicamente las contribuciones de los actores clave a la implementación de la Agenda 2030 y mantenerles informados de los resultados de sus propuestas, tanto si se aceptan, como si se deniegan. Esto fomenta su participación y genera un sentido de pertenencia al proceso.

La segmentación por audiencias se realizará en una etapa posterior, cuando se diseñe la estrategia de comunicación. En ese momento, se utilizará la información obtenida en el diagnóstico para definir los distintos segmentos de la población a los que se quiere llegar con la comunicación y para adaptar los mensajes a sus necesidades e intereses.

3.2.2 Herramientas útiles para mapear y movilizar actores

1. Identificar, analizar y clasificar

Más allá de la simple visualización de los actores y su relación con los ODS, el mapeo puede enriquecerse al:

- » **Incluir información sobre el nivel de influencia:** no todos los actores tienen el mismo poder de decisión o capacidad de impacto. Conviene identificar a los

actores en función de su nivel de influencia o poder de decisión e impacto en la implementación de la Agenda 2030 y los ODS, para focalizar esfuerzos y construir alianzas estratégicas.

» **Analizar la disposición a colaborar:** el mapeo debe ir más allá de identificar a los actores. Debe explorar su disposición a participar en la implementación de la Agenda 2030.

» **Utilizar matrices de priorización:** las matrices de priorización son herramientas usadas para identificar y jerarquizar acciones, proyectos o decisiones en función de criterios específicos (como impacto, viabilidad, urgencia...). Y en este caso, permitirían organizar la información sobre los actores y sus acciones en relación con los ODS, lo que facilita la identificación de áreas de colaboración.

Ejemplos de matrices de priorización:

> **Matriz de impacto y esfuerzo**

- Clasifica acciones o proyectos según su impacto y el esfuerzo requerido para su implementación.
- Para identificar proyectos alineados con los ODS que puedan generar cambios significativos en la comunidad con un esfuerzo asumible.
- Cuadrantes:
 - Alto impacto / bajo esfuerzo. Acciones prioritarias.
 - Alto impacto / alto esfuerzo. Acciones estratégicas a largo plazo.
 - Bajo impacto / bajo esfuerzo. Acciones de rápida implementación.
 - Bajo impacto / alto esfuerzo. Acciones con menor prioridad.

| MATRIZ DE IMPACTO Y ESFUERZO | BAJO ESFUERZO | ALTO ESFUERZO |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| ALTO IMPACTO | ACCIONES PRIORITARIAS | ACCIONES ESTRATÉGICAS A LARGO PLAZO |
| BAJO IMPACTO | ACCIONES DE RÁPIDA IMPLEMENTACIÓN | ACCIONES CON MENOR PRIORIDAD |

» **Matriz de interés e influencia**

- Clasifica actores clave según su grado de influencia y nivel de interés en los ODS.
- Para identificar partes interesadas que pueden ser aliadas estratégicas en la comunicación y ejecución de acciones locales.
- Categorías:
 - Alta influencia / alto interés. Actores clave con los que se debe colaborar estrechamente.
 - Alta influencia / bajo interés. Actores a quienes se debe mantener informados y motivados.
 - Baja influencia / alto interés. Grupos con potencial para movilizar apoyo en la comunidad.
 - Baja influencia / bajo interés. Actores a monitorear, pero sin necesidad de involucramiento inmediato.

| MATRIZ DE INTERÉS E INFLUENCIA | BAJO INTERÉS | ALTO INTERÉS |
|---------------------------------------|---|---|
| ALTA INFLUENCIA | ACTORES A QUIENES SE DEBE MANTENER INFORMADOS Y MOTIVADOS | ACTORES CLAVE CON LOS QUE SE DEBE COLABORAR ESTRECHAMENTE |
| BAJA INFLUENCIA | ACTORES A MONITOREAR, PERO SIN NECESIDAD DE INVOLUCRAMIENTO INMEDIATO | GRUPOS CON POTENCIAL PARA MOVILIZAR APOYO EN LA COMUNIDAD |

> **Matriz de priorización de proyectos**

- Clasifica tareas en función de su urgencia e importancia.
- Para organizar iniciativas municipales relacionadas con los ODS según su prioridad de ejecución.
- Categorías:
 - Urgente e importante / Se debe actuar de inmediato.
 - Importante pero no urgente / Planificación estratégica.
 - Urgente pero no importante / Delegable a otros actores.
 - Ni urgente ni importante / Baja prioridad o eliminación.

| MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS | NO URGENTE | URGENTE |
|-------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| IMPORTANTE | PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA | SE DEBE ACTUAR DE INMEDIATO |
| NO IMPORTANTE | BAJA PRIORIDAD O ELIMINACIÓN. | DELEGABLE A OTROS ACTORES |

Fuentes y plantillas para matrices de priorización

Existen numerosas herramientas y plantillas disponibles de forma gratuita en internet. Una búsqueda sencilla, utilizando términos como *“plantilla matriz de priorización ODS”*, *“matriz de interés e influencia”* o *“herramientas para crear una matriz de priorización”* puede ofrecer múltiples resultados adaptables a distintos contextos.

Además, muchas administraciones públicas, universidades y organizaciones especializadas publican recursos abiertos, que incluyen ejemplos y guías prácticas. También pueden encontrarse modelos útiles en portales de formación, blogs de gestión de proyectos o páginas web de innovación social y participación ciudadana.

Lo importante es adaptar estas herramientas al contexto local, priorizando la claridad, la utilidad y la participación de los actores implicados.

• **Recursos abiertos.**

> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): ofrece metodologías para la planificación estratégica de los ODS. <https://strategicplan.undp.org/es/>

> Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital: el “Plan de Digitalización de las Administraciones Públicas 2021-2025” incluye estrategias y herramientas para la comunicación digital eficiente con la ciudadanía y las empresas, orientadas a mejorar la priorización de proyectos y servicios. portal.mineco.gob.es



> Dirección General de Gobernanza Pública: el “Plan Estratégico 2022-2024” de esta dirección incluye una matriz de priorización y listado de prioridades para la mejora de la calidad en la Administración Pública. funcionpublica.digital.gob.es

2. Consultas públicas

Al igual que en el caso del diagnóstico, la responsabilidad principal de la organización de las consultas públicas recae en el Punto Focal de la Agenda 2030, en coordinación con el equipo de comunicación del gobierno local. El Punto Focal debe involucrar a las distintas áreas del gobierno local, así como a los actores clave del territorio, en el diseño y la ejecución de las consultas.

Las consultas públicas pueden realizarse a través de diferentes mecanismos, adaptando el formato a las necesidades y los recursos del territorio. Por ejemplo:

- **Encuestas online:** a través de plataformas de fácil acceso y muchas de ellas gratuitas, se pueden crear encuestas fáciles de difundir y que permiten recopilar un gran volumen de datos.
- **Foros online:** usando plataformas en las que crear espacios de debate y participación ciudadana en torno a temas específicos.
- **Asambleas ciudadanas:** se pueden organizar asambleas presenciales o virtuales, abiertas a la participación de toda la ciudadanía, para debatir sobre las prioridades locales en relación con los ODS.
- **Talleres participativos:** se pueden realizar talleres con diferentes actores clave del territorio para identificar problemáticas, proponer soluciones y elaborar planes de acción.

Las consultas públicas no deben limitarse a la identificación de actores. Deben ser espacios para:

- **Generar un debate público sobre la Agenda 2030:** las consultas públicas pueden ser una oportunidad para sensibilizar a la población sobre la importancia de los ODS y favorecer un debate público sobre las prioridades locales.
- **Promover la co-creación de soluciones:** hace que se pueda involucrar a los actores clave en el diseño de las estrategias y planes de acción locales, fomentando la co-creación de soluciones.
- **Fortalecer la legitimidad del proceso:** la participación de los actores clave en las consultas públicas aumenta la legitimidad del proceso de implementación de la Agenda 2030.

A través de este [enlace](#) puedes acceder a un ejemplo de consulta pública sobre la Agenda 2030 y los ODS.

3. Análisis de redes.

El análisis de redes se refiere al uso de una herramienta para comprender las relaciones y conexiones entre los diferentes actores clave del territorio. Busca visualizar y analizar las interacciones entre ellos, incluyendo entre quienes colaboran, qué tipos de relaciones existen, que pueden ser de cooperación, competencia o incluso cooepetencia (una forma de colaboración oportunista entre actores que también son competidores). Este análisis también ayuda a identificar quiénes son los actores más influyentes y quiénes actúan como puentes entre diferentes grupos.

Esta información puede ser muy valiosa para **el diseño de estrategias de comunicación y movilización de actores**, ya que permite identificar a los actores clave que pueden impulsar el cambio, diseñar estrategias de comunicación específicas para cada grupo de actores, facilitar la creación de alianzas y la colaboración entre diferentes actores y prevenir posibles conflictos o tensiones entre actores.

Algunos **ejemplos de cómo se puede utilizar el análisis** de redes en la comunicación de la Agenda 2030 son:

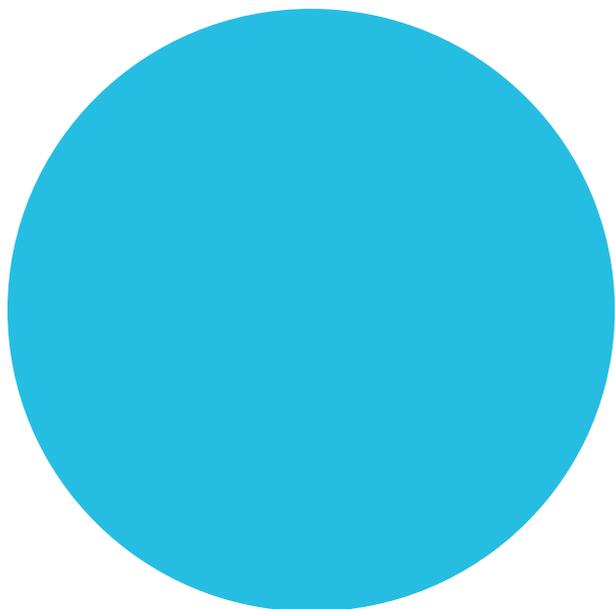
Ejemplos de cómo se puede utilizar el análisis de redes en la comunicación de la Agenda 2030

- Identificar a los actores más influyentes, para que difundan mensajes clave sobre los ODS.
- Crear mapas de actores para visualizar las conexiones y las relaciones entre ellos.
- Analizar las redes sociales para identificar a los grupos de interés más activos en temas de sostenibilidad.

Existen recursos y herramientas disponibles para facilitar el análisis de redes, como:

Recursos y herramientas disponibles para facilitar el análisis de redes

- Software de análisis de redes sociales: Permiten analizar las interacciones en dichas plataformas.
- Software de mapeo de actores: Facilitan la creación de mapas visuales que representan las relaciones entre los actores.



Incorporación de los ODS en noticias de medios locales

Estrategias para comunicar los ODS

Ejemplos de buenas prácticas

Desmontando bulos sobre la Agenda 2030

Propuesta comunicativa para movilizar
a la ciudadanía en torno a los ODS

Monitorizar el impacto de las
comunicaciones externas

Recordemos, los medios de comunicación locales son **clave para acercar los ODS a la ciudadanía**, traducir conceptos globales en realidades tangibles y crear una narrativa que inspire la acción colectiva.

Incorporar los ODS en las noticias locales, es una vía que facilita el conocimiento y promueve la conexión de la ciudadanía con los ODS:

- **Fortalece el rol de los medios locales como agentes de cambio:** al integrar los ODS en las narrativas, los medios locales contribuirían al diálogo, la sensibilización y la promoción de un desarrollo sostenible.
- Pasan de ser meros transmisores de información para asumir un **papel activo** en la construcción de un futuro más justo y equitativo.
- **Conecta a la ciudadanía con la Agenda 2030**, favoreciendo que no se perciba como algo lejano y complejo. Los medios locales tienen la capacidad de "visibilizar" los ODS, mostrando cómo se traducen en acciones concretas en el día a día de las personas.
- Esto aumenta la comprensión y el interés de la ciudadanía, **fomentando su participación** en la construcción de un futuro sostenible.
- **Genera un impacto positivo en el municipio:** comunicar los ODS de manera efectiva moviliza a la ciudadanía, promueve la colaboración entre actores locales y crea un sentido de comunidad en torno a un objetivo común.
- **Combate la desinformación:** los medios locales juegan un papel fundamental en la lucha contra los bulos y las narrativas negacionistas que buscan deslegitimar la Agenda 2030.

Al ofrecer información precisa y basada en evidencias, los medios locales contribuyen a construir una ciudadanía más crítica e informada.

Con la finalidad de contribuir y favorecer la comunicación sobre la vinculación de los ODS en las políticas públicas, impulsadas desde los Gobiernos Locales, a continuación exponemos una serie de propuestas que posibilitarán integrar la Agenda 2030 en su narrativa, fortaleciendo su papel y demostrando, que desde el ámbito local, se contribuye a la **construcción de un futuro sostenible y equitativo**.



1. Estrategias para comunicar los ODS

Comunicar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de manera efectiva requiere más que transmitir información. Se trata de **conectar con las emociones, valores e intereses** de la ciudadanía y demás grupos de interés.

Es aquí donde, la comunicación que realiza la Entidad Local en el marco de la Agenda 2030 tiene un papel fundamental, al transformar conceptos globales en mensajes cercanos y tangibles.

La comunicación efectiva va más allá de los datos y las estadísticas. Se trata de construir narrativas que inspiren, motiven y generen empatía, mostrando cómo los ODS están transformando vidas en el ámbito local.

Debemos asegurar que la información sobre los ODS sea **clara, concisa, cercana y fácil de entender para todos**, independientemente de su nivel educativo o contexto socioeconómico.

Este manual de identidad narrativa para la implementación de la Agenda 2030, incluye varias herramientas que facilitarán conseguir esos objetivos.

1.1. Claves de la narrativa

El objetivo es crear un relato atractivo que inspire a la acción y fomente la participación ciudadana en la construcción de un futuro sostenible. Para ello, proponemos 3 aspectos importantes:

Positividad y aspiración: en lugar de poner en el centro los problemas, destacar los avances y las soluciones que se están implementando en el municipio o provincia. Contar historias de éxito que inspiren y motiven a la acción.

Cercanía y relevancia: para que las personas se sientan parte de la solución, es importante mostrar cómo los ODS se traducen en historias de vida reales dentro del municipio. Por ejemplo, al hablar del ODS 4 (Educación de calidad), se podría compartir la historia de un joven que ha logrado acceder a una formación gracias a un programa municipal y cómo esto le ha abierto nuevas oportunidades.

Colaboración y comunidad: resaltar los esfuerzos conjuntos que se están realizando entre el gobierno local, la ciudadanía y las empresas. Mostrando cómo la colaboración entre diferentes actores es fundamental para lograr un desarrollo sostenible. Mencionar ejemplos concretos de proyectos colaborativos que están generando un impacto positivo en el municipio.

1.2. Lenguaje inclusivo y accesible

El objetivo es asegurar que el mensaje llegue a todos los sectores de la población, independientemente de su nivel educativo o contexto socioeconómico. Para ello, es crucial:

» **Utilizar un tono cercano:** dirigirse directamente al público con mensajes claros y motivadores. Utilizando un lenguaje sencillo y coloquial, evitando tecnicismos. Interpelar a la ciudadanía, invitándole a formar parte del cambio. Por ejemplo, en lugar de decir “Implementación de políticas para la mitigación del cambio climático”, se podría decir: “Juntos, podemos construir un futuro más limpio para nuestro municipio, adoptando hábitos como el consumo responsable, la reducción de residuos y el cuidado de nuestro entorno natural”.

» **Inclusión:** evitar el uso de lenguaje que pueda excluir a cualquier persona por motivos de género, raza, religión, orientación sexual, diversidad funcional, etc. Utilizar un lenguaje que represente a todas las personas y que fomente la igualdad y el respeto a la diversidad. Revisar cuidadosamente los materiales de comunicación, para asegurar que no contengan sesgos o estereotipos.



1.3. Adaptando el mensaje al destinatario

Se trata de construir puentes comunicativos que permitan a todas las personas, sin importar sus características o capacidades, comprender el mensaje y participar en los objetivos comunicados. La selección del medio y la forma de interacción debe considerar la diversidad de canales y la accesibilidad.

» Considerar cuidadosamente **la diversidad de la audiencia** y adaptar el mensaje y el canal de comunicación a sus necesidades e intereses específicos. Por ejemplo, para llegar a un público joven, el uso de redes sociales y plataformas digitales con contenido visualmente atractivo será más efectivo que un comunicado de prensa formal.

» La inclusión implica que el formato del mensaje debe ser **accesible para todos**. Esto significa considerar el uso de subtítulos en vídeos, lenguaje de signos, audio descripciones y otros recursos que faciliten la comprensión a personas con diversidad funcional.

» Una buena forma de asegurar una cobertura amplia y relevante es **colaborar con medios de comunicación externos**, si existen en el territorio, como podrían ser

periódicos, revistas y publicaciones digitales que se distribuyen en el municipio o en la comarca, emisoras de radio que emiten en el ámbito local, canales de televisión con cobertura en el municipio o en la zona, Blogs y sitios web locales, redes sociales de grupos y asociaciones locales.

» En la medida de lo posible y, dependiendo de los recursos disponibles en el municipio o la provincia, se deberá considerar si las propuestas o los canales utilizados son accesibles para todas las personas. Esto implica atender a diferentes necesidades, como dificultades visuales (desde presbicia o daltonismo hasta ceguera parcial o total), auditivas, cognitivas o de comprensión. **Garantizar una comunicación accesible**, refuerza el compromiso con la equidad y permite que todas las personas puedan participar y comprender los contenidos en igualdad de condiciones.

» Como **estrategias para colaborar** con estos medios podemos contar con envío de notas de prensa, organización de ruedas de prensa, facilitación de entrevistas, colaboración en la creación de contenidos, participación en programas de radio y televisión, publicidad, etc.

2. Ejemplos de buenas prácticas

Como ya hemos indicado en apartados anteriores, nada comunica mejor que un ejemplo concreto. **Mostrar casos de éxito permite visualizar cómo los ODS se traducen en acciones** con resultados reales, conectándolos con las necesidades y aspiraciones de cada municipio.

Desde iniciativas que fomentan la educación inclusiva hasta proyectos de movilidad sostenible, estas historias no solo validan el impacto de los ODS, sino que también inspiran a replicar buenas prácticas. A continuación, se proponen algunos ejemplos:



- **ODS 1 (Fin de la pobreza):**

» Noticia: "El municipio lanza un programa de microcréditos para emprendedores locales, reduciendo la tasa de pobreza en un 5%".

> Mensaje clave: la lucha contra la pobreza comienza con oportunidades económicas en nuestro municipio.



- **ODS 2 (Hambre cero)**

» Noticia: "Desde la Diputación impulsamos una red de bancos de alimentos y huertos comunitarios, promoviendo la soberanía alimentaria y el acceso equitativo a una alimentación sostenible".

> Mensaje clave: la lucha contra el hambre, también es garantizar sistemas alimentarios sostenibles en todo el territorio.



• **ODS 3 (Salud y bienestar)**

» Noticia: “El nuevo centro de salud municipal ofrece servicios de atención primaria y programas de prevención, mejorando el acceso a la salud de la comunidad”.

> Mensaje clave: la salud y el bienestar de nuestros ciudadanos son nuestra prioridad.



• **ODS 4 (Educación de calidad)**

» Noticia: “Los nuevos programas educativos fomentan la igualdad de oportunidades para jóvenes locales”.

> Mensaje clave: invertir en educación es invertir en nuestro futuro.



• **ODS 5 (Igualdad de género)**

» Noticia: “El municipio crea un nuevo centro de apoyo para mujeres emprendedoras, impulsando su empoderamiento económico”.

> Mensaje clave: promover la igualdad de género significa eliminar las barreras que impiden a las mujeres participar plenamente en la sociedad. Cuando las mujeres pueden desarrollar su potencial, todos nos beneficiamos.

» Noticia: “El ayuntamiento lanza una campaña para sensibilizar sobre la violencia de género y promover la igualdad en el ámbito local”.

> Mensaje clave: construir una sociedad justa e igualitaria requiere un compromiso activo para erradicar la violencia de género.



• **ODS 6 (Agua limpia y saneamiento)**

» Noticia: “El Cabildo Insular refuerza la red de abastecimiento y saneamiento en los núcleos rurales de la isla, garantizando el acceso a agua limpia y segura en todo el territorio insular”.

> Mensaje clave: garantizar agua segura en todos los rincones de la isla es asegurar salud, equidad y sostenibilidad para toda la población insular.



• **ODS 7 (Energía asequible y no contaminante)**

» Noticia: “El ayuntamiento instala paneles solares en edificios municipales, reduciendo el consumo de energía y la huella de carbono del municipio”.

> Mensaje clave: la transición a energías limpias nos beneficia a todas las personas y a nuestro planeta.



• **ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico)**

» Noticia: “El programa de formación profesional de la Diputación Provincial, impulsa la creación de empleo local y mejora la empleabilidad de los jóvenes”.

> Mensaje clave: ofrecer empleo digno en el territorio es clave para que las personas puedan vivir, crecer y desarrollarse en su propia isla.



• **ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura)**

» Noticia: “El municipio invierte en la digitalización de los servicios públicos y el desarrollo de nuevas tecnologías, impulsando el desarrollo económico y la innovación”.

> Mensaje clave: la innovación y la infraestructura son la base de un municipio moderno y competitivo.



• **ODS 10 (Reducción de las desigualdades)**

» Noticia: “Desde la Diputación, se ha puesto en marcha un plan de apoyo económico a personas en situación de vulnerabilidad en municipios de menos de 5.000 habitantes, con ayudas directas y servicios de acompañamiento social”.

> Mensaje clave: el compromiso con la igualdad territorial se demuestra garantizando que todas las personas, independientemente del municipio donde vivan accedan a servicios y derechos en igualdad de condiciones.



• **ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles)**

» Noticia: “Nuestro municipio expande y moderniza el sistema de transporte público, aumentando un 20% el número de usuarios y reduciendo la saturación del tráfico”.

> Mensaje clave: un sistema de transporte público eficiente y accesible es esencial para construir una ciudad sostenible y mejorar la calidad de vida de todos.

» Noticia: “[Nombre del municipio] amplía sus zonas de bajas emisiones, mejorando la calidad del aire para 1,6 millones de personas, de esta manera se disminuye la probabilidad de desarrollar enfermedades respiratorias”.

> Mensaje clave: transformar nuestras ciudades hacia la sostenibilidad es mejorar nuestra calidad de vida.



• ODS 12 (Producción y consumo responsables)

» Noticia: "El Consejo Insular promueve el consumo responsable y la economía circular, reduciendo el desperdicio de alimentos y fomentando la reutilización de materiales".

> Mensaje clave: una localidad sostenible es aquella que consume de manera responsable.



• ODS 13 (Acción por el clima)

» Noticia: "Nuestro municipio reduce sus emisiones de CO2 en un 10% gracias a la implementación de energías renovables".

> Mensaje clave: la acción climática local es fundamental para proteger nuestro planeta y garantizar un futuro sostenible.

» Noticia: "Se crea un programa de educación ambiental para concienciar a la población sobre la importancia de reducir la huella de carbono".

> Mensaje clave: informar y educar sobre el cambio climático empodera a la ciudadanía para tomar decisiones responsables y sostenibles.



• ODS 14 (Vida Submarina)

» Noticia: "El municipio realiza campañas de limpieza de playas y concienciación sobre la importancia de la protección de los océanos y la vida marina".

> Mensaje clave: cuidar los océanos es cuidar nuestro planeta.

» Noticia: "La Diputación pone en marcha talleres educativos sobre la conservación de ríos, dirigidos a jóvenes y familias, para fomentar el conocimiento y el respeto por los ecosistemas de agua dulce".

> Mensaje clave: educar para cuidar, conocer nuestros ríos, es el primer paso para protegerlos y asegurar su valor para las generaciones futuras.



• ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres)

» Noticia: "El municipio crea nuevos espacios verdes y protege la biodiversidad local, mejorando la calidad del aire y la salud del ecosistema".

> Mensaje clave: un municipio verde es un municipio más saludable y sostenible.



• **ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas)**

» Noticia: “El municipio promueve la participación ciudadana y la transparencia en la gestión pública, fortaleciendo las instituciones y la gobernanza democrática”.

> Mensaje clave: un municipio en paz es aquel que promueve la justicia y la participación.



• **ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos)**

» Noticia: “El ayuntamiento, empresas locales y organizaciones sociales se unen para impulsar un proyecto de desarrollo sostenible en el municipio”.

> Mensaje clave: colaborar para alcanzar los ODS, la unión de esfuerzos entre diferentes actores multiplica el impacto positivo en el municipio.

» Noticia: “Se crea una red de municipios para compartir buenas prácticas y trabajar conjuntamente en la implementación de la Agenda 2030”.

> Mensaje clave: las alianzas entre municipios son clave para acelerar el progreso hacia un futuro sostenible a nivel global.

A través de la web de la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, se pueden encontrar una serie de acciones que han llevado a cabo Entidades Locales para implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<https://redagenda2030.es/buenas-practicas/>

Es importante recordar que estos son solo algunos ejemplos y que se pueden adaptar a la realidad y a las propias iniciativas locales. El objetivo es comunicar de forma clara, concisa y atractiva cómo las acciones locales contribuyen al cumplimiento de los ODS.

Se pueden encontrar otras ideas narrativas para la Agenda 2030 en este documento creado por la “Red Española para el Desarrollo Sostenible”: <https://reds-sdsn.es/narrativas-para-la-agenda-2030/>

3. Desmontando bulos sobre la Agenda 2030

Como se explica en la “Guía de Comunicación para la Implementación Local de la Agenda 2030”, ([enlace a la Guía](#)) la desinformación es uno de los mayores obstáculos para la implementación de los ODS. Los bulos y las narrativas negacionistas generan confusión y dificultan el trabajo para conseguir el apoyo ciudadano.

Los **movimientos negacionistas de la Agenda 2030** están diseñados para menospreciar y crear miedo en la ciudadanía en relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En la mayoría de los casos, desde una creencia en perspectivas conspiranoicas, en pro de un movimiento contrario al de construir una sociedad diversa, inclusiva y resiliente, organizada globalmente para la superación de nuestros desafíos más latentes.

Contrarrestar mitos con **datos precisos y ejemplos concretos** fortalecerá la legitimidad de los ODS y, a la vez, fomentará una ciudadanía más crítica y participativa. En la "Guía de comunicación" se pueden encontrar los verificadores de hechos recomendados por el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE).



3.1 Ejemplos de bulos sobre la Agenda 2030 y posibles respuestas

Estos ejemplos de bulos son los más citados y que se pueden visualizar más fácilmente en redes sociales. La mayoría de ellos se citan por los verificadores de hechos recomendados por INCIBE (ver Guía de Comunicación).

1. "Los ODS son una imposición externa que pretende usurpar la soberanía a los países".

» **Realidad.** La Agenda 2030 fue adoptada por consenso de los 193 países de la Organización de Naciones Unidas, incluyendo a España, como una estrategia conjunta para enfrentar desafíos comunes.

» **Mensaje clave.** Los ODS son un marco de colaboración global, no una imposición. Se adaptan a las realidades locales, respetando la autonomía y reforzando la identidad de cada territorio.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: "Los ODS fueron acordados por 193 países, incluido España, con el fin de abordar problemas comunes como la pobreza o el cambio climático. Son una herramienta para construir un futuro mejor juntos. Te invitamos a conocer más sobre la Agenda 2030 y los ODS en la página oficial de Naciones Unidas, donde encontrarás mucha información <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>"

> Opción 2: "Más que una imposición, son una invitación global a sumar esfuerzos para poder resolver los problemas actuales a los que nos estamos enfrentando. Por ejemplo, en el ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles) una de las metas trata de mejorar la calidad del aire en nuestros municipios, una acción que nos beneficia a todas las personas de forma directa. Cada país y municipio adopta los ODS a sus prioridades para generar un impacto positivo".

2. "Los ODS no tienen impacto real en la vida cotidiana".

» **Realidad.** Los ODS abordan temas como empleo, igualdad de género, educación y salud, con efectos directos en la calidad de vida de las personas.

» **Mensaje clave.** Cada acción local vinculada a los ODS mejora el día a día de la ciudadanía, desde más espacios verdes hasta empleo digno.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: "los ODS están detrás de muchas acciones locales que dan como resultado mejoras en nuestro día a día, como el acceso a un empleo digno, proyectos para la reducción de los residuos o transporte público más eficiente. Aunque estas acciones no siempre llevan el nombre de los ODS, están alineadas y están mejorando la calidad de vida de la ciudadanía".

> Opción 2: "aunque no lo percibas, los ODS se reflejan en acciones concretas: desde ciudades más sostenibles e inclusivas, hasta actividades participativas que fomentan la colaboración entre la ciudadanía, las asociaciones locales y las instituciones".

3. "La Agenda 2030 limita las libertades individuales".

» **Realidad.** Los ODS promueven la igualdad, la inclusión y el respeto por los derechos humanos como pilares para un desarrollo sostenible.

» **Mensaje clave.** Lejos de limitar derechos, los ODS garantizan un futuro donde todas las personas puedan prosperar.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: "La Agenda 2030 busca crear entornos más libres y sostenibles, ofrecer a las personas la posibilidad de vivir en barrios donde todo lo necesario está cerca, reduciendo la dependencia del coche, el aumento de las emisiones de CO₂".

> Opción 2: "La Agenda 2030 no limita, empodera. Busca asegurar que todas las personas puedan vivir en condiciones dignas y garantizando el acceso a recursos esenciales".

4. "La Agenda aprueba el consumo de gusanos como alimento humano".

» **Realidad.** Lo que promueve la Agenda 2030 es la sostenibilidad en los sistemas alimentarios, incentivando prácticas que respeten el medio ambiente y aseguren el acceso a alimentos nutritivos y asequibles para todos. La aprobación de la Unión Europea de la harina de gusano, como nuevo ingrediente permite su comercialización. Pero eso no significa en modo alguno que vaya a usar ese ingrediente en la comida sin que se sepa. Cualquier ingrediente debe declararse en la composición del alimento.

» **Mensaje clave.** Los ODS buscan garantizar la seguridad alimentaria (ODS 2) El consumo de insectos es una posibilidad explorada por algunas industrias, pero no una imposición, ni un mandato de la Agenda 2030.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: "Lo que promueve la Agenda 2030 es un consumo responsable, consumir productos de temporada, productos de comercio local, buscando una manera sostenible y respetuosa de consumir y de producir alimentos y productos".

> Opción 2: "La Agenda 2030 no impone ningún tipo de alimento. Simplemente promueve sistemas alimentarios sostenibles, que aseguren el acceso a alimentos nutritivos para las personas".

5. "En 2030 no tendrás nada y serás feliz".

» **Realidad.** La Agenda 2030 no busca eliminar la propiedad privada, sino promover un desarrollo sostenible que satisfaga las necesidades actuales de todas las personas, sin comprometer a las futuras generaciones, promoviendo un futuro justo y sostenible. Para contrarrestar el bulo es fundamental comprender su origen y la distorsión que los movimientos negacionistas hacen del mismo. La frase proviene del concepto de "Producto como Servicio" o "Software como Servicio".

» En este contexto, se refiere a un modelo económico donde el acceso a bienes y servicios se prioriza sobre la propiedad individual. La idea es que las personas paguen por el uso de lo que necesitan, en lugar de poseerlo, fomentando la sostenibilidad y la eficiencia.

» **Mensaje clave:** La Agenda 2030 ofrece herramientas para resolver problemas globales.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: "La frase 'En 2030 no tendrás nada y serás feliz' se ha sacado de contexto para generar miedo. La Agenda 2030 no busca quitarte tus pertenencias, sino que todos, ahora y en el futuro, tengamos acceso a lo que necesitamos para una vida digna. Se trata de un futuro sostenible, no de escasez".

> Opción 2: "Es falso que en 2030 no tendrás nada. La Agenda 2030 promueve un modelo de desarrollo donde se prioriza el acceso a servicios y bienes, fomen-

tando la sostenibilidad y la colaboración. Imagina un futuro donde compartes recursos, reduces tu impacto ambiental y vives mejor, eso es lo que propone la Agenda 2030”.

6. Invasión migratoria: “La Agenda 2030 promueve la entrada de inmigrantes para acabar con la Europa Blanca”.

» **Realidad.** La Agenda 2030 promueve la cooperación internacional para abordar los desafíos globales, incluyendo las migraciones. Busca gestionar las migraciones de forma ordenada, segura, regular y responsable, protegiendo los derechos de la población migrante. No busca imponer la entrada de migrantes a ningún país.

» **Mensaje clave.** La Agenda 2030 aboga por una gestión migratoria responsable y basada en el respeto a los derechos humanos, no por la “invasión” de ningún territorio.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: “La Agenda 2030 no promueve la invasión migratoria. Lo que busca es una gestión migratoria ordenada, segura y responsable, que proteja los derechos de todas las personas. La cooperación entre países es fundamental para abordar los desafíos migratorios de forma efectiva”.

> Opción 2: “No existe una tal llamada “Europa Blanca”. La Agenda 2030 reconoce la importancia de la diversidad y la inclusión como elementos clave para el desarrollo sostenible. La gestión migratoria responsable busca el beneficio de todos”.

7. “Destruir la familia: la ideología de género busca destruir la familia”.

» **Realidad.** La Agenda 2030 promueve la igualdad de género como un elemento fundamental para el desarrollo sostenible. Busca garantizar los derechos de las mujeres y las niñas, eliminando la discriminación y la violencia de género. No busca destruir la familia.

» **Mensaje clave.** La Agenda 2030 se centra en construir sociedades más justas e igualitarias, donde todas las personas tengan las mismas oportunidades, independientemente de su género.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: “La Agenda 2030 no busca destruir la familia. Lo que promueve es la igualdad de género, para que todas las personas tengan los mismos derechos y oportunidades. La igualdad beneficia a toda la sociedad”.

> Opción 2: “Es falso que la ideología de género quiera destruir la familia. Lo que busca es eliminar la discriminación y la violencia, para garantizar que todas las personas puedan vivir en libertad y seguridad”.

8. “La ONU quiere prohibir el consumo de carne y de leche”.

» **Realidad.** La Agenda 2030 promueve la sostenibilidad en los sistemas alimentarios, incentivando prácticas que respeten el medio ambiente y aseguren el acceso a alimentos nutritivos y asequibles para todos. No busca prohibir el consumo de carne, ni de leche.

» **Mensaje clave.** La Agenda 2030 busca garantizar la seguridad alimentaria (ODS 2) y fomentar un consumo responsable que sea compatible con la sostenibilidad ambiental.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: “La Agenda 2030 no quiere prohibir el consumo de carne, ni de leche. Lo que promueve es un consumo responsable, consumiendo productos de temporada, de producción local, planteando una manera sostenible de producir alimentos”.

> Opción 2: “Es falso que la ONU quiera prohibir la carne y la leche. La Agenda 2030 promueve sistemas alimentarios sostenibles que aseguren el acceso a alimentos nutritivos para todas las personas, y que a la vez minimicen el impacto ambiental”.

9. “La ‘educación de calidad’ en realidad lo que busca es adoctrinar a los niños”.

» **Realidad.** El ODS 4 (Educación de Calidad) busca garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad para todos. Promueve el desarrollo de habilidades y conocimientos que permitan a las personas participar plenamente en la sociedad y contribuir al desarrollo sostenible. No busca adoctrinar.

» **Mensaje clave.** La educación de calidad es fundamental para el desarrollo individual y colectivo, como un derecho humano fundamental.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: “La Agenda 2030 no busca adoctrinar a los niños y niñas. Su propósito es garantizar una educación de calidad que fomente el pensamiento crítico, la responsabilidad y la capacidad de contribuir a una sociedad más justa y sostenible”.

> Opción 2: “Es falso que la educación de calidad busque adoctrinar. Lo que pretende es que todos los niños y niñas tengan acceso a una educación, que les permita desarrollar su potencial y participar en la sociedad de forma crítica y constructiva”.

10. “Con la ciudad de los 15 minutos se busca prohibir los coches para controlar a los ciudadanos y que no se puedan desplazar más allá de su barrio”.

» **Realidad.** El concepto de “ciudad de los 15 minutos” busca crear ciudades más sostenibles, habitables y accesibles, donde las personas puedan satisfacer sus

necesidades básicas (trabajo, compras, ocio, etc.) en un radio de 15 minutos a pie o en bicicleta. No busca prohibir los coches ni controlar a la ciudadanía.

» **Mensaje clave.** La "ciudad de los 15 minutos" es un modelo de urbanismo que promueve la calidad de vida, la sostenibilidad y la cohesión social.

» **Posibles respuestas.**

> Opción 1: "La ciudad de los 15 minutos no busca prohibir los coches, sino ofrecer alternativas para el transporte más sostenibles y saludables. El objetivo es crear ciudades más habitables, donde las personas puedan acceder a todo lo que necesitan cerca de casa".

> Opción 2: "Es falso que la ciudad de los 15 minutos busque controlar a la ciudadanía. Este modelo de urbanismo promueve la libertad de movimiento y el acceso a servicios, a la vez que reduce la dependencia del coche y mejora la calidad del aire".

3.2 Cómo actuar para contrarrestar estos mensajes

- **Contestar:** es fundamental responder siempre a este tipo de mensajes, evitando guardar silencio, ya que la respuesta es una de las acciones clave a tener en cuenta.
- **Formación:** asegurarse de que las personas encargadas de los medios de comunicación, redes sociales, medios oficiales, etc., en las entidades locales tengan conocimientos en materia de sostenibilidad y Agenda 2030. Esto dará una mayor confianza y seguridad a la hora de crear una respuesta.
- **Datos reales y demostrables:** al circular numerosos rumores y bulos sobre noticias o futuros hechos, lo fundamental es poder rebatir esa información con datos de fuentes fiables y extraído de fuentes oficiales o fiables.



4. Propuesta comunicativa para movilizar a la ciudadanía en torno a los ODS

Una campaña bien diseñada puede ser el catalizador para movilizar a la ciudadanía en torno a los ODS.

Y con un análisis de la audiencia local se podrán comprender las preocupaciones, intereses y motivaciones de las personas, facilitando así el diseño de una estrategia comunicativa más efectiva.

4.1 Mensajes cortos y adaptables

Es necesario crear mensajes concisos, impactantes y versátiles que se puedan integrar fácilmente en noticias de diversas temáticas, utilizando recursos gráficos como los iconos oficiales de los ODS para una identificación visual rápida.

Cómo venimos indicando, los mensajes deben **conectar los ODS con la realidad local**, celebrar los avances y mostrar los logros a través del impacto positivo de las acciones.

Es fundamental destacar los avances y celebrar los logros locales para generar una percepción positiva de la Agenda 2030, mediante la utilización de recursos que muestren cómo las iniciativas locales contribuyen al bienestar común, **inspirando y motivando a la participación ciudadana**.



Formatos sugeridos:

- **Historias Semanales.**

» "Conoce a [nombre], una emprendedora local que está creando productos sostenibles y generando empleo digno en nuestros municipios. Su iniciativa contribuye al ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico)", y al ODS 12 (Producción y Consumo Responsable). Pueden compartirse por redes sociales, sitio web del municipio, prensa local o boletines informativos.

» "Conoce a [nombre], un agricultor local que está implementando técnicas de agricultura sostenible, reduciendo el uso de pesticidas y promoviendo la biodiversidad en nuestro municipio. Su trabajo contribuye al ODS 2 (Hambre Cero) y al ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres)". Esta historia puede ser compartida en redes sociales, la web del municipio, prensa local o boletines informativos.

» “Descubre a [Nombre], una vecina que ha puesto en marcha una iniciativa de reutilización de ropa, fomentando el consumo responsable y reduciendo los residuos textiles. Su acción apoya al ODS 12 (Producción y Consumo Responsables)”. Se puede difundir en redes sociales, la web del municipio, o en un blog local.

» “Entrevista a [Nombre], un joven estudiante que ha desarrollado un proyecto de energía renovable en su escuela, contribuyendo al ODS 7 (Energía Asequible y No Contaminante) y al ODS 13 (Acción por el Clima)”. Esta historia puede ser publicada en la revista municipal, en la web o en un programa de radio local.

• Espacios Participativos.

» “Taller de ideas: ‘¿Cómo podemos hacer nuestro municipio más accesible para todas las personas?’. Un espacio para que la ciudadanía comparta propuestas que apoyen al ODS 10 (Reducción de las desigualdades) y al ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles)”.

» “Foro ciudadano: ‘¿Qué acciones podemos tomar para reducir nuestra huella de carbono?’. Un encuentro para que los vecinos y vecinas aporten ideas que impulsen el ODS 13 (Acción por el Clima) y el ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles)”.

» “Mesa redonda: ‘El papel de las mujeres en la construcción de un municipio sostenible’. Un espacio para dialogar sobre iniciativas que promuevan el ODS 5 (Igualdad de Género)”.

» “Jornada de co-creación: ‘Diseñemos juntos el futuro de nuestro municipio’. Un taller donde la ciudadanía puede presentar sus ideas para la implementación de la Agenda 2030 en el municipio”.

» “Espacio de encuentro intergeneracional: ‘Compartiendo experiencias para construir un futuro sostenible’. Un taller donde personas de diferentes edades intercambian conocimientos y propuestas sobre los ODS”.

• Dinámicas en Redes Sociales.

Realizar propuestas de retos o concursos que inviten a la ciudadanía a compartir acciones cotidianas que contribuyen a los ODS.

» “Reto #MiAcciónODS. Comparte en redes sociales una foto o vídeo de tu acción cotidiana que contribuye a los ODS. ¡Usa el hashtag y anima a otros a participar!”. Se puede incluir una lista de acciones relacionadas con los ODS para orientar a los participantes.



- » “Concurso #SostenibilidadEnMiMunicipio. Publica en redes sociales tu propuesta más creativa para hacer nuestro municipio más sostenible. ¡La idea más original ganará un premio!”. Se puede pedir a la ciudadanía que comparta acciones cotidianas que contribuyan a los ODS, como comprar productos locales, reutilizar materiales o reducir el consumo de plástico.
- » “Encuesta #ODSLocal. Responde a nuestra encuesta en redes sociales y dinos qué ODS son más importantes para ti y para nuestro municipio”. Pueden incluirse preguntas abiertas y cerradas para recoger diferentes tipos de opiniones.
- » “Semana #ODSenAcción. Comparte tus acciones sostenibles y etiqueta a tus amigos para que se sumen a la iniciativa. ¡Cada día, un ODS diferente!”. Se pueden proponer diferentes temas para cada día de la semana, alineados con los diferentes ODS.
- » “Vota #MejoresPracticasODS. Participa en la votación de las mejores acciones en redes sociales dando “me gusta” a las publicaciones que más te inspiren”.

Como venimos señalando, un punto clave es **mostrar ejemplos concretos y tangibles del impacto positivo** de los ODS en la vida de las personas. Se pueden crear:

- » Videos cortos: mostrando proyectos locales que estén mejorando la calidad de vida del municipio, como la creación de huertos urbanos, la implementación de energías renovables, o programas de inclusión social. Podrían difundirse en redes sociales, sitio web del municipio, televisión local y ser proyectados en eventos locales.
- » Infografías: presentación de datos e información relevante sobre los avances del municipio en el cumplimiento de los ODS, utilizando un lenguaje visual y accesible. Podrían difundirse a través de redes sociales, sitio web del municipio, boletines informativos, prensa local y cartelería.
- » Se pueden utilizar o pueden servir de ejemplo los videos y materiales gráficos creados que acompañan este manual.
- » Boletines informativos: difusión de noticias e historias de éxito locales que demuestren el progreso en la implementación de la Agenda 2030. Podrían difundirse a través de correo electrónico, sitio web del municipio, redes sociales y difusión en formato impreso.

A través de este [enlace](#), se pone a disposición una serie de recursos gráficos para su uso.

4.2 Hashtags para impulsar la Agenda 2030 en redes sociales

Para amplificar el alcance de la comunicación sobre la Agenda 2030 en redes sociales, es fundamental el uso estratégico de hashtags.

Estos actúan como etiquetas que permiten a las personas encontrar fácilmente contenido relacionado con un tema específico.

Sugerencias de hashtags relevantes.

- **#LocalODS**: este hashtag enfatiza la importancia de la acción local en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Permite conectar las iniciativas de los ayuntamientos, diputaciones, cabildos y consejos insulares con el movimiento global de la Agenda 2030.
- **#TransformaciónLocal**: este hashtag destaca el poder transformador de las acciones locales. Enfatiza cómo las iniciativas a nivel de ciudad o comunidad pueden generar cambios positivos y contribuir a un futuro más sostenible.
- **#ODS**: un hashtag general para la Agenda 2030, ideal para publicaciones que abordan los ODS de forma amplia.
- **#Agenda2030**: similar a **#ODS**, este hashtag conecta el contenido con la Agenda 2030 en su conjunto.
- **#ObjetivosDeDesarrolloSostenible**: una versión más descriptiva para aquellos que no están familiarizados con la sigla "ODS".
- **#DesarrolloSostenible**: un hashtag amplio para contenido relacionado con la sostenibilidad en general.
- **#AcciónLocal**: similar a **#TransformaciónLocal**, este hashtag resalta el rol de los municipios y provincias en la implementación de la Agenda 2030.
- **#PorUnMundoMejor**: un hashtag inspirador que conecta la Agenda 2030 con la aspiración de un futuro más justo y sostenible.
- **#RedAgenda2030**: para noticias relacionadas con la Red.
- **#2030EsAhoraEsYa**, **#CuentaAtrás2030**: para eventos o actividades.



Estrategias para el uso de Hashtags.

- Combinar hashtags generales con hashtags específicos: utilizar una combinación de hashtags que abarquen tanto la Agenda 2030 en su conjunto, como los ODS específicos que se están abordando en la publicación.
- Investigar hashtags populares: explorar qué hashtags están siendo utilizados por otras organizaciones y activistas que trabajan en temas relacionados con los ODS.
- Crear hashtags propios para campañas o iniciativas específicas, crear un hashtag único que ayude a identificar y unificar el contenido generado.
- Incluir hashtags en la biografía del perfil: asegurar que los hashtags clave estén presentes en la descripción del perfil de la organización en las redes sociales.
- Monitorizar el uso de hashtags: utilizar herramientas de análisis de redes sociales para rastrear el alcance y la interacción generada por los hashtags utilizados.

Recomendaciones adicionales.

- Utilizar hashtags en español: para maximizar la visibilidad en el ámbito local.
- Mantener la coherencia: utilizar un conjunto de hashtags consistente en las diferentes plataformas de redes sociales.
- No abusar de los hashtags: utilizar sólo unos pocos hashtags relevantes por publicación, para evitar que el mensaje se vea saturado.

Los hashtags son una herramienta poderosa para conectar con un público más amplio y aumentar la visibilidad de las acciones locales relacionadas con la Agenda 2030. Al utilizarlos de manera estratégica, pueden convertir las redes sociales en un espacio de participación ciudadana y movilización en torno a los ODS.

4.3 Textos sugeridos para su personalización

Aquí se encontrarán una serie de mensajes concisos y adaptables, que las Entidades Locales pueden utilizar para vincular y comunicar las políticas en la localización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Son mensajes de ejemplo, que están enfocados en generar una conexión emocional con las personas y mostrar cómo la Agenda 2030 beneficia su vida diaria. Pueden personalizarse para **adaptarse a cada entidad local**.

1. "Al separar tus residuos para reciclar, contribuyes a un municipio más limpio y saludable. ¡Cada gesto cuenta!"

» ODS 12: producción y consumo responsables

2. "Las calles más verdes no sólo embellecen nuestro barrio, también reducen el calor y mejoran la calidad del aire que respiramos".

- » ODS 13: acción por el clima
 - » ODS 11: ciudades y comunidades sostenibles
3. “Tu bienestar es nuestra prioridad. Con cada proyecto sostenible, trabajamos para que tengas una vida más segura y próspera”.
- » ODS 3: salud y bienestar
4. “Al impulsar la energía renovable local, aseguramos que en *nombre del municipio* tengamos un futuro más sostenible y libre de contaminación”.
- » ODS 7: energía asequible y no contaminante
5. “Con políticas que promueven la igualdad, garantizamos que todas las personas tengan las mismas oportunidades”.
- » ODS 10: reducción de las desigualdades
6. “Los espacios verdes son esenciales para la salud del medio ambiente y el bienestar de toda la ciudadanía. Cada parque renovado y accesible es un espacio más donde disfrutar de momentos inolvidables”.
- » ODS 11: ciudades y comunidades sostenibles
7. “Cuando creamos empleos sostenibles, no sólo fortalecemos la economía local, también aseguramos un mejor porvenir en *nombre del municipio*”.
- » ODS 8: trabajo decente y crecimiento económico
8. “Las mejoras en el transporte público significan menos estrés diario y más tiempo de calidad para ti y los tuyos”.
- » ODS 9: industria, innovación e infraestructura
 - » ODS 11: ciudades y comunidades sostenibles
9. “Un municipio más justo es aquel donde todo el mundo tiene acceso a una educación de calidad y servicios básicos para vivir dignamente”.
- » ODS 4: educación de calidad
10. “Al cuidar nuestros recursos hídricos, trabajamos para que siempre tengas agua limpia y segura en tu hogar”.
- » ODS 6: agua limpia y saneamiento
11. “Cada árbol plantado en nuestro municipio es una barrera más contra el cambio climático y un regalo para las futuras generaciones”.
- » ODS 13: acción por el clima
12. “Hacemos que la alimentación saludable sea accesible para todos y todas, consumiendo en los mercados locales que apoyan la agricultura sostenible”.
- » ODS 2: hambre cero

» ODS 12: producción y consumo responsables

13. "Tu participación importa. Juntos decidimos cómo hacer de nuestro municipio un lugar más inclusivo y sostenible".

» ODS 16: paz, justicia e instituciones sólidas

14. "Con la construcción de carriles bici seguros, promovemos una movilidad saludable y sostenible para la ciudadanía".

» ODS 11: ciudades y comunidades sostenibles

15. "Invertimos en escuelas y espacios culturales porque creemos en el potencial de la juventud".

» ODS 4: educación de calidad

16. "Con energía solar en edificios públicos, reducimos costes y protegemos el medio ambiente. Por *nombre del municipio* y por el planeta".

» ODS 7: energía asequible y no contaminante

17. "Trabajamos para que todas las personas tengan acceso a servicios básicos y puedan disfrutar de espacios públicos vivos y accesibles".

» ODS 11: ciudades y comunidades sostenibles

18. "Nuestro compromiso es que cada persona tenga las mismas oportunidades sin importar su origen o condición".

» ODS 10: reducción de las desigualdades

19. "Promovemos programas de voluntariado para que de forma conjunta podamos proteger nuestros ríos, parques y biodiversidad".

» ODS 15: vida de ecosistemas terrestres

20. "Garantizamos acceso a internet en espacios públicos para estar conectados al mundo y a nuevas oportunidades".

» ODS 9: industria, innovación e infraestructura

21. "Con programas de apoyo a familias y personas en riesgo de exclusión, construimos una comunidad más justa y solidaria".

» Ods 1: fin de la pobreza

22. "Fomentando la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, construimos una sociedad más justa y equitativa".

» ODS 5: igualdad de género

23. "Al mantener nuestras playas limpias, protegemos la vida marina y disfrutamos de un litoral saludable. Cuidemos nuestros océanos, cuidemos nuestro planeta".

» ODS 14: vida submarina

24. "Colaborando con otras entidades, logramos juntos un mayor impacto para alcanzar los ODS. La unión hace la fuerza por un futuro mejor".

» ODS 17: alianzas para lograr los objetivos



4.4 Otros ejemplos de textos sugeridos para su personalización

• Para redes sociales

» *Construyendo el cambio desde lo local. ¿Sabías que los pequeños gestos que hacemos en nuestras ciudades/ pueblos/ comarcas / islas / provincias... pueden tener un impacto global? Desde más espacios verdes hasta iniciativas de economía circular, cada acción local cuenta. ¡Actuemos en conjunto por los ODS y construyamos un futuro más justo y sostenible! #TransformaciónLocal #Agenda2030.*

• Noticia local

» *Nuestro municipio avanza hacia un transporte más sostenible". Con la implementación de nuevos carriles bici y puntos de recarga para vehículos eléctricos, nuestra ciudad está reduciendo emisiones y mejorando la calidad del aire. Esta iniciativa, alineada con el ODS 11 (Ciudades y Comunidades Sostenibles), demuestra cómo las acciones locales pueden transformar la vida de todas las personas. #CiudadesSostenibles.*

• Publicación inspiradora

» *La Agenda 2030 está más cerca de lo que crees. ¿Sabías que los talleres gratuitos de alfabetización digital para personas adultas en nuestra localidad, también contribu-*

¿en al ODS 4 (Educación de Calidad)? Aprender no tiene edad, y garantizar el acceso a la educación a lo largo de la vida es clave para una sociedad más justa y preparada. #ODS4 #EducaciónParaTodasLasEdades #Agenda2030.

- **Texto para infografía o boletín**

- » *Impacto local, cambio global.*

- » *120 km de nuevos carriles bici construidos.*

- » *3.000 toneladas de residuos reciclados en el último año.*

- » *500 personas jóvenes beneficiadas con los programas de formación.*

- » *Cada número cuenta una historia de transformación. En nuestra ciudad, los ODS no son solo palabras: son acciones que mejoran la vida de todas las personas. #CompromisoLocal #ODSEnAcción.*

- **Campaña contra la desinformación**

- » *"Los ODS no tienen impacto en mi vida" Falso. Los ODS están presentes en tu día a día: en el parque donde juegan tus hijas, tus hijos, en las iniciativas para fomentar empleo local o en los programas que cuidan nuestro medio ambiente. Los ODS no son un discurso lejano; son soluciones reales para mejorar nuestro municipio. Comparte esta verdad. #DesmontandoMitos #Agenda2030.*

- **Llamada a la acción**

- » *Sé parte del cambio. ¿Te gustaría contribuir al desarrollo sostenible de nuestra ciudad? Únete a las actividades comunitarias, recicla, usa transporte sostenible o participa en los talleres sobre los ODS que organizamos. El cambio empieza contigo. ¡Trabajando en conjunto logramos un futuro mejor! #ActúaPorElCambio #Agenda2030.*



5. Monitorizar el impacto de las comunicaciones externas

Medir el impacto de las comunicaciones es fundamental para determinar la efectividad de la estrategia y realizar mejoras continuas.

Se trata de un proceso clave para asegurar que los mensajes sobre la Agenda 2030 y los ODS que se emiten llegan a la ciudadanía de forma clara, comprensible y motivadora, impulsando su participación en la construcción de un futuro sostenible.

La desinformación y los bulos, como hemos visto, son un desafío importante a la hora de comunicar la Agenda 2030. Por ello, es crucial monitorizar el impacto de las comunicaciones, para **detectar posibles malentendidos y ajustar la estrategia** para contrarrestar la desinformación.

Además, el monitoreo constante permitirá identificar las acciones que están teniendo éxito y replicarlas, optimizando así el uso de los recursos.

5.1 Indicadores sugeridos

Los indicadores son herramientas que ayudan a entender el alcance, la efectividad y el impacto de las comunicaciones:

- El **alcance** se refiere a cuántas personas han sido expuestas al mensaje o la campaña.
- La **efectividad** mide si el mensaje está cumpliendo con los objetivos planteados, como generar conocimiento, cambiar percepciones o motivar a la acción.
- Y el **impacto** evalúa los resultados a largo plazo de las comunicaciones, como cambios en el comportamiento, las actitudes o el reconocimiento de marca.

A continuación, proponemos algunos indicadores clave, teniendo en cuenta que la audiencia objetivo incluye a toda la población, desde personas jóvenes hasta mayores.

5.1.1 Alcance e interacción

Número de personas alcanzadas. Este indicador mide cuántas personas han estado expuestas a los mensajes sobre los ODS. Se puede obtener a través de:

- Métricas de redes sociales: número de seguidores, alcance de las publicaciones, impresiones, etc.
- Estadísticas de sitios web: visitas a las páginas dedicadas a la Agenda 2030, descargas de materiales, etc.
- Datos de participación en eventos: número de asistentes a eventos relacionados con los ODS.

Nivel de interacción. Este indicador mide cómo la ciudadanía interactúa con los mensajes sobre los ODS. Se puede obtener a través de:

- Métricas de redes sociales: número de “me gusta”, comentarios, compartidos, clics en enlaces, etc.
- Participación en encuestas y consultas ciudadanas: respuestas a preguntas sobre los ODS, participación en foros online, etc.

5.1.2 Comprensión y actitud

Nivel de conocimiento sobre los ODS. Este indicador evalúa la comprensión ciudadana de la Agenda 2030 y sus objetivos. Se puede medir a través de:

- Encuestas de opinión: preguntas sobre los ODS, su significado y su relevancia en el municipio.
- Análisis de las consultas y preguntas recibidas a través de diferentes canales de comunicación.

Actitud hacia la Agenda 2030. Este indicador mide la percepción de la ciudadanía sobre la Agenda 2030 y su implementación local. Se puede evaluar mediante:

- Encuestas de opinión: preguntas sobre la importancia de los ODS, el apoyo a las acciones locales, etc.
- Análisis del tono y contenido de los comentarios y mensajes recibidos en redes sociales y otros canales.

5.1.3 Acción e impacto

Participación ciudadana en iniciativas relacionadas con los ODS. Este indicador mide el nivel de involucramiento de la ciudadanía en la implementación local de la Agenda 2030. Se puede obtener a través de:

- Número de voluntarios en proyectos relacionados con los ODS.
- Participación en programas de formación y sensibilización sobre la Agenda 2030.
- Creación de iniciativas ciudadanas para promover la sostenibilidad económica, social o ambiental.

Impacto de las acciones locales en el cumplimiento de los ODS. Este indicador evalúa la efectividad de las actuaciones locales en el avance hacia los ODS. Se puede medir a través de:

- Indicadores específicos de los ODS, que se estén implementando en el ámbito local, tal y como se explica en apartado 3 de la “Guía de indicadores para el seguimiento de la Agenda 2030 en el ámbito local” ([enlace directo](#)).
- Estudios de casos que muestren cómo las acciones locales impactan y mejoran la calidad de vida de la ciudadanía.

5.2 Cómo marcar los indicadores

Es importante **definir metas específicas y realistas** para cada indicador. Por ejemplo, establecer un objetivo de alcance en redes sociales, un porcentaje de respuestas positivas en encuestas sobre la Agenda 2030, o un número de participantes en un programa de voluntariado.

Las metas e indicadores deben ser:

- **Específicas:** claramente definidas.
- **Medibles:** con un sistema de medición claro y preciso.
- **Alcanzables:** realistas y posibles de lograr con los recursos disponibles.
- **Relevantes:** relacionadas con los objetivos de la estrategia de comunicación.
- **Definidas en el tiempo:** con un plazo determinado para su cumplimiento.



5.3 Herramientas para el seguimiento

Existen diversas herramientas para monitorizar los indicadores, adaptables a las necesidades y recursos de cada entidad local. Algunas de las más comunes son:

5.3.1 Redes sociales

- Plataformas de análisis de redes sociales: permiten obtener datos sobre el alcance e interacción de las publicaciones, así como, información demográfica de la audiencia.

- Existen herramientas para gestionar y analizar redes sociales, blogs y campañas de publicidad).

5.3.2 Sitios web

- Herramientas de analítica web: nos proporcionan datos sobre las visitas al sitio web, las páginas más vistas, la procedencia de los usuarios, etc.

5.3.3 Encuestas y consultas ciudadanas

Existen diversas **plataformas digitales** que permiten crear encuestas en línea, para poder compartirlas entre la ciudadanía y analizar los resultados de forma sencilla. Estas herramientas suelen ofrecer versiones gratuitas y son accesibles desde buscadores. Son especialmente útiles para recoger opiniones sobre temas específicos, evaluar el alcance de campañas o conocer las prioridades de la población.

También existen herramientas digitales, diseñadas específicamente para la participación ciudadana, que permiten habilitar consultas públicas, recoger propuestas, abrir foros de debate o facilitar la toma de decisiones compartida. Muchas de estas plataformas son de código abierto, personalizables y adaptables al contexto de cada entidad local. Pueden encontrarse fácilmente, buscando plataformas de participación ciudadana en línea o consultando redes de innovación pública y gobernanza abierta.

5.3.4 Otras herramientas

- Herramientas de **monitorización de medios**: permiten rastrear las menciones de la Agenda 2030 y los ODS en medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Existen plataformas digitales que permiten **rastrear en tiempo real las menciones de la Agenda 2030 y los ODS** en medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales (prensa, blogs, redes sociales, foros, etc.). Estas herramientas facilitan la detección de tendencias, la evaluación del impacto de una campaña, el análisis de sentimiento y el seguimiento del alcance de los mensajes en la opinión pública.
- Software de **gestión de proyectos**: facilita la organización y seguimiento de las acciones de comunicación, incluyendo la monitorización de los indicadores.
- También es recomendable contar con herramientas que permitan **organizar, coordinar y hacer seguimiento** de las acciones de comunicación. Estas plataformas suelen incluir funciones como asignación de tareas, establecimiento de plazos, seguimiento de indicadores o visualización del progreso, lo que facilita el trabajo colaborativo y la evaluación continua del plan de comunicación.

Nota: Este tipo de herramientas pueden encontrarse fácilmente realizando búsquedas en internet con términos como *“plataformas de encuestas online gratuitas”, “herramientas de participación ciudadana de código abierto”* o *“software para consultas públicas”*

5.4 Consideraciones para toda la población

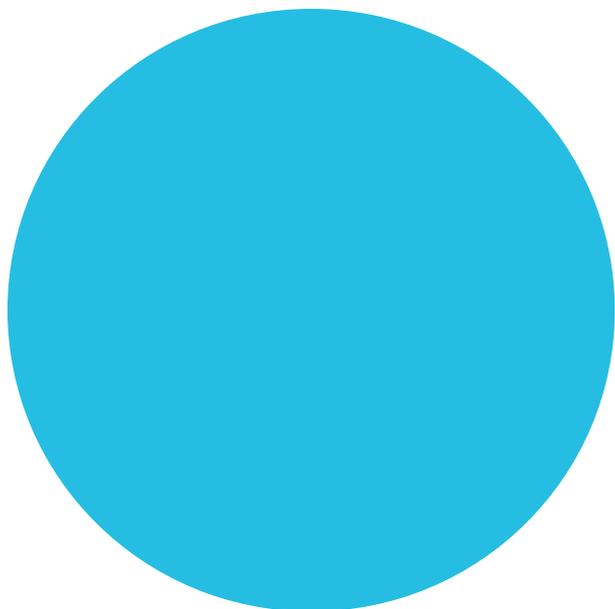
Al seleccionar las herramientas y diseñar nuestra estrategia de monitorización, es fundamental tener en cuenta las características de toda la población:

- **Para la juventud:** priorizar el uso de redes sociales y plataformas digitales que ellos utilizan habitualmente. Utilizar un lenguaje y tono de comunicación que sea atractivo para este público, como los propuestos en el siguiente punto de este manual de identidad narrativa.
- **Para las personas mayores:** considerar el uso de canales tradicionales, como la prensa local, cartelería, radio, o televisión local.
- Asegurar que los materiales de comunicación sean accesibles para personas con **diversidad funcional**.

Aconsejamos diversificar los canales de comunicación y las herramientas de monitorización para llegar a todos los sectores de la población.

Por canales de comunicación nos referimos a canales tradicionales, como son la prensa local, la radio y televisión local o la cartelería. Y a canales digitales, como son las redes sociales y los sitios web. Así mismo, también se pueden considerar canales los eventos, los boletines informativos e incluso las encuestas y consultas ciudadanas.





Plan de actuaciones dirigidas a la juventud. Campaña: Somos futuro

Talleres dinámicos

Semana de acciones por los ODS

Reto sostenible en redes sociales:
"Sostenibilidad en acción"

Indicadores de la campaña

La campaña “**Somos Futuro**” tiene como objetivo involucrar y empoderar a la juventud en el desarrollo sostenible mediante actividades prácticas, creativas y aplicables a su territorio, convirtiendo a la población joven en agentes clave del cambio y conectando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con sus intereses y aspiraciones.



Definición de los objetivos de la campaña

La campaña busca que la juventud participe activamente, promoviendo soluciones tangibles, que ayudarán a potenciar el liderazgo juvenil, de forma que se sientan parte del proceso de implementación de los ODS.

Se presentan una serie de actividades, que pueden servir de ejemplo y guía. No es necesario poner en marcha todas las actividades sugeridas. Se deben seleccionar las más relevantes para el contexto y las características del público objetivo. Además, pueden ser modificadas y adaptadas a las necesidades reales de cada territorio.

Duración de la campaña

Lo ideal es que este tipo de campañas tenga una duración aproximada de 30-45 días, menos no es recomendable, ya que existe el riesgo de que la ciudadanía no tenga conocimiento de la campaña o, si ésta se prolonga excesivamente en el tiempo, podría generarse una pérdida de interés.

Factores clave para la ejecución de la campaña

Un enfoque organizado para lograr el éxito de la campaña.

- **Comprensión del público**

Analizar la edad, género y expectativas de los jóvenes.

- » **Características demográficas:** identificar segmentos relevantes.
- » **Análisis de audiencia:** encuestas y revisión de redes sociales.
- » **Preferencias e intereses:** usar gamificación para enganchar.

- **Colaboración de actores**

Unir esfuerzos con organizaciones y comunidades.

- » **Identificación de colaboradores:** escuelas, ONGs, empresas.
- » **Roles y responsabilidades:** tareas claras y acordadas.

- **Recursos necesarios**

Definir presupuesto y personal adecuado.

- » **Presupuesto:** calcular costes y buscar financiación.
- » **Personal:** contar con un equipo capacitado.
- » **Tecnología y materiales:** identificar herramientas clave.

- **Cronograma**

Establecer un calendario con fechas para cada actividad.

- **Estrategias de comunicación**

Definir canales y mensajes clave.

- » **Canales de comunicación:** redes sociales, medios tradicionales.
- » **Mensajes clave:** conectar con los intereses de la población joven.

- **Logística de actividades**

Elegir lugares adecuados y planificar.

- » **Ubicación:** espacios accesibles y atractivos.
- » **Cronograma de actividades:** ajustar al calendario escolar y local.

- **Adaptabilidad y escalabilidad**

Preparar actividades flexibles y replicables.

- » **Flexibilidad del programa:** ajustar según la respuesta inicial.
- » **Potencial de expansión:** guías para replicar en otras Entidades Locales.

- **Aspectos legales**

Asegurar permisos y protección de datos.

- » **Permisos y licencias:** autorizaciones municipales y escolares.
- » **Protección de datos:** normativa y consentimiento informado.

- **Monitoreo y evaluación**

Establecer métricas de éxito.

- » **Indicadores de éxito:** participación, redes, alianzas generadas.

- **Sostenibilidad**

Actividades con impacto duradero.

- » Crear espacios para la participación juvenil continua.

- **Feedback y mejora continua**

Incorporar aprendizajes.

- » Recoger opiniones y ajustar la estrategia para futuras ediciones.

- **Recomendaciones adicionales**

- » Involucrar a la juventud desde el diseño.
- » Coordinar con departamentos municipales y entidades externas.
- » Documentar buenas prácticas para compartir en la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.



Factores clave para la ejecución de la campaña

Hay que tener en cuenta los siguientes factores clave, para que la campaña sea exitosa.

1. Comprensión del Público Objetivo

- **Características demográficas:** analizar la edad, género y nivel educativo de la población joven a la que nos dirigimos. Esto permitirá diseñar actividades y mensajes que sean relevantes para ellos. Por ejemplo, actividades creativas para adolescentes más jóvenes o talleres técnicos para estudiantes universitarios.
- **Análisis exhaustivo de la audiencia:** podría elaborarse a partir de la realización de encuestas o entrevistas para conocer las opiniones, actitudes y comportamientos de la juventud local en relación con los ODS y la sostenibilidad. También utilizando herramientas de análisis de redes sociales para identificar los temas de interés, el lenguaje utilizado y las plataformas preferidas por la juventud del municipio. También, contactando con organizaciones juveniles, centros educativos y profesionales, que trabajan con jóvenes para obtener información sobre sus necesidades e intereses.

- **Preferencias e intereses:** identificar sus preocupaciones, en materia de ecología, por ejemplo. Identificar qué temas les apasionan y el uso que hacen de las redes sociales y la tecnología relacionado con esa materia. Se puede, por ejemplo, integrar gamificación o retos en redes sociales para captar su atención.

Nota aclaratoria: *Gamificación: transformar algo en un juego. Aplicar técnicas o dinámicas propias del juego a actividades o entornos no recreativos para potenciar la motivación y la participación, o facilitar el aprendizaje y la consecución de objetivos.

2. Colaboración con los actores interesados

- Identificación de colaboradores: contactar con escuelas, universidades, ONGs, empresas locales y autoridades municipales para crear una red de apoyo. Estos aliados pueden aportar recursos, experiencia o difusión. En este sentido, los centros educativos pueden ser de gran ayuda, a través de sus plataformas de aula virtual, por ejemplo, incluyendo los iconos de los ODS en las actividades que se comparten.
- Roles y responsabilidades: definir claramente qué tareas asumirá cada parte interesada en participar en la campaña, como proporcionar espacios, materiales o especialistas. Por ejemplo, una universidad puede ofrecer un aula para talleres y una ONG puede encargarse de diseñar actividades.

3. Recursos disponibles

- Presupuesto necesario para realizar la campaña: calcular los costes de materiales, logística, promoción y personal. Buscar fuentes de financiación como subvenciones, patrocinios o donaciones locales.
- Personal: asegurarnos de contar con un equipo motivado y con habilidades en organización de eventos, comunicación y manejo de grupos juveniles.
- Tecnología y materiales: identificar necesidades como proyectores, materiales educativos o acceso a plataformas digitales. Por ejemplo, el uso de aplicaciones para registrar la participación de la población joven.

4. Establecimiento de un cronograma

- Se debe establecer un calendario con las fechas de inicio y fin de cada actividad.

5. Estrategias de comunicación

- Canales de comunicación: usar las redes sociales más usadas y enfocadas a la población joven, complementadas con medios tradicionales como la radio local o carteles en escuelas.



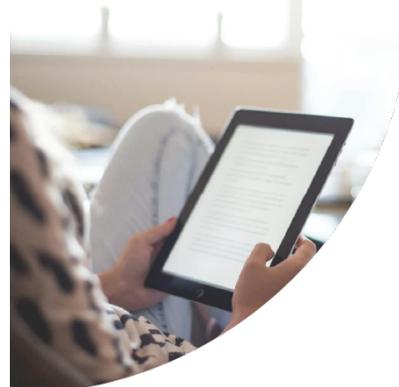
- Mensajes clave: diseñar mensajes claros que destaquen cómo la campaña conecta con los intereses de la población joven y su impacto en el desarrollo sostenible. Por ejemplo, "Tu creatividad puede cambiar el futuro. ¡Únete a Somos Futuro!"

6. Logística de actividades

- Ubicación: elegir espacios accesibles y atractivos, como parques, centros juveniles o auditorios escolares. Asegurarnos de que sean adecuados para las actividades propuestas.
- Cronograma: planificar las actividades teniendo en cuenta los horarios escolares, periodos de exámenes y festividades locales, para maximizar la participación.

7. Adaptabilidad y escalabilidad

- Flexibilidad del programa: preparar actividades con capacidad de adaptarse según los intereses y el feedback de los participantes. Por ejemplo, ajustar los talleres según la respuesta inicial, es decir, según el interés, la participación y el feedback que se obtenga durante las primeras actividades o en la etapa inicial de la campaña.
- Potencial de expansión: diseñar la campaña con el objetivo de replicarla en otros municipios, creando una guía de implementación para futuras ediciones.



8. Aspectos legales y éticos

- Permisos y licencias: gestionar las autorizaciones necesarias para usar espacios públicos, realizar actividades con menores o llevar a cabo eventos masivos.
- Protección de datos: implementar medidas para garantizar el cumplimiento de la normativa sobre privacidad, incluyendo el consentimiento informado para actividades y el uso de imágenes.
- Tener en cuenta particularidades si se trabaja con menores de edad.

9. Monitoreo y evaluación

- Indicadores de éxito: establecer métricas como número de participantes, impacto en redes sociales, proyectos desarrollados o colaboraciones creadas.
- Recogida de datos: usar encuestas, análisis de redes sociales y entrevistas para evaluar el progreso y recopilar información sobre las experiencias de la población joven.

10. Sostenibilidad

- Impacto a largo plazo: diseñar actividades que generen resultados duraderos, como la creación de espacios para jóvenes, donde puedan exponer y compartir sus ideas alineadas a los ODS.

11. Feedback y mejora continua

- Recogida de feedback: solicitar la opinión de los participantes y los grupos de interés sobre las actividades y resultados. Se pueden usar encuestas, foros o reuniones finales.
- Mejora continua: aplicar los aprendizajes a futuras ediciones para optimizar la campaña y ajustarla mejor a las expectativas y necesidades de la población joven.

12. Recomendaciones adicionales

- Se recomienda involucrar a la juventud en el diseño y la implementación del Plan de Ejecución para asegurar que las actividades sean de su interés y respondan a sus necesidades.
- Es importante coordinar las acciones de comunicación con otras áreas del gobierno local y con actores externos como centros educativos, organizaciones de la sociedad civil y empresas.
- Se debe asegurar que los mensajes y las actividades sean coherentes con los valores de la Agenda 2030, como la sostenibilidad, la inclusión y la igualdad.
- Se pueden utilizar herramientas de monitorización para realizar un seguimiento del impacto de la campaña y realizar ajustes en la estrategia, si es necesario.
- Se recomienda documentar las buenas prácticas y compartirlas con otras Entidades Locales, a través de la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.



Ejemplos de actividades a desarrollar dentro de la campaña:

1. Talleres dinámicos

- **Objetivo del taller:** capacitar a la población joven para que puedan identificar y resolver problemas reales dentro de su territorio. De esta manera se está fomentando la creatividad para que la juventud del municipio pueda ser parte del desarrollo de soluciones.
- **Duración recomendada:** recomendamos una duración de dos días, con un total de 4 horas al día para desarrollar todas las actividades propuestas.



- **Contenido de la jornada:**

1. Introducción teórica sobre los ODS y la Agenda 2030, así como, la importancia del triple balance dentro de las acciones planteadas.

Ejemplo:

- > ODS 12, Producción y consumo responsable
- > ODS 13, Acción por el clima



2. Ejercicio práctico: diagnóstico del territorio.

- > Los participantes realizan un recorrido por su barrio para identificar problemas reales como basuras en espacios públicos, escasez de zonas verdes o falta de recursos comunitarios.
- > Este ejercicio busca que los jóvenes comprendan cómo los ODS pueden ser aplicables a su entorno inmediato.



3. Trabajo en equipo: diseño de propuestas.

- > En grupos, los participantes diseñan propuestas para abordar los problemas identificados. Ejemplos de soluciones: Crear un punto de compostaje comunitario, organizar un mercado de trueque, proponer un programa de reforestación urbana, etc.

4. Presentación de propuestas.

- > Cada grupo expone su idea a un panel de expertos locales que actúan como mentores, ofrecen retroalimentación constructiva y sugieren mejoras.
- > Votación o concurso, los asistentes votan por la propuesta más viable y creativa, o se selecciona una propuesta ganadora que pueda implementarse en el municipio.

• Acciones necesarias para implementar el taller:

- Coordinar con asociaciones y grupos locales.
 - > Contactar con asociaciones juveniles, asociaciones deportivas, AMPA e institutos para que aporten sus ideas y participen en la difusión del evento.
- Identificación de expertos locales.
 - > Buscar expertos relevantes en temas como medio ambiente, urbanismo o sostenibilidad, que puedan actuar como mentores durante el taller.
- Selección de espacios para desarrollar la actividad.
 - > Identificar lugares accesibles y adecuados para el desarrollo del taller, como centros culturales, colegios o parques.
- Comunicación anticipada.
 - > Anunciar el evento con al menos 20 días de antelación para asegurar una amplia participación. Usar redes sociales, carteles y comunicados en instituciones locales. Sería conveniente un recordatorio según se vaya acercando la fecha.
- Materiales necesarios.
 - > Asegurarse de contar con por ejemplo folios, post it, rotuladores, lápices, y otros útiles de oficina.
- Creación de una agenda o escaleta.
 - > Preparar y compartir un cronograma claro con las actividades y horarios del taller. Esto facilitará la organización y permitirá que los participantes sepan qué esperar.



2. Semana de acciones por los ODS

- **Objetivo general:** durante una semana, se realizarán actividades alineadas con los ODS y lideradas por jóvenes, de esta manera además de implicar a este colectivo, podemos potenciar su liderazgo, haciéndoles partícipes directos del cambio. Con el objetivo de involucrar y concienciar a la ciudadanía en actividades prácticas que promuevan los ODS.
- **Duración recomendada:** se recomienda una duración mínima de 5 días, con actividades distribuidas a lo largo de la semana para maximizar la participación y el impacto en la ciudadanía.
- **Propuesta de actividades diarias.**
 - » **Día 1. Jornada Intergeneracional**

ODS relacionados: ODS 10 (Reducción de desigualdades), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles).

Descripción: un encuentro entre jóvenes, personas mayores y otros colectivos locales para intercambiar conocimientos, experiencias y reflexionar sobre retos actuales que tiene el municipio y construir soluciones conjuntas.

Participación: asociaciones de vecinos, colectivos de personas mayores, colegios, institutos y ciudadanía en general.

Actividades:

- Creación de mesas redondas o debates para dialogar e intercambiar diferentes puntos de vista, como desigualdad, convivencia intergeneracional y cohesión social.
- Actividades colaborativas, como talleres para diseñar acciones o eventos inclusivos e interesantes para ambos colectivos.
- Talleres de habilidades digitales impartidos por jóvenes a personas mayores en el uso de aplicaciones móviles, redes sociales o herramientas digitales básicas.

Objetivo: fomentar la cohesión social, el respeto, la inclusión y el aprendizaje mutuo

» Día 2. Mercadillo de trueque y consumo responsable

ODS relacionados: ODS 12 (Producción y consumo responsables), ODS 13 (Acción por el clima).

Descripción: creación de un espacio liderado por jóvenes, donde la ciudadanía pueda intercambiar productos en lugar de consumir nuevos, fomentando la importancia de un consumo responsable y de la economía circular.

Participación: asociaciones vecinales, locales y/o empresariales, colectivos de personas mayores, colegios, institutos, ciudadanía y empresas locales.

Actividades:

- Zona de trueque para intercambiar ropa, libros y otros objetos en desuso.
- Talleres impartidos por jóvenes sobre economía circular y sostenibilidad, mostrando cómo reutilizar recursos y alargar la vida útil de los productos. Charlas sobre cómo reducir el desperdicio alimentario y gestionar los residuos domésticos de manera eficiente.

Objetivo: sensibilizar a la ciudadanía sobre el impacto positivo del consumo responsable y la importancia de reducir la huella ambiental.

» **Día 3. Foro de participación juvenil**

ODS relacionados: ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles).

Descripción: creación de un espacio donde los jóvenes lideran un diálogo abierto con las autoridades locales y otros actores relevantes para proponer mejoras en el municipio.

Participación: ayuntamiento, asociaciones juveniles, colegios, institutos y ciudadanía.

Actividades:

- Presentación de propuestas desarrolladas por jóvenes en temas como transporte, empleo, cultura y sostenibilidad.
- Debate público donde la ciudadanía puede aportar nuevas ideas y feedback.
- Elaboración de un compromiso conjunto para implementar las propuestas más viables y crear un seguimiento futuro.

Objetivo: Fomentar la participación democrática, el liderazgo juvenil y el diálogo entre generaciones.

» **Día 4. Ruta cultural y gastronómica**

ODS relacionados: ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico).

Descripción: creación de una ruta que combine visitas a espacios culturales locales con degustaciones de productos locales o sostenibles, fomentando la promoción del comercio justo y la cultura local.

Participación: comerciantes, productores locales, instituciones culturales, asociaciones juveniles, colegios, institutos y ciudadanía.

Actividades:

- Visitas culturales a museos, talleres de artesanía o espacios históricos.
- Degustación de productos locales promoviendo el comercio justo.
- Concursos y actividades culturales en las paradas de la ruta, se pueden rea-

lizar pequeñas actuaciones, concursos o talleres.

Objetivo: Promover el comercio local, el turismo responsable y la conservación del patrimonio cultural.

» **Día 5. Carrera solidaria por la igualdad**

ODS relacionados: ODS 5 (Igualdad de género), ODS 3 (Salud y bienestar).

Descripción: organización de una carrera solidaria abierta a todas las edades, cuyos fondos se destinen a proyectos que promuevan la igualdad de género y/o el apoyo a colectivos vulnerables.

Participación: asociaciones deportivas, ONGs locales, asociaciones juveniles, colegios, institutos y ciudadanía.

Actividades:

- Carrera solidaria organizada como un evento deportivo inclusivo, con categorías para todas las edades.
- Zona de talleres liderados por jóvenes sobre igualdad de género, empoderamiento femenino y lucha contra la violencia de género.
- Stands informativos sobre igualdad y divulgación de recursos locales para la inclusión social.

Objetivo: Sensibilizar sobre la igualdad de género y/o apoyar iniciativas locales para reducir desigualdades.



3. Reto sostenible en redes sociales: "Sostenibilidad en acción"

Proponemos lanzar esta iniciativa para invitar a la población joven del municipio a **compartir sus acciones sostenibles** a través de redes sociales, fomentando un compromiso colectivo por hacer el municipio más sostenible y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las acciones pueden ser creativas, simples o innovadoras, pero todas deben mantener el enfoque en la sostenibilidad. Recomendamos implementar un **sistema de votación** donde el público pueda elegir las iniciativas más inspiradoras, fomentando la participación activa de toda la ciudadanía.

Objetivos principales:

- Fomentar la participación de la población joven.
- Inspirar y difundir ejemplos prácticos y replicables que promuevan hábitos sostenibles y que puedan ser fácilmente adoptados por otros.
- Visibilizar el compromiso de la ciudadanía.

Sugerimos incluir una **lista de acciones** relacionadas con los ODS para orientar a los participantes. Por ejemplo:

- ODS 12 (Producción y consumo responsable): comprar productos locales para apoyar la economía local y reducir la huella de carbono. O reutilizar materiales para crear nuevos objetos, como manualidades o soluciones prácticas para el hogar.
- ODS 13 (Acción por el clima): reducir el uso de plástico mediante productos reutilizables como botellas, bolsas y utensilios. Compartir un viaje al trabajo, al instituto o la universidad en bicicleta para reducir emisiones de CO₂.
- ODS 3 (Salud y bienestar): promover hábitos saludables como el ejercicio al aire libre (correr, caminar o hacer yoga en espacios públicos). Impulsar la promoción de una alimentación saludable basada en productos locales y sostenibles.
- ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles): participar en la limpieza de un parque o espacios públicos. O plantar árboles en el barrio para mejorar la calidad del aire.

Documentación y creación de contenido: sugerimos establecer unas bases de comunicación claras para explicar y promocionar el reto de sostenibilidad. Las bases deben ser compartidas en redes sociales, newsletter o canales de difusión del ayuntamiento o de las propias entidades colaboradoras, para alcanzar el mayor público posible.

Sugerencia de pasos a seguir **para comunicar el lanzamiento** del reto

- Documentar la acción: grabar un video o tomar fotos que muestren el impacto positivo de la actividad.
- Publicar en redes sociales: subir el contenido a las redes sociales seleccionadas, utilizando el hashtag oficial #SostenibilidadEnAcción y etiquetar la cuenta oficial del ayuntamiento y/o de las entidades promotoras, esto dará un mayor alcance y visibilidad al reto.
- Acompañarlo con una descripción: añadir un breve texto explicando por qué esa acción es importante y cómo contribuye a los ODS. Por ejemplo: *"Esta acción ayuda a reducir el consumo de plásticos, promoviendo el ODS 12: Consumo responsable"*.
- Animar a compartir con contactos.

Dinámica de votación y premios

- La ciudadanía en general podrá votar por las publicaciones más creativas mediante "me gusta" en redes sociales. Esto fomentará la participación activa y el apoyo comunitario.
- Además de la votación pública, recomendamos incluir un jurado compuesto por:
 - » Expertos locales en sostenibilidad.
 - » Influencers comprometidos con causas sociales.
 - » Representantes del municipio.
- Este jurado podrá otorgar puntos adicionales basándose en su impacto en el municipio, la originalidad y creatividad de la idea, y su viabilidad para ser implementada a mayor escala.

Premios sugeridos

Aunque los premios no son imprescindibles, recomendamos incluirlos, ya que esto incentiva más a la ciudadanía a participar.

Estos premios pueden ser:

- Experiencias educativas o culturales como visitas guiadas a espacios naturales, talleres sobre sostenibilidad o entradas a eventos culturales locales.
- Bonos para utilizar instalaciones públicas como piscinas, gimnasios o centros deportivos municipales.

Reconocimientos adicionales y estrategia de continuidad

Sugerimos implementar diferentes reconocimientos, que no solo premien las acciones realizadas, sino que también motiven la continuidad de la participación en futu-

ras iniciativas. Esto ayudará a mantener el interés y el compromiso de la ciudadanía a largo plazo, asegurando un impacto sostenido más allá de cada acción específica.

- Publicar en redes sociales las acciones más destacadas del reto, resaltando su impacto y creatividad. También se pueden anunciar las personas ganadoras y compartir su historia, para que sirvan de inspiración para otros ciudadanos y refuercen el sentido de comunidad.
- Enviar certificados digitales de participación a todas las personas que han tomado parte del reto reconociendo su esfuerzo y contribución. Este reconocimiento, aunque simbólico, refuerza la implicación y deja una huella tangible de su compromiso.

Es importante considerar cómo cada acción puede formar parte de una estrategia más amplia, que mantenga la atención y participación ciudadana a lo largo del tiempo.

Campaña de méritos

- Proponer una dinámica en la que cada participación o logro otorgue “méritos” o “puntos” que se acumulen durante el año.
- Por ejemplo, cada participación en un reto, acción o evento sostenible sumará puntos, que puedan contribuir a premios especiales o reconocimientos a final de año.

Evento de cierre “Joven sostenible del año”

- Organizar un evento especial a final de año, donde se reconozcan las acciones más destacadas a nivel individual o colectivo.
- Se pueden entregar premios como el “Joven sostenible del año”, destacando a quienes hayan acumulado más méritos y hayan demostrado un compromiso excepcional con la sostenibilidad.

Resultados anuales

- Durante este evento, compartir un resumen de los logros anuales de todas las campañas realizadas. Esto ayudará a visibilizar el impacto colectivo y a inspirar nuevas acciones para el próximo año.



Hay una serie de **puntos clave que se deberían tener en cuenta** para que ayuden a mantener la continuidad:

- **Planificación desde el inicio.** Diseñar cada reto o acción con un propósito a largo plazo, asegurando que formen parte de una narrativa mayor.
- **Refuerzo constante.** Mantener a la ciudadanía informada sobre sus progresos en la campaña de méritos, a través de actualizaciones periódicas en redes sociales, newsletters o eventos locales.
- **Premios acumulativos.** Reforzar la idea de que participar en múltiples acciones tiene beneficios adicionales, como el acceso a premios mayores o reconocimientos especiales.

4. Indicadores de la campaña

Como se viene recalcando a lo largo del manual de identidad narrativa, es crucial establecer un sistema de monitoreo para evaluar el impacto y la efectividad de las acciones de comunicación. El monitoreo constante permitirá identificar qué acciones son exitosas y cuáles necesitan ajustes, optimizando así el uso de recursos.

Para el **“Plan de actuaciones dirigidas a los jóvenes”** se podrían utilizar los siguientes indicadores:

4.1 Indicadores de proceso.

- **Número de actividades realizadas:** este indicador medirá la cantidad de eventos, talleres y retos juveniles implementados durante la campaña.
- **Número de participantes en las actividades:** este indicador permitirá conocer el alcance de las actividades y el nivel de participación de la población joven. Se puede complementar con el uso de aplicaciones para registrar la participación.
- **Alcance de las publicaciones en redes sociales:** medir la cantidad de personas que han visto las publicaciones de la campaña en plataformas. Se pueden utilizar herramientas de análisis de redes sociales para obtener esta información.
- **Nivel de interacción en redes sociales:** este indicador medirá la cantidad de “me gusta”, comentarios, compartidos y otras interacciones que generan las publicaciones de la campaña.

4.2 Indicadores de resultado.

- **Nivel de conocimiento de la Agenda 2030 y los ODS entre la juventud:** se pueden realizar encuestas o cuestionarios antes y después de la campaña, para medir el cambio en el nivel de conocimiento.

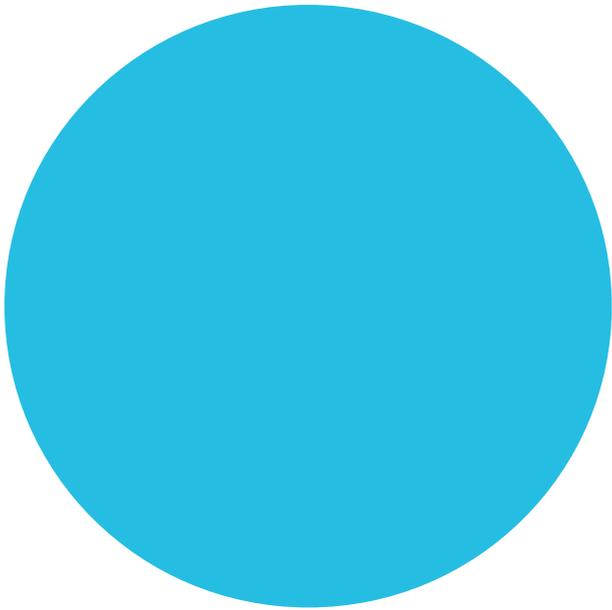
- **Cambio de actitud hacia la sostenibilidad:** se pueden utilizar encuestas o grupos focales para evaluar si la campaña ha generado un cambio positivo en las actitudes de la juventud hacia la sostenibilidad.
- **Número de jóvenes que participan en iniciativas locales** relacionadas con los ODS: este indicador medirá el impacto de la campaña en la movilización de la juventud para la acción local.
- **Número de noticias en medios de comunicación externos** sobre la participación de jóvenes en acciones sobre la Agenda 2030: este indicador permitirá conocer la visibilidad de las acciones juveniles aparecidas en medios.

4.3 Los indicadores deben ser.

- **Específicos:** deben estar claramente definidos y relacionados con los objetivos de la campaña.
- **Medibles:** deben poder ser cuantificados o evaluados de forma objetiva.
- **Alcanzables:** deben ser realistas y posibles de alcanzar con los recursos disponibles.
- **Relevantes:** deben ser importantes para la evaluación de la campaña.
- **Limitados en el tiempo:** deben tener un plazo definido para su medición.

El uso de estos indicadores permitirá evaluar el éxito de la campaña del Plan de actuaciones dirigidas a la población joven y poder así realizar los ajustes necesarios para optimizar su impacto en la implementación local de la Agenda 2030.





Redes de comunicación y creatividades

Fortalecimiento de redes de
comunicación y voluntariado

Creatividades personalizables.
Recursos visuales

1. Fortalecimiento de redes de comunicación y voluntariado

Para fortalecer las redes de comunicación y voluntariado en torno a la Agenda 2030, desde la FEMP se busca fomentar la creación de equipos de expertos en comunicación dentro de las Entidades Locales. Estos equipos desempeñarán un papel fundamental en la difusión de los ODS y en la movilización de la ciudadanía hacia la acción colectiva.

Es importante recordar que este manual está dirigido tanto a grandes poblaciones, diputaciones, cabildos y consejos insulares con recursos, como a Gobiernos Locales de pequeño tamaño que quizá no cuenten con los mismos medios personales y económicos. Por ello, las siguientes recomendaciones se adaptan a esta diversidad de realidades:



1. Composición del equipo.

- **Adaptabilidad a los recursos disponibles:** la composición del equipo debe ajustarse a los recursos humanos y económicos de la Entidad Local.
 - » En Entidades Locales con estructuras comunicacionales robustas: se puede conformar un equipo multidisciplinar con periodistas, diseñadores, expertos en marketing digital y técnicos de participación ciudadana.
 - » En Entidades Locales con estructuras comunicacionales limitadas: los equipos de comunicación local para la Agenda 2030 pueden ser un solo individuo o un equipo multidisciplinar, que asuma la responsabilidad de la comunicación. También, a través de la asociación entre Entidades Locales se podrían compartir recursos humanos y económicos entre varios municipios, para acceder a profesionales especializados, o apoyarse en entidades supramunicipales, que podrían brindar apoyo técnico y financiero, e incluso aun siendo pequeños, los municipios pueden contratar servicios profesionales de manera puntual o a través de acuerdos con universidades u otras instituciones.
- **Integración de diferentes áreas:** independientemente del tamaño de la Entidad Local, es fundamental que el equipo de comunicación esté integrado por personas de diferentes áreas, como el gabinete de prensa, la concejalía de participación ciudadana y áreas relacionadas con la sostenibilidad y la Agenda 2030.
- **Voluntariado como apoyo:** en municipios con menos recursos, el voluntariado puede ser un gran apoyo, especialmente para la organización y promoción de eventos. Se pueden buscar voluntarios con conocimientos en comunicación, diseño o experiencia en la gestión de eventos.

- Barajar la posibilidad de establecer **convenios con universidades** para ofrecer prácticas a estudiantes de comunicación o periodismo.

2. Funciones del equipo.

Las funciones del equipo de comunicación también deben adaptarse a las capacidades de cada Entidad Local:

- **Estrategia de comunicación:**
 - » Entidades Locales con mayores recursos: el equipo puede diseñar e implementar una estrategia de comunicación integral para la Agenda 2030, incluyendo la definición de objetivos, la identificación de públicos, el diseño de mensajes, la selección de canales y la planificación de campañas.
 - » Entidades Locales con menos recursos: el enfoque inicial se puede centrar en adaptar el mensaje global de los ODS a la realidad local, mostrando ejemplos concretos de cómo la acción local contribuye a los objetivos globales.
- **Apoyo a eventos:** el equipo puede colaborar en la organización, promoción y difusión de eventos, adaptando el formato y la envergadura a los recursos disponibles.
 - » Grandes eventos: jornadas, congresos, ferias.
 - » Eventos de menor escala: talleres, charlas, mesas redondas, presentaciones de proyectos en espacios municipales.
- **Creación de contenidos:** el equipo debe generar contenidos informativos y divulgativos sobre la Agenda 2030, adaptados a los diferentes públicos y canales.
 - » Mayor capacidad de producción: se pueden crear vídeos, infografías, artículos, publicaciones para redes sociales, etc.
 - » Menos recursos: se pueden centrar en la creación de contenidos más sencillos, como notas de prensa, carteles o publicaciones para redes sociales.
- **Gestión de redes sociales:** independientemente del tamaño de la Entidad Local, las redes sociales son un canal fundamental para la comunicación de la Agenda 2030. La estrategia en redes sociales debe adaptarse a los recursos.
- **Relación con medios de comunicación externos:** establecer una relación fluida y alianzas con los medios de comunicación locales y provinciales (si existen en el territorio). Los diferentes medios de comunicación provinciales suelen tener medios locales o comarcales para dar apoyo a los eventos de Entidades Locales asumiendo la redacción de noticias. Aprovechar esta oportunidad para promover convenios o contratos donde se pueda contar con alguna persona del equipo de prensa con conocimiento en los ODS, para apoyar la estrategia de comunicación y la promoción de noticias sobre los éxitos relacionados con los ODS.

3. Recursos y herramienta.

- **Manual de identidad narrativa:** este manual de identidad narrativa nos proporciona herramientas y recursos adaptados a las diferentes realidades de las Entidades Locales, al igual que la Guía de Comunicación Local de la Agenda 2030 y el manual de recursos gráficos. ([enlace directo](#))
- **Herramientas gratuitas:** existen numerosas herramientas gratuitas para el trabajo colaborativo, el diseño gráfico y la gestión de redes sociales.
- **Formación:** desde la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 se podrá ofrecer formación en comunicación de la Agenda 2030, adaptada a las necesidades de las Entidades Locales.

4. Evaluación del trabajo del equipo.

- **Simplicidad en la evaluación:** en municipios pequeños, la evaluación puede resultar más sencilla, centrándonos en el alcance de las acciones y la participación en eventos.
- **Evaluación más exhaustiva:** en Entidades Locales con mayores recursos, se pueden utilizar indicadores más complejos para evaluar el impacto de la comunicación en la percepción de la Agenda 2030.

5. Recomendaciones adicionales.

- **Aprovechar las sinergias:** la colaboración entre Entidades Locales, especialmente entre las que comparten retos y características similares, puede ayudarnos a superar las limitaciones de recursos.
- **Buscar apoyo:** la Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible de la FEMP, ofrece apoyo a las Entidades Locales en la implementación de la Agenda 2030, incluyendo la comunicación.
- **Comunicar la estrategia:** es importante que se transmita la estrategia de comunicación a todos los miembros del equipo, así como, a los actores clave del territorio.
- Recordar que **la comunicación es un proceso continuo** que requiere adaptación y aprendizaje. No se trata solo de transmitir información, sino de generar un diálogo con la ciudadanía, construir confianza y movilizar a la acción colectiva.



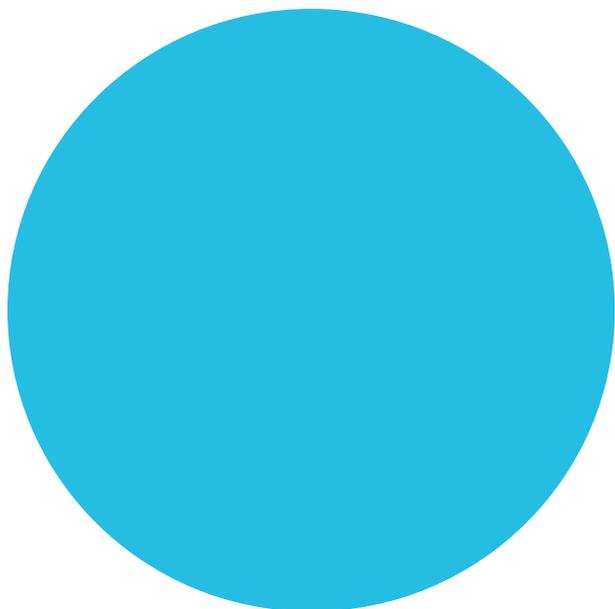
2. Creatividades personalizables. Recursos visuales

Iconos, gráficos, videos e infografías hacen que los mensajes sean más comprensibles y atractivos para el público general y ofrecen la oportunidad de explicar conceptos complejos de manera sencilla y efectiva.

Estos recursos pueden captar la atención de manera inmediata, facilitando la difusión de los ODS en redes sociales, medios digitales y espacios comunitarios.

- **Uso de iconografía oficial:** los íconos de los ODS refuerzan la identificación visual con la Agenda 2030.
- **Infografías claras:** mostrar cómo los ODS impactan directamente en la vida local.
- **Casos de éxito:** incorporar ejemplos locales de proyectos vinculados a los ODS.
- En el siguiente enlace encontrarás todos los recursos gráficos elaborados específicamente para esta campaña, incluyendo plantillas editables, versiones en PowerPoint y piezas listas para usar en redes sociales, cartelera o comunicación institucional. Estos materiales han sido diseñados para **facilitar la difusión de los mensajes** vinculados a la Agenda 2030, garantizando una imagen coherente, accesible y alineada con los ODS. Puedes utilizar las piezas **tal como están o personalizarlas** con el logotipo de tu entidad siguiendo las indicaciones que encontrarás en el siguiente punto.





Personalización de recursos gráficos

Indicaciones para editar y adaptar las piezas visuales

Indicaciones para editar y adaptar las piezas visuales

Con el objetivo de facilitar la comunicación visual de las acciones vinculadas a la Agenda 2030, se ha puesto a disposición de las Entidades Locales un conjunto de piezas gráficas prediseñadas. Estas piezas incluyen carteles, publicaciones para redes sociales y otros materiales que pueden ser utilizados directamente o adaptados de forma sencilla con la imagen corporativa de cada Ayuntamiento, Diputación, Cabildo o Consejo Insular.

¿Qué son las piezas gráficas?

Se entiende por pieza gráfica cualquier elemento visual que transmite un mensaje de forma clara y atractiva: puede ser una publicación para Instagram, un cartel para un evento, un banner digital, etc. Los elementos que se ofrecen en este kit están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y han sido diseñadas para ser fácilmente replicables por cualquier entidad local.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Edición en plataforma de diseño online

Las piezas están alojadas en una plataforma gratuita y de fácil uso, que permite editar textos, cambiar imágenes y añadir logotipos, sin necesidad de tener conocimientos avanzados de diseño. No es necesario instalar ningún programa: basta con acceder desde un navegador web, abrir el enlace de la plantilla y comenzar a personalizar.

Algunas plantillas están bloqueadas en su estructura principal, para mantener una identidad visual coherente. En estos casos:

- No es posible modificar la plantilla base, pero sí se puede personalizar, insertando el logotipo de la entidad local, textos secundarios o fotografías propias.
- Para añadir una imagen, solo es necesario subirla desde el dispositivo que se esté utilizando y arrastrarla al marco predefinido en la plantilla. Esta acción respetará el formato y estilo del diseño original.
- Las piezas gráficas también pueden utilizarse sin editar, ya que están pensadas para ser útiles incluso sin personalización, lo que facilita su uso rápido y homogéneo.

Edición en PowerPoint

Además, se ofrece una versión alternativa de las piezas gráficas en formato PowerPoint, dirigida a quienes prefieren trabajar con herramientas ofimáticas. En esta versión se puede:

- Añadir el logotipo de la entidad local en los espacios indicados.
- Incorporar imágenes o textos adicionales según las necesidades del contenido.
- Adaptar algunos elementos visuales manteniendo siempre la estructura base.

Reglas sobre el uso de logos institucionales

Es fundamental recordar que los logos de las entidades promotoras de esta campaña —FEMP, Red de Entidades Locales de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible y el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030— deben mantenerse en el orden, tamaño y posición establecidos en la plantilla.

No será posible:

- Cambiar su orden o ubicación.
- Redimensionarlos, girarlos o sustituirlos.
- Eliminar alguno de los logos institucionales.

Esto garantiza una identidad visual común a todas las comunicaciones enmarcadas en esta iniciativa.

Recursos complementarios

Para enriquecer los diseños o crear nuevas piezas desde cero, se pueden utilizar los logos oficiales de la Agenda 2030 y los iconos de los ODS, que están disponibles para descarga gratuita en el sitio web oficial de Naciones Unidas (en español): <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/news/communications-material/>



Esquema visual paso a paso: cómo personalizar una pieza gráfica

- 01** **Acceder a la plantilla desde el enlace.** Abrir el navegador e ingresar al enlace proporcionado. Se cargará una versión editable del diseño gráfico.
- 02** **Revisar si la plantilla es editable.** Algunas plantillas son completamente editables y otras tienen elementos bloqueados. Si es el caso, respetar la estructura predefinida.
- 03** **Añadir el logotipo de la entidad local.** Subir el logo desde el ordenador y arrastrarlo al marco asignado dentro del diseño. El sistema lo ajustará automáticamente.
- 04** **Sustituir imágenes o textos si se desea.** Se puede incorporar una foto propia o cambiar el texto del mensaje para adaptarlo a cada territorio.
- 05** **No modificar los logos institucionales.** Los logos de la FEMP, la Red y el Ministerio deben mantenerse fijos: mismo orden, mismo tamaño, misma ubicación.
- 06** **Descargar la pieza final.** Una vez personalizado el diseño, se puede descargar la imagen en formato PNG o PDF para compartir en redes, imprimir o enviar por correo.
- 07** **Alternativa: editar en PowerPoint.** Si se prefiere, es posible descargar la versión en PowerPoint, editarla en el ordenador y seguir las mismas indicaciones de respeto por los logos oficiales.



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



RED ENTIDADES LOCALES
DE LA AGENDA 2030
PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

CON LA COLABORACIÓN DE:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL
DE AGENDA 2030

