

Campaña ecológica de MTV Networks Internacional LA INICIATIVA SWITCH SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO LLEGA A LOS JÓVENES A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN, INTERNET Y LOS TELÉFONOS MÓVILES



15/1/2009, (Ecoestrategia).- Desde septiembre del pasado año las redes internacionales del canal musical MTV vienen emitiendo una serie de segmentos audiovisuales y anuncios de servicio público dirigidos a jóvenes de 16 a 24 años como parte de Campaña Global sobre Cambio Climático denominada "MTV SWITCH". Esta campaña llega actualmente a 162 países a través de 165 canales de MTV, con una audiencia global 560 millones de televidentes.

Entre los productores de esta serie se incluyen Television Environment (TVE), la productora Element y la organización Internews, quienes se dedican a buscar en el mundo entero a personas jóvenes que reaccionan de formas muy diversas y con brillante sentido común emprendedor frente a los retos del cambio climático.

"MTV Switch fue creado para provocar, entretener y estimular el cambio entre la gente joven", señaló John Jackson, director de Responsabilidad Social (RSC) de MTV Internacional. "Estamos encantados y honrados de trabajar con estas agencias de pensamiento proactivo desarrollando un trabajo de persuasión para continuar comprometiendo a los jóvenes en este tema global de extrema importancia", agregó.

Por su parte, los productores de Element, Mark Harvey y Emily McDowell, afirmaron: "trabajamos con para confrontar tanto a los escépticos, quienes piensan que el cambio climático es demasiado grande para enfrentarlo, como aquellos que creen que con solo cambiar sus bombillas eléctricas es suficiente".

"Nuestros personajes son una nueva generación de gente que responde al cambio climático, los cuales se conectarán con una audiencia de MTV, que busca personas que personifica un cambio en el estilo de vida más que sermonear acerca de eso", añadieron los productores.

Entretenimiento y compromiso



El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) ha elogiado la campaña SWITCH de MTV por "ofrecer una programación que combina entretenimiento con ejemplos reales en el mundo de compromiso de los jóvenes con el tema del cambio climático", comentó el director de Comunicaciones de este organismo, Satinder Bindra.

"Es fascinante ver cuantos de los jóvenes emprendedores ya tienen sus pies firmes en la nueva economía de carbono que el PNUMA está promoviendo. Estos segmentos llegan a audiencias globales en televisión e Internet precisamente durante el periodo en el cual las Naciones Unidas realizan vitales negociaciones internacionales en el camino hacia la Cumbre del Clima de Copenhague en el 2009", comentó Bindra.

Esta iniciativa de comunicación también tiene el potencial de impulsar la acción e inspirar liderazgo en docenas de comunidades y a través de una generación de televidentes de MTV que enfrentarán los retos del cambio climático como ninguna antes que ellos.

La nueva serie de Element del Clima fue presentada durante la pasada reunión de Poznan (Polonia) en el mes de diciembre, que reunió a delegados y tomadores de decisión en las negociaciones sobre Cambio Climático del mundo entero.



ECOESTRATEGIA.COM
Foro económico y ambiental

La campaña global de cambio climático de MTV Networks Internacional busca las mejores ideas e innovaciones para reinventar nuestros estilos de vida en formas que puedan ser agradables para nosotros y para el planeta. "No se trata de lo que no podemos hacer, sino lo que sí podemos hacer. Es hora del cambio; es la hora de Switch", aseguran los responsables del canal televisión musical más popular del mundo.

Más información en:

<http://www.mtvswitch.org/index.html?lang=1>