

Categoría: 02.01 - Campaña General de Sustentabilidad/ Chile.

Caso: Santiago 2023, El primer evento multideportivo sostenible en Chile

Campaña: Santiago 2023

Departamento: Comunicaciones

Persona responsable del plan de comunicación:

Objetivo:

1. Diagnóstico

La Corporación Santiago 2023 tuvo diversos desafíos e inconvenientes a la hora de organizar el evento multideportivo más grande en la historia de nuestro país. Entre ellos, la falta de ejemplos históricos concretos para eventos de esta categoría que hubieran tenido como norma ser sostenibles, poniendo entre sus metas, prioridades y exigencias el aspecto ambiental, la inclusión, la diversidad y la equidad de género. La verdad, no había nada previo en dichas materias.

Por ende, el área de Sostenibilidad de la Corporación debió enfocarse en una compleja misión: no sólo en convertir a Santiago 2023 en el primer evento deportivo sostenible de nuestra historia de acuerdo a cánones internacionales, sino dejar instalado un estándar de sostenibilidad para todo evento deportivo futuro que se desarrollara en América, asegurando la protección y preservación del valor ecosistémico de los territorios y promoviendo la convivencia armoniosa entre atletas, comunidad y especies naturales.

2. Propuesta

Con el fin de realizar de manera óptima unos Juegos sostenibles, nos propusimos realizar los Panamericanos y Parapanamericanos de Santiago 2023 con los más altos estándares de calidad, involucrando a la comunidad, gestionando de manera responsable y transparente el trabajo en oficina y terreno, y dejando finalmente un legado de transformación social para Chile y su gente. Todo esto basado en lineamientos fundamentales:

- **Inclusión:** eliminar las barreras discriminatorias hacia las personas con discapacidad y generar espacios y oportunidades para todos aquellos que sueñan con hacer o ver deporte de alto rendimiento, de manera accesible, efectiva y exitosa.
- **Equidad de género y diversidades:** Entendiéndose como la reducción de las desigualdades y discriminaciones hacia las mujeres y las diversidades, el trabajo comunicacional contempló la igualdad de género como base del deporte. La exitosa mascota oficial de los Juegos, Fiu, fue elegida como ejemplo de esto y sus siete colores buscaron una identificación con la bandera de la diversidad.

- **Responsabilidad ambiental:** atendiendo a los compromisos urgentes que exigen la lucha contra el cambio climático, la organización de los Juegos buscó no interferieran con el medio ambiente, respetando la flora y fauna de nuestro país.

Para ello, la propuesta de un Legado Sostenible en los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023 se planteó desde cinco grandes dimensiones (1) Legado Social, enfocado en la comunidad, (2) Legado Urbano, centrado en la infraestructura deportiva, habitacional y de transporte, (3) Legado Deportivo, fortaleciendo la capacidad del país en organizar eventos y promover a través de una fuerte campaña comunicacional un estilo de vida activo y saludable; (4) Legado Américas, destinado a transferir conocimiento a futuros eventos multideportivos y (5) Legado Ambiental, con énfasis en la acción climática, la gestión eficiente de recursos y el establecimiento de nuevos estándares para la organización de eventos multideportivos.

Cada dimensión se abordó en el Plan Estratégico de Comunicaciones, con el objetivo de dejar huella de lo trabajado (legado) y respaldo para que en un futuro próximo pudiera replicarse.

3. Ejecución del Programa

La comunicación efectiva fue fundamental para difundir mensajes de sostenibilidad durante un evento deportivo, creando conciencia y fomentando la adopción de prácticas más respetuosas con el medio ambiente. La integración de mensajes sostenibles e inclusivos en la comunicación del evento no solo tuvo el rol de informar, sino también inspirar a participantes y espectadores.

Para ello, la integración de mensajes sostenibles en la comunicación del evento fue una estrategia clave para el Departamento.

Campañas Temáticas:

- Se desarrolló una identidad visual del evento reflejando y promoviendo la sostenibilidad. Logos, carteles y otros elementos gráficos pudieron incorporar colores y símbolos asociados con la protección del medio ambiente, propios de los valores de los Juegos.
- Se creó desde el área del Imagen de los Juegos (BIL) un eslogan destacando los valores sostenibles del evento con el fin de ser fácilmente recordado. Este eslogan logró ser el hilo conductor de las diferentes campañas temáticas.
- Se desarrollaron campañas asociadas a la visibilización de especies nativas que habitan en el lugar donde se realizaron las actividades, para generar conciencia sobre el estado de

conservación de las mismas, principalmente enfocado en los humedales, hábitat de nuestra mascota oficial Fiu, el pájaro siete colores.

- Se resaltaron las fechas importantes sobre el enfoque e igualdad de género y diversidades, interviniendo en los logos oficiales de Santiago 2023 y visibilizando a través de entrevistas, estadísticas y publicaciones.

Comunicados de Prensa y Noticias:

- Se incluyó permanentemente información sobre las iniciativas sostenibles del evento en comunicados de prensa y noticias para el sitio web.
- Se realizaron entrevistas con líderes ambientales, autoridades del Estado, organizadores y atletas comprometidos con la sostenibilidad para enfatizar la importancia de la causa.

Materiales promocionales sostenibles:

- Merchandising eco amigable: se contempló merchandising promocional eco amigable, como camisetas de algodón orgánico, botellas reutilizables y bolsas reciclables.
- Publicidad responsable: se utilizaron materiales promocionales eco amigables, siguiendo prácticas de impresión sostenibles, como tintas ecológicas y papel reciclado.

Publicidad en medios de comunicación:

- Se crearon anuncios publicitarios que destacaran las prácticas sostenibles del evento. Estas campañas se transmitieron en medios masivos como la televisión, radio (a través de nuestros media partners) y plataformas en línea, llegando a una audiencia amplia y masiva.
- Se buscaron patrocinadores que compartieran valores de sostenibilidad y que estuvieron dispuestos a respaldar mensajes conscientes a través de sus propias campañas publicitarias, generando colaboraciones en redes sociales, publicaciones educativas y campañas promocionales que fueron claves en la estrategia comunicacional tanto interna como externa de los Juegos. Ej: Colbún, Virutex, Copec vía Voltex, Cachantún, Amsa, Concha y Toro, todos con campañas específicas de sostenibilidad que fueron organizadas, comunicadas y cubiertas por nuestra área de Comunicaciones.

A mayor especificación:

- Virutex entregó insumos con contenido reciclado en hasta un 100% para los procesos de aseo y limpieza de los juegos, y adicionalmente recibieron la mayor cantidad de plásticos blandos que se pudieron recopilar en tiempos de juego,

extendiendo la vida útil de estos materiales y transformándolos en nuevos productos a través del reciclaje.

- Casillero del Diablo se comprometió con la reforestación de 2.000 árboles nativos, realizando recolección de semillas, germinación, y monitoreo de crecimiento y cuidado de las especies vegetales, previos a su reforestación, logrando plantar el primer bosque Parapanamericano en la historia de los juegos.
- AMSA plantó más de 150 especies de árboles nativos en la Villa Panamericana que quedaron como aporte en un Parque que, tras servir de alojamiento a los deportistas, pasó a ser vivienda social en la comuna de Cerrillos.

Interacción en Redes Sociales:

- Desde el área digital desarrollamos contenido interactivo en redes sociales educando y motivando a la audiencia. Encuestas, cuestionarios y desafíos fueron algunas de las formas efectivas de involucrar a la comunidad en temas de sostenibilidad y medio ambiente.
- Hubo publicaciones semanales de hitos y efemérides a través de diseños y videos, sobre el cuidado del medio ambiente, logros sostenibles y educación en el vocabulario y glosario ligado con el medio ambiente.
- Se implementó una sección de publicaciones con enfoque de género, destacando atletas, voluntarias y trabajadoras, así como también cifras de participación e igualdad de género en las diferentes dimensiones del deporte.

Pantallas y señalización sostenible:

- Se utilizaron pantallas LED de bajo consumo energético para transmitir mensajes sostenibles durante el evento. Estas pantallas pudieron mostrar información sobre prácticas ecoamigables y resaltar logros ambientales.
- Se implementó señalización informativa en lugares estratégicos, como puntos de reciclaje y áreas verdes, para recordar a los participantes y espectadores la importancia de actuar de manera sostenible.

Narrativa de Impacto Ambiental:

- Compartimos en las redes historias inspiradoras relacionadas con la sostenibilidad del evento. Esto incluyó testimonios de participantes, casos de éxito en la implementación de prácticas sostenibles y proyectos de legado ambiental.

- Terminados los Juegos se publicaron informes de impacto ambiental que resumieron los logros y las consecuencias positivas del evento en términos de sostenibilidad.
- Se consiguió, en uno de los actos comunicaciones más resonantes de los Juegos, que todos los deportistas viajaran a la ceremonia inaugural en Metro, llegando desde la Villa en Cerrillos al estadio Nacional todos juntos y en apenas 15 minutos y liberando los problemas de tiempo, contaminación y gasto de combustible que habría implicado mover a más de 5 mil personas en un viaje en bus que normalmente dura más de una hora.
- También se realizó, por primera vez en la historia de los Juegos, un cambio en los diplomas. Normalmente recibidos en papel por los ocho primeros lugares de cada prueba, esta vez se avanzó a “diplomas virtuales”, realizado en modo NFT (non fungible tokens), evitando el gasto brutal en papel y agregando audio con fines de accesibilidad para deportistas no videntes.
- Terminados los Juegos, todo el material usado en el branding de los Juegos fue reciclado pasando a ser material para la construcción de casas y caniles o la base de bolsos, mochilas y ropa deportiva.

Participación de Celebrities e Influencers:

- Se obtuvo el respaldo de celebrities y personas influyentes comprometidas con la sostenibilidad. Su participación permitió amplificar los mensajes sostenibles y llegar a un público más amplio.
- Se establecieron colaboraciones con embajadores ambientales que abogaran por prácticas sostenibles en eventos deportivos.
- Al inicio de cada competencia se desarrollaron mensajes ambientales haciendo uso de la locución de los recintos. Por ejemplo, llamados al público a participar en el reciclaje de los residuos y cuidar la biodiversidad.

4. Resultados

Como resultado delo anterior, Santiago 2023 se convirtió en el primer evento deportivo en la historia de Chile en ser calificado como carbono neutral (143,347 toneladas de CO2 neutralizadas mediante bonos de carbono) y en recibir no solo el sello de Cuantificación, sino también el de Neutralización por parte del Ministerio del Medio Ambiente de Chile.

Este logro posicionó a nuestra corporación como una entidad plenamente responsable y comprometida con la mitigación del impacto ambiental, demostrando que es posible realizar

eventos deportivos de manera consciente y respetuosa con el medio ambiente. Desde lo específico (uso de catamaranes eléctricos en las competencias acuáticas, reutilización del agua en Quillota para las canchas de salto ecuestre) hasta lo más general, como el hecho de que Colbún nos otorgara certificados I-REC, confirmando que el 100% de la energía utilizada en nuestras operaciones, tanto durante el evento como en nuestras oficinas corporativas, provino de fuentes de energías renovables.

Finalmente, la creación de la sección de Legado en el sitio web oficial de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023, permitió cerrar el ciclo comunicacional con el fin de almacenar y brindar toda la información, accesible y universal, de lo creado y logrado en los Juegos.