

Para publicación inmediata

17 de noviembre de 2025

EL FUTURO DE ÍCARO: UNA CAMPAÑA NACIDA EN MIAMI QUE ADVIERTE A LOS LÍDERES DE LA COP30 QUE EL FUTURO DE NUESTROS HIJOS ESTÁ EN JUEGO, ACABA DE GANAR SIETE PREMIOS LUUM



Para consultas de los medios de comunicación

Contacto: Jocelyn Mahone

Gerente de Comunicaciones

JMahone@cleoinstitute.org

MIAMI, FL —*Our Present, Icarus' Future*- replantea el retraso en la acción climática centrándose en los padres, los niños y las historias humanas, utilizando una instalación visceral, una petición global y un concurso de arte para traducir los sentimientos en presión cívica antes de la COP30. Porque las decisiones políticas que se tomen hoy determinarán las oportunidades de vida de los niños nacidos este año.

Nacida en Miami Beach, una ciudad vulnerable al clima, y ampliada en la Semana del Clima de Nueva York, ***Our Present, Icarus' Future***- utiliza una narrativa inmersiva para revelar cómo el aumento del calor, la subida del nivel del mar, la contaminación y las condiciones meteorológicas extremas afectan a la vida de un niño, con el fin de exigir recortes de emisiones obligatorios, el fin de las subvenciones a los combustibles fósiles y límites al cabildeo de la industria.

Al conectar la historia mitológica de Ícaro con la crisis climática actual, la campaña no solo está creando conciencia, sino que también está movilizando el apoyo público para presionar a los líderes mundiales a que actúen con decisión. Hasta la fecha, ha involucrado a unos 38,2 millones de personas en plataformas digitales y medios de comunicación tradicionales, ha recibido decenas de miles de peticiones y acaba de ganar **siete premios LUUM (2 de oro y 5 de plata)**, reconocidos en las categorías de Causas, Derechos Humanos y Salud.

La campaña cuenta con el apoyo de Zubi, una agencia creativa especializada en trabajos con repercusión cultural y orientados al impacto, y de la Fundación VoLo, una organización filantrópica familiar que impulsa soluciones climáticas basadas en evidencias y la educación de la comunidad.

"Ganar en LUUM confirma algo en lo que ya creíamos: el arte puede conmover a las personas... y las personas pueden cambiar las políticas" afirmó **Yoca Arditi-Rocha, directora ejecutiva del Instituto CLEO.** *"Hoy, mientras los negociadores se reúnen en Brasil, pedimos a los líderes que tomen decisiones difíciles: reducir las emisiones que calientan el planeta, poner fin a las subvenciones de los contribuyentes a la contaminación por combustibles fósiles y mantener a los grupos de presión de la industria fuera de las negociaciones mundiales sobre el clima. Líderes mundiales: ustedes son los guardianes del futuro, no sus subastadores. En la COP30, elijan a los niños antes que los beneficios empresariales. Cada latido importa".*

"CLEO ha utilizado magistralmente el mito de Ícaro como una metáfora oportuna para la crisis climática. Al igual que las alas de Ícaro se derretieron cuando voló demasiado cerca del sol, nuestro planeta corre el riesgo de sufrir un destino similar si ignoramos las advertencias de los científicos. Ícaro, como niño, simboliza a la próxima generación que heredará el mundo moldeado por las decisiones de hoy", afirmó **Thais Lopez Vogel, cofundadora y fideicomisaria de la Fundación VoLo.**

"Creo que, como seres humanos, nos hemos vuelto indiferentes a los mensajes. Todos los días nos bombardean con información, estamos atados a múltiples pantallas y ya no nos tomamos el tiempo para escuchar realmente. Nos hemos vuelto inmunes. Para romper ese ruido, tenemos que ser disruptivos e inesperados. Nuestro enfoque fue utilizar una 'voz' que

no hablara con palabras, sino cuya vida transmitiera el mensaje. Un mensajero silencioso, un bebé, la vida misma, que hizo que la gente se detuviera y finalmente escuchara" dijo
Iván Calle, vicepresidente y director creativo ejecutivo de Zubi.

Exigencias políticas en la COP30

- Reducciones de emisiones rápidas y exigibles y una vía acelerada para eliminar los combustibles fósiles.
- El fin de los subsidios a los combustibles fósiles y la financiación pública que incentiva la contaminación que calienta el planeta.
- Salvaguardias que limiten la influencia de los intereses especiales y eviten que el lobby de la industria fósil influya en las negociaciones climáticas de la ONU.

Más información en: Act4Icarus.org

Por qué es importante esta campaña ahora?

La financiación pública sigue alimentando el problema: los combustibles fósiles reciben aproximadamente 1,5 billones de dólares al año en subvenciones directas y, si se incluyen los costos indirectos, como los daños a la salud y al clima, el apoyo asciende a unos 7 billones de dólares al año. Además, informes recientes de la semana pasada muestran una fuerte presencia actual del lobby de los combustibles fósiles en la COP30, lo que supone una doble barrera política y financiera para estas negociaciones y la razón por la que esta campaña es tan importante ahora.

Ciudades y regiones como Miami ya se enfrentan a un aumento de los costos y a un riesgo de desastres cada vez mayor: precios de los seguros de vivienda, presión sobre las infraestructuras, desplazamientos y efectos desproporcionados en las comunidades más expuestas. Con la ausencia de Estados Unidos en este escenario global, el mundo tiene los ojos puestos en la COP30. Las decisiones políticas que se tomen este mes de noviembre determinarán si las naciones aceleran una transición equitativa o si causan un daño aún mayor a las generaciones futuras. Ahora es el momento. Después será demasiado tarde.

Oportunidades para los medios de comunicación

CLEO puede ofrecer entrevistas ante las cámaras y una historia centrada en las madres en la COP30, [material de campaña](#), [vídeo oficial](#), peticiones y datos sobre concursos.

Para solicitar entrevistas o material para los medios de comunicación, póngase en contacto con jmahone@cleoinstitute.org

#####

Acerca del Instituto CLEO

El Instituto CLEO es una organización sin ánimo de lucro, no partidista y dirigida por mujeres, que convierte la ciencia climática en acción a través de la educación, la abogacía y la participación de la comunidad. Nacida en Florida y reconocida a nivel nacional, CLEO ha educado a más de 62,000 personas en temas de cambio climático, ha recaudado millones para soluciones locales y estatales, y es conocida por sus campañas creativas y galardonadas. CLEO colabora con el gobierno, las empresas, el mundo académico, y líderes comunitarios para combatir la desinformación, movilizar el poder cívico y promover políticas climáticas resilientes.

Acerca de ZUBI

zubiad.com es una agencia de comunicación multicultural fundada por Tere A. Zubizarreta en Miami hace más de 50 años, que ahora forma parte de la red WPP. La agencia es reconocida como pionera en marketing multicultural en los Estados Unidos.

Acerca de la Fundación VoLo

La Fundación VoLo es una fundación privada sin fines de lucro cuya misión es acelerar el cambio y el impacto global mediante el apoyo a soluciones climáticas basadas en la ciencia, la mejora de la educación y la mejora de la salud.

Acerca de los premios LUUM

Los premios LUUM celebran los mejores trabajos creativos con un propósito definido del mundo, y reconocen las campañas que combinan la creatividad con un impacto social y medioambiental medible. La edición de 2025 de LUUM reconoció a agencias, ONG y marcas de los cinco continentes por sus comunicaciones excepcionales que cambian corazones y mentes.