

## **Estrategias para comunicar el Desarrollo Sostenible**

Una de las tareas más arduas del Desarrollo Sostenible consiste en hacer comprender el propio concepto de Desarrollo Sostenible a los diferentes stakeholders. De hecho los británicos que llevan trabajando el tema unos cuantos años, creen que uno de los puntos débiles de su actuación es precisamente el de la comunicación.

Sin duda es importante que llegue a la sociedad una buena explicación de un concepto abstracto, dinámico y poco estable como lo es por definición el Desarrollo Sostenible, sin embargo no podemos pretender que la sociedad en general lo entienda de forma automática.

Una de las características más favorables al concepto es que los diferentes stakeholders lo aceptan sin ningún tipo de reservas. Se ha convertido en un concepto que por contra de palabras como ecología, medioambiente etc, se asimila y acepta por más capas de población, parte pues de una premisa envidiable: no hay sectores o estamentos que por principio se enfrenten o contrapongan al concepto de desarrollo sostenible, digamos que es aceptado por todos.

En la aceptación del Desarrollo Sostenible participan todo tipo de stakeholders, desde empresarios al mundo rural, desde el entorno asociativo al político, de la universidad a la escuela, todo ello en su más amplio abanico y diversidad social. Es pues una oportunidad como quizás no haya otra para caminar por el buen camino y en nuestra sociedad se están dando pasos como por ejemplo los Grupos de Reflexión Estratégica sobre Desarrollo Sostenible que funcionan en el seno de Eusko Ikaskuntza.

Sin embargo el avance del Desarrollo Sostenible, en cuanto a comportamiento como País, no está siendo tan rápido como algunos quisieran y entonces apelan a la comunicación, “hay que trabajar mejor la comunicación” suele ser su frase preferida. Creo que confunden el papel de la comunicación, la comunicación acerca el concepto a las personas, ése es su papel. El avance del Desarrollo Sostenible se da con acciones concretas y para que estas se den hace falta , además de aceptación, condiciones.

Los profesionales de la comunicación, me refiero a los que damos asistencia y apoyo a las organizaciones que tratan de gestionar el desarrollo sostenible, solemos ser demasiadas veces meros transmisores de quienes deciden lanzar campañas, casi siempre bien intencionadas, sin haber analizado anteriormente la estrategia apropiada. Está comprobado que una buena estrategia hace más fácil la comunicación y el logro de los objetivos propuestos.

Uno de los defectos más generalizados suele consistir en volcar toda la responsabilidad en manos del ciudadano, que acrecentado por ciertos grupos activos en la concienciación medioambiental, y por la otra por la fuerza del sistema económico imperante que con toda su potencia nos invita continuamente a realizar actuaciones poco sostenibles, en muchas ocasiones llega a la “ecofatiga”.

Por tanto bombardear con campañas que apelan continuamente a la conciencia del ciudadano resulta muchas veces descorazonador, pues las encuestas nos demuestran con claridad que una mayor conciencia medioambiental no ha llevado ni a un cambio de actitud ni a un cambio de comportamiento.

Tres son los ejes estratégicos que apuntaría para la comunicación

1. Comunicar lo concreto, logable y medible, para una acción concreta que la ciudadanía lo pueda realizar sin un gran esfuerzo y coste.
2. Segmentar bien la sociedad para dirigir a cada grupo los mensajes que en función de su labor profesional pueden resultarles útiles: responsables urbanísticos, asistentes sociales, mundo de la innovación, el mundo del comercio empresarios etc.
3. Lograr procesos participativos amplios con personas de los más amplios estamentos socioeconómicos para analizar todo tipo de acciones, porque demostrado está que las actuaciones compartidas, aunque costosas son más aceptadas, todo ello con una buena comunicación.

Estas propuestas, que además sería interesante tuvieran un posicionamiento común, funcionan mejor si tenemos una comunidad socialmente estructurada, lo que en un País pequeño como el vasco resulta más fácil. Luego han de venir las condiciones para que se de el avance deseado, y estas dependen además de la comunicación de muchos otros factores.