

iter ~
natura
comunicación

Comunicació per a la sostenibilitat

La comunicació en l'àmbit ambiental: situació actual i exemples

Taller de comunicació ambiental
23 d'octubre de 2012


Marc cronològic



THE BODY SHOP.
GREENPEACE



Font: Surfing the Fourth Wave, John Elkington



Movimiento verde

Moviment verd (1960-1980)

- Els beneficis del **desenvolupament econòmic i industrial** quasi no varen ser qüestionats durant els dos primers tercis del S.XX.
- No fou fins als anys 70, i principalment als 80 quan sorgeixen les primeres **crítiques** contra un model productiu que no tenia en compte l'**impacte ecològic** de la seva acció continuada.
- Es el moment en el que els missatges de les primeres **organitzacions ecologistes** comencen a ser present dins l'esfera pública.



Moviment verd (1960-1980)

- Des de la seva fundació, els moviments socials de defensa del mediambient se n'adonen del **poder dels mitjans de comunicació** i de la seva influència en la percepció ciutadana .
- Organitzacions com **Greenpeace** comencen a posar en marxa estratègies de comunicació i aconsegueixen accedir a l'escena informativa i convertir-se en temes de debat polític i social.
- Una cosa tan senzilla i tan complicada com conèixer el que **desitgen els mitjans de comunicació** els va servir per obrir la porta de les redaccions i aparèixer de cop a les notícies.
- Comença a aparèixer el **periodisme ambiental**.

Movimiento verde

Moviment verd (1960-1980)

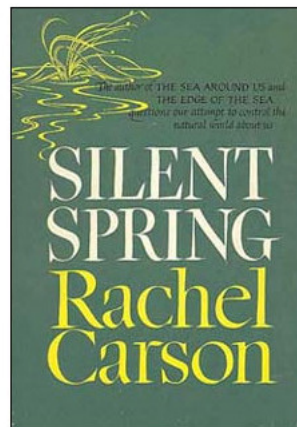


Somos una organización ecologista y pacifista internacional, económica y políticamente independiente



Moviment verd (1960-1980)

- Llibre *Silent Spring* de Rachel Carson (1962)
- Primera celebració del Dia de la Terra el 22 d'abril de 1970
- Accident d'un petrolier al canal de Santa Bàrbara en Califòrnia, que va produir la contaminació de 2.000 km² de litoral





Gestió mediambiental (1980-1990)

- A partir dels anys 80 les qüestions mediambientals apareixen a l'**agenda política i institucional**.
- Llei de Protecció del Medi Ambient Atmosfèric de 1978.
- Al mateix temps, la **comunicació** recorre un itinerari similar i es converteix en una noció bàsica per comprendre el funcionament de les societats contemporànies.
- Comunicació corporativa i medi ambient es troben.



RSE (1990-2005)

La RSE s'entén com la integració voluntària, per part de les empreses, de les preocupacions socials i mediambientals en les seves operacions comercials i relacions amb els seus interlocutors”

Comissió Europea



RSE (1990-2005)

- Dona **resposta** des de l'empresa i inaugura un nou període en la comunicació mediambiental.
- A Espanya apareix fa uns 10 anys però fins fa cinc anys el país no s'ha situat entre en cinc països més avançats de la UE.
- Es tracta d'un concepte que **guia** la comunicació ambiental durant aquest període.





RSE (1990-2005)

- La manera en la que les empreses asumeixen la comunicació mediambiental (campanyes, memòries de RSC) i el **nivell de rigor i compromís** fa que apareguin conceptes com *greenwash*.





RSE (1990-2005)

- Fa una anys **l'excel·lència ecològica** de les empreses era un valor intangible de difícil percepció per part dels consumidors.
- Poc a poc la **preocupació pels temes ambientals** s'han fet palesos a la societat i es demanda cada cop amb més força que les empreses respectin l'entorn en el que desenvolupen la seva activitat.
- La RSE està vinculada estretament al concepte de **desenvolupament sostenible**, entenent aquesta com la via d'assegurar que el creixement econòmic i social satisfaci les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les futures generacions per satisfer les pròpies.

Empresa sostenible



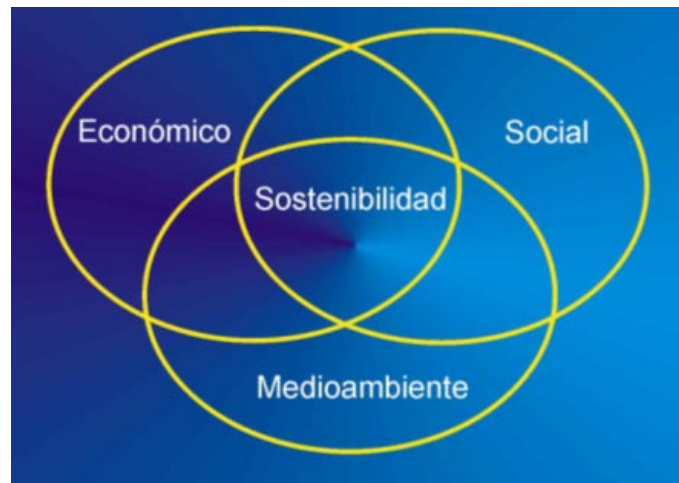
“La Sostenibilitat entra al diccionari”

agost de 2010



Empresa sostenible (Actualitat)

- Hi ha conceptes que reflecteixen el moment en què estem vivint (moment històric).
- Novetat i capacitat d'articular i entendre el món. Si no és sostenible no és vàlid.





Empresa sostenible (Actualitat)

- Es perceben **canvis culturals** entre empresaris, agents socials etc .. sobre els avantatges d'una cultura basada en tenir cura del món natural i garantir que les generacions futures visquin tan bé o millor que l'actual.
- Realitzar canvis culturals que permetin **contribuir a la sostenibilitat** en comptes de socavar-la. Canviar el paradigma consumista al paradigma de la sostenibilitat.
- Els mitjans de comunicació poden tenir un paper determinant en la **reorientació** de les normes culturals promovent la sostenibilitat (benefici per a la societat).



Empresa sostenible (Actualitat)

- Les **crítiques i el descrèdit** al concepte l'acusen de ser: ambigu, instrumentalitzat, mancat de contingut, massivament utilitzat, vacu, inútil, contradictori.
- No ha servit per **articular** models de gestió que servissin per aturar la crisi ecològica.
- **Spam** de la sostenibilitat (mobilitat sostenible, agricultura sostenible)
- **Reacció** de la comunitat científica: serveis als ecosistemes, capital natural ...
reacció de la comunitat científica.

GREEN

Eco-friendly

ethical

sustainable

Natural Products



ORGANIC

Climate Change
Green Hotels

eco baby

GREEN ECO



Mapa de públicos



L'opinió pública avui

- El ciutadà es ara més **crític i responsable**, compromès amb els seus comportaments i més exigent.
- Tenim incorporades **pràctiques mediambientals** que no teníem fa quinze anys enrere (recollida selectiva, moviment slow food etc.)
- **L'opinió pública** te veu pròpia mitjançant xarxes socials (trending topics etc.)
- Comencem a tindre una **generació** que han tingut tota una educació amb valors contraris als del progrés industrialista.
- Països com Japó, amb una tasa anual de creixement d'un 1% els darrers 20 anys, exemple de una nova tendència.

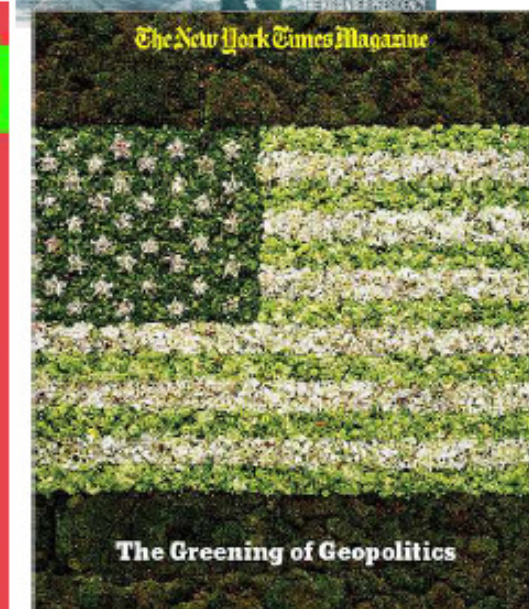
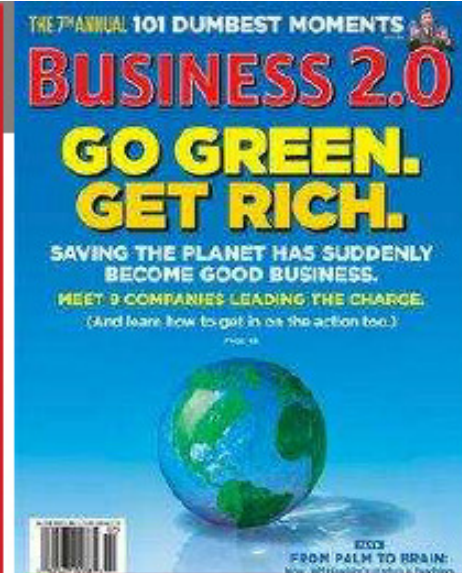
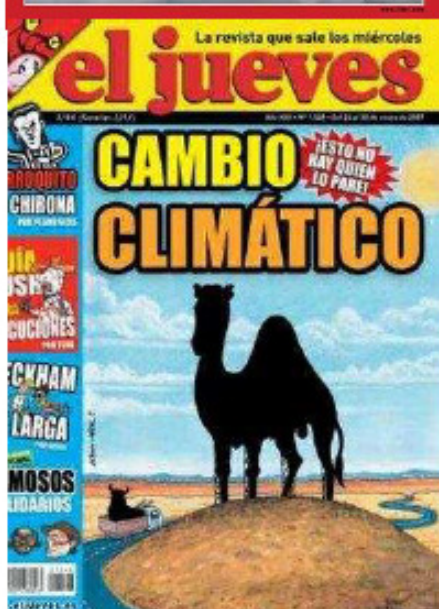
Els mitjans de comunicació

- Els mitjans estan travessant una **crisis important**. Irrupció internet i opinió pública que es manifesta a través de la xarxa.
- Informació, entreteniment i opinió es **barregen** d'una manera molt desordenada.
- Poca **premsa especialitzada**, disminueixen els recursos.
- Paper de les **xarxes socials** en la comunicació mediambiental.





BusinessWeek



Xarxes socials

- Les **xarxes socials** ajuden al activistes mediambientals a combatre el poder i recursos de la premsa tradicional
- **Democratització** del debat i la informació. Es calcula que l'audiència a la xarxa és de més de 625 milions de persones.
- Creació de **comunitats virtuals** i grups amb interessos i ideologies similars que no entenen de religions ni nacionalitats. Una plataforma transversal i alternativa als mitjans convencionals.
- Dubtes pel que fa a **l'objectivitat**. No hi ha aprovació, edició o validació.
- 2 models:
 - Els mitjans **tradicionals** estan més preocupats per cobrir desastres ecològics que destacar les causes econòmiques i socials i les solucions (model tradicional).
 - Busca la integració i l'ajust al context dels problemes ambientals. L'objectiu és el de transformar el consum de la informació a informació per prendre decisions.

Els mitjans de comunicació

- www.350.org

- www.change.org

Peticiones destacadas



Organización Mundial de la Salud (OMS): La transexualidad no es una enfermedad mental

por Carla Antonelli 43.658 FIRMANTES FIRMA



.@BBVA_esp @BBVAresponde Descongelad el dinero de las preferentes para el tratamiento de Eduardo

por Julia Bonilla Vallejo 113.433 FIRMANTES FIRMA

Firmas



Jorge S. de Madrid, MA ha firmado una petición

Els mitjans de comunicació

- Nova sub-especialitat: el **periodisme de sostenibilitat**. Previsible potencial de desenvolupament d'aquest periodisme especialitzat.
- El periodisme de sostenibilitat aborda no només la informació ambiental, també d'altres àmbits (econòmic, social, polític, personal, cultural, etc.)
- El **canvi climàtic** és un dels conceptes amb més presència als mitjans de comunicació però les amenaces ecològiques i els desequilibris ambientals són molts més i, en canvi, aquest concepte de vegades eclipsa d'altres qüestions.

Les empreses i organitzacions

- Les noves **inquietuds i expectatives** dels ciutadans, consumidors, poders públics i inversors en el context de la mundialització i els reptes ambientals.
- Els **criteris ecològics** influeixen cada vegada més en les decisions d'inversió de les persones o les institucions tant en qualitat de consumidors com d'inversors.
- La **preocupació creixent** sobre el deteriorament mediambiental provocat per l'activitat econòmica.
- La necessària **transparència** de les activitats empresarials con a conseqüència dels mitjans de comunicació i les modernes tecnologies d'informació i comunicació.
- Necessitat de **comunicar**, no es tracta sols de fer una campanya de Marketing, comunicar a tots els públics objectius de l'empresa i que sigui part del plà estratègic.
- Enllaç: <http://www.mcdonalds.es/empresa/compromisos>

Les empreses i organitzacions

- Les empreses poden assumir **valors** que fins ara estaven depositants en d'altres àmbits socials.
- Comunicar la seva identitat alineada amb els valors socials actuals.
- Important mitjançant la **comunicació** associar la identitat de les empreses a conceptes positius i processos sostenibles. Si no es així segurament l'empresa tindrà molts problemes a futurs.
- El concepte de crisi segurament **ralentitza** el procés però vist l'història serà un tema coyuntural.
- Enllaç <http://www.youtube.com/watch?v=L-rodoQfNZI>

Gràcies! www.iternatura.es