



Nota Conceptual

COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN PERCEPCIONES: DESAFÍOS DE LA AGENDA 2030

Miércoles, 16 de enero

18.00 – 19.30

Palacio de la Audiencia

(Plaza Mayor, 9, 42001 Soria)

De acuerdo con el Eurobarómetro especial de 2017, cuatro de cada diez europeos han oído hablar de los ODS, y uno de cada diez los conoce con cierto grado de profundidad. Se trata de cifras que contrastan con las logradas por los Objetivos del Desarrollo del Milenio: en 2013, a punto de terminar su vigencia, sólo uno de cada 5 europeos había oído hablar de ellos y sólo el 6% podría decir en qué consistían. Estamos por lo tanto ante un escenario de conocimiento de la opinión pública mucho más prometedor.

Sin embargo, con ser un avance considerable, que debe ser tomado en cuenta y estudiado en profundidad, el conocimiento de los ODS supone importantes retos en materia de comunicación. Además de extender su conocimiento y mejorar la sensibilización de la opinión pública, el reto fundamental consiste en incorporar la Agenda 2030 a la agenda pública, esto es, situarla en el contexto de las relaciones sociales, económicas, políticas y culturales como un elemento catalizador hacia el cumplimiento de los ODS.

Se están desarrollando numerosas campañas de información, sensibilización y educación para el desarrollo, pero buena parte de las mismas se quedan en el perímetro de las personas ya sensibilizadas, sin poder superar el punto de inflexión para su adopción por parte del conjunto de la opinión pública. La complejidad, interdependencia, y lejanía de la misma suponen un importante reto, particularmente en el ámbito de la opinión pública local. Sin embargo, y he aquí una paradoja que debe servir de puerta de entrada, cada uno de sus elementos, por separado, sí están en la agenda: la lucha contra la igualdad, la educación, el empleo digno, el cambio climático, la contaminación ambiental, la igualdad entre hombres y mujeres, etc. forman parte de la agenda pública diaria, que los medios de comunicación analizan, y transmiten al conjunto de la población. La Agenda 2030 da forma y proyecta estos temas de políticas públicas hacia la sociedad, haciéndose eco y generando nuevos debates para conformar una ciudadanía críticamente informada.

El papel de los medios de comunicación en este ejercicio es imprescindible, y se enfrenta a sus propias complejidades: la preservación de la libertad de expresión, la garantía de información plural y confiable en la era de las “fake news”, la dicotomía entre la información cortoplacista y los análisis y temas de fondo en un contexto de competencia por la atención del público,



suponen importantes retos a la hora de trasladar los elementos clave de una agenda que es compleja, lejana -aunque íntimamente vinculada a los problemas cotidianos- e interrelacionada.

El ámbito local supone el gran espacio de sensibilización y comunicación: no sólo a través de los medios locales, sino también a través de la generación de alianzas para la construcción de una conciencia ciudadana crítica, libre y democráticamente informada, en la que instituciones, organizaciones y medios trabajen conjuntamente en ampliar el conocimiento y la conciencia sobre la Agenda.

Desde esta aproximación, el reto es establecer una estrategia de comunicación que permita interrelacionar los diferentes asuntos públicos presentes en la agenda local con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, plantear su interrelación y favorecer un conocimiento complejo de realidades complejas sin soluciones fáciles.