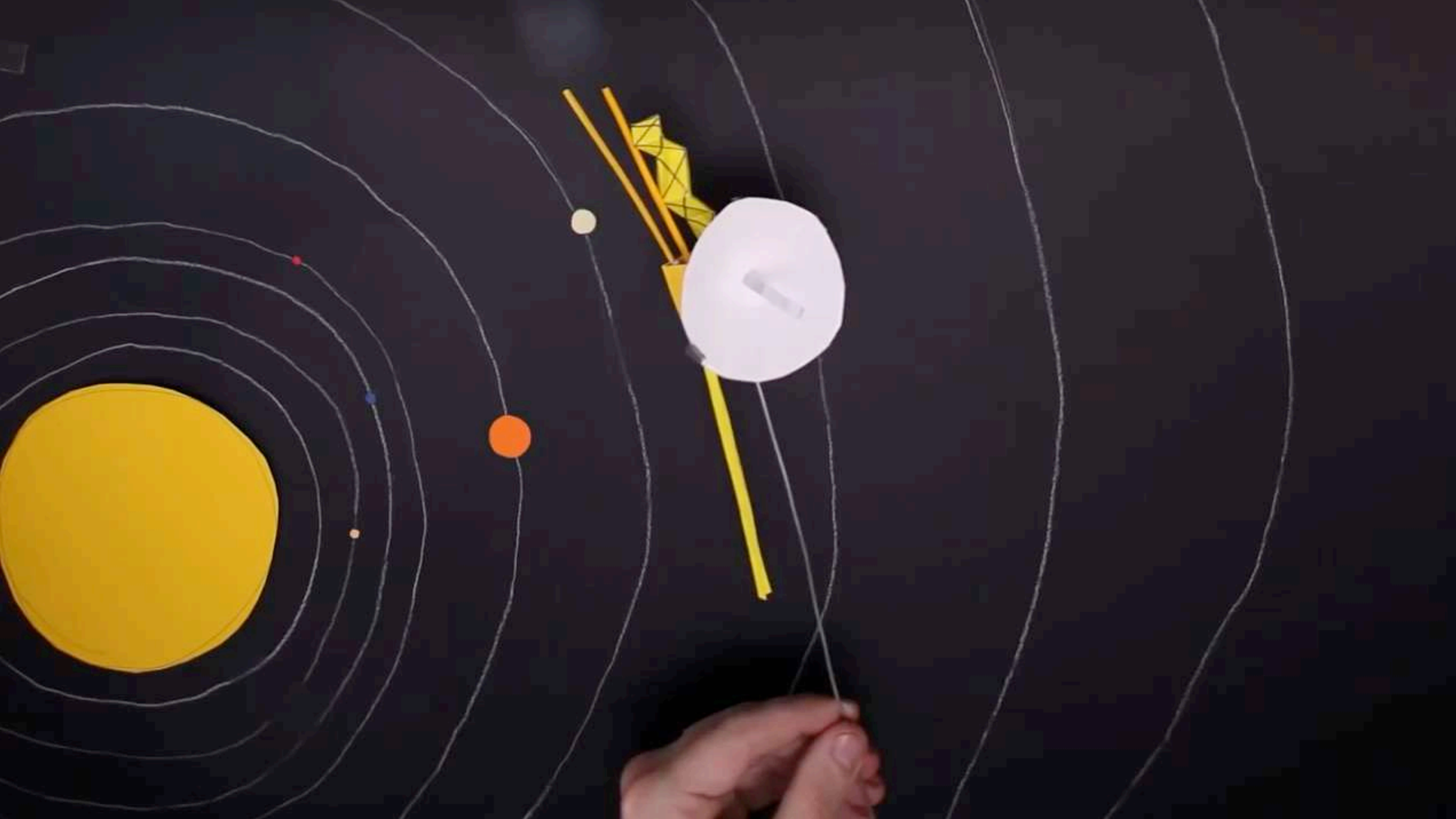
ESTRATEGIA
PARA COMUNICAR LA SOSTENIBILIDAD

ENCUENTRO: TODOS POR LOS ODS

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2022

TONIC LATAM

ESTRATEGIAS RESPONSABLES DE NEGOCIO



SOMOS RADICALMENTE CONSCIENTES DE QUE

SOLO HAY UN PLANETA TIERRA

Y NOS LO ESTAMOS ACABANDO

Y NOS LO ESTAMOS ACABANDO

PARA SALVAR EL PLANETA
SOLO NOS TENEMOS A NOSOTROS MISMOS

No podemos olvidar
que es él y sus condiciones
las que nos permiten vivir y
no al revés.

ENTONCES…

¿CUÁL ES MI ROL EN ESTE DESORDEN?

TRANSFORMACIÓN

TRANSFORMACIÓN

DE PRIORIDADES

TRANSFORMACIÓN

DE PRIORIDADES
DE INTERESES

TRANSFORMACIÓN

DE PRIORIDADES
DE INTERESES
DE SENTIDO DE URGENCIA

TRANSFORMACIÓN

DE PRIORIDADES
DE INTERESES
DE SENTIDO DE URGENCIA
DE CONSCIENCIA

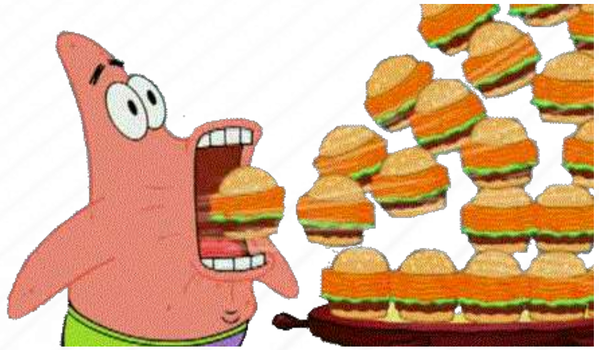
La toma de conciencia sobre la urgencia de transformar las organizaciones y la sociedad debe partir del verdadero convencimiento de que nuestras acciones generan un impacto en nuestro entorno y, en consecuencia, nuestras decisiones deben tomar en cuenta ese impacto desde una perspectiva que no solo se limite a lo económico, sino al bienestar de las personas y del medioambiente.

Y es que pasamos de hablar de los devastadores incendios que tuvieron lugar en Australia, España o el Amazonas….

Y es que pasamos de hablar de los devastadores incendios que tuvieron lugar en Australia, España o el Amazonas….

… a hablar del último récord Guinness comiendo hamburguesas…

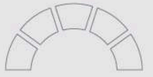
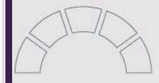
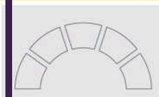
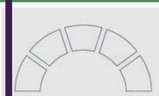
Y es que pasamos de hablar de los devastadores incendios que tuvieron lugar en Australia, España o el Amazonas….



Y NO ES QUE SE TRATE DE HACER DRAMA TODO EL TIEMPO

PERO ESTAMOS A 8 AÑOS DE 2030

2030

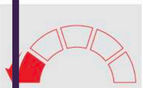
Objetivos y metas	Todo el mundo	África subsahariana	África septentrional y Asia occidental	Asia central y meridional	Asia oriental y sudoriental	América Latina y el Caribe	Países insulares del Pacífico*	Países desarrollados *
Objetivo 1 | Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo								
Erradicar para todas las personas y en todo el mundo la pobreza extrema[1]								
Lograr una amplia cobertura de protección social[2]								
Objetivo 2 | Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible								
Asegurar el acceso de todas las personas a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año								
Para el año 2025, reducir en 40% con respecto a 2012 la cifra de niños menores de 5 años con retraso del crecimiento[3, 4]								
Objetivo 3 | Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades								
Aumentar la cobertura de partos con asistencia de personal sanitario especializado[5]								

Tendenciad (color y flecha, punta de flecha)

- Progreso importante/ bien encaminado
- Progreso mediano, pero se necesita acelerar
- Progreso limitado o inexistente
- Deterioro

Nivel actual

Meta alcanzada o casi alcanzada | Cerca de la meta | Moderada distancia a la meta | Lejos de la meta | Muy lejos de la meta | Datos insuficientes

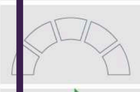
Objetivos y metas	Todo el mundo	África subsahariana	África septentrional y Asia occidental	Asia central y meridional	Asia oriental y sudoriental	América Latina y el Caribe	Países insulares del Pacífico*	Países desarrollados *
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años al menos a 25 por cada 1.000 nacidos vivos[6]								
Terminar con la epidemia de paludismo[7]								
Aumentar la cobertura de la vacuna contra la difteria, el tétanos y la tos ferina en los niños de un año								
Objetivo 4 | Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos								
Asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria								
Objetivo 5 | Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas								
Eliminar el matrimonio infantil[5]								
Asegurar una participación total y oportunidades equitativa de las mujeres en los parlamentos nacionales								
Objetivo 6 | Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos								
Lograr el acceso universal y equitativo al agua potable a un precio asequible para todos[8]								
Lograr el acceso a servicios de saneamiento gestionados de manera segura[8]								

Tendenciad (color y flecha, punta de flecha)

- Progreso importante/ bien encaminado
- Progreso limitado o inexistente
- Progreso mediano, pero se necesita acelerar
- Deterioro

Nivel actual

Meta alcanzada o casi alcanzada | Cerca de la meta | Moderada distancia a la meta | Lejos de la meta | Muy lejos de la meta | Datos insuficientes

Objetivos y metas	Todo el mundo	África subsahariana	África septentrional y Asia occidental	Asia central y meridional	Asia oriental y sudoriental	América Latina y el Caribe	Países insulares del Pacífico*	Países desarrollados *
Objetivo 7 | Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos								
Lograr el acceso universal a la electricidad								
Duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética[6,9]								
Objetivo 8 | Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos								
Mantener el crecimiento económico per cápita[10]								
Lograr el empleo pleno								
Objetivo 9 | Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación								
Aumentar significativamente la contribución de la industria al PIB								
Aumentar significativamente los gastos en investigación y desarrollo científico como porcentaje del PIB								
Aumentar significativamente el acceso a las redes móviles								
Objetivo 10 | Reducir la desigualdad en los países y entre ellos								
Reducir la desigualdad en los países[6,11]								

Tendenciad (color y flecha, punta de flecha)

- Progreso importante/ bien encaminado
- Progreso mediano, pero se necesita acelerar
- Progreso limitado o inexistente
- Deterioro

Nivel actual

Meta alcanzada o casi alcanzada | Cerca de la meta | Moderada distancia a la meta | Lejos de la meta | Muy lejos de la meta | Datos insuficientes

Objetivos y metas	Todo el mundo	África subsahariana	África septentrional y Asia occidental	Asia central y meridional	Asia oriental y sudoriental	América Latina y el Caribe	Países insulares del Pacífico*	Países desarrollados *
Objetivo 11 | Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles								
Reducir la proporción de la población urbana que vive en barrios marginales								
Objetivo 12 | Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles								
Reducir el consumo material nacional por unidad de PIB								
Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles por unidad de PIB								
Objetivo 13 | Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos								
Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero a nivel global[12]								
Objetivo 14 | Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible								
Aumentar la poblaciones de peces que están dentro de niveles biológicamente sostenibles[12]								
Aumentar la cobertura de las zonas protegidas en relación con las áreas clave de biodiversidad marina								
Objetivo 15 | Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sostenieblemente los bosques, lucha contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad								
Asegurar la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres								
Asegurar la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas de montaña								

Tendenciad (color y flecha, punta de flecha)

- Progreso importante/ bien encaminado
- Progreso mediano, pero se necesita acelerar
- Progreso limitado o inexistente
- Deterioro

Nivel actual

Meta alcanzada o casi alcanzada | Cerca de la meta | Moderada distancia a la meta | Lejos de la meta | Muy lejos de la meta | Datos insuficientes

Objetivos y metas	Todo el mundo	África subsahariana	África septentrional y Asia occidental	Asia central y meridional	Asia oriental y sudoriental	América Latina y el Caribe	Países insulares del Pacífico*	Países desarrollados *
De aquí a 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción[13, 14]								
Objetivo 16 | Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas								
Reducir significativamente la tasa de homicidios[15]								
Reducir la proporción de detenidos que no han sido sentenciados[15]								
Aumentar la proporción de países con instituciones nacionales independientes de derechos humanos, en cumplimiento de lo dispuesto por los Principios de París								
Objetivo 17 | Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible								
Garantizar la implementación integral de los desembolsos netos de asistencia oficial para el desarrollo por parte de los países donantes[12]								
Mejorar el acceso a la tecnología al aumentar la utilización de la Internet								
Aumentar la proporción de países que cuentan con un plan nacional de estadística plenamente financiado[16]								

Tendenciad (color y flecha, punta de flecha)

- Progreso importante/ bien encaminado
- Progreso limitado o inexistente
- Progreso mediano, pero se necesita acelerar
- Deterioro

Nivel actual

Meta alcanzada o casi alcanzada | Cerca de la meta | Moderada distancia a la meta | Lejos de la meta | Muy lejos de la meta | Datos insuficientes

POR ESOOO…

DIME QUÉ HAY QUE HACER

LLEVEMOS EL TEMA A LA MESA

“quien tiene el poder tiene la responsabilidad”

En este sentido, los medios de comunicación constituyen un agente moderador social de primer orden y pueden ser utilizados como un instrumento de control importante, capaz de **investigar, proporcionar una visión más crítica y denunciar** acciones inapropiadas, así como **educar, sensibilizar y movilizar** acciones en defensa de los retos de sostenibilidad del país y del mundo.

Peeeero…

¿Comunicamos acerca de la sostenibilidad solo porque está de moda?

¿nos “subimos al tren” porque está de moda, o es que realmente asumimos nuestra responsabilidad como individuos, como organizaciones y como sociedad para hacerle bien al mundo en el que vivimos?

El dilema, por decirlo de un modo, es la motivación que lleva a las empresas a adoptar una estrategia de sostenibilidad: **¿cuál es el nivel de comprensión y, sobre todo, el nivel de compromiso de la organización con la sostenibilidad?**

HABLAR DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Es una tarea que ha de asumirse desde el liderazgo, un liderazgo de liderazgo quien va en cabeza en una actividad y es capaz de arrastrar a un número respetable de seguidores, que le imitan, le tienen por referente y de algún modo confían en él.

Todo el mundo habla de
DESARROLLO SOSTENIBLE,
pero se dice muy poco.

- Existe un debate emergente en torno al desarrollo sostenible, pero carece de profundidad. Predomina el contenido de carácter descriptivo, introductorio, al tiempo que las investigaciones y fuentes más especializadas no alcanzan grandes audiencias.

- Se sigue entendiendo la sostenibilidad en términos estrictamente medioambientales, lo que revela una importante falta de conocimiento sobre el tema.

- Aunque se encuentra algún contenido que realmente no es superficial, éste no conecta con el público. Las pocas fuentes que publican con rigor y criterio no logran una visibilidad mayor que las que no lo hacen.

- Mientras que los medios y entidades más sectoriales permanecen ‘en la sobra’, las figuras públicas importantes no se pronuncian. Los perfiles con grandes audiencias sólo hablan de forma puntual y aislada sobre temas relacionados con el desarrollo sostenible.

- En lugar de usarse como una filosofía de cambio, muchas entidades públicas y privadas se suben al carro de la sostenibilidad porque la ven SOLO como una herramienta para mejorar su imagen.

- Las temáticas que más conversación activan son aquellas que presentan cierto tinte político. En concreto, destacan las noticias e impactos acerca de la Agenda 2030 (el término más politizado en la conversación). Sin embargo, estos debates se encuentran sumamente polarizados políticamente, donde brillan por su ausencia los argumentos, comentarios e iniciativas constructivas.

Hay una tendencia a publicar sobre cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible, arraigada en las variadas demandas sociales y urgencias climáticas de la actualidad.

Es esta tendencia la que empuja a los medios a publicar contenido sobre ello con una homogeneidad en el discurso y en la cobertura que demuestra falta de conocimiento y especialización al respecto. Este dato lleva a pensar que la cobertura de estos temas responde más a la moda que a un convencimiento profundo sobre la necesidad de información y debate al respecto

Al adentrarnos en las temáticas, los resultados muestran, una vez más, que cuanto más especializado, aplicado y preciso es el contenido que publica, menos se comparte.

Según el Estudio: Análisis de la conversación digital y cobertura mediática en torno a ODS y Agenda 2030

Los contenidos centrados en Inversiones Socialmente Responsables (ISR) y Agenda 2030 son los que gozan de una mayor audiencia.

Las publicaciones sobre RSC ocupan el tercer puesto, aunque se aprecia un decrecimiento en torno a la cobertura mediática, lo que demuestra que, aunque esta temática despierta un gran interés, los medios no responden a esta demanda.

La innovación y la transición energética son temáticas transversales, presentes en un gran número de medios, independientemente del tema central del artículo en el que aparecen.

Análisis de la conversación digital y cobertura mediática en torno a ODS y Agenda 2030

Estrategia para comunicar la SOSTENIBILIDAD

1 Querer hacerlo

2 Capacitarse

3

Gestionar el conocimiento y difusión de los temas inherentes al desarrollo sostenible con enfoque educativo, para dar tratamiento a ello, en las parrillas de programación de los medios de comunicación.

4

Filtrar las afirmaciones exageradas y exponer los argumentos de los escépticos en su propio contexto. Si escribes acerca de temas científicos de manera completa y con claridad, los lectores podrán hacerse su propia idea al respecto.

5

No exagerar nunca. Las posibilidades de evitar una crisis y crear un mundo sostenible ya son bastante malas como para que sea necesario exagerar. Cuanto más sobrio, moderado y objetivo sea el texto, más posibilidades tendrá de que le crean.

Pero tampoco indiques que la crisis no es real. Comenta a tus lectores que les espera un futuro de sorpresas y duro trabajo, y que el ajuste a los cambios predecibles y controlables no va a ser cómodo ni fácil.

6

Pon la narración en su contexto. Decirles a los lectores que se está acabando el petróleo es útil: decirles que el cambio climático hará peligroso quemar nuevos recursos lo será mucho más.

7

No alarmes innecesariamente a la gente describiendo las cosas espantosas que podrían sucederle cuando empecemos a actuar en favor de la sostenibilidad.

Los artículos que anuncian que “el final del mundo se aproxima” suelen publicarse con facilidad. Sin embargo, si los reportajes no se basan en hechos sólidos y verificables, los lectores, acostumbrados a leer continuamente malas noticias, se cansarán pronto de ellos y dejarán de creer en lo que dicen los autores; éste es el problema para muchos periodistas que escriben sobre el desarrollo sostenible.

8

Jerga y complejidad científica: la tarea consiste en presentar lo que hayas aprendido acerca de cada tema, en un contexto pertinente para el público y que respete el objetivo con el que se proporcionó la información.

Para ello no es necesario que seamos expertos en una disciplina particular. De hecho, a menudo es mejor no serlo, porque de esta manera enfocaremos el reportaje desde el punto de vista del público y no del especialista.

9

La sencillez no sólo permite escribir un buen texto, sino que facilita su presentación al director del medio. Si tardas más tiempo en presentar un artículo que el que te llevaría leerlo o escucharlo, al director no le parecerá interesante.

A modo de ejercicio, cuenta el número de veces que aparece la palabra ‘sostenible’ en el reportaje que estás preparando. Cuantas más veces lo repita, menos lo habrá explicado y más difícil resultará vender su artículo. Esto es porque el término ‘sostenible’ conlleva un significado que sólo puede entenderse y apreciarse si se describe con amplitud y ejemplos concretos.

10

Atraer al individuo: Un procedimiento que podrías aplicar útilmente consiste en hacer tres preguntas que muchas personas se hacen a sí mismas cuando leen un artículo sobre un nuevo producto o desarrollo:
– ¿Me hará más rico?
– ¿Mejorará mi salud?
– ¿En qué beneficiará a mis hijos?

La respuesta a esas preguntas no sustituye, desde luego, a un buen reportaje que sea pertinente, y las preguntas no pueden hacerse en todos los casos. No obstante, con frecuencia el desarrollo sostenible tiene que ver con los nuevos medios de producción o de hacer cosas.
Cuando escribas sobre ciertos retos de sostenibilidad ten presente estas preguntas que te ayudarán a responder a cuestiones que conciernen principalmente a los habitantes de tu comunidad.

11

Encuentra un nuevo planteamiento: Piensa en un tema que pueda tener alguna relación con el desarrollo sostenible, sin que éste sea su motivo principal. Por ejemplo:

- Puede escribirse acerca del agua desde la perspectiva de las relaciones internacionales, cuando los recursos hídricos son transfronterizos
- Puede hablarse de la energía en relación con el impacto ambiental de los combustibles nucleares o fósiles
- El crecimiento demográfico puede llevarnos a tratar sobre personas que adoptan niños, con lo que no incrementan la población de un planeta ya superpoblado

Todos estos temas pueden ser de utilidad para reporteros locales o periodistas que se ocupan de materias específicas como la diplomacia, la salud o la agricultura. Este enfoque también podría convencer al director de un medio.

Guía para periodistas: Comunicar la sostenibilidad

Otra cosa cool que puedes hacer:

INTEGRAR ACCESIBILIDAD A LOS PORTALES

REFLEXIONES

Descarga la presentación

TONIC® LATAM

ESTRATEGIAS RESPONSABLES DE NEGOCIO

www.tonic.lat

JAROS ROLDÁN

jroldan@tonic.mx • Twitter: **@jaroslane** • LinkedIn: **Jaros Roldán**