

## ¿Cómo contamos la Agenda 2030? Análisis de narrativas utilizadas

### Principales ideas

El pasado miércoles 17 de abril tuvimos la oportunidad de contar con alrededor de 60 representantes del sector público, empresas, sociedad civil, tercer sector, academia y agentes culturales, en la primera sesión de la iniciativa **Narrativas para la Agenda 2030**.

Esta primera sesión, que tuvo una vocación más expositiva, sirvió para realizar un recorrido por las narrativas utilizadas para comunicar la Agenda 2030 desde su implementación a nivel local, regional, nacional, europeo e internacional, cómo abordar esas narrativas en los próximos seis años y el rol de los medios de comunicación para impulsar la Agenda.

A continuación, exponemos las principales ideas que se plantearon en la sesión:

#### Etapas en la comunicación de la Agenda 2030

Han existido diferentes etapas en la comunicación de la Agenda 2030, desde el consenso inicial en su implementación, hasta el escepticismo y la negación que se percibe en algunos casos hoy en día:

- 1) Etapa de consenso: 193 países miembros de la ONU aprueban la Agenda 2030, un titular que funciona muy bien en términos de comunicación. El mensaje principal se centra en el consenso alcanzado por primera vez por prácticamente todos los Gobiernos.
- 2) Etapa de lo (im)posible: Se empieza a cuestionar si es o no posible alcanzar y cumplir esta Agenda. El ámbito científico y académico se esfuerza por explicar en qué consiste esta agenda, junto con las campañas de numerosas organizaciones sociales y de cooperación al desarrollo.
- 3) Etapa de proyecto político: Se refuerza el compromiso institucional con la Agenda a través de acciones como la creación de organismos públicos para el seguimiento de su cumplimiento o su integración como elemento transversal. Se siente que hay una apropiación de la Agenda por parte de un determinado espectro partidista, abriendo una brecha al empezar a asociar los ODS con una agenda política determinada.
- 4) Etapa de negacionismo: Comienzan a surgir algunas corrientes y reacciones de

desprecio y desacreditación, que en términos comunicacionales producen fuertes mensajes de oposición.

5) Etapa de silencio y escepticismo: Situación actual en la que las voces defensoras de la Agenda cada vez son menores. La desinformación, fruto de las corrientes negacionistas, hace que se mencione y asocie la Agenda a contextos ajenos a la misma.

### Contexto actual

- Actualmente, la sociedad española no cuenta con un conocimiento claro de lo que significa y qué implica la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), dando lugar a desinformación y corrientes que se posicionan en contra.
- Existe un compromiso mayoritario de los gobiernos locales con la Agenda 2030, pese a trabajar líneas políticas diferentes, aunque no lo verbalicen o lo visibilicen comunicacionalmente.
- A menudo se produce cierta confusión entre la Agenda 2030 y otras iniciativas europeas como el Pacto Verde, especialmente en el sector primario.
- El escenario actual de conflictos armados contribuye a la apatía y desesperanza, especialmente entre aquellas personas a las que les resulta muy difícil llevar una vida digna. A ello se suma el incremento presupuestario que los gobiernos dedican a armamento y seguridad militar.
- El contexto actual causa un impacto que distrae el foco de los temas de Agenda 2030. Incluso han surgido dudas dentro de la comunidad que trabaja en desarrollo sostenible, cuestionando si es demasiado ambiciosa.
- La falta de juridificación de la Agenda. Los ODS vienen de una resolución de Naciones Unidas que no tiene el mismo valor jurídico que un tratado como el de los derechos humanos. Realmente no hay un acuerdo en términos concretos, hay un objetivo claro pero no un consenso entre Estados para abordar esos objetivos.

## El cuestionamiento de la Agenda 2030

- Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) no estaban tan politizados como lo están los ODS.
- En términos de comunicación, la Agenda 2030 es compleja ya que es difícil de definir; trata de objetivos interdependientes; tiene una ambición que puede cuestionar su viabilidad; integra múltiples perspectivas y conocimientos; y plantea retos que no tienen una solución lineal.
- Hay obstaculización de las políticas de desarrollo sostenible por parte de movimientos populistas, que utilizan la pérdida de la soberanía nacional como argumento y afirman no verse afectados por las transformaciones propuestas en la Agenda 2030.
- Los mensajes que rechazan la Agenda 2030 suelen plantear sociedades divididas en dos grupos enfrentados: una élite corrupta y la mayoría del pueblo que se ve sometido a las decisiones que se tomen en esas élites y espacios opacos. De ahí que la Agenda 2030 sea una diana perfecta para estos populismos, porque fue aprobada en el seno de la ONU.

## El papel de los medios de comunicación

- Los temas relacionados con el desarrollo sostenible han adquirido un especial protagonismo en los medios de comunicación en los últimos años.
- Hay que hacer una aproximación ilustrada y humanista, eludiendo los excesos de idealización. Hay que buscar huir de la inflación moral, que son formas de empobrecer el debate público.
- El trabajo de los medios es seguir informando, aprovechando incluso la desinformación sin perder el foco de las grandes preocupaciones.
- Una clave para sacar la Agenda 2030 del espectro ideológico puede ser la información local, que atrae a la gente porque se trata de decisiones que se están tomando todos los días y les concierne de manera más cercana.

## Otras formas de contar la Agenda 2030

- Crear relatos que hagan creíbles las transformaciones que se desean.

- Anticiparnos y no enfrentarnos a las contra narrativas.
- Combinar los conocimientos científicos y de expertos, haciendo un esfuerzo para aprender a comunicar la complejidad que representa. Tenemos que conquistar los cerebros y también los corazones.
- Es importante hacer uso de ejemplos concretos que muestren los impactos directos que se consiguen en las comunidades.
- Los gobiernos locales tienen el poder de diseñar planes y estrategias potentes que demuestran lo que es realmente la Agenda 2030 y lo que se puede conseguir. Cada vez hay más casos de mejores prácticas locales, alianzas de instituciones locales e internacionales, formaciones, etc.
- Es importante implicar más al ámbito de la cultura en las narrativas sobre la Agenda 2030.
- Existe cierta tensión entre un enfoque que apuesta por abordar la Agenda 2030 desde la simplicidad y otro que no desea renunciar a la complejidad que es intrínseca a esta agenda, y sobre la que también es importante construir mensajes. Existen mensajes sencillos que pueden transmitir de forma rápida y potente lo que hay verdaderamente detrás de la Agenda 2030 (ej: No hay planeta B). Los mensajes negacionistas suelen ganar la partida a la hora de simplificar los mensajes.
- Las buenas prácticas son las que tienen que estar tejiendo los nuevos relatos sobre la Agenda 2030.
- La desinformación no solo responde a la inexactitud, sino que tiene el objetivo de engañar y causar perjuicios. Detrás de la desinformación hay muchas estrategias de acoso y derribo a la Agenda 2030.
- No estamos siendo capaces de dibujar el futuro al que llegaríamos al aplicar la Agenda 2030. Se trata de una agenda que implica un cambio de modelo bastante estructural y, por tanto, tiene una contestación muy fuerte. Se necesitan narrativas con capacidad de permear en la ciudadanía y que escapen de lo 'naive'.