

¿Qué es lo específico en la comunicación sobre temas ambientales? **

Gerd Michelsen*

Un primer relevamiento del problema

Los análisis en el campo de la comunicación ambiental, hoy no pueden dejar de relacionarse con el modelo de la “sustentabilidad” y por eso, los discursos deben estar situados en el contexto de un Desarrollo Sustentable. De ese modo parecen como apropiadas las reflexiones teóricas - sistémicas de Niklas Luhmann, ya que la discusión sobre el modelo de la “sustentabilidad”, es un resultado de la comunicación y entre otras cosas de los problemas ambientales. Niklas Luhmann, ya en 1986, en su publicación *Ökologische Kommunikation* ha sostenido que: “Se pueden morir peces u hombres, el baño en mares y ríos puede producir enfermedades, puede que no haya más petróleo en las bencineras y que la temperatura promedio pueda bajar o subir, pero si esto no es comunicado, no tiene ningún efecto social” (Luhmann 1986: 63). La constante discusión sobre un Desarrollo Sustentable, que desde hace algunos años se lleva adelante, es consecuencia de la continua comunicación de los problemas ambientales. Esta comunicación entre diferentes sistemas sociales (política, derecho, ciencia, economía, etc.) ha mostrado – por último, alimentada por medio de análisis científicos – que los problemas ambientales y sus causas no están desvinculados, considerando tanto su desarrollo económico, como también su desarrollo sociocultural, y el tener a la vista también las estrategias de solución en esta totalidad.

Todas las discusiones sobre Desarrollo Sustentable son insertadas en los modelos culturales de percepción y de acción (v.g. la cuestión de la justicia y de la igualdad y también todo lo considerado que está en relación con estos problemas). La investigación sobre mentalidad y riesgo señala que la percepción de los fenómenos ambientales, como problemas ambientales, depende de los contextos culturales, por consiguiente en esto juegan un importante papel las diferencias culturales y su consideración. Gerhard de Hann entre otros (1999) ha dicho claramente, que al modelo de la sustentabilidad, está unida la idea de un concepto de modernización y creación de la sociedad, que hace necesario un fuerte compromiso de los ciudadanos y ciudadanas. La participación es entendida frecuentemente como un nuevo desafío para la cultura política, con la cual podrían superarse muchas dificultades.

** Traducido del alemán por Mario González G. académico de la Universidad Bolivariana

* Director del Instituto de Comunicación Ambiental de la Universidad de Lüneburg, Alemania

Cuando se comunica algo en temas ambientales y de la sustentabilidad, pasa por muy diversos niveles y por medio de diferentes planteamientos: así por ejemplo Volker Angres muestra siempre, al medio día del domingo en su programa “Planet e” de la T.V. alemana, un ejemplo de una buena práctica, que debe dejar en claro, que también la idea de la sustentabilidad está aplicada concretamente. El *Campus Courier* para hacer un poco de propaganda de mi universidad, ofrece para la comunicación sobre la sustentabilidad, diferentes posibilidades de puertas de entrada con la introducción de un sistema de gestión ambiental en una universidad: sobre el arte, sobre el ahorro de energía o también sobre “personalidades públicas” que se expresan sobre la sustentabilidad. El proyecto “Graslöwen TV” del canal para niños y de la Fundación Federal para el Medioambiente de Alemania, es otro ejemplo de la comunicación sobre medioambiente y sustentabilidad. Ahí pueden ser introducidos sobre todo en temas ambientales y de la sustentabilidad, niños de edad entre los seis hasta diez años, de forma entretenida, cautivadora e informativa. De un modo similar una **asesoría en energía** de una distribuidora eléctrica, sobre el uso eficiente de la energía, es otro ejemplo de la comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad. En este lugar debe ser mencionado también el Programa 21- de la Comisión Nacional Federal (BLK siglas en alemán) “Educación para un Desarrollo Sustentable” que se puede caracterizar también como un proyecto de comunicación.

El Congreso de la Comisión Nacional Federal (BLK) “Aprender y Crear Futuro” realizado en Osnabrück durante el otoño del 2001, dejó la impresión de que todo el mundo habla sólo sobre medioambiente y sustentabilidad. Los muchos ejemplos de buenas prácticas ahí presentados, dan la imagen como si ya se hubiese dado el paso, en dirección al proceso de adaptación de la sustentabilidad. Esta impresión podría incluso todavía fortalecerse, cuando se toma nota, del balance exitoso del Gobierno Federal en la Educación para un Desarrollo Sustentable (BMBF 2001). No obstante es bastante sabido que en realidad la comunicación sobre sustentabilidad todavía no ha alcanzado a amplios círculos de la población. No será debatida aquí la especulación sobre la medida en que esto depende del propio concepto de sustentabilidad, para no volver a escuchar el reiterado argumento de que se debería crear otro concepto menos complejo pero más fuertemente emocional, con lo cual la idea del Desarrollo Sustentable podría tomar mayor vuelo y encontraría mayor resonancia en la opinión pública.

Es también conocido, que la comunicación sobre la sustentabilidad, tiene lugar sobre todo en los círculos de expertos y con lo cual ésta continúa sólo como una discusión de especialistas. Angela Franz-Balsen (2001) ha descrito los escenarios de la comunicación sobre sustentabilidad. Están sobre todo en la ciencia, la educación y la política como también en las universidades, las empresas, las iglesias y las comunas. Este primer relevamiento general del problema, en el cual ya aparecen algunas

características para la comunicación sobre la sustentabilidad, hace surgir la necesidad de comenzar a hacerse algunas preguntas concretas

¡La comunicación sobre la sustentabilidad supone una discusión básica con los problemas no resueltos!

En el último tiempo se ha difundido cada vez más, la idea de que el modelo de la sustentabilidad, será mejor transmitido, cuando éste contenga una buena y exitosa cantidad de ejemplos prácticos y se lo presente lo más posible, como una situación win-win (todos ganan). En ese lugar, no podría ser argumentado nada en contra de los ejemplos de “good practice” (buenas prácticas). Estos podrían ayudar de todas maneras a presentar flexiblemente las posibilidades de éxito de otros esfuerzos y mostrar posibilidades de acción, subrayando en síntesis los progresos ya existentes en la política ambiental para un Desarrollo Sustentable. De ahí que siempre deberían ser más acentuadas, las actividades correspondientes. Pero estas por sí solas no bastan.

Más bien debe seguirse la argumentación de Martin Jänicke, quien ha establecido que actualmente con esto, se ha contribuido a una cierta obligada divulgación del pensamiento positivo de que la educación y la comunicación para el Desarrollo Sustentable no tiene mucho apoyo. Por cierto que el cielo sobre la cuenca del Ruhr ha vuelto a ser azul y ya no hay más riachuelos espumosos, pero estos éxitos, según Jänicke, tienen también algo de autodestructivos. “El paradójico efecto sucede de modo tal, que la lucha contra los problemas ambientales no resueltos y de más largo plazo, pierde el impulso obtenido a través de mejoramientos parciales” (Jänicke 2000: 48). Los problemas de larga duración como temas esenciales del Desarrollo Sustentable tienen más bien un carácter latente y afectan sobre todo poco espectacularmente. Como ejemplos a nombrar están el uso del suelo, el cambio climático o la pérdida de las especies. Lograr una politización desde abajo en estos temas, es muy difícil.

La definición de agenda en este contexto, debe verificarse a través de la percepción científica, sobre todo para algunos campos de problemas no se puede encontrar ninguna simple solución win-win, sino que se debe llevar adelante el establecimiento de prioridades, y las decisiones tienen que ser adoptadas en aquellas en donde no solamente hay ganadores. Estando ubicados desde hace veinte años en el primer plano de los problemas, hoy se trata de encontrar la solución a dichos problemas. Sin embargo en esto existe un cierto peligro: por regla general las soluciones de los problemas, son tematizadas según la óptica económica. Los problemas reales pierden su importancia y son dados por supuestamente conocidos. Frecuentemente entonces ocurre, sobre todo con la gente joven, que no entiende mucho sobre las soluciones de los problemas, ya que ellos no conocen, muchas veces, los problemas que hay detrás. Es necesario, que el Desarrollo No-sustentable también sea puesto en el horizonte de la percepción y lo que representa como amenazas y perjuicios para el hombre y el

medioambiente, sin que por esto deban ser pintados escenarios catastróficos. De acuerdo a esto no debería usarse la fórmula del “posible esclarecimiento brutal”, que ya ha sido muy utilizada. No obstante: una nueva política del Desarrollo Sustentable necesita una determinada escenificación. “Una presentación despiadada de los problemas no resueltos, no la podemos evitar. Sin este paso decidido, permanece sin efecto la popularidad del modelo del Desarrollo Sustentable” (Jänicke 2000: 49).

Esto último, está en relación con las reflexiones del Consejo Científico del Gobierno Federal para Cambios Ambientales Globales (WBGU 1996), el que ha desarrollado un instrumental analítico científico, el principio del síndrome, con el cual es posible poner de relieve los problemas y sobre todo las causas de un Desarrollo No-sustentable.

Un adecuado entendimiento de los peligros supone un tipo de comprensión diferente al hasta ahora conocido. Generalmente son comunicados los cambios anuales de las cargas ambientales, pero no la acumulación de las cargas, que son particularmente importantes para la discusión de la sustentabilidad. Frecuentemente la carga anual se reduce como consecuencia de medidas políticas, pero la curva de las cargas acumuladas sube lentamente. Además continúa subiendo la curva de los perjuicios acumulados. Aquí sería bueno añadir como ejemplo, que en realidad el uso del suelo está retrocediendo anualmente, pero el uso acumulado del suelo sigue subiendo. Una consideración de corto plazo provoca descuido, mientras que una consideración de largo plazo posibilita una clara visión del problema. Por lo tanto, en la discusión de los temas ambientales y de la sustentabilidad es un desafío transmitir públicamente los problemas de largo plazo para un Desarrollo Sustentable o No-sustentable. La introducción del impuesto ecológico o el aumento del impuesto a la bencina, como una posible solución al problema, sin una explicación de los problemas y razones que están detrás, puede tropezar con la incompreensión de la población y provocar protesta, una comunicación sobre los problemas de largo plazo que están unidos, por ejemplo con el uso de las energías no renovables y su combustión, posibilita más bien por el contrario, un mejor entendimiento de las medidas tomadas.

Al lado de estos argumentos más bien objetivos y racionales, la dimensión de las emociones representa también, un importante factor para el proceso de la comunicación. Las personas sólo toman las informaciones seriamente y reaccionan con un comportamiento adecuado, cuando ellas son abordadas como personas, con sus deseos, necesidades y sentimientos. En el fondo de esto, se esconde la tesis de Lantermann y otros, de que “no obstante, un gran proyecto social como el de la sustentabilidad, (...) sin la motivante y orientadora fuerza de la acción de los sentimientos no (puede) ser exitoso” (Döring-Seipel / Lantermann 2000: 27).

La comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad intenta con esto, traducir en la percepción humana, los posibles efectos y las consecuencias asociadas. Su éxito depende de que

sea posible transmitir efectivos conceptos de acción socio-emotivos. Los que guían a una simbolización de sistemas de propiedades y relaciones abstractas, y con esto posibilitan una comprensión racional como emocional de las relaciones centrales del problema. Los cambios climáticos o la muerte de los bosques, pueden ser nombrados como ejemplos de conceptos sociointermediados y estimulantes de emociones. Sobre semejantes constructos socio-emotivos se transforman informaciones ambientales abstractas en objetos concretos de la imaginación del mundo, lo cual también sirve como punto de referencia de los sentimientos. Por el contrario, los conceptos que apuestan a una mezcla de peligro, culpa y apocalipsis, provocan reacción, ya que estos originan al mismo tiempo miedos, desamparo, obstinación y resignación. Deben evitarse en una comunicación sobre medioambiente y sustentabilidad las conformaciones unilaterales del sentimiento, más aún, siempre ella no debe perder de vista la interacción de la percepción, el sentir, la memoria y el pensamiento.

La comunicación sobre temas ambientales y sustentabilidad es más que la pura transmisión de informaciones

Una vuelta al proceso de la comunicación entre emisor y receptor muestra claramente que la comunicación es más que la transmisión de informaciones. Una noticia no tiene sólo un contenido puro y objetivo, sino que ella afirma también algo sobre el transmisor de la noticia, inserto en una determinada relación entre transmisor - receptor y contiene también una declaración sobre esta relación, lo que al receptor le dice esa noticia y cómo debe reaccionar (Schulz von Thun 1981). Con esto, todavía debe ser aclarado que el mensaje objetivo, no sólo ayuda decididamente a una comunicación sobre la sustentabilidad. Esto puede ser una condición necesaria para el proceso de la comunicación, pero no es suficiente. Un argumento, por muy sólido que sea, no debe ser aún aceptado. De modo tal que al lado de la calidad de la noticia misma, el estatus social del emisor juega casi exactamente un rol tan importante. Cuando por ejemplo el "Kaiser Franz Beckenbauer" entra en escena en relación con temas ambientales y de la sustentabilidad, estos problemas alcanzan a los espectadores en todo caso en el estadio de fútbol. Esa imaginación no está muy fuera de lugar, ya que él debe estar apoyando actualmente en Bavaria una actuación correspondiente con relación a una acción del BAUM (Asociación Federal Círculo del Trabajo para la conciencia y la gestión ambiental de Alemania).

A esto se añade la problemática de las diferencias sociales y de la pluralidad de los estilos de vida. Sin entrar en detalles de los principios científicos sociales sobre los estilos o ambientes de vida, y de las consecuencias resultantes del "marketing" de la idea de la sustentabilidad, se puede decir que es poco promisorio buscar un concepto generalizado de comunicación, para el anclaje de la idea de la sustentabilidad. El constructo "estilos de vida" ha puesto la atención, en que se ha conformado una

multiplicidad de estilos de vida, en razón de la creciente individualización, de la diferenciación de las situaciones económicas, de la formación educacional, de los diferentes usos del transporte, etc. En los estilos de vida se unen recursos, modos de comportamiento, orientaciones valóricas como modelos de las conductas en la vida. Como los ha analizado el sociólogo Beck, la conformación de diferentes estilos de vida, es visto como una respuesta a la individualización de la sociedad. Los estilos de vida no son por lo tanto algo así como proyectos de vida emancipatorios, sino que tipos de modelos de vida, que hoy se diferencian particularmente, por medio del tipo de orientación en el consumo (entre otros, Huber 2001; Reusswig 1999).

Cuando la comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad es asociada también con el cambio en los enfoques individuales y las formas de comportamiento, los diferentes estilos de vida tienen un significado particular. Entonces el cambio de los enfoques y las formas de comportamientos es insertado evidentemente en un contexto cultural, así que la pregunta sobre el comportamiento ambiental correcto, es también la pregunta sobre el cambio total de los estilos de vida. La premisa en el sentido de la capacidad de conexión, juega aquí un importante rol respecto a como deben “ajustarse“ en la comunicación sobre sustentabilidad los mensajes difundidos para los diferentes estilos de vida. Para aclarar esto en un ejemplo simple: se trata de la pregunta sobre: ¿cómo se puede hacer, que en algunas ocasiones, un hedonista baje con gusto desde su cabriolet a una mountain bike?

La comunicación sobre sustentabilidad tiene que ver también con la intermediación del saber y de los componentes del saber. Sin embargo, la acentuación del sentido del concepto de la sustentabilidad no es suficiente para movilizar el comportamiento correspondiente en la población. La psicología ambiental demuestra que el contexto decide conjuntamente sobre la adquisición del saber y sobre la relevancia de la acción del saber. El saber debe tener un valor de uso. Por lo tanto, para el entendimiento de la sustentabilidad son relevantes las diferentes formas del saber. El conocimiento objetivo solo no alcanza, debe ser establecido como un sistema de saber, es decir debe estar vinculado a relaciones, funciones, procesos. Pero la capacidad de acción, existe sólo cuando se sabe, como se puede hacer uso de ese saber. El sistema del saber debe estar relacionado con el desarrollo de los valores, con orientaciones éticas en relación con el hombre y la naturaleza, con las experiencias directas, la emocionalidad y la sensualidad. Por un lado se habla en esta relación de objetivos del saber, por el otro de orientaciones del saber. Por una parte es la conexión o la capacidad de resonancia del saber, por otra parte se relaciona con la cuestión, de como poner de acuerdo los cambios de comportamiento con los estilos individuales de vida (Stoltenberg 2000).

El constructivismo como teoría de la percepción y del conocimiento ofrece un modelo posible explicativo de la dificultad de proporcionar a los hombres, nuevas comprensiones y conocimientos. En

la perspectiva constructivista el aprender es un fenómeno persistente y dirigido a sí mismo. Se apoya en los conocimientos naturales, lo que de esto se puede deducir, es que no es aprendido lo que es enseñado, sino que los hombres construyen su propia realidad sobre los fundamentos de las experiencias existentes, que ellos se hacen a sí mismos un concepto de las cosas. Pero no obstante el nuevo saber está obligado a tener que hacer encajar las nuevas experiencias, es decir el nuevo saber debe ser capaz de conexión con las experiencias previamente existentes. Con esto, este principio del valor de las actuales experiencias de vida, hace notorias las diferencias culturales e históricas de puntos de vista (Schüssler / Bauerdieck 1997; Siebert 1999).

Entonces, en esa relación también juega un papel fundamental, el trato con la complejidad y la apertura en la discusión sobre la sustentabilidad. Hay que preguntarse, como pueden ser entonces descifradas las complejas circunstancias, que para el individuo también pueden resultar relevantes en la percepción y análisis de los problemas.

El individuo reduce paso a paso la complejidad, constructivamente, considerando las circunstancias de tal modo que él pueda integrar las nuevas circunstancias en su saber preexistente. Además busca encontrar una medida adecuada entre la complejidad más alta y más baja. Transmitir esto a la acción significa que si queremos disputar críticamente con la realidad, dependemos ante todo de poder reconocer y reflejar la perspectiva de nuestra percepción y la de los otros. Igualmente se relaciona esto con el aspecto de la apertura. No hay ninguna seguridad en el accionar. Esa inseguridad se aumenta en el contexto del Desarrollo Sustentable. Aprender procediendo sustentablemente presupone una conciencia reflexiva del riesgo, así como la capacidad de la ponderación del riesgo y de un juicio precautorio.

La comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad es también una comunicación sobre los riesgos y los peligros

La discusión sobre el tema de la sustentabilidad comprende directa o indirectamente ocuparse de los riesgos, como por ejemplo con los riesgos del cambio climático, del uso de la energía atómica, de la extinción de las especies, del uso de los recursos, del uso del suelo, del daño del ruido. Quien quiere proporcionar un mensaje o informaciones, en primer lugar debe estar bien asesorado, para hacerse una imagen de los modos de percepción de los partícipes en la comunicación. La idea de que las informaciones podrían adaptarse más o menos automáticamente en el saber, opiniones y comportamientos, es refutada mediante diferentes investigaciones (ver entre otros Matthies / Homburg 2001; Huber 2001; de Haan / Kuckartz 1996).

La investigación de los riesgos demuestra que el trato con los riesgos y la estimación de los riesgos, no es necesariamente un campo en el que la racionalidad juegue un rol importante (WBGU 1998; Bayrische Rück 1993). Hay una posibilidad de poder discutir los riesgos, desde el punto de vista de las ciencias de naturaleza y la ingeniería, y definir indicadores o valores límites, pero es algo completamente diferente, el comunicar ese conocimiento y esos valores límites. La comunicación del riesgo se mueve sobre todo en una esfera, entre el entendimiento de las ciencias naturales sobre riesgo y la percepción subjetiva del riesgo. Las evaluaciones del riesgo difieren considerablemente de los expertos o de la ciudadanía o bien para los legos en el tema. Así, con las estadísticas del riesgo, los informados expertos aseguran que hoy la salud de la mayoría de los hombres es perjudicada fuertemente a través de los peligros que ellos mismos se han provocado (p.ej. fumar, alcohol, falta de movimiento o mala alimentación). Por el contrario, para la población vale lo que ella teme mucho más fuertemente, lo no-controlable. Existe una tendencia generalizada de apreciar muy altamente la probabilidad de sucesos extraordinarios, que en el corto plazo, son muy fuertemente retomados como catástrofes por los medios de prensa, (p.ej. la caída de un avión), mientras que por el contrario, los peligros cotidianos son más bien, subvalorados (p.ej. conducir autos). En la evaluación de los riesgos los legos consideran una serie de criterios cualitativos como, la dimensión de las consecuencias, la afección personal, la familiaridad con las fuentes de riesgo o los resultados de la investigación científica sobre los peligros.

Es cierto, que los medios y sus criterios de selección se ven como causantes de miedos y de inseguridades ambientales. En ellos son comunicados los riesgos que están asociados con el daño de la capa de ozono, el cambio climático o el uso de la fuerza atómica. Con esto en el trasfondo, algunos científicos de las comunicaciones han formulado la tesis, de que a través de los medios, en las experiencias intermediadas con las catástrofes, son concebidos los miedos ambientales de la población, como una consecuencia directa de los reportajes periodísticos (de Haan 1996). No obstante, no tiene ningún sentido apelar a la responsabilidad de los periodistas, ya que la percepción del riesgo de los periodistas, es conocida en las investigaciones, y más bien se asemeja a la de la población y no a la de los expertos.

La investigación de los riesgos comparada internacionalmente constata fuertes diferencias en la percepción del riesgo. Es evidente que en la sociedad en la que se vive, es ésta la que determina, cuáles son los riesgos que se perciben y temen. Se habla también de la relatividad cultural de los riesgos, con lo cual esa relatividad cultural se relaciona también con los diferentes grupos de estilos de vida y ambientes dentro de una sociedad, ya que están unidas entre otros aspectos a las diferentes formas de organizaciones sociales y las formas de vida con diferentes interpretaciones, imágenes de la naturaleza y percepciones del peligro. Para esto investigaciones comparadas sobre la percepción del riesgo han recopilado una abundancia de pruebas (Wildavsky 1993). Por consiguiente cuando el

discurso de la percepción del riesgo está impreso culturalmente, con esto no es tan sólo pensado que esa diferencia está entre las distintas naciones y círculos culturales, sino que la percepción está impresa también en cada país, en el ambiente social, en el cual se mueve. Al mismo tiempo esto se relaciona con el significado, que es atribuido a un riesgo.

La confianza juega también un rol en la percepción de los riesgos. Según esto son menos decisivas las declaraciones sobre riesgos ambientales, es bastante más decisiva la confianza que se brinda a la persona o la institución que haga esas declaraciones. Para esto también hay investigaciones: más de los dos tercios de la población alemana confían en las asociaciones ambientales o apuestan por las organizaciones de consumidores. La economía por el contrario es poco creíble y los políticos salen aún peor con su credibilidad. Pero esa confianza en la credibilidad de las fuentes de información no es también para todas las personas igual. Por otra parte la confianza depende, de cómo se ubica políticamente uno mismo. Así, las personas que son más bien conservadoras y piensan jerárquicamente tienen menos miedo de las innovaciones técnicas y sus posibles consecuencias en la salud o el ambiente. Ellas creen en los expertos y especialistas científicos de las grandes tecnologías. En cambio las personas orientadas al bien común aparecen como muy distintas. Ellas ven, a cada innovación técnica, como fundamento de una tendencia que provoca desigualdad social y que daña el medioambiente.

El Consejo Científico del Gobierno Federal para los Cambios Ambientales (WBGU en sus siglas alemanas) se ha ocupado de diferentes aspectos de la comunicación del riesgo, en su informe de 1998 sobre las “Estrategias para superar los riesgos ambientales globales”. En este informe son confirmados los aspectos ya mencionados, con lo cual se subraya la necesaria consideración de los valores y las normas en el respectivo contexto social, así como la credibilidad de las informaciones sobre los riesgos. Con respecto a la descripción de los riesgos, las estrategias informativas y de la credibilidad juegan un importante rol, éstas son seguidas por los diferentes actores de la comunicación del riesgo (causantes, afectados, ONG’s, instancias reguladoras, científicos y medios de comunicación). Además son importantes los criterios como la relevancia y la transparencia en la comunicación, es decir ésta debe ser clara y entendible y no debe provocar dobles interpretaciones o ambigüedades. El WBGU aplica ahí un proceder discursivo en la comunicación del riesgo, “donde no se tema un daño o peligro directo a la salud y al medio ambiente, y no sea necesario actuar con prisa, y en cambio realiza intervenciones cuando estén asociadas en parte a apreciaciones controvertidas o estimaciones” (WBGU 1998: 281).

La comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad abre nuevas posibilidades de participación en la sociedad

En el Preámbulo de la Agenda 21, su tercera parte dice: “Un factor esencial, para una efectiva adaptación de los objetivos, medidas y mecanismos, que en todas las áreas de programas de la Agenda 21 han sido aprobados colectivamente por los gobiernos, es el compromiso y la participación real de todos los grupos sociales. (...) Una condición básica para la obtención de un Desarrollo Sustentable es la completa participación de la opinión pública en la toma de decisiones” (BMU o.J., pág. 217). Este extenso programa va claramente más allá de las formas hasta hoy practicadas en la participación de los ciudadanos afectados. Ya no se trata sólo del derecho a interponer recursos, que bajo ciertas condiciones la comunidad puede hacer uso, sino que se trata de la participación en la toma de decisiones y la definición de los problemas.

En este lugar no deben ser tratadas las posibilidades y las dificultades de las multiplicadas posibilidades de participación (entre otros Walter 2001), mucho más aún, deben ser señaladas algunas consecuencias que están asociadas particularmente, a la aumentada participación en los procesos de comunicación en el contexto de la sustentabilidad. Se parte de que es deseada una mayor participación social y por lo tanto deben ser ofrecidas más posibilidades de participación, entre otras cosas, sobre procesos de comunicación. La comunicación puede estar así establecida, de manera tal, que ella excluya cooperación o sólo prevea la recepción y la aceptación de noticias, por ejemplo como en las estrategias o campañas de marketing. La estructura de comunicación asociada a esto, no puede esperar ninguna participación autónoma y crear tampoco ninguna motivación análoga. Es comprensible que con algo semejante, más bien sobre una única e interpretada estrategia o campaña para la sustentabilidad, no puede ser alcanzada una forma sustentable de comunicación (Reusswig / Lass 2001). Para tomar en serio las ideas de participación, el proceso de la comunicación es mucho más abierto como para construir un discurso público. Jürgen Habermas al respecto ha sostenido lo siguiente: “Los procesos de comunicación pública no dependen, y no sólo en primera instancia, de la difusión de contenidos y opiniones a través de efectivos mecanismos de transmisión. Ciertamente, sólo la circulación amplia de mensajes estimulantes y comprensibles asegura una inclusión suficiente de participantes. Pero para la estructuración de la opinión pública son de mayor importancia las reglas de una conjunta y continua práctica comunicativa. La aprobación de temas y aportes se forma primero, como resultado de una menor o mayor agotadora controversia, en la que pueden ser elaboradas más o menos racionalmente las propuestas, informaciones o argumentos” (Habermas 1992: 438, citado en Reusswig / Lass 2001).

Estos discursos no deben estar obligadamente hechos en el más alto nivel científico, ellos así no pueden posibilitar tampoco una amplia participación, cuando de hecho el objetivo es aumentar la participación, sobre todo cuando en nuestra sociedad las discusiones de expertos también tienen tan poca resonancia (Brand 2001). Se trata mucho más de una razonable cooperación de expertos y legos en las formas mutuas que debe darse a la transmisión y la participación, para que éstas garanticen, que

en ese discurso, estén unidas, las propias necesidades, intereses e ideas de los hombres y puedan ser tomadas seriamente. No se trata de hacer con esta práctica de comunicación, una estandarización cognitiva, sino que se trata mucho más de producir las condiciones colectivas para la diferenciación y la diversidad. Esta debería estar así establecida, de modo tal que agrupe argumentaciones, evaluaciones y ponderaciones de las consecuencias del accionar. Un semejante ir y venir se desarrolla con el paso del tiempo, en forma de una correspondiente argumentación pro y contra, en la que se pueden también entonces desarrollar nuevas cadenas argumentativas y ser vistas las relaciones, que antes no eran claras. Para realizar semejante proceso, hay diferentes procedimientos (Uba 1998; Renn 2001), que sólo pueden ser denominadas como palabras claves y que tienen sus respectivas y específicas fortalezas y debilidades: mesas redondas, mediaciones, instancias de planificación ciudadana, conferencias sobre el futuro.

Aún cuando exista un consenso fundamental, sobre que significa en general la sustentabilidad, permanecen en las ciencias y en la sociedad considerables diferencias con respecto a la operacionalización concreta y a la aplicación del concepto de la sustentabilidad. En general se anda todavía precautoriamente a tientas, cuando se trata de la concreción de la sustentabilidad. Esto no significa que no exista una idea general, pero por lo menos el camino no está todavía claramente delineado. Ocasionalmente la ciencia se tropieza a sí misma, porque se le hace difícil plantearse cuestionamientos en torno a la operacionalización y aplicación del concepto de la sustentabilidad, ya que además ella no está orientada fuertemente a los problemas de la interdisciplinariedad y sin mencionar la transdisciplinariedad. Junto a otros científicos, Karl-Werner Brand se ha ocupado intensamente de esta temática y ha acentuado el acceso inter y transdisciplinario en la investigación de la sustentabilidad (Brand 2000). Prescindiendo de este nivel de problemas: la sustentabilidad es un concepto abierto, en consecuencia para su aplicación es todavía un concepto en desarrollo. El concepto se formula preguntas en un amplio proceso social de búsqueda y aprendizaje y por consiguiente, también tiene el mismo un núcleo discursivo, que es considerado en los procesos de comunicación. A pesar de todo la siguiente problemática es constatable: en gran parte de la población se desea más posibilidades de cooperación, pero verdaderamente sólo hay una muy pequeña parte que toma para sí estas posibilidades, y que hasta ahora se dan. El balance del proceso de Agenda local 21 bajo esa perspectiva es desilusionante

La comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad significa ideas y conceptos para comunicar

Siempre se argumenta que el concepto de la sustentabilidad sería en verdad un concepto absolutamente común en los círculos de expertos, con el cual también se podría trabajar bien, pero que en la mayoría de la población este concepto tiene sólo una baja resonancia (Preisendörfer 1999,

Kuckartz 2000). Esta afirmación es absolutamente justificada. Sin embargo se puede hacer el siguiente cuestionamiento: ¿En suma, qué es lo que debe ser comunicado? ¿Una noción, un concepto o una idea? Cuando se trata de un concepto o una idea, la discusión, sobre la capacidad de resonancia del concepto sustentabilidad, puede ser ante todo de una vez dejada fuera. Comunicar la idea de la sustentabilidad significa que ésta también debe transportarse siempre sobre el empleo de ejemplos o el análisis de problemas concretos. Un abastecimiento energético sustentable no se asienta en la noción “sustentable”, sino que en un concepto, en el cual, entre otras cosas, juegan un importante rol, el uso eficiente de los recursos energéticos, el inteligente uso de las técnicas, el uso de energías renovables o la modificación de las formas de comportamiento. Esos conceptos deben ser capaces de articular un discurso que reciba posiblemente muchos estímulos, ideas y aportes críticos en el proceso concreto de aplicación.

Las siguientes suposiciones son reflexiones obsoletas, si en suma la idea de la sustentabilidad se puede popularizar. Hay varios campos de temas en los cuales esto puede resultar totalmente. La energía es un ejemplo. La agricultura sería otro ejemplo. Si con el transporte resulta, puede ser visto por ahora con un signo de interrogación. Sin embargo aparece importante que hay un serio y creciente intento de comunicar los problemas centrales que están en el camino de un Desarrollo Sustentable. Y con lo cual yo apruebo la propuesta de Martín Jänicke de hacer la pregunta y naturalmente también investigar sobre: ¿Qué pasaría en los próximos veinte años, si seguimos haciendo lo que hasta hoy hacemos? Nos topamos entonces automáticamente con un campo de problemas que solo muy recientemente tenemos a la vista. Y además vemos también que muchos desarrollos en nuestra sociedad están en contra de un Desarrollo Sustentable. Ese ámbito de problemas debe ser difundido, de modo que las experiencias empíricas y cotidianas y las particularidades de los procesos de comunicación que he tratado en el desarrollo de mis argumentos, deberían ser naturalmente consideradas y debatidas. Que estos procesos sean participativos dependerá de la forma como los entendamos.

Para concluir debe ser agregada otra reflexión. La comunicación sobre temas ambientales y de la sustentabilidad sólo va a ser exitosa, cuando ese proceso sea también institucionalizado en una forma apropiada. Las informaciones, los componentes del saber, las ideas o las opciones de la acción no se difunden solas. Para eso se tienen que crear las estructuras de apoyo para que se produzca ese proceso de diseminación. El programa modelo BLK 21 “Educación para un Desarrollo Sustentable” es un ejemplo, otro sería KUKA (en sus siglas en alemán Agencia Kronsberg de Comunicación Ambiental) que es una organización que informa, asesora y capacita a los diferentes actores en el nuevo barrio, orientado al Desarrollo Sustentable, de Hannover-Kronsberg y de esta forma la idea del Desarrollo Urbano Sustentable fue llevada más allá de la región (Michelsen / Danner 2002). Esta organización es un ejemplo apropiado, en el que se puede mostrar, cuan importante puede ser una

institución, cuando se trata de generar confianza en pobladores, artesanos, planificadores y muchos otros grupos en la idea de un Desarrollo Urbano Sustentable, en el marco de un proceso de comunicación amplio y convenido.

Bibliografía

Bayerische Rück (Hrsg.) (1993): Risiko ist ein Konstrukt, München.

Brand, K.-W. (2001): Wollen wir was wir sollen? – Plädoyer für einen dialogisch-partizipativen Diskurs über nachhaltige Entwicklung. In: Fischer, A. / Hahn, G. (Hrsg.): Vom schwierigen Vergnügen einer Kommunikation über die Idee der Nachhaltigkeit. Frankfurt a.M., S. 12 – 34.

Brand, K.-W. (Hg.; 2000): Nachhaltige Entwicklung und Transdisziplinarität. Besonderheiten, Probleme und Erfordernisse der Nachhaltigkeitsforschung. Berlin.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2001): Bericht der Bundesregierung zur Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Bonn.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.) (o.J.): Umweltpolitik. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro - Dokumente - Agenda 21. Bonn.

de Haan, G. (Hrsg.) (1996): Ökologie - Gesundheit - Risiko. Perspektiven ökologischer Kommunikation, Berlin.

de Haan, G. / Harenberg, D. (1999): Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Materialien zur Bildungsplanung und zur Forschungsförderung der BLK, Heft 72, Bonn.

de Haan, G.; Kuckartz, U. (1996): Umweltbewusstsein. Denken und Handeln in Umweltkrisen, Opladen 1996.

Döring-Seipel, E. / Lantermann, E. (2000): High on Emotion. Zur Rolle von Gefühlen in der Umweltkommunikation, in: Politische Ökologie (2000): Nachhaltigkeit öffne dich!, Jg. 17., H. 63 / 64, S. 27 – 28.

Fischer, A. / Hahn, G. (Hrsg.) (2001): Vom schwierigen Vergnügen einer Kommunikation über die Idee der Nachhaltigkeit. Frankfurt a.M.

Franz-Balsen, A. (2001) Der Nachhaltigkeitsdiskurs – Schauplätze, Akteure und Saboteure. In: Fischer, A. / Hahn, G. (Hrsg.): Vom schwierigen Vergnügen einer Kommunikation über die Idee der Nachhaltigkeit. Frankfurt / M., S. 55-82.

Huber, J. (2001): Allgemeine Umweltsoziologie. Wiesbaden.

Jänicke, M. (2000): Die hohen Trauben pflücken. Langfristige Probleme zum Thema machen. In: Politische Ökologie (2000): Nachhaltigkeit öffne dich!, Jg. 17., H. 63 / 64, S. 48 –50.

Kuckartz, U. (2000): Umweltbewusstsein in Deutschland 2000. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin (BMU/UBA).

Luhmann, N. (1986): Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? Opladen.

Matthies, E. / Homburg, A. (2001): Umweltpsychologie, in: Müller-Rommel, F (Hg.; 2001): Sozialwissenschaften. Studium der Umweltwissenschaften. Berlin.

Michelsen, G. / Danner, M. (2002): Die KUKA. Ein neues Instrument der Umweltkommunikation. INFU-Diskussionsbeiträge, 17/02, Lüneburg (im Erscheinen).

Politische Ökologie (2000): Nachhaltigkeit öffne dich!, Jg. 17., H. 63 / 64.

Preisendörfer, P. (1999): Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland. Empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen "Umweltbewusstsein in Deutschland 1991-1998, hrsg. Vom Umweltbundesamt, Opladen.

Renn, O. (2001): Kooperative Verfahren zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung. In: Fischer, A. / Hahn, G. (Hrsg.): Vom schwierigen Vergnügen einer Kommunikation über die Idee der Nachhaltigkeit. Frankfurt / M., S. 122 – 149.

Reusswig, F. (1999): Umweltgerechtes Handeln in verschiedenen Lebensstil-Kontexten. In: Linneweber, V. / Kals E. (Hrsg.): Umweltgerechtes Handeln. Berlin.

Reusswig, F. / Lass, W. (2001): Für eine Politik der differentiellen Kommunikation – Nachhaltige Entwicklung als Problem gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse und -verhältnisse. In: Fischer, A. / Hahn, G. (Hrsg.): Vom schwierigen Vergnügen einer Kommunikation über die Idee der Nachhaltigkeit. Frankfurt / M., S. 150 – 174.

Schulz von Thun, F. (1981): Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen. Reinbek / Hamburg.

Schübler, I.; Bauerdieck, J. (1997): Umweltwahrnehmung und Umweltverhalten aus konstruktivistischer Perspektive. In: Michelsen, G. (Hrsg.): Umweltberatung: Grundlagen und Praxis, Bonn.

Siebert, H. (1999): Pädagogischer Konstruktivismus. Eine Bilanz der Konstruktivismusdiskussion für die Bildungspraxis, Neuwied / Kriftel.

Stoltenberg, U. (2000): "Weißt Du, ..." Integration und Bedeutsamkeit von Umweltwissen für Kinder durch lokale Partizipation. In: Löffler, G. / Möhle, V. / von Reeken, D. / Schwier, V. (Hrsg.):

Sachunterricht - Zwischen Fachbezug und Integration, Bad Heilbrunn, S. 201 –217.

UBA Umweltbundesamt (1998): Jahresbericht 1997, Berlin.

Walter, F. (2001): Die Bürgergesellschaft – eine süße Utopie. In Frankfurter Rundschau, Dokumentation vom 14. Juli 2001, S. 7.

WBGU. Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (1996): Welt im Wandel. Herausforderung für die deutsche Wissenschaft., Jahresgutachten 1996. Berlin.

WBGU. Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (1998): Strategie zur Bewältigung globaler Umweltrisiken, Jahresgutachten 1998, Berlin.

Wildavsky, A. (1993): Vergleichende Untersuchung zur Risikowahrnehmung: Ein Anfang. In: Bayerische Rück (Hrsg.): Risiko ist ein Konstrukt, München.