

COMUNICACIÓN AMBIENTAL: “VUELVE A QUERER A LA NATURALEZA”

Posted on 05/03/2007 by Naider



El Departamento de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio del Gobierno Vasco ha lanzado recientemente una campaña de sensibilización que pivota sobre la idea de una carta enviada por las personas a la Madre Naturaleza y otra que ella nos envía a las personas. La campaña tiene como mensaje central **“vuelve a querer a la Naturaleza”**.

Ha sido, sin duda, una opción de comunicación arriesgada y valiente pues hay personas que les cuesta sintonizar con mensajes que tratan de tocar la fibra emocional. A mi personalmente me ha gustado mucho y creo que hay que apostar en esa dirección. ¿Por qué? Porque creo firmemente que la sostenibilidad ambiental requiere que avancemos hacia un cambio de valores. Para ello, es necesario llegar al corazón de las personas, no sólo a su intelecto. Pero vayamos por partes.

La transición hacia un modelo de economía y sociedad ambientalmente sostenibles es una tarea ingente, de ámbito local y global. A pesar de que la Unión Europea y USA llevan 35 años desarrollando programas ambientales, desde una perspectiva amplia se puede decir que esa transición no ha hecho sino dar sus primeros pasos y que va a durar como mínimo todo el siglo XXI. La sostenibilidad supone una modificación en profundidad del paradigma de cómo la humanidad se relaciona con la biosfera de la que forma parte y ese es un cambio de mucho calado y gran recorrido.

La transición hacia la sostenibilidad ambiental implica que tenemos que repensar y redireccionar la manera en que producimos y usamos la energía; la manera en que nos movemos las personas y transportamos las mercancías; en que producimos nuestros alimentos y diseñamos nuestras ciudades; en que construimos nuestras casas; en que comerciamos bienes y servicios a lo largo y ancho del mundo; en que producimos y usamos los componentes químicos; en que pescamos y explotamos los recursos forestales; en que usamos nuestro litoral; en que gastamos el agua¹ es decir, hay que rediseñar el modelo de producción y consumo que hace mover la civilización tecno-industrial hegemónica global.

¿Por qué? Porque de lo contrario las generaciones que heredarán la Tierra se van a encontrar con un planeta arrasado en sus recursos naturales, con una atmósfera contaminada de GEI, heridos de gravedad muchos de sus ecosistemas y con una diversidad biológica en abierta regresión. En el núcleo íntimo del desarrollo sostenible hay, en consecuencia, un compromiso ético de nuestra generación con las futuras generaciones. Ellos han de heredar una Tierra en la que merezca la pena vivir. Por ello, el principal cambio de todos es un cambio de VALORES. Hemos de ir modificando la manera en que la sociedad se ve a si misma en relación con la biosfera de la que forma parte (la Madre Tierra en multitud de culturas tradicionales), al tiempo que modificamos positivamente nuestro Contrato Social con las futuras generaciones de seres humanos

Para progresar en esa transición hemos de poner en marcha instrumentos económicos, normativos, tecnológicos, científicos, de investigación, educativos... Todos ellos son necesarios y complementarios entre sí. Pero, al final, la fuerza motriz decisiva del cambio es y será la conciencia de la ciudadanía. La noble tarea de preservar la Tierra va a triunfar o fracasar en las mentes y los corazones de las personas. Y para ello es imprescindible llegar a tocar su fibra emocional.

La raíz etimológica griega de emoción se asocia con movimiento. Las emociones son las que nos hacen actuar, son las que nos impulsan a la acción. Para que algo nos haga movernos nos tiene que importar, tenemos que depositar en esa decisión una carga emocional. Por supuesto las normas legales, las señales de mercado, las opciones tecnológicas etc. tienen que ser coherentes y facilitar ese movimiento. Pero el impulso proactivo básico a favor de preservar la naturaleza y el medio ambiente sólo va a surgir y desarrollarse plenamente de personas comprometidas con unos

determinados valores.

La carta a la Madre Naturaleza de la campaña de comunicación ambiental arriba mencionada es una manera de recordar la premisa básica que subyace a toda visión positiva y profunda sobre el medio ambiente: nosotros y la Tierra no estamos separados, ella es nuestra Madre pues es quien literalmente nos da la vida⁷. cada día. El aire que respiramos, el agua que bebemos, el suelo que nos sustenta, los alimentos que nos nutren, las medicinas que nos curan, los paisajes que nos reconfortan, todo eso nos lo da ella cada día.

Esto lo han sabido las culturas tradicionales de la humanidad. Nuestra civilización ha perdido en buena medida ese contacto esencial, pero también es cierto que sigue latiendo en el fondo de muchas personas, sino de todas. Y es muy importante reactivar esa conexión. Hay que favorecer que las personas puedan escuchar "con el oído de su espíritu" que la naturaleza que nos rodea y de la que formamos parte es la que nos da la vida, es la Gran Nutridora. Volver a querer a la Naturaleza es, por ello, un mensaje esencial.

There are no comments yet.