



Comunicar con propósito

Mi nombre es Yolanda Ávila y dirijo la comunicación de GASRENOVABLE.COM, una plataforma informativa que nació con un objetivo claro: contribuir a que la ciudadanía tenga acceso a información rigurosa, contrastada y comprensible sobre transición energética y, más específicamente, los gases renovables, los grandes desconocidos dentro del sector energético.

Cuando se habla de biogás y de biometano se suele hablar de tecnología, de datos, de potencial energético, de objetivos climáticos. Hoy quiero hablar de otra cosa. Quiero hablar de personas, de percepción y de comunicación.

Porque si algo estamos aprendiendo en España es que el principal reto del biogás/biometano no es técnico. Es social. Y cuando el problema es social, no se resuelve solo con datos, sino con más y mejor comunicación, más escucha y más contexto. Eso obliga, como sociedad y como sector económico y profesional, a hacerse preguntas incómodas, pero necesarias.

El sector del biogás ha actuado con una confianza lógica. Confianza en la experiencia acumulada en Europa, confianza en una tecnología madura, confianza en beneficios ambientales ampliamente demostrados. Se asumió que, si funcionaba en otros países, funcionaría aquí. Quizás esa confianza fue un poco ciega.

No se anticipó que el contexto social español es distinto, que el nivel de alfabetización energética es bajo y que existe una desconfianza profunda hacia los proyectos industriales en el territorio. Se ha actuado con desconexión social. Y cuando un sector llega a un territorio con proyectos, antes que, con conversación, el conflicto aparece.

Según un [estudio](#), España ocupa el último lugar (63) en un ranking internacional sobre conexión con la Naturaleza. No es un dato anecdótico. Es una señal.

Y tiene consecuencias directas en cómo percibimos el cambio climático, las energías renovables y la transición energética.

Otro [estudio](#) revela que España tiene preocupación climática, pero una cultura climática incompleta. Es decir, en España hay una ciudadanía que reconoce el problema y entiende bien qué lo causa y qué consecuencias tiene, pero muestra una brecha importante cuando se pregunta por qué soluciones concretas son eficaces.

Voy a utilizar un concepto conocido en el ámbito de la comunicación y las RRPP: la ventana de Overton. Este concepto explica por qué algunas ideas hoy nos parecen impensables y, con el tiempo, pueden acabar siendo normales. Nos recuerda que lo que hoy parece imposible, mañana puede parecer evidente, no porque sea nuevo, sino porque hemos cambiado la forma de mirarlo.

¿Qué ha pasado con el biogás? Desde el punto de vista técnico y político, el sector ha saltado directamente a la fase de “esto es necesario y urgente”.

Para la casi totalidad de la población el biogás era desconocido, no estaba en la conversación pública y, de repente, aparece en su entorno físico. Cuando una tecnología entra en el territorio, antes que, en la ventana social y cultural, la reacción no es racional, es emocional. Y eso, desde la comunicación, es imposible ignorarlo.

A veces hablamos de aceptación social como si fuera algo nuevo. No lo es. Sectores como el tabaco, el alcohol, el petróleo, la industria química, la nuclear o la farmacéutica llevan décadas gestionando licencia social porque saben que cumplir la ley no es suficiente. Hoy lo que está ocurriendo es que una parte de la población está catalogando emocionalmente al biogás dentro de ese mismo grupo de industrias “potencialmente dañinas”.

No porque el biogás o el biometano lo sean (no per se), sino porque no se ha explicado lo suficiente. Negar esta percepción no la elimina. Ignorarla la agrava.

Aquí hay un error colectivo que conviene reconocer. Hemos pensado que la transición energética era solo tecnológica, y no lo es. No se ha preparado a la población para el despliegue masivo de proyectos, para el cambio del paisaje, para la convivencia con nuevas infraestructuras energéticas. Se ha hablado mucho de objetivos climáticos, pero poco de impacto cotidiano.

Sin pedagogía, el cambio se vive como imposición. Sin diálogo, la transición se percibe como amenaza. Y por eso hoy vemos rechazo no solo al biogás, sino a otras renovables. No es un problema de tecnología. Es un problema de cultura y de comunicación.

En mi opinión, hay que convertir en una oportunidad lo que está ocurriendo. **Una oportunidad para hacerlo mejor. La crítica, cuando es constructiva y se gestiona eficazmente, es una de las mejores herramientas de mejora continua.**

Desde aquí animo a empresas, medios de comunicación, centros universitarios/tecnológicos y administración a dar un paso al frente y trabajar en equipo con el objetivo de **facilitar y potenciar a todos los niveles, una cultura energética y climática rigurosa, accesible y útil.**

Porque una sociedad mejor informada es una sociedad más capacitada para tomar decisiones responsables. Salimos todos ganando.

Termino con una frase que hice mía hace ya años, cuando decidí dedicarme a la comunicación. Es de Mario Kaplún:

“Definir qué entendemos por comunicación, es definir en qué tipo de sociedad queremos vivir”