

Las redes sociales más verdes

A través de unos sencillos consejos es posible sacar mucho partido a las redes sociales en favor del medio ambiente

Con los 140 caracteres que se escriben en Twitter se puede ser más ecológico y obtener mejores resultados que mediante otras técnicas de concienciación, más caras, y con menos adeptos. Se ha demostrado que las redes sociales pueden hacer mucho por el medio ambiente: concienciar a los ciudadanos, reclamar acciones a instituciones y empresas, organizar grupos de participación activa, facilitar contactos entre profesionales del sector, publicar y difundir contenidos "verdes", apuntarse a iniciativas para compartir el coche o intercambiar productos u opinar en bancos de ideas. Así, a las siete erres del consumidor ecológico se le suma una octava, la de Redes sociales.

Conocer y exprimir las principales redes sociales

El primer paso para ayudar al medio ambiente a través de las redes sociales es saber utilizarlas con el fin de obtener un gran rendimiento: Facebook y Twitter sirven para mucho más que darle al "me gusta" o hacer un "retuit". Y aunque son las más conocidas, no son las únicas interesantes: Google+, la red social del conocido buscador, Flickr para imágenes, Vimeo para vídeos, etc. El monográfico de EROSKI CONSUMER sobre las redes sociales (disponible en su web en <http://www.consumer.es/redes-sociales>) ofrece más información al respecto.

Crear hashtags y participar

Twitter es una de las redes sociales más dinámicas y con poder de influencia. Para que el medio ambiente esté más

presente, se pueden crear "hashtags", palabras precedidas del signo # para que el resto de "tuiteros" los sigan y puedan participar en ellos. Hashtags como #medioambiente, #reciclaje y #contaminación u otros para promover iniciativas como la Hora del Planeta (#horadelplaneta o #earthour) pueden servir. Si se atrae a la suficiente gente, los temas que se muestran en la página de inicio de todos los "tuiteros" pueden convertirse en una de las "Tendencias" o "Trending Topics", y su efecto de bola de nieve puede despertar el interés de muchas más personas.

Seguir cuentas influyentes y reclamarles acciones

Las redes sociales implican participación y comunicación bidireccional. Los ciudadanos pueden seguir de forma más directa a personalidades públicas, empresas o instituciones influyentes y reclamarles que hagan más a favor del medio ambiente, informarles de una acción que cause impacto ambiental, sugerirles ideas "verdes" para mejorar su organización, etc.

EROSKI CONSUMER tiene su propia cuenta en twitter @ECONSUMERma. Hay incluso redes concretas que recaban firmas para enviárselas a los responsables

de una acción que sus impulsores consideran negativa, como Change o su versión española Actuable.

Unirse a grupos (y crearlos) relacionados con el medio ambiente

Uno de los aspectos más valorados de las redes sociales es su capacidad de organizar grupos de intereses afines. Cada red lo hace de una forma concreta, pero no es complicado buscar o crear grupos relacionados con el medio ambiente, la ecología, el reciclaje, la conservación de la naturaleza o de alguna especie en peligro, las energías renovables, el agua, etc. La unión hace la fuerza, y estos grupos en red pueden informarse mejor, interactuar entre ellos, organizar actividades o eventos para esa comunidad o el resto de la sociedad, formar grupos de presión para defender el medio ambiente, emprender reclamaciones, denuncias, etc. Las ONG ambientales tienen en las redes sociales una oportunidad más de acción.

Contactar con profesionales del sector

Trabajar en empresas ecológicas, generar empleo "verde" o incorporar medidas ecológicas en empresas convencionales es otra forma de mejorar nuestro entorno. Redes sociales como LinkedIn sirven para hacer contactos profesionales, también relacionados con el medio ambiente. Algunos de sus miembros, además de contactar persona a persona, crean grupos relacionados con el medio ambiente, el empleo, la formación, las empresas de sectores verdes como las renovables, la depuración de aguas, la arquitectura bioclimática, etc.

Publicar y difundir contenidos "verdes"

Las redes sociales ayudan a llegar a más personas. Son, por tanto, una buena herramienta para divulgar mensajes de concienciación, informaciones medioambientales, etc. Y las fórmulas para publicar contenidos "verdes" son variadas, desde el muro de Facebook a los blogs, o incluso, para poner en marcha campañas de concienciación. En el tema del reciclaje, dos buenas iniciativas son "Amarillo, verde y azul", de Ecoembes, o "Yo reciclo vidrio ¿y tú?", de Ecovidrio. En el último Congreso Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), se creó un detallado informe para quienes quieran profundizar más en este tipo de iniciativas.

Apuntarse a iniciativas 2.0 medioambientales

Las redes sociales son también de gran utilidad para reducir, reutilizar y reciclar. Varias iniciativas 2.0 así lo demuestran, como las promovidas por empresas y asociaciones de usuarios con el fin de compartir coche y garaje o para intercambiar productos usados, como la red Freecycle.

Opinar en bancos de ideas

En los "bancos de ideas" se publican y comparten ideas para mejorar productos y servicios. El pionero, Global:ideas:bank dio paso a otras muy variadas, algunas de ellas relacionadas con el medio ambiente y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como la estadounidense Socialyell, donde los usuarios opinan y puntúan a las empresas en esta materia. En España, la Fundación EROSKI creó los Focos de los consumidores, donde sus usuarios también propusieron ideas medioambientales, entre otras muchas.

Cómo crear tu propia red social medioambiental

Una red social propia ofrece un mayor control y se adapta a las necesidades concretas. Hay diversas páginas web que lo permiten, como Ning o Socialgo, sin olvidar a los más veteranos sistemas de foros de debate y listas de correo electrónico, como Google Groups o los wikis, con Wikispaces para intercambiar contenidos de manera colectiva y sencilla.

➤ www.consumer.es

