

PRÓLOGO

CONTEXTO DISCURSIVO DE LA COMUNICACIÓN COMO PROBLEMA ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO

JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA
(Universidad Complutense de Madrid)

Cuando fui invitado a escribir un Prólogo a este libro, solicité que se me facilitase su contenido completo, pues yo sólo conservaba las notas personales que me sirvieron para retener en mi memoria la experiencia de las exposiciones orales y los debates habidos en los dos días de jornadas sobre *Medios de Comunicación y Cambio Climático* en que tuve la suerte de participar en la Universidad de Sevilla. Desconocía, por consiguiente, los textos completos que cada autor brindó para integrar esta edición, salvo obviamente el propio texto que yo les ofrecí ilustrando mi exposición oral.

Pues bien, tras la lectura de los textos de *Presentación e Introducción* respectivamente redactados por mi colega y amigo Ramón Reig y por mi antiguo alumno y hoy maestro Rogelio Fernández, disfruté también la lectura de los textos completos de quienes me acompañaron en aquellos debates orales, y que culminaron con la propuesta y aclamación del *Decálogo sobre la comunicación del cambio climático*, encabezando el libro. En consecuencia, si aspiraba a cumplir el compromiso asumido de escribir su Prólogo, habría de enfrentarme a la tarea de contextualizar los capítulos que siguen, cuyo discurso gira en torno a la “Comunicación” como problema ante el Cambio Climático.

Según la tercera acepción del Diccionario de la RAE, en su artículo enmendado para la vigesimotercera edición, *Prólogo* significa: “Primera parte de una obra, en la que se refieren hechos anteriores a los recogidos en ella o reflexiones relacionadas con su tema central”. Las demás acepciones, que cualquiera puede consultar, son más generales y menos precisas. Voy a exponer entonces algunos hechos anteriores a

los recogidos en esta obra, junto con algunas reflexiones relacionadas con su tema central: la Comunicación como problema ante el Cambio Climático.

En estas Jornadas, el texto del *Decálogo sobre la comunicación del cambio climático* y los discursos posteriores, aportados por cada uno de los autores invitados, plantean el mismo problema: cómo evaluar, diseñar y realizar la mejor comunicación posible sobre el riesgo de que se agrave aún más el proceso ya irreversible del calentamiento global del planeta, con todas las consecuencias que de ello se derivan. Y la urgencia de evaluar la comunicación que se hace sobre este riesgo cada vez más grave es también cada vez mayor. En estas jornadas, sin embargo, no han podido ser invitados a reflexionar sobre este problema todo tipo de profesionales concernidos por la actividad de comunicar lo mejor posible los riesgos derivados de este proceso de calentamiento global y las reacciones sistémicas a ser emprendidas, tanto para enriquecer el conocimiento socialmente disponible, como para llevar a la práctica actuaciones susceptibles de mitigar las consecuencias del calentamiento global y su aceleración.

Es comprensible que a lo largo de dos jornadas de trabajo no se le pueda dar la palabra a muchos expertos, y en esta ocasión han sido invitados a compartir su experiencia 18 expertos, los cuales han brindado, la mayoría de ellos, exposiciones por escrito, ricas de contenido y de matices. Es también reseñable que a mayor número de interlocutores, menor extensión y profundidad puede esperarse de sus discursos, salvo si el tiempo de los debates se alarga indefinidamente. Por lo cual el desafío consiste en organizar convenientemente la convocatoria a expertos cuando se quiere centrar un tema complejo, y acortar los tiempos de sus intervenciones a debate. Esto es lo que aspira a ser facilitado por una técnica de reuniones capaz de convocar a gran número de expertos, brindándoles a todos la oportunidad de expresar sus opiniones matizadas, y sin exceder de una jornada de trabajo. La técnica es la conocida como *Phillips 66* y la experiencia de haber aplicado esta técnica reuniendo en una sola jornada a expertos de muy diversa índole concernidos profesionalmente por el problema de la comunicación en torno al Cambio Climático, nos permite exponer ahora en este Prólogo cuáles fueron los discursos de aquellos expertos, en tanto que hechos anteriores a los recogidos en esta obra.

En el marco de la investigación cuyos avances describo en el capítulo 1 tras el texto del *Decálogo sobre la comunicación del cambio climático*, hubo una jornada, celebrada en el mes de septiembre pasado, aplicando la técnica de reuniones Phillips 66 con casi cuarenta expertos que en su actividad profesional habitualmente se ven enfrentados al reto de evaluar y mejorar en lo posible su comunicación en torno al Cambio Climático.

Como es sabido, la técnica del Phillips 66 consiste en reunir a los convocados, tras una primera sesión plenaria en que se explica el procedimiento, y distribuirlos por grupos de seis a nueve integrantes siguiendo criterios pertinentes por especialidades, de forma que puedan sucederse cortas reuniones por grupos, de poco más de seis minutos cada una, en las cuales todos sus miembros realizan rondas de intervenciones cortas, de las que toma nota un portavoz que cada grupo elige. Después de una primera ronda de reuniones por grupos, se celebra una segunda sesión plenaria en que intervienen los portavoces de cada grupo informando sobre las aportaciones que cada grupo hace a la primera cuestión planteada en el protocolo. Con esta mecánica de reuniones por grupos y sesiones plenarias posteriores con intervención de los portavoces, pueden sucederse varias rondas, hasta concluir la jornada con una sesión plenaria de debate. Gracias a las grabaciones de las reuniones por grupo y de las sesiones plenarias, se puede obtener un informe final sobre un tema complejo, mucho más rico de matices y de contenido que con la aplicación de una encuesta, menos costoso en tiempo que con la realización de entrevistas a un número importante de expertos, y habiéndole brindado la oportunidad de expresarse a todos y cada uno de los expertos convocados, en el tiempo de una corta jornada de trabajo que no suele exceder de seis horas incluyendo descansos y catering.

El informe sobre la jornada celebrada en el marco de la investigación anteriormente citada, será publicado próximamente en una revista internacional y en él se da cuenta exhaustiva de cómo ven el complejo tema de la comunicación sobre el Cambio Climático especialistas de muy diversa índole. Aquí, sin embargo, sólo vamos a ofrecerle al lector la imagen caleidoscópica de las apelaciones recíprocas que los participantes del Phillips 66 se cruzaron entre sí durante el debate final en torno a fortalezas y debilidades de la comunicación a propósito del Cambio Climático. Nos servirá de Prólogo, es decir, representará el contexto discursivo de la Comunicación como problema ante el Cambio Climático, que es el tema central de este libro.

Al Phillips 66 celebrado en septiembre pasado, fueron convocados expertos por cuyas categorías profesionales fueron distribuidos en los siguientes grupos:

- El primer grupo estaba integrado por profesores universitarios y de enseñanzas medias con actividad investigadora y docente centrada sobre *Ciencias de la Tierra y el clima*
- El segundo grupo estaba integrado por ingenieros y hombres de empresa con actividad profesional centrada sobre el sector de la *Energía y el Medioambiente*

- El tercer grupo estaba integrado por periodistas y comunicadores con actividad profesional vinculada al dominio de la *Opinión Pública y Cultura de Masas en torno al Medioambiente*
- El cuarto grupo estaba integrado por profesionales y expertos con actividad vinculada al ámbito ciudadano de la *Educación social y medioambiental*
- El quinto grupo estaba integrado por funcionarios y políticos responsables de gestionar actividades de la *Política, la Administración del territorio y la sostenibilidad ambiental*
- El sexto grupo estaba integrado por activistas y militantes de *ONG's y movimientos sociales del Tercer Sector centrados en la defensa del Medioambiente*.

Tras las rondas previas de reuniones por grupos y de sesiones plenarios informando sobre las aportaciones de cada grupo al problema de la Comunicación a propósito del Cambio Climático, el debate de la sesión plenaria final estuvo dedicado a las apelaciones recíprocas que los especialistas de cada grupo le dirigía a los demás grupos, y a las tomas de conciencia con que cada grupo manifestaba sus respectivas debilidades y fortalezas a propósito de la propia comunicación social practicada.

En el Cuadro 1 de la página siguiente aparecen en filas y columnas los nombres de cada uno de los grupos citados de expertos y profesionales, de forma que de izquierda a derecha y de arriba abajo, pueden verse, en primer lugar, las apelaciones que los CIENTÍFICOS se dirigen primero a sí mismos, y luego a los EMPRESARIOS, a los PERIODISTAS Y COMUNICADORES, a los EDUCADORES SOCIALES, a los POLITICOS y finalmente a las ONG's y movimientos sociales verdes. En segundo lugar, las apelaciones que los EMPRESARIOS dirigen a los CIENTÍFICOS, luego a sí mismos, y después a los PERIODISTAS y COMUNICADORES, a los EDUCADORES SOCIALES, a los POLITICOS y finalmente a las ONG's. Etc.

Invito al lector a que reflexione al hilo de la lectura de las casillas de este cuadro, cuyo comentario pormenorizado prefiero ahorrárselo, pero no obstante cabe resaltar cómo todos los grupos realizan auto-apelaciones a su práctica comunicativa, y cómo también todos los grupos dirigen apelaciones a los PERIODISTAS Y COMUNICADORES, siendo a continuación los CIENTÍFICOS quienes reciben apelaciones también de todos los demás grupos a excepción del grupo de las ONG's y Movimientos verdes. Los EDUCADORES SOCIALES, por su parte, reciben apelaciones sólo de PERIODISTAS y de POLÍTICOS, mientras que los POLÍTICOS las reciben sólo de los CIENTÍFICOS y de los PERIODISTAS. Finalmente, a las ONG's y Movimientos verdes sólo le dirigen apelaciones los PERIODISTAS; y a los EMPRESARIOS, curiosa-

CUADRO 1: CONTRORSIAS ENTRE LOS AGENTES SOCIALES SOBRE LA COMUNICACIÓN A PROPÓSITO DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y DEL MEDIOAMBIENTE (Resultados de la aplicación del PHILLIPS 66 EN EL I.E.S. PUERTA BONITA. Investigación grupo MDCS. Sesión Final)						
Critica de...	→ Científicos	→ Empresarios	→ Periodistas y comunicadores	→ Educadores	→ Políticos	→ ONG's y Mov. Soc.
CIENTÍFICOS (De la tierra y Clima)	<ul style="list-style-type: none"> - No sabemos comunicar a sociedad - Debemos reforzar los gabinetes de prensa de Univ. y Organismos de investigación 		<ul style="list-style-type: none"> - Sensacionalismo: controversia donde hay consenso científico, mostrar como opinable si hay o no CC, etc. - Discontinuidad en el mensaje: inconsistencia y focalización exclusiva en lo noticioso - Ignorancia o desvaloración de la ciencia 		<ul style="list-style-type: none"> - Abstención o Inacción - Derivación de la responsabilidad y de las soluciones 	
EMPRESARIOS (energía y medio ambiente)	<ul style="list-style-type: none"> - Incertidumbre del mensaje científico 	<ul style="list-style-type: none"> - hemos utilizado la incertidumbre de mensajes científicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Los medios no procuran formación - Desconocimiento - Escasa rigurosidad en los teledifusivos <i>prime time</i> - Información basada en el miedo y la alarma - Deben especializarse los profesionales y crearse nuevos productos divulgativos 			
PERIODISTAS Y COMUNICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de mensajes categóricos sobre evidencias científicas - Necesidad de una organización científica nacional que ofrezca mensajes inequívocos con validez general 		<ul style="list-style-type: none"> - No somos responsables de las incertidumbre o la rotundidad de las informaciones científicas - Privilegiamos fuentes de calidad (científicas o políticas) - Lo que más difundimos son las noticias de las catástrofes y las decisiones políticas críticas - Debemos invertir más en la calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - En el <i>Curriculum</i> académico debe incluirse una formación en temas de medio-ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> - Depende de su convicción personal - Falta de nivel - Decisiones solo en las situaciones de desastre 	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibles pero de dudosa calidad - Malos comunicadores
EDUCADORES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> - Exceso de complejidad 		<ul style="list-style-type: none"> - Exceso de problematización de los contenidos - Deber hacer notar la relevancia del CC frente a otros problemas, situándolo en el marco de la crisis global - La normalización de la catástrofe en los mensajes medioambientales produce saturación. - Hay que centrarse en mejorar la calidad de las fuentes - La comunicación mediática más influyente está también en las series de ficción o en la publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia pedagógico-comunicativa: - entender el problema - qué se está haciendo por resolverlo - qué pueden hacer los ciudadanos 		
POLÍTICOS Y FUNCIONARIOS	<ul style="list-style-type: none"> - Deben tener un papel más proactivo y responsable... - Debe haber encuentro ciencia-política - IH está financiada con dinero público, lo que coarta la libre expresión del científico 		<ul style="list-style-type: none"> - El rigor decrece en los medios tradicionales - Importancia creciente de la divulgación en las redes sociales para crear hábitos y para conocer lo que la ciudadanía pide, opina y exige (p.e. twitter) 	<ul style="list-style-type: none"> - La Universidad ha perdido capital cognitivo sobre el CC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nos falta rigor científico en la política - Los políticos debemos dar ejemplo 	
ONG'S Y MOVILMENTOS SOCIALES			<ul style="list-style-type: none"> - La crisis afecta a la formación como profesionales de los periodistas 			<ul style="list-style-type: none"> - En las redes + información + mentiras

mente, nadie les reclama nada, y sólo aparecen reconociendo que se aprovechan usando los márgenes de incertidumbre con que trabajan los científicos.

Sirva pues esta imagen caleidoscópica de las controversias entre los agentes sociales sobre la comunicación a propósito del cambio climático y del medioambiente, como contexto discursivo de la Comunicación como problema ante el Cambio Climático, tema central de las jornadas y del libro que el lector tiene en sus manos. Y aquí acaba el Prólogo en que se narran los hechos anteriores a los recogidos en este libro, y en el que incito al lector que prosiga las reflexiones relacionadas con su tema central: cómo evaluar, diseñar y realizar la mejor comunicación posible sobre el riesgo creciente y ya irreversible del calentamiento global del planeta, con todas las consecuencias que de ello se derivan.

Gracias por continuar leyendo.

Madrid, 23 de diciembre de 2012

DECÁLOGO SOBRE LA COMUNICACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

1. El derecho a un planeta habitable y a la sostenibilidad es incuestionable. El cambio climático es un fenómeno inequívoco atribuido al impacto del ser humano. Los medios de comunicación han de informar sobre él, sobre el grado de amenaza que supone y sobre la necesidad urgente de actuar. Entendida la comunicación como servicio público, el periodismo debe asumir el reto de comunicar los impactos ya inevitables y las políticas de respuesta precisas para minimizar dichos impactos y adaptarse a ellos, a través de una información de calidad.
2. La Tierra se ha sobrecalentado en el último siglo y los distintos escenarios apuntan a una agudización del problema. Es importante que los medios de comunicación tomen muy en cuenta la relevancia que tiene esta realidad y conozcan la representación del cambio climático que tiene la sociedad y la audiencia para enfocar mejor la comunicación de este reto. La creciente complejidad del tema, los cambios paulatinos que le imponen su dinámica conceptual y la propia realidad socio-económico-ambiental, obligan a los profesionales de la comunicación a jerarquizar su formación permanente.
3. Es preciso evitar tanto el catastrofismo, como la omisión de información. Siempre que sea posible se debe complementar la alarma con la presentación de posibilidades de intervención y alternativas de solución.
4. Vincular el cambio climático a la vida cotidiana (eficiencia y ahorro energético, fuentes energéticas limpias, reciclaje de residuos, consumo responsable, decrecimiento energético, etc.) y a las realidades cercanas en el tiempo y en el espacio; es la forma de que temas generalmente complejos resulten comprensibles y de interés directo de las personas. Conviene, por tanto, socializar la acción individual

e individualizar la acción social. Así como poner de manifiesto las responsabilidades en la generación del problema y en la generación de soluciones.

5. Los medios de comunicación no deben convertir la información sobre cambio climático en un falso debate entre si existe o no el cambio climático, puesto que es una respuesta que ya han dado los científicos. El “negacionismo” y escepticismo deben ser contemplados como un estímulo para un mayor rigor y celo científico, evitando una simetría informativa injustificada con los sectores pseudocientíficos que así se manifiestan. Al hacerse eco mediático de sus afirmaciones es necesario identificar los intereses a los que sirven, y valorar el rigor y la legitimidad científica de la información que llega a los medios o que estos sectores producen específicamente para ellos.
6. Enarbolar la ética, defendiendo la independencia de los poderes establecidos. Los medios de comunicación han de promover la equidad en el acceso a la información sobre el cambio climático y ayudar a organizaciones e individuos con menos recursos o sin recursos a transmitirla y a obtenerla.
7. Es preciso considerar el fenómeno del cambio climático como un proceso sistémico y no como sucesos aislados, y efectuar un seguimiento del fenómeno mediante una información debidamente contextualizada en el marco planetario de integración en la naturaleza.
8. Los medios de comunicación son fuente de información, e indirectamente de formación, para la gran mayoría de la población, ejerciendo una función de concienciación de primer orden. Es preciso que los medios de comunicación encuentren la manera de despertar el interés del público sobre el cambio climático y ofrezcan información que resulte comprensible para el ciudadano medio.
9. Se percibe la necesidad de un cambio de modelo civilizatorio. Es importante que los medios asuman una función social en este proceso. Las soluciones al cambio climático son políticas, morales y sociales además de científico-técnicas. Implican, igualmente, un

nuevo estilo de vida en los países más ricos, de menor impacto en el deterioro del medio ambiente y que facilite una redistribución de los recursos con los países más pobres. Es oportuno incrementar y potenciar el prestigio social de los comportamientos y los estilos de vida que ayudan a frenar el cambio climático.

10. Es oportuno potenciar y crear redes de comunicadores/as que aborden este reto.

(Aprobado por aclamación en las Jornadas Internacionales de Medios de Comunicación y Cambio Climático celebradas en Sevilla los días 22 y 23 de noviembre de 2012).