



SEMINARIO ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN A LA CRISIS CLIMÁTICA

VALENCIA 3 DE OCTUBRE DE 2019

Coordinador: Jorge Olcina

**BLOQUE I:
REALIDAD CIENTÍFICA Y TRANSMISIÓN A LA SOCIEDAD**

**Ángel Rivera (Ex-portavoz de AEMET y miembro fundador
de ACOMET),**

**"ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN A LA
CRISIS CLIMÁTICA
COMUNICACIÓN Y
SENSIBILIZACIÓN"**

Coorganiza

ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN A LA CRISIS CLIMÁTICA

COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Ángel Rivera

Mónica López

Socios fundadores de la Asociación de Comunicadores de Meteorología
(ACOMET)

¿Y esto tiene que ver con el cambio climático? Esa es la pregunta que desde los años ochenta del siglo pasado más se nos ha formulado a los que nos hemos dedicado a la comunicación meteorológica o ambiental siempre que ocurría un fenómeno meteorológico extremo. Y las respuestas fueron evolucionando con el transcurso de las décadas. Desde el “No lo podemos saber, hacen falta más datos y más estudios” de los últimos años ochenta y noventa al “No se puede decir para un fenómeno concreto pero es compatible con lo que nos dicen las proyecciones climáticas” del primer decenio del siglo XXI, al “este fenómeno que acaba de ocurrir es veinte veces más probable que ocurra ahora que lo era en el siglo XX a consecuencia del cambio climático”.

Gracias a los estudios de atribución que han evolucionado con rapidez en esta segunda década del siglo XXI ahora ya podemos evitar uno de los más grandes obstáculos que existían para la comunicación y divulgación del cambio climático: el “puede ser, pero no estamos seguros”. O, el “puede ser, pero habrá que esperar unos meses a conocer el resultado de los estudios que se van a hacer”. La ocurrencia de las intensas olas de calor de finales de junio y julio de este 2019 y la rápida disponibilidad de estudios de este tipo sobre ellas ha significado un gran avance en esta comunicación al haber podido prácticamente unir la noticia con el diagnóstico, algo absolutamente clave para la comunicación. Por tanto es muy importante que estos estudios de atribución se perfeccionen y que llegue a crearse una sistemática y un protocolo para que, de forma general y más en concreto en el caso de España, se pueda disponer de ellos rápidamente, sobre todo en situaciones de fuerte impacto económico y social ligadas a fenómenos atmosféricos.

Pero los estudios de atribución, con toda su importancia, no son sino un componente más de un conjunto de informaciones de gran utilidad sobre el cambio climático, o ya de la crisis climática. La constatación de los impactos que ya se han producido o se están produciendo, los resultados de investigaciones o hallazgos relevantes, los avances que se

van consiguiendo -junto con las dificultades que puedan surgir para conseguirlos- así como las acciones a tomar a todas las escalas para la adecuación al cambio o para su mitigación, son informaciones relevantes y conectadas entre ellas que deberían formar parte de un relato global e integrador llevado hasta la sociedad de un modo fácil y cercano. Ello facilitaría una comprensión más clara y eficaz del fenómeno global y animaría a una gran parte de la población a una mayor involucración tanto personal como social o política.

Durante los últimos años se han publicado gran cantidad de criterios y recomendaciones sobre cómo deben ser contadas estas informaciones para que se produzca esa adecuada comprensión a la que antes me refería. Sólo por fijarme en dos de las más interesantes aparecidas últimamente quiero citar el denominado “Decálogo de recomendaciones para informar sobre el cambio climático” realizado por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES) y el Grupo de Investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS) de la Universidad Complutense con la colaboración de un grupo de periodistas y comunicadores especializados. Este “decálogo”, al que se comprometieron a seguir representantes de bastantes medios de comunicación, me parece que resume de una forma muy clara los criterios básicos más relevantes en relación con la comunicación sobre el cambio climático. Aunque no se trata en este caso de comentarlos en profundidad, si me gustaría al menos recordar los que me resultan más significativos:

-Promover la frecuencia y la continuidad de información sobre cambio climático de calidad.

-Incidir no sólo en los impactos del cambio climático sino también en las causas y las soluciones

-Conectar el fenómeno del cambio climático con realidades cercanas en el espacio y tiempo para demostrar que el cambio climático no es futuro sino presente.

-Difundir las iniciativas emprendidas o lideradas por la ciudadanía.

-Popularizar la terminología específica necesaria para la comprensión del fenómeno.

El segundo documento es el publicado también muy recientemente que lleva el título de “El manual de la incertidumbre”. Está patrocinado por la organización “Climate Outreach” y en él un grupo de científicos sociales y expertos en comunicación establecen criterios para que la

incertidumbre asociada a los informes científicos se convierta en una aliada de la comunicación más que una enemiga, como tantas veces se la ha utilizado y utiliza por grupos negacionistas.

En cualquier caso, la pregunta que surge a continuación es si todo este interesante y útil desarrollo conceptual sobre “cómo comunicar la crisis” se está traduciendo realmente en conseguir una sociedad mejor informada y más concienciada respecto a la crisis climática y a las posibles respuestas. Nuestra opinión es que aunque el avance, sobre todo en los últimos años, es evidente, no lo es todavía en la medida en que sería necesario. Aunque cada vez abundan más las informaciones en los medios sobre estas cuestiones, creemos que se echa en falta una narración sencilla, homogénea, integradora y desde luego continuada donde aparezcan encajadas de una forma, hasta donde sea posible armoniosa, datos, proyecciones, impactos, resultados de investigaciones, avances o sucesos atmosféricos, etc. en el marco de una visión global pero desde luego prestando mucha atención al entorno español. Esa información que también incluiría iniciativas y logros tanto ciudadanos como políticos, se podría convertir en una referencia básica tanto para los medios de comunicación que quisieran seguirla como para el público interesado. Y es ahí donde podrían utilizarse en la práctica los resultados de los múltiples trabajos realizados sobre la comunicación de esta crisis y muy en especial los enunciados en el “decálogo” a que antes hacía referencia.

¿Cómo se podría llegar a ello sin que todo quedara en una de las múltiples iniciativas que se han puesto en marcha y de las que, en muchos casos, no se ha vuelto a saber de ellas?

En nuestra opinión habría que crear una institución/organización de carácter independiente, aunque pueda recibir apoyo económico de organismos públicos y privados, integrada por expertos en comunicación con el soporte y asesoría constante de centros de investigación, distintos organismos públicos y medios de comunicación y supervisado por algún tipo de comité o consejo rector. Esta institución mantendría un seguimiento continuado de todas las informaciones que vayan surgiendo sobre las cuestiones a las que hacía referencia y las contextualizaría englobándolas y manteniéndolas en ese relato continuado y homogéneo al que antes me refería. Con ello, además de generar informes periódicos que pueden servir como guías de referencia, podría emitir en tiempo real notas de alcance integradoras y aclaratorias cuando surgieran determinadas noticias, informes o datos de interés general.

Pero las funciones de esa institución podrían ser aún más amplias. Sería interesante que estudiara el impacto social de las distintas formas de comunicación del cambio climático y elaborara recomendaciones y propuestas para su mejora. Podría fomentar, o incluso llevar a cabo, la celebración de foros entre medios y creadores de contenido y, junto con ello la realización de actividades de formación en comunicación del cambio, tanto para comunicadores como para los citados generadores de contenidos. Y desde luego debería conseguir de modo continuado un eficaz compromiso de los medios de comunicación para lograr la mayor y mejor difusión de estas informaciones.

¿Es interesante y posible crear y mantener una organización y una actividad de este tipo? Desde ACOMET, la Asociación de Comunicadores de Meteorología, creemos que sí y con nuestros pocos recursos pero con nuestra experiencia y nuestra profundización en el tejido social vamos dando algunos pasos hacia ello. Esperemos que personas, organizaciones o instituciones que crean y apuesten por esta iniciativa puedan ayudarnos en esta tarea.

Sí nos gustaría para finalizar incidir en un aspecto sobre el que hay un consenso social muy claro y del que parece que todavía se hace relativamente poco uso en la comunicación del cambio climático. Es el de la profunda relación entre las políticas y acciones para frenarlo o revertirlo y la consecución de estilos de vida más sanos y saludables – no solo relacionados con el bienestar climático- mediante un uso cada vez mayor de las energías renovables. Este es un aspecto –el de una vida más sana por la disminución o ausencia de combustibles fósiles- sobre el que el consenso es amplísimo y con el que adecuadamente utilizado se podría avanzar más eficazmente en la concienciación y en las acciones tanto públicas como privadas. A nuestro juicio planteamientos de este tipo –no catastrofistas, no apocalípticos- sino enfocados a conseguir un planeta más habitable en un marco de sensatez y de transparencia, y lo mejor comunicados que sea posible deberían marcar las líneas maestras en la comunicación de la crisis climática.

REFERENCIAS

ECODES (2019): *Decálogo de recomendaciones para informar sobre el cambio climático* <https://ecodes.org/noticias/decalogo-recomendaciones-cambio-climatico#.XWVgT-j7TIU>

Climate Outreach (2019): *El manual de la incertidumbre* <https://climateoutreach.org/resources/uncertainty-handbook/>

CURRICULUM VITAE

ÁNGEL RIVERA

Ángel Rivera es meteorólogo del Estado y durante 38 años trabajó en la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET), anterior INM, hasta su retiro voluntario en marzo de 2012. Se integró en el Servicio de Predicción de los Servicios Centrales en Madrid en 1978 y trabajó activamente en el Plan de Renovación Tecnológica del INM y en distintos trabajos técnicos y organizativos sobre la meteorología mediterránea. Desde el año 1990 hasta 2005 fue jefe del Área de Predicción llevando a cabo la organización del entonces nuevo Sistema Nacional de Predicción y de los Planes de Avisos Meteorológicos. A partir de esa fecha y hasta su retirada fue responsable de Comunicación y portavoz de AEMET. Ha sido socio fundador y primer presidente de la Asociación de Comunicadores de Meteorología (ACOMET) y ha publicado varios libros de divulgación meteorológica.