

¿Cómo comunicar el cambio climático?

Dirk Hoffmann

05 de Febrero de 2018

El cambio climático es un tema complejo, muchas veces difícil de comprender, o por la magnitud de los impactos, o por la lejanía de las regiones. Entonces, ¿cómo podemos comunicar el cambio climático para llegar de mejor manera a la sociedad, a los tomadores de decisión, al debate público?

Para encontrar respuestas a estas interrogantes, en septiembre pasado se reunieron científicos de diferentes ramas, activistas, políticos y expertos en comunicación en la ciudad austriaca de Salzburgo en el congreso "[K3 – Congreso sobre Cambio Climático, Comunicación y Sociedad](#)".



El objetivo del primer "[Congreso sobre Cambio Climático, Comunicación y Sociedad](#)" (LINK-3) en el área de influencia de la lengua alemana era, por un lado, el intercambio de experiencias concretas, pero sobre todo era presentar el estado del arte de la investigación sobre la comunicación climática.

“La investigación social alrededor del cambio climático, la mitigación y adaptación al cambio climático actualmente se encuentra en una fase muy dinámica, pero las evidencias empíricas están muy dispersas y poco conocidas”, explica [Carel Mohn](#), el director de la plataforma digital [klimafakten.de](#): “Es tarea de la conferencia de Salzburgo reunir resultados relevantes de la investigación y fomentar nuevas investigaciones sobre el tema.”

“Necesitamos no solamente una alfabetización climática de la sociedad, sino también una alfabetización social de los científicos” constató Christian Smoliner en su presentación inicial. “La acción habla más fuerte que las palabras”.

“Los datos por sí no son suficientes”

El congreso ha sido organizado por una alianza de cinco organizaciones de Alemania, Austria y Suiza, los tres países donde se habla alemán (parcialmente, en el caso del último).

Una mirada al [programa](#) muestra la gran diversidad de temas y enfoques: “Emociones en la comunicación del cambio climático”, “Incertidumbres no son nuestros amigos”, “Contar historias sobre el cambio climático”,

“No siempre mostrar osos polares. El uso de las imágenes”, “Cambio climático y realidades micro-sociales”, “Pronósticos sobre el tiempo y el cambio climático”, “¿Que podemos aprender del IPCC?”, son solo algunos de los títulos de los 16 talleres que ha ofrecido el congreso.

En parte, el problema radica en los diferentes modos de diálogo empleado por los científicos, que tienden hacia la comunicación diferenciada y cautelosa, haciendo énfasis en las incertidumbres y los vacíos de conocimiento. Mientras tanto una comunicación masiva efectiva necesita mensajes claros y cortos, buscando de reducir la complejidad.



Trabajo de grupos llevado adelante en los talleres ofrecidos durante el congreso. Fotos: organizadores.

“Según Thomas Groth, psicólogo ambiental de la Universidad de Oldenburg, la comunicación climática necesita un equilibrio entre la comunicación de los riesgos y de las opciones para actuar. “Tenemos que mostrar soluciones atractivas al problema del cambio climático, necesitamos visiones positivas del futuro”.

Existía un gran acuerdo entre expositores y el público “los datos por sí no son suficientes”. Pero tampoco se puede pensar en una comunicación climática exitosa sin una base sólida de datos sobre el cambio climático. Una comunicación climática exitosa también tiene que tomar en cuenta las realidades y vivencias de las personas, por lo tanto, también debe apelar a los sentimientos.

Es en este entender que el arte y la cultura son vistos por muchos como elementos importantes. La conferencia en una de las noches era escenario del estreno de la obra “[Los sonidos del clima](#)”, un concierto experimental de Juri de Marco y la “Orquesta del Cambio” de Berlín. Hace tiempo, de Marco intenta combinar la música clásica con temas políticos.

En la mañana siguiente el programa ofreció un servicio religioso de siete religiones, con la intención de reconocer la importancia de la dimensión espiritual de la lucha por la sobrevivencia de la civilización humana en el planeta.

“K3” de Salzburgo ha sido el primer gran congreso de esta naturaleza en el área de influencia de la lengua alemana. El compromiso de los organizadores es llevar a cabo una segunda edición de aquí a dos años, mientras que los participantes se comprometieron a seguir profundizando las investigaciones, fortalecer los contactos y redes y a experimentar con nuevas ideas de como llevar el discurso climático a la acción de la sociedad.

Aunque el enfoque era claramente revisar la comunicación climática existente en alemán, el congreso contaba con un buen número de expositores del mundo anglo-sajón, en clara muestra de los avances de sus académicos en la materia.

Entre estos últimos figuraba [Adam Corner](#), autor de un libro para la comunicación exitosa del cambio climático, la “Guía de la Incertidumbre” ([Uncertainty Handbook](#)), publicado por la Universidad de Bristol y la

“Red de Información y Difusión Climática” ([Climate Outreach and Information Network](#)).

La “Guía de la Incertidumbre” de Adam Corner

La propuesta de Adam Corner para mejorar la comunicación sobre el cambio climático consiste de 12 “principios” o “herramientas” para comunicar el cambio climático de una manera más efectiva, que presentamos a continuación:

1. Maneja la expectativa de la audiencia.

Se recomienda usar muchas analogías de la vida cotidiana para que la gente puede comprender que siempre existen incertidumbres, no solamente en la ciencia climática.

2. Comienza con lo que sabes, no con lo que no sabes

Ya no hay ningún debate serio sobre si existe el cambio climático, por ejemplo.

3. Ten claridad sobre el consenso científico.

Claridad sobre el consenso científico existente acerca del cambio climático es importante para mostrar a la gente la urgencia de respuestas por parte de la sociedad.

4. Habla de “riesgos” en vez de “incertidumbres”.

La mayoría de la gente está acostumbrada a la idea de manejar riesgos, es algo que siempre se hace.

5. Ten claridad sobre que tipo de riesgo estás hablando.

Existen diferentes tipos de incertidumbres, acerca de las causas, de los impactos, de las políticas futuras y de las soluciones; es importante adecuar el discurso hacia el enfoque que uno elige.

6. Comprenda los valores que guían las personas de la audiencia.

Investigaciones recientes muestran de que existen formas de comunicar el cambio climático en línea con una visión conservadora del mundo.

7. La cuestión más importante es “cuando”, y no “si”.

Las predicciones climáticas normalmente vienen acompañadas de una “barra de incertidumbre”; pero es mejor constatar lo que va a pasar y dar un rango de tiempo asociado, por ejemplo de la siguiente forma: “el nivel del mar aumentará en por lo menos 50 centímetros entre 2060 y 2093”.

8. Usa imágenes e historias en la comunicación.

La mayoría de la gente comprende el mundo por imágenes e historias, y no por números y estadísticas.

9. Enfatiza lo positivo de la incertidumbre.

Se puede comunicar la incertidumbre en el sentido positivo, “todavía hay tiempo para actuar y evitar que esto pase”

10. Comunica claramente los impactos del cambio climático.

La pregunta sobre si algún evento meteorológico es resultado del cambio climático está mal puesta. Los eventos meteorológicos extremos ahora son más severos y más probables de ocurrir.

11. Mantén una conversación, y no un argumento.

Teniendo una conversación sobre cambio climático puede influir mucho en personas que no piensan sobre el tema con mucha frecuencia.

12. Cuenta una historia humana.

La cantidad de dióxido de carbono que emitamos durante los próximos 50 años determinará la magnitud del cambio climático. Por ende, lo que decidimos de hacer – cuán rápidamente comenzamos con la acción colectiva de la mitigación – es la mayor incertidumbre de todas.

La “Guía de la Comunicación Climática” de la Universidad de Hamburgo

Casi paralelamente, bajo la coordinación de Walter Leal Filho y varios colegas la prestigiosa editorial *Springer International Publishing* publicó la voluminosa “[Guía de la Comunicación Climática. Vol.2 Practice of Climate Change](#)”. El compendio de más de 400 páginas cuenta, entre muchos otros, con un estudio de caso de mi persona sobre el *Klimablog*, resumiendo la experiencia de los últimos cinco o seis años de tratar de proveer información científica y política sobre el cambio climático, tanto nacional como internacional, al público boliviano.