Imprimir

Las consecuencias derivadas de la extensión de la Covid-19 han asestado un duro golpe al activismo medioambiental, acuciado además por una multiplicidad de factores que han puesto al descubierto las contradicciones de los movimientos ecologistas.
En esa tesitura, los medios de comunicación no han sido de gran ayuda. Su cobertura acerca del cambio climático —más amplia que nunca el pasado año— ha descendido de forma dramática. Los efectos más destacados han sido la caída del nivel global de preocupación e interés del público, la pérdida de habilidad y energía para protestar masivamente y los retrasos a la hora de exigir una normativa legal más efectiva a favor del medio ambiente.

Asimismo, la crisis sanitaria ha multiplicado los problemas psicológicos, sociales y económicos de la ciudadanía, que está padeciendo graves situaciones de salud, laborales e incluso de sustento. A lo anterior, habría que añadir la traumática y angustiosa circunstancia que supone vivir un «confinamiento», porque ha acentuado la desidia del público respecto del cambio climático. En efecto, no podemos olvidar que las acuciantes dificultades que acompañan a una pandemia global preocupan mucho más que una crisis climática, que se advierte de forma muy lejana.

Finalmente, las prohibiciones gubernamentales por lo que respecta a la pandemia —sin demasiadas explicaciones ni tampoco claras— han ocasionado una reacción social de enfrentamiento al obstaculizar un estilo de vida basado en el consumismo, las relaciones sociales y las actividades culturales.

A pesar de todo, se hace más necesario que nunca alertar al público con una comunicación adecuada que analice paralelamente las crisis pandémica y climática, porque, según los expertos, ambas «van de la mano» y, con toda probabilidad además, no será la Covid-19 la última pandemia que nos llegue. Entre otras, una decisión acertada para que dicha comunicación «funcionase» podría ser explorar cuál es la respuesta de la gente ante distintos modelos comunicativos. En ese sentido, la sociología puede sugerirnos excelentes ejemplos, fruto de las percepciones contrastadas y el conocimiento adquirido por medio de la experiencia.

Centrándonos, en primer lugar, en los «daños colaterales» de la pandemia, deberíamos indagar en aquellos aspectos que pudiesen atraer a la población mundial para favorecer su empoderamiento, pese a padecer actualmente una dolorosa situación emocional, social y financiera. Sin obviar que, aun habiendo audiencias inmersas profundamente en la crisis, otras todavía presentan una importante capacidad de reacción.

En cuanto al cambio climático, es percibido por la gente como un «interrogante» futuro y, por tanto, dejado de lado, puesto que las preocupaciones inmediatas la afectan mucho más. Es lo que ocurrió tras la recesión económica de 2008, aunque la tensión medioambiental era ya una realidad.

En esa coyuntura, ¿cómo puede la «emergencia climática» atraer de nuevo el interés del público frente a los peligros derivados de la fragilidad social y el «terror» que ha generado la pandemia? o ¿cómo orientar su sensibilidad hacia ámbitos que perciben tan alejados como el cambio climático?

Afortunadamente, hemos constatado que situaciones vitales críticas —confinamientos, pandemias, conflictos bélicos, traslados de domicilio, nacimientos de hijos…— pueden suscitar estados muy interesantes y creativos que faciliten la receptividad de la población para llevar a cabo cambios en su estilo de vida. Cabe, pues, aprovechar las oportunidades que la existencia nos brinda.

Volviendo a posibles herramientas comunicativas eficientes, tenemos la utilización de estructuras conversacionales en pequeños grupos para hablar, por ejemplo, de hábitos beneficiosos para la salud o la calidad de vida. Una vez consolidadas dichas estructuras, podríamos pasar a grupos cada vez más grandes, con lo cual tendrían una mayor capacidad para presionar a sus respectivos gobiernos y obligarlos a actuar.

Otro ejemplo de comunicación eficiente es la actitud modélica de personas con un prestigio elevado, lo cual potenciaría un cambio de hábitos —o la recuperación de los perdidos antes de la pandemia— entre la población sin necesidad de que los gobiernos interviniesen

anticipadamente.

Una tercera vía efectiva sería centrarse más en los valores de la gente que en los hechos o en los pronósticos de los «gurús». En tiempos disruptivos, cuando «volver a la normalidad» ha dejado de ser una opción posible, partir de valores singulares para fortalecer la resiliencia puede dar buenos resultados. De ahí que el uso de conceptos como «equilibrio», «pragmatismo» o «deber intergeneracional» sea bastante poderoso.

Un cuarto indicador que facilita talantes medioambientales adecuados es la potenciación de los «valores comunes» —tales como la actitud colaborativa, la ayuda mutua o la compasión— frente a los beneficios individuales. Por lo general, desastres inesperados como los derivados de la pandemia favorecen la eclosión de valores y comportamientos altruistas en las comunidades afectadas. No obstante, cuando ya había con anterioridad situaciones sociales críticas, también puede desarrollarse una mayor intolerancia y fragmentación, como la aparición de movimientos radicales de extrema derecha que suelen nutrirse de situaciones cruciales preexistentes. Solo generando mensajes que ensalcen valores comunitarios potenciadores de una dinámica social positiva podremos contrarrestar las corrientes radicales extremas. En ese sentido, también ejercen un papel afirmativo los mensajes relacionados con conceptos como «justicia», «imparcialidad» o «legitimidad». Lo hemos constatado durante la pandemia, puesto que han atraído a gente de todo el espectro político.

Finalmente, solo una acción motivadora puede convertirse en una herramienta crucial que consolide un compromiso climático efectivo y consistente, distinto sustancialmente de lo llevado a cabo hasta ahora. Ahora bien, las restricciones que han acompañado a la pandemia han reducido dicho compromiso, puesto que han socavado la habilidad de líderes y seguidores para protestar y también la energía social suficiente para oponerse a los gobiernos. Solo con habilidad y energía —que son el meollo de la situación climática presente y futura— y coordinadas entre ellas, podrá aumentar la colaboración entre los distintos grupos de la sociedad civil para crear narrativas coherentes en la esfera pública.

Ciertamente, la pandemia ha facilitado la recuperación de la solidaridad ciudadana, que ha

permitido una actuación al unísono como respuesta a la grave amenaza externa. Consecuentemente, se ha construido una «eficacia colectiva» y una conciencia de cambio individual que es parte crucial de un cambio sistémico más amplio. Una excelente vía de entrada de dicha solidaridad son imágenes de gente trabajando junta por el clima que podrían, además, reforzar el concepto colaborativo pese a la crisis. Efectivamente, las imágenes que narran historias que reflejan la fragilidad y muestran los impactos del cambio climático en la salud podrían favorecer soluciones constructivas que fortaleciesen la resiliencia y que son, probablemente, muy efectivas.

En un contexto crítico como el surgido a raíz de la Covid-19, la población mundial se ha visto «encarcelada» de repente en un territorio ignoto de carácter disruptivo que podría prolongarse en el tiempo a través de sucesivas crisis sanitarias, recesiones económicas globales, problemáticas sociales previas exacerbadas a causa de las restricciones gubernamentales y cientos de millones de personas encarando una grave escasez de alimentos.

Ante dicha realidad, el espacio sociopolítico se enfrenta con un sufrimiento tan agudo que la crisis climática pasa a ocupar un segundo plano. En esas condiciones, por tanto, llamar la atención de la población mundial sobre una actitud más activa en cuanto al cambio climático es un auténtico reto, a pesar de ser más urgente que nunca. Ciertamente, solo podremos evitar una catástrofe climática si se lleva a cabo un vasto despliegue de cambios estructurales de carácter económico, tecnológico, político y cultural en un lapso de tiempo muy breve —un quinquenio quizás—, tal como se pretendía antes de la pandemia. Pero dichos cambios estructurales deben ir acompañados de una argumentación medioambiental realmente innovadora si queremos que el público se movilice con acciones urgentes. Y, repito, es la rama de la sociología que se ocupa de la comunicación acerca del cambio climático y de las consiguientes respuestas ciudadanas en periodos disruptivos la que más y mejores herramientas y bagajes efectivos podría aportar.

Esencialmente y en un primer paso, solo podremos atraer a la gente para que nos ayude a frenar el cambio climático aunando los esfuerzos de una base social de evidencia relevante,

activistas de apoyo, comunicadores eficaces y defensores de normas democráticas. Comprometidos todos ellos en imaginar un futuro distinto a partir de los próximos meses, aun desconociendo qué acontecimientos se desarrollarán en ese breve lapso de tiempo. Por eso es crucial no dejar de indagar acerca de lo que ocurre, revisar hechos y verificar supuestos y evidencias tal como plantea la sociología especializada en el tema.

Volviendo a un análisis paralelo entre Covid-19 y cambio climático, hemos podido constatar que existen algunas analogías —aunque apresuradas— entre la primera y el segundo.

En el contexto de la salud, tanto la una como el otro constituyen auténticos retos sanitarios especialmente graves. Ambos representan una amenaza global para el bienestar de toda la humanidad, sobre todo de los más vulnerables, los más fuertemente golpeados.

En cuanto al ámbito de la comunicación, ha sido excelente en el caso de la primera, puesto que ha llegado a todos los puntos del planeta. ¿No podríamos aplicar las mismas herramientas en el caso del segundo?

Sin embargo y desafortunadamente, los comunicadores, los científicos y los políticos han encarado las crisis respectivas como si de juegos malabares se tratase.

Efectivamente, los comunicadores han empezado focalizando su atención en cuáles eran las prioridades morales primordiales: si económicas, científicas o sociales. La «ciencia», por su lado, no ha respondido sinceramente a la pregunta de cómo encarar la solución de forma «comunicativa», porque es muy desafiante por compleja transformar la información científica en un mensaje simple y atractivo; particularmente, cuando el problema es extremadamente difícil de visualizar. En cuanto al contexto político, la crisis ha hecho emerger cuestiones cruciales relacionadas con la equidad, la economía, el papel de las instituciones públicas y las diferentes respuestas sociales, según se tratase de culturas individualistas o colectivas. En ese sentido, los gobiernos no pueden actuar sobre sus poblaciones por lo que respecta al cambio climático como si de simples órdenes que van de arriba abajo se tratase. Ciertamente, los comportamientos sociales pueden cambiar cuando lo hacen las normas en

determinadas circunstancias. Pero, en general, la gente reacciona primero y actúa a continuación, como si de un catalizador se tratase. Solo cuando la gravedad es muy grande emerge una preocupación social generalizada que aporta la capacidad adecuada y efectiva para hacer el cambio. Así pues, se hace esencial conseguir consensos sociales amplios para hacer brotar la acción y proteger y empoderar a los más vulnerables.

Una vía realmente eficaz para lograr consensos sociales amplios mediante un cambio social rápido sería aplicar el modelo comunicativo utilizado en la Covid-19 a la crisis climática en el contexto de la salud: a la ciudadanía le resulta muy fácil de comprender —y, por tanto, de responder— ante una situación de desastre sanitario generalizado.

Pepa Úbeda