

¿Adaptación o resignación? La planificación de la comunicación en la transformación sociocultural frente al cambio climático.

*Emiliano Venier**

Resumen

La adaptación al cambio climático es la estrategia para afrontar las derivaciones sociales y económicas de los cambios en las condiciones climáticas sobre las poblaciones, sobre todo sobre las más vulnerables. Este problema no solo le compete a las ciencias naturales sino sobre todo a las disciplinas trabajan en procesos de intervención en comunidades donde el espacio de la comunicación es imprescindible para desatar procesos de transformación desde un modelo prospectivo estratégico.

El abordaje de la adaptación enfrenta al menos, dos grandes problemas: el primero es la necesidad de modificación de las causas del problema del cambio climático cuyo origen es un modo de ser y estar en el planeta, una cultura de dominio de la naturaleza que construyó esa imagen occidental del mundo respondiendo al paradigma del progreso, la ciencia y la industrialización. Por otro lado nos enfrentamos a la incertidumbre en el comportamiento de lo que antes constituía una invariante -el clima-, ello supone un dilema metodológico en tanto necesitamos saber cómo planificar estratégicamente futuros deseables donde hay unos relatos sobre condiciones sumamente adversas inevitables, pero que son desconocidas.

Palabras clave: cambio climático, planificación, comunicación

Adaptation or giving up? The communication Planning in Sociocultural Transformation Facing Climate Change.

Abstract

Adaptation to climate change is the strategy to face social and economic implications in the climate condition changes on populations, especially on the most vulnerable ones. This is a problem not only related to the natural sciences but especially to disciplines working on intervention processes in communities where the communication space is essential in processes of transformation within a strategic prospective model.

When considering adaptation, there are at least two major problems: the first one is the need to modify the causes of climate change, whose origin is a way of being and living in the Earth, a culture of nature domination that built the Western image of the world according to the paradigm of progress, science and industrialization. On the other hand, we face the uncertainty in the behavior of what was once an invariant factor -climate-, there is a methodological dilemma as we need to know how to plan strategically a desirable future where there are stories of inevitable -but unknown- extremely adverse conditions.

Keywords: climate change, planning, communication

* Licenciado en Comunicación Social, Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.

Escenarios climáticos: la sociedad entre la ficción y la aflicción

En los últimos años el discurso ambiental en el ámbito de lo público ha pasado por tres posturas diferentes: de ser un llamado a la conciencia colectiva para la preservación de la naturaleza, a un planteo romántico cuestionando la posición hegemónica que ostentaba el discurso del progreso industrial, para pasar a ser en la actualidad un discurso plagado de imágenes apocalípticas y catastróficas sobre el futuro próximo del planeta y sus habitantes. Ese discurso ambiental comenzó a incluir especialmente relatos acerca del caos y las catástrofes que se derivarían del descuido de los seres humanos por el sistema natural que regula la vida del planeta. La imagen de inundaciones en ciudades, tsunamis, aludes, huracanes, tornados o de millones de personas movilizándose de un lugar a otro del planeta por causa de eventos naturales extremos en busca de condiciones básicas de subsistencia, dejó de ser una imagen exclusiva de los relatos del cine y la literatura de ficción, a tener presencia en los relatos informativos de los noticieros y en relatos científicos documentales. La imagen del futuro que se está construyendo del mundo es la de la naturaleza arremetiendo con toda su furia contra la humanidad que ha roto el equilibrio. ¿Cuánto hay de cierto y cuanto de ficción en estas imágenes? El ciudadano común no lo sabe y la comunidad científica tampoco puede predecirlo con certeza.

Lo que sí se ha logrado es catalogar los eventos de estos relatos en un fenómeno global que se ha dado en llamar *cambio climático*. Si bien por la manera en que se presenta hay quienes consideran que el cambio climático constituye un relato literario de esta época, lo cierto es que existen bastantes acuerdos de la comunidad científica en afirmar que hay una transformación en las condiciones climáticas y que ello ha provocado la ocurrencia de fenómenos naturales que están asociados al aumento de la temperatura del planeta debido al cambio en las condiciones atmosféricas provocadas por el crecimiento exponencial de la presencia en la atmósfera de los denominados *Gases de Efecto Invernadero (GEI)*. La concentración actual de GEI's en la atmósfera no tiene antecedentes en la historia de la humanidad y ello se debe fundamentalmente por el aumento en las fuentes de emisión de los gases (transporte, industria, ganadería, residuos), por el cambio de uso del suelo (se eliminan bosques para la agricultura y la ganadería) y por la contaminación de los ecosistemas terrestres y marítimos que eliminan los organismos que capturan el CO₂.

Como consecuencia del modo de reproducción de las sociedades capitalistas, se ha producido un desequilibrio irreversible en el sistema ecológico que pone en riesgo las condiciones de subsistencia de muchas comunidades y genera un marco de incertidumbre para el futuro de la sociedad global.

En términos ideológicos y políticos, el discurso del cambio climático parecería cuestionar el modelo cultural de ser y estar en el mundo que resultaba hegemónico hasta hace muy poco: un modelo industrial global con la recreación de aquella la imagen de progreso al que debía aspirar toda la humanidad que, a decir de Annette Hornbacher en un artículo titulado *La medición del mundo*, constituyó la imagen *que fue durante siglos el paradigma del progreso y el motor de la industrialización, la cual se veía a sí misma como la cima del desarrollo de la Humanidad* (Hornbacher: 2009:34). Es desde el siglo XVI con el surgimiento de la edad moderna que esta racionalidad plantea que la utopía se construiría con la ciencia y el manejo tecnológico de la naturaleza permitiendo resolver todos los problemas de las personas (el hambre, el dolor, las enfermedades, la pobreza). Cualquier

situación futura era posible si su camino estaba construido con eventos vinculados con el conocimiento científico y tecnológico. Y si había brechas que impedían ese futuro imaginado, la ciencia, la tecnología y la industria estarían allí para superarlas.

Sin embargo en el siglo XIX en los Estados Unidos y unos años más tarde en Europa, una serie de acontecimientos abrieron a la reflexión sobre los efectos secundarios que producía la ciencia moderna y su dominio de la naturaleza al servicio del progreso industrial y el crecimiento económico. Esos límites estuvieron vinculados al agotamiento de las condiciones naturales para soportar la presión que ejercía el modo de reproducción de esta sociedad. Pero fue recién en el siglo XX con la ocurrencia de accidentes de gran escala como el de la planta nuclear de Chernobil, derrames de grandes buques petroleros en aguas marítimas, o contaminación industrias químicas que desde un sector de la sociedad civil comenzó a constituir un sujeto colectivo que genere presión política y acción para el cuidado del ambiente y la salud de las personas que habitaban en sitios cercanos a industrias.

En términos políticos el fenómeno del Cambio Climático y sus consecuencias ha profundizado la tensión global/local: todas las regiones del planeta sufren las afectaciones de las emisiones de los GEI producidas por los países denominados centrales que han forjado su riqueza y bienestar externalizando los costos ambientales de su modelo cultural de mundo que surge de la ciencia moderna y la industrialización. Pero los grupos más vulnerables a los eventos climáticos derivados del fenómeno del Cambio Climático resultan ser las poblaciones más pobres de los países más pobres del planeta. Esto genera no pocas tensiones en el plano internacional ya que los sectores más vulnerables forzosamente terminan pagando el costo del desarrollo y el bienestar de los países del hemisferio norte causantes de esta tragedia natural.

El fenómeno del Cambio Climático, para quienes lo sostienen, puede considerarse la situación ambiental más compleja que enfrenta la sociedad global por la magnitud incierta que alcanzará el fenómeno y las complejas implicancias sociales, culturales y económicas actuales y futuras. Esta problemática que fuera advertida en los años 70 y demandó casi 20 años en lograr que los gobiernos la asuman e implementen medidas concretas para su resolución. Las primeras estrategias de abordaje definidas se orientaban a reducir la velocidad del proceso firmando compromisos concretos por parte de los países centrales en cuanto a cambios de los modelos de desarrollo e innovación tecnológica para reducir para el 2012 en un 5% las emisiones de los GEI a la atmósfera¹. A esta estrategia se la denominó *mitigación*. Advirtiendo que esas estrategias no daban los resultados esperados² y constatando el incremento de la ocurrencia de eventos, se asumió lo inevitable e impredecible de los fenómenos y se comenzaron a desarrollar otras estrategias de abordaje tendientes a reducir las afectaciones a las comunidades y minimizar las consecuencias de los desastres producidos por esos eventos. Las estrategias de trabajo requerían evaluar la *vulnerabilidad* de comunidades (urbanas y rurales) en dimensiones económicas, naturales, sociales o culturales y generar una planificación que contemple la *adaptación* de las comunidades a

¹ Nos estamos refiriendo al Protocolo de Kioto.

² Según los datos del Panel Intergubernamental de Cambio Climático a menos de un año de la fecha tope para el cumplimiento de los compromisos asumidos en Kioto, la cantidad de emisiones no ha disminuido, al contrario continuó incrementándose a un ritmo cada vez mayor.

las condiciones climáticas presentes y futuras. El concepto de adaptación ha tomado un carácter fundamental en el contexto internacional para pensar qué vamos a hacer como sociedad para cuando las temperaturas comiencen a aumentar, las condiciones climáticas se modifiquen sustancialmente y sus derivaciones sociales y económicas comiencen a escaparse del control de los estados.

Desde las ciencias del clima se están desarrollando modelos (sistemas informáticos) que permiten proyectar cuales serán las características del clima para distintas regiones del planeta a corto, mediano y largo plazo. La información generada por estos modelos resulta esencial para planificar las medidas tendientes a minimizar los efectos del impacto que puedan producir estos cambios. En la actualidad existen cerca de 15 modelos aceptados que permiten proyectar condiciones a diferentes escalas. Sin embargo los científicos se encuentran ante un alto grado de incertidumbre ante la amplitud de las diferencias en los resultados de los modelos. Planteado en otros términos, se coincide que la temperatura global aumenta, pero no se sabe cómo va a afectar al clima los distintos puntos del planeta, por lo tanto no podemos saber cuáles serán las condiciones a las que deberemos adaptarnos, y cuando será el momento de comenzar a adaptarnos.

La incertidumbre como variable de la intervención social

El problema de la adaptación de la sociedad al clima no solo le compete a las ciencias naturales sino sobre todo a las disciplinas de las ciencias sociales que trabajan en procesos de intervención en comunidades. Creemos que el espacio de la comunicación es necesario e imprescindible si en la implementación de procesos para el desarrollo desde un modelo prospectivo estratégico, el análisis del presente parte de esta base de incertidumbre. El abordaje de la adaptación enfrenta al menos, dos grandes problemas: el primero es la necesidad de modificación de las causas del problema del cambio climático cuyo origen es un modo de ser y estar en el planeta, una cultura de dominio de la naturaleza que construyó esa imagen occidental del mundo respondiendo al paradigma del progreso, la ciencia y la industrialización. Por otro lado nos enfrentamos a la incertidumbre en el comportamiento de lo que antes constituía una *invariante* (el clima), ello supone un dilema metodológico en tanto necesitamos saber cómo planificar estratégicamente futuros deseables donde hay unos relatos sobre condiciones sumamente adversas inevitables, pero que son desconocidas.

Esta situación no es menos que incómoda para la planificación y la acción. ¿No es perturbador para las personas un escenario tan pesimista acerca del futuro del clima? ¿No resulta inmovilizante la sensación de impotencia ante ese futuro climático? En este plano pueden advertirse dos posiciones: resignarse o actuar. Resignarse implica esperar que el devenir de los acontecimientos afecte a la menor cantidad de personas en el menor grado posible. Pero al mismo tiempo implica la continuidad de un estilo de vida y unos modos de consumo que generan desequilibrios y desigualdades quizá aún mayores. Entonces ¿el resignarse implica que la naturaleza fuerce la transformación de una cultura que transformó la naturaleza?

Si optamos por actuar debemos hacerlo estratégicamente investigando sobre cuales son y de qué manera es posible construir los conocimientos y saberes que permitirán a las comunidades definir los modos de desarrollo que se adapten a esas condiciones desconocidas pero inevitables. La investigadora Sandra Massoni acierta en plantear que “los

problemas globales no se perciben ni se pueden gerenciar, ni se resuelven, desde un esfuerzo local y aislado, porque lo global es una dimensión distinta a las partes y a la suma de las partes” (Massoni, 2003:81).

Para José Bernardo Toro en estos procesos debe considerarse la centralidad de la comunicación.

Todo proyecto, programa o reforma que involucre la aceptación y el compromiso de la voluntad de los afectados (positiva o negativamente) debe poner especial atención a las estrategias comunicativas. Si la propuesta de reforma o el proyecto no tienen sentido para los implicados, la implementación tiene muchas dificultades y la sostenibilidad es dudosa. (Toro, J. B. y Rodríguez, G., 2001:4)

Por ello resulta pertinente abordar la problemática del cambio climático y su afectación a las comunidades a partir de las herramientas que aporta la comunicación para leer los procesos, las prácticas sociales y los relatos que se dan en el ámbito de lo público donde se configura la realidad. Tal como afirma Washington Uranga “la mirada comunicacional comprende esas prácticas como enunciaciones de los actores, de la misma manera las imágenes de futuro son entendidas como procesos de producción simbólica de los actores que ponen de manifiesto sueños, deseos y utopías” (Uranga, 2008:13).

Esa mirada la planteamos de una manera transdisciplinar en parte ponderando en su complejidad la problemática que abordamos, en parte recuperando la idea de Sandra Massoni sobre el *Modelo de Comunicación Estratégica* que echa luz a los procesos de investigación en comunicación para el desarrollo sostenible. Siguiendo a Massoni entendemos que el posicionamiento del investigador en comunicación necesariamente debe incorporar la intencionalidad orientando la motivación a la “resolución de problemas reales y al análisis de sus fuerzas motoras” (Massoni, 2003:81).

Para trazar algunos ejes epistemológicos, políticos, metodológicos que permitan posicionar al comunicador social en el ámbito de los procesos de intervención de proyectos de adaptación al Cambio Climático, como primer trayecto resulta fundamental reflexionar respecto de la evolución de los modelos de desarrollo. Esta reflexión permite analizar parte del origen de la problemática ambiental, pero también nos ayuda a definir la mirada respecto a la modalidad de intervención social.

Los modelos de desarrollo y sus implicancias en el entorno ambiental y sociocultural

Gustavo Cimadevilla define al desarrollo como la “modalidad de intervención que busca modificar estados de realidad protagonizados por varios actores” (Cimadevilla, 2003). En este contexto la comunicación para un autor como Washington Uranga será entendida como una “dimensión de la realidad que posibilita las relaciones sociales, la vinculación de actores y la lucha simbólica y de poder” (Uranga, 2008:10) para hacer posible aquella modificación de la realidad. Vale en este punto recuperar una mirada de la relación de la comunicación y el desarrollo como parte de una estrategia y, en tal sentido, desde el punto de vista de la planificación, pueden ser abordadas como un juego de interrelaciones en un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas -fase constitutiva del conocimiento que de allí se deriva. Para Cimadevilla la comunicación en su articulación con la realidad “se configura un área de problemas que se vincula a estructu-

ras, dispositivos, procesos y estados de relación, a intercambios e instancias de emisión, circulación, recepción y búsqueda de entendimientos en torno a referentes comunes” (Cimadevilla, 1998).

En términos históricos la constitución del campo teórico conceptual respecto la planificación de los procesos comunicacionales estuvo muy vinculado en América Latina a los proyectos y las políticas de desarrollo que se implementaron desde los años 50 con las propuestas del “Estado intervencionista/desarrollista originadas en políticas keynesianas generadoras de estabilidad, pleno empleo y riqueza en los países de capitalismo democrático” (Cortes, 2009:3). Es a partir de la reflexión y sistematización respecto de las numerosas experiencias realizadas en este ámbito, que el campo de la comunicación ha logrado cierta densidad, definiendo no solo aspectos conceptuales y metodológicos sino también un rol político de la comunicación como la dimensión de la realidad que posibilita las relaciones de los actores sociales y la definición de los sentidos en la disputa del poder. En aquel momento el desafío para el desarrollo y el crecimiento económico de nuestra región dependía de la innovación en las condiciones productivas mediante la transferencia de conocimiento y tecnología instrumentado a partir modelos formulados por Universidades de EEUU los que respondían a programas de organismos creados en ese contexto como la CEPAL, la OEA, el BID y las iniciativas regionales como el Pacto Andino y la Alianza para el Progreso (Cortes, 2009:3).

Si bien las experiencias permitieron la consolidación del campo de la comunicación, en el plano de las políticas de desarrollo resultaron un constante desencuentro entre técnica, tecnología, cultura y naturaleza. En tal sentido Germán Rey sostiene que en América latina existió “una exagerada importación de propuestas de desarrollo con casi nula adaptación” y ello, según Washington Uranga, obedece a que “históricamente se fueron adaptando modelos de desarrollo de manera acrítica”, esto es una visión de desarrollo industrial moderno propio de una cultura eurocéntrica que planteaba el dominio del hombre sobre la naturaleza y que negaba toda posibilidad de otra forma de ser y de estar en el mundo. Sin embargo el reconocimiento de esas cosmovisiones *otras*, silenciosas pero muy presentes en nuestra América profunda, ponen de manifiesto que hay configuraciones diferentes de la historia, del tiempo y el espacio y de la naturaleza. Estas diferencias (resistencias) fueron las que develaron las limitaciones de las perspectivas hegemónicas sobre el desarrollo en comunidades indígenas.

Asimismo la planificación de la vida de esas comunidades pensada desde centralidad del proyecto del capitalismo implicaba el tránsito ineludible de los países a través de etapas que iban del *subdesarrollo*, luego *en vías de desarrollo* hasta llegar al “desarrollo”, como si fuera una carrera superadora de obstáculos. En la década de los '60 se rompe esta idea con La Teoría de la Dependencia llegando a descartar anteriores conceptos y esbozan que en realidad el subdesarrollo unos pueblos es condición necesaria para que otros países se desarrollen. El cambio de visión modifica las prácticas sociales ya que en lugar de copiar e implementar linealmente lo que otros ya hicieron, surge la posibilidad de pensar modelos alternativos con nuevas lógicas de desarrollo. Entonces del encuadre del *desarrollo económico* se pasó al del *desarrollo humano* que considera al progreso y el bienestar humano como valoración de la vida y fomenta el fortalecimiento a partir de la capacidades de las personas, las convicciones de los sujetos y que los beneficiarios sean sujetos del desarrollo. Si en el modelo economista las comunidades y la naturaleza se subordinaban al dominio de la técnica y del progreso, el encuadre emergente se subordina la técnica al

rescate de la vida y de una mejor calidad de vida. Esta posición se relaciona con la libertad de poder vivir de acuerdo a las convicciones de los sujetos, respetando su libertad de elección y la otredad de los sujetos.

Esta nueva postura epistemológica del desarrollo que reconoce la centralidad del sujeto en la construcción de su propio devenir, va a plantear una serie de transformaciones en la concepción de los procesos de planificación del desarrollo. Se pasa de las fases rígidas asociadas a la modernidad a las discontinuidades propias del contexto sociocultural. De la historia unitaria de los modelos de desarrollo se pasa a las rupturas y a la conflictividad virtuosa en tanto el conflicto es necesario para el pensamiento alternativo en los procesos. Los modelos de planificación tienen un fuerte componente de participación con instancias de comunicación grupal que hacen posibles el reconocimiento de las diferencias y los saberes de los propios sujetos del desarrollo.

Para acercarnos a las perspectivas de comunicación y desarrollo podemos recuperar las ideas de Luis Ramiro Beltrán, referente de las Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina quien vincula la comunicación social y el desarrollo nacional desde una mirada democratizadora. Para Beltrán los modelos aplicados en nuestra región podían caracterizarse tres grupos. El primero en la secuencia histórica es denominado “Comunicación de desarrollo” donde los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico. El segundo es llamado por Beltrán “Comunicación de apoyo al desarrollo” donde la comunicación planificada y organizada es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo. Finalmente el tercero, cuyo surgimiento es más contemporáneo, es llamado “Comunicación alternativa para el desarrollo”: al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

La relación del desarrollo con el medio ambiente está presente en lo que Germán Rey denomina los relatos del desarrollo humano. Para el pensador colombiano el discurso del desarrollo ha construido sus propios relatos para cohesionar sus ideas, “ideas que recogen las modificaciones del paisaje cognitivo pero que también tienen en cuenta los logros sociales que se van convirtiendo en referentes imprescindibles, en horizontes de comprensión de la vida social” (Rey, 2002). En relación a las cuestiones ambientales Rey se remite a relatos sostenidos por la Organización de las Naciones Unidas en las discusiones realizadas en foros y cumbres en cuanto al peso de la producción y el consumo de las sociedades en el medio ambiente y las implicancias del modelo de la economía global en el deterioro de las condiciones de vida de muchas personas (Rey, 2002).

Perspectiva comunicacional y rol del comunicador en la planificación de políticas públicas en torno a la adaptación al cambio climático

En términos generales los proyectos de intervención para el desarrollo y las políticas públicas, salvo escasas excepciones, son planificadas y gestionadas prescindiendo del aporte de comunicadores sociales en las instancias estratégicas. Si bien desde los

representantes de los gobiernos reconocen la importancia de la comunicación en la construcción de la representación política, en la realidad lo que prevalece es una dimensión instrumental de la comunicación apoyando al marketing político del gobierno desde la centralidad en los medios masivos (fundamentalmente televisión, gráfico y radio) o bien, en menor proporción, estrategias y herramientas que dan apoyo a procesos de institucionalización o mejora en gestión. Con esto no decimos nada nuevo, los comunicadores que trabajamos en organismos estatales de gobierno cotidianamente disputamos los espacios por del reconocimiento de nuestro rol, la inclusión de la perspectiva comunicacional en las decisiones estratégicas y por supuesto, la disponibilidad de tiempo y fondos adecuados para el diagnóstico la planificación, la gestión y la evaluación del proyecto.

Es cierto que no podemos generalizar todas las prácticas y contextos institucionales que determinan las políticas impulsadas por los gobiernos (en sus diferentes organismos y estamentos) y que en los últimos años se han abierto más espacios para que lo comunicacional permee en las políticas públicas. Sin embargo es innegable que muchas de estas políticas públicas y proyectos incorporan la comunicación desde los paradigmas tradicionales de la comunicación y se dicen ser participativas y respetar las identidades colectivas y los procesos de los actores. Muchos, por no decir la mayoría de los planes, proyectos y políticas públicas donde se ha logrado incorporar la dimensión comunicacional, se imponen nuevos métodos adornados con palabras como procesos participativos, construcción colectiva y se sigue hablando de emisores y receptores y construyendo procesos lineales y verticales proponiendo las mismas herramientas y estrategias tanto sea para una política global o como una política de grupos particulares (por más que el grupo se trate de jóvenes urbanos o de mayores rurales). Si hay algo que caracteriza las prácticas comunicacionales son las diferencias que determinan sus contextos y cada campo material. Indudablemente que para dar cuenta de ello es fundamental que el planificador de los procesos comunicacionales conozca los significados y los sentidos construidos por los actores del proceso en los distintos espacios de interacción comprendiéndolas en el marco de la complejidad de los procesos sociales.

La comunicación puede ser entendida como una perspectiva de abordaje a las prácticas sociales con una mirada particular que se construye desde las matrices del comunicador y de las perspectivas de los actores sociales que llevan adelante los procesos donde se interviene. Las prácticas comunicacionales constituyen una dimensión relevante de las prácticas sociales, por lo tanto interviniendo estratégicamente desde la comunicación estamos incidiendo de forma decisiva en el proyecto.

Podemos afirmar que no es lo mismo planificar un proceso de comunicación en el marco de una política pública que planificar una política pública desde una perspectiva comunicacional. La diferencia no es menor cuando compartimos experiencias y coincidimos en que la intervención comunicacional se realiza siempre o casi siempre desde el margen del proyecto como una herramienta complementaria, con condicionamientos institucionales y con imposturas políticas e ideológicas así como visiones sesgadas que van a determinar que la intervención en las prácticas comunicacionales conlleven los mismos vicios que el proyecto.

En el marco de las prácticas sociales que se configuran en los procesos estratégicos para la adaptación al cambio climático, vamos a considerar que la planificación y gestión de un proceso comunicacional constituye una manera sistemática y estratégica de intervenir sobre

las prácticas sociales haciendo uso de las herramientas conceptuales y metodológicas de las ciencias sociales y las técnicas de la comunicación que abarcan tanto el nivel de las relaciones (que incluyen acuerdos y tensiones en función de los objetivos), como de los medios y las producciones. Como en todo proceso social de producción de formas simbólicas, los procesos de comunicación involucrados en la construcción de los sentidos de la sostenibilidad territorial van a formar parte constitutiva del “ser práctico del hombre y del conocimiento práctico que supone este modo de ser”³. Para encarar estos procesos el comunicador va a requerir analizar, desde una dimensión cultural, las prácticas sociales en general -y las comunicacionales en particular- encarnadas en procesos organizacionales para la sostenibilidad que cada comunidad. Ese lugar donde se debería indagar las mediaciones que se configuran en los procesos de construcción de sentido de la sostenibilidad, lo constituyen de manera central las organizaciones, los espacios de articulación entre las organizaciones, y los procesos y acciones encaradas por las organizaciones que inciden en el territorio.

Es en ese enfoque relacional de la intervención, que lo comunicacional aparece como el escenario central en la construcción de procesos de planificación y gestión territorial. Es rol del comunicador dar cuenta de ese lugar que plantea la comunicación donde se comparten los futuros, las visiones y los saberes, se evidencian las diferencias, las necesidades y los conflictos, se develan las relaciones de hegemonía y subordinación y se traducen las expresiones de los diferentes grupos sociales aportado clarificación y reflexividad a las posiciones asumidas por los actores y a los sentidos que circulan en torno a las prácticas sociales. Estas prácticas tienen que ver con la comprensión y orientación de las voluntades y capacidades para la sostenibilidad en sujetos o grupos que encuentran condicionamientos materiales o comunicacionales en su aquí y ahora.

Como en la mayoría de los ámbitos de intervención desde la comunicación, esa mirada debe ser política y transdisciplinar atendiendo a la complejidad del campo material y a que el posicionamiento del investigador en comunicación necesariamente, como sostiene Sandra Massoni, debe incorporar la intencionalidad orientando la motivación a la “resolución de problemas reales y al análisis de sus fuerzas motoras” (Massoni, 2003:81).

Para ello se requiere de la planificación de procesos de puesta en común, de organización y de construcción colectiva mediante una mirada estratégica de la comunicación. La investigadora Sandra Massoni sostiene que para articular la comunicación y el desarrollo se requiere sobrepasar la idea de linealidad e ingresar en la complejidad, integrar lo simbólico con la materialidad de los hechos, captar la negociación, interpelar lo relacional, operar lo fluido de la realidad compleja e interrelacional. El modelo de comunicación estratégica que defiende Massoni se entiende como una metodología de investigación-acción que debe comprender el problema desde las disciplinas pertinentes y desde los actores sociales que son relevantes para su resolución.

El énfasis se desplaza desde la descripción –que es el objetivo dominante en muchas investigaciones en comunicación- hacia el “poner en común” en relación a un objetivo de transformación que se define a partir de lo situacional y en el marco de lo fluido (S. Massoni, 2003:74).

³ Documento Curricular y Plan de Estudios. Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales. Investigaciones de la PLANGESCO. La Plata, Argentina. 2001.

Desde esta mirada, el planificador y gestor de los procesos comunicacionales tiene la responsabilidad de conocer a los actores y sus condiciones materiales, los espacios de interacción concretos, historizar la institución u organización donde va a intervenir, objetivar las prácticas y reconocer los contextos. Intervenir en un proceso comunicacional para la transformación implica como primer paso objetivar las condiciones materiales del grupo, los espacios donde y las prácticas mediante las cuales los actores sociales producen los sentidos y significados de lo social. En otras palabras, implica nombrar, clasificar, delimitar espacios y territorios, configurar a los actores y cargar de sentidos a las prácticas. Tal como afirma Washington Uranga la mirada comunicacional comprende esas prácticas como enunciaciones de los actores, de la misma manera las imágenes de futuro son entendidas como procesos de producción simbólica de los actores que ponen de manifiesto sueños, deseos y utopías (Uranga, 2008:13).

Pero también se ponen de manifiesto necesidades y requerimiento concretos de transformar en el presente, en el aquí y ahora que no nos espera. Estos sentidos que es necesario captarlos “no solo en la abstracción de la razón, sino que sobre todo están fuertemente presentes en la dimensión sensible del sujeto” (Villamayor, 2006:2) y que debemos leer en la postura, en los silencios, en el rostro, en lo callado por los actores. El comunicador que interviene en estos procesos debe asumir que el campo material está compuesto por la dimensión simbólica y la dimensión política donde y que por lo tanto la misma intervención implica el político.

En lo metodológico la perspectiva comunicacional define un modo en que se construye el conocimiento: la investigación en comunicación es indisociable de la actividad de planificación y gestión de procesos comunicacionales. La teoría se construye a través de la reflexión sobre prácticas que se nutren de las matrices teóricas y de la observación de los grupos y las instituciones. Por lo tanto la investigación en comunicación requiere, siguiendo a Martín Barbero, “un acercamiento etnográfico y un distanciamiento cultural del investigador” (Martín-Barbero, 2002:29). Cada proyecto, cada comunidad configura escenarios diferentes en cuanto a redes comunicacionales, significación, apropiación de tecnologías, etc.

En otro sentido, el político, definir la mirada para la planificación y la gestión de procesos de comunicación social a partir de las matrices teóricas que nutren actualmente el campo de la comunicación, significa en lo particular definir un rol del comunicador no solo como un técnico facilitador de los procesos, sino sobre todo como un sujeto social que, formando parte de la complejidad social en la que está inserto, asume un compromiso desde una posición crítica y problematizadora de la modernidad, y opera para provocar procesos colectivos de transformación de las condiciones materiales.

El tercer eje es el conceptual, aunque también se amalgama con la mirada metodológica que permite comprender la relación indisociable comunicación/cultura como proceso social complejo que va a ayudarnos a entender en la complejidad el entramado social y las relaciones que se entablan dentro de un determinado territorio. Territorio que es posible configurar a partir de las lecturas de las situaciones de comunicación y de los procesos de construcción de sentidos. El pensar de esta manera la comunicación demuestra que es imposible aislar metodológicamente cada práctica comunicativa, es decir cada práctica específicamente significativa, de los significados con que ellas se vinculan.

Algunos ejes estratégicos para la planificación de la comunicación en procesos de adaptación al cambio climático

Si la investigación del clima está indagando sobre las condiciones climáticas que nos podría deparar el futuro, la investigación en ciencias sociales debería estar indagando cual es el espacio de acción de los sujetos para pensar y construir un futuro en cualquier escenario climático y cuáles son los saberes y conocimientos que las comunidades deberán manejar para hacer posible su desarrollo o su subsistencia. En otras palabras, resulta imprescindible crear espacios de planificación y de movilización de la inteligencia ante los cambios posibles que permita afrontar las transformaciones en un contexto mental más alertado y organizado.

El modelo de comunicación estratégica propuesto por Massoni incorpora distintas teorías y metodologías que operan en distintas dimensiones del fenómeno comunicacional imprimiendo la racionalidad que la caracteriza. En este sentido el abordaje comunicacional de problemáticas complejas, como la que nos interesa en este trabajo, incorporará una dimensión informativa, una dimensión ideológica, una dimensión interaccional y una dimensión sociocultural. Posicionarse desde la dimensión sociocultural implica “un análisis que no se haga en sí como si estuviera desgajado del mundo sino con un qué y un para quien y explicitando con qué intencionalidad se está investigando” (Massoni, 2003:71).

En este punto resulta orientativa una perspectiva sobre la concepción del clima que realiza desde la filosofía y la ciencia del lenguaje la Dra. Annette Hornbacher. Para la autora es necesario abordar el problema de la naturaleza como un problema cultural y ello requiere abolir la dicotomía sociedad vs. naturaleza y entenderlo en su complejidad. Para superar la dicotomía hay que *reculturar* el discurso del clima ya que la manera que las culturas entienden la naturaleza del clima va a determinar que se conciban o no sus transformaciones como catástrofes.

[...] la miseria ecológica no se basa en el distanciamiento del hombre de la naturaleza, sino, por el contrario, por la voluntad específicamente moderna de humanizar la naturaleza de un modo tan absoluto como jamás se ha visto. El concepto moderno de la naturaleza se caracteriza precisamente por el hecho de que oscila entre los extremos del dominio total de la misma por parte del hombre y la adaptación total del hombre a un estado de equilibrio ecológico. (Hornbacher: 2009:36).

Este planteo oscilante que para la sociedad moderna no genera ningún tipo de contradicción -hoy conviven en el plano sociocultural y científico la posición de protección de la naturaleza y la posición de dominio- para modelos de sociedades no occidentalizadas, estos dos posicionamientos no poseen ninguna validez:

[...] ellos [las comunidades no occidentalizadas] no conciben una naturaleza o un entorno independiente del hombre y, por eso, no buscan el dominio ni la adaptación a un sistema ecológico estático. Lo que allí nos encontramos es más bien una constante relación de interacción entre los actores humanos y no humanos, donde estos últimos son considerados parte de una historia cambiante y en ningún modo son vistos como una naturaleza atemporal e “intacta”. (Hornbacher, 2009:36).

Parecería que, se lo mire por donde se lo mire, el abordaje de la planificación de la problemática del cambio climático es sociocultural. Ya lo dijimos en esta dimensión la

comunicación resultará un factor constituyente de esos los procesos siempre que su concepción sea coherente con la concepción de desarrollo y la concepción de la naturaleza. En tal sentido resulta conveniente la idea que sostienen José Bernardo Toro y Martha Rodríguez de la comunicación “como un momento constitutivo de la producción cultural, y a la cultura como el conjunto de procesos de producción colectiva de sentido” que hacen posible la comunicación, perpetuación, transformación en las diferentes esferas de la vida (Toro y Rodríguez, 2001:14).

Si coincidimos en la definición de Bernardo Toro vamos a tener que admitir la centralidad de la comunicación en la problemática de la transformación de la sociedad en procesos de cómo la construcción de saberes y prácticas de adaptación a las transformaciones del clima y la naturaleza. Esto condiciona un posicionamiento ideológico y hasta ético en la labor del comunicador. La sostenibilidad de las condiciones de desarrollo de las comunidades va a requerir que los procesos de desarrollo orientados a la adaptación al cambio climático deberán trabajar en la corrección de aquella imagen de mundo del progreso y del ideal de vida de la sociedad de consumo del capitalismo occidental. Este proceso de transformación debe apuntar a que se logre un mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades sin que ello sea sentido por los miembros de la comunidad como una renuncia forzada a determinadas prácticas. Producir esta transformación requiere desactivar o contrarrestar los discursos que promueven este modo de consumo y también debe estar dirigido a modificar la concepción de los eventos del clima como eventos traumáticos para la comunidad.

En segundo lugar, tal como está planteado, la adaptación está estrechamente vinculada a la gobernabilidad y a los sistemas políticos. Trabajar sobre los futuros deseables o posibles implica poner la problemática en el ámbito de lo público para construir sentidos y orientar voluntades. Para ello la creación de espacios de comunicación y participación real fortalecerá la identidad ciudadana y consolidará el compromiso de los actores en forjar ese futuro. La concepción comunicativa de lo público es fundamental para crear la gobernabilidad, legitimar al Estado y las actuaciones de las instituciones públicas. El trasladar la problemática al campo de lo público tiene que estar sostenido en la práctica comunicativa. Esa práctica comunicativa para lograr la transformación de ser, en términos de José Bernardo Toro, una *comunicación legítima*. Para el autor una deliberación o decisión genuinamente pública implica, *desde un supuesto cognitivo* que los distintos interlocutores estén aludiendo al mismo conjunto de hechos básicos y que éstos sean verdaderos. *Desde un supuesto ético* que los interlocutores piensen o actúen en términos de valores y no de intereses, es decir, que apelen al bien común y que las discrepancias versen sobre cómo se asegura mejor el bien común (Toro y Rodríguez, 2001: 26-27). El compromiso con el medio ambiente requiere necesariamente una transformación colectiva, y ese proceso no se transita con discursos ecologistas o acciones individuales bienintencionadas que tranquilicen la conciencia, requiere de un proceso de puesta en común con la participación de todos los actores sociales.

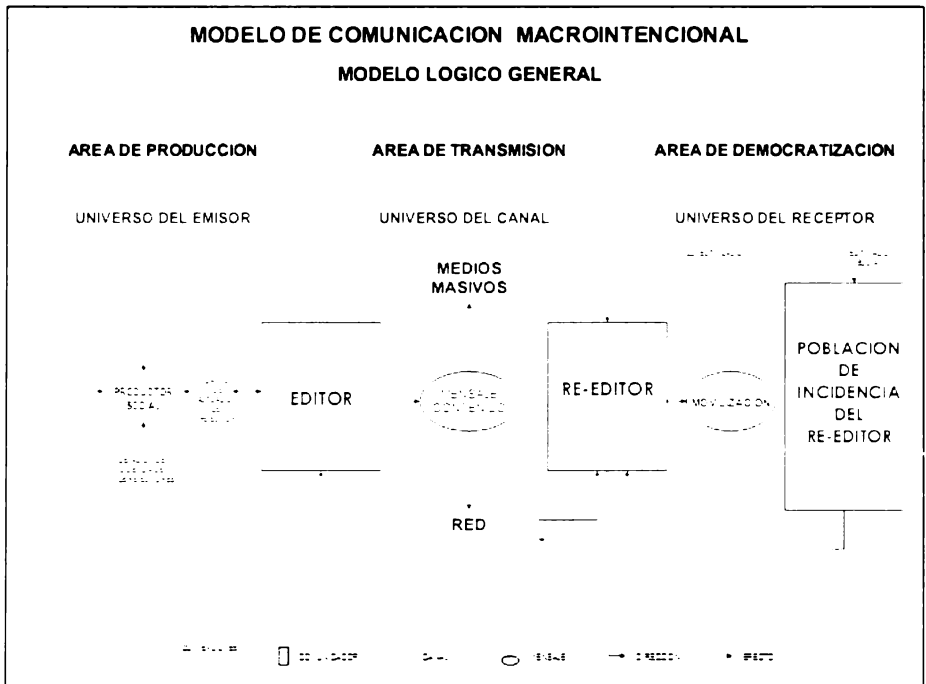
En tercer lugar el abordaje de la problemática desde esta perspectiva debería servir como una oportunidad para la concreción de espacios creativos de comunicación y participación que permitan la recuperación y la transmisión de saberes y conocimientos que como comunidad se van a requerir para sortear las posibles consecuencias que pudieran ocasionar los eventos extremos de la naturaleza.

En el marco de este proyecto de sociedad y siguiendo la propuesta de Bernardo Toro, la comunicación resultará útil ya sea para apoyar una intervención particular o para movilizar

sectores específicos de población. Esta última función está asociada a lo que el autor clasifica como el Modelo de Comunicación Macrointencional cuyo objetivo está puesto en la construcción de un proyecto de sociedad a través de la movilización de los actores sociales. El Modelo puede definirse como una convocatoria a la movilización, orientada a generar modificaciones en la forma de pensar, soñar, sentir y actuar de sectores específicos de la sociedad, en función de un propósito colectivo de construcción de una convivencia democrática y equitativamente productiva. La movilización social está encaminada a que sujetos sociales autónomos, con intereses y objetivos heterogéneos, logren unirse para actuar de manera organizada y permanente en la búsqueda de un propósito común, sin que ello signifique la eliminación de lo que les es particular y les otorga identidad.

La Comunicación Macrointencional es una convocatoria hecha por un Productor Social, dirigida a Re-editores Sociales determinados, a través de Redes de comunicación directa, apoyada con Medios Masivos y orientada a generar modificaciones en los campos de actuación de los Re-editores en función de un propósito colectivo (Toro y Rodríguez, 2001:37).

El modelo macrointencional se resume en el siguiente esquema:



(Toro y Rodríguez, 2001:38).

En un proyecto de intervención para la adaptación al cambio climático este esquema tendría como Productor Social una entidad (Estado, ONG, etc.) que tiene intención y recursos por ejemplo, para implementar un proceso de comunicación para la formación de actores locales en capacidades de formulación y ejecución de proyectos de adaptación al cambio climático. Los actores locales constituyen los re-editores.

Otra figura del esquema es la del *Editor* es la de la persona o institución que organiza y formula el mensaje que entrará en el campo de actuación de los re-editores. Es un agente de la comunicación que traduce el hecho que se pretende movilizar en eventos de comunicación.

Los *Re-editores* sociales constituyen personas que por su rol en la comunidad son capaces de readecuar el mensaje dotándolo de legitimidad y credibilidad ante el resto de la comunidad. El proyecto de adaptación al cambio climático deberá evaluar cuales son los actores sociales que pueden generar esa sinergia. En este sentido no solo se buscarán científicos y técnicos, sino a actores que se constituyan en sujetos colectivos (políticos, funcionarios, ONG, gremios, sindicatos, cooperativas, asociaciones profesionales, maestros, universidades, iglesia) y que se comprometan con procesos de transformación en el *Campo de Actuación* de ese re-editor.

La efectividad de la comunicación macrointencional para la movilización participada, depende del conocimiento que se tenga del campo de actuación de los diferentes Re-editores involucrados en un propósito. La existencia de investigación y literatura válida, acerca de un campo de actuación, facilita la clasificación de los factores que pueden ser afectados ya sea por el comportamiento del Re-editor o por la actuación propia de otros actores (Toro y Rodríguez, 2001:39).

El esquema del modelo de Bernardo Toro configura *Redes de Comunicación Directa*. Para el autor los elementos del Modelo no necesariamente tienen que estar en contacto, ni siquiera que se conozcan. No obstante es necesario que los distintos elementos puedan comunicarse cuando lo deseen y que el Productor Social reconozca a los re-editores en los roles y en los campos de actuación.

Los dispositivos de comunicación masiva constituyen un elemento importante para colectivizar la movilización y la percepción pública del objeto de la movilización. La efectividad de la convocatoria depende del grado de legitimidad del imaginario y de la difusión que alcance. Todos los actores necesitan saber de las transformaciones que están operando en cada campo de actuación. Si los *re-editores* consideran legítimo para mejorar las condiciones de vida, presentes y futuras, la propuesta del *Promotor Social* de modificar el consumo de energía, por ejemplo, para ser efectivas deben ser realizadas por todos y cada uno de los miembros de la sociedad o de la comunidad. Primero ese objetivo tiene que llegar a todos los miembros pero luego también tiene que llegar a todos la información de que esa transformación tiene muchos adherentes ya que sirve para estimular al resto de los actores a seguirla.

El modelo macrointencional es una de las entradas comunicacionales al problema de la adaptación al Cambio Climático Global como un problema sociocultural. El individuo de la sociedad occidental ha ido creando climas interiores cada vez más confortables en detrimento del clima exterior. Las pequeñas o grandes transformaciones de ese clima exterior son concebidas como una incomodidad en el presente y como amenaza latente desconocida en el futuro incierto. Sin caer en un ideal romántico, el futuro de la sociedad va a requerir

que los seres humanos nos aclimatemos a las nuevas condiciones y a las consecuencias que esas condiciones puedan generar mediante la aplicación creativa de estrategias *primitivas* o *precapitalistas* de supervivencia colectiva. La construcción organizacional va a orbitar con la posibilidad de crear futuros posibles, deseable o vivibles. La catástrofe de la sociedad no será producto de los eventos naturales extremos, sino la falta de organización porque sin organización los sujetos no son capaces ni siquiera pensar un futuro común. Sin dudas que las comunidades sostenibles serán aquellas que logren una organización fortalecida en las capacidades de planificación para la adaptación a las condiciones que imponga el devenir, las que no lo hagan verán comprometida la subsistencia como tal.

Bibliografía

- Beltrán, L. R.** (1993) *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Extraído el 10 de abril de 2011 de <http://www.infoamerica.org/teoria/articulos.beltran1.htm>
- Cimadevilla, G.** (2007) "Estado del arte. Trayectos y grises de las teorías y de las prácticas en comunicación y desarrollo". Ponencia presentada en el Seminario Internacional Comunicación & Desarrollo INTA, Buenos Aires. Extraído el 13 de abril de 2011 de <http://www.inta.gov.ar/activ/comunica/comyses/cimadevilla.pdf>
- Cortes, C. E.** (1997) "La comunicación al ritmo del péndulo. Medio siglo en busca del desarrollo". Extraído el 20 de marzo de 2011 de http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/pendulo__carlos_cortes.pdf
- Martin-Barbero, J.** (2002) *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE. Santiago de Chile.
- Massoni, S.** (2003) *La multidimensionalidad de lo real y el abordaje para el desarrollo sostenible*. INTA.
- Maqueda Lafuente, J.** (coord.), (1996) "Conexión entre la prospectiva y la estrategia". En *Cuadernos de dirección estratégica y planificación*. Madrid, págs. 61 a 117.
- Rey, G.** (2002) "Cultura y Desarrollo Humano: Unas relaciones que se trasladan, Ediciones Simbióticas". *Pensar Iberoamérica, Revista de Cultura N° 0*. Extraído el 17 de marzo de 2011 de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a04.htm>
- Hornbacher, A.** (2009) "La medición del mundo". *Revista Humboldt* N° 152, 34-36.
- Toro, J. B. y Rodríguez, M. C.** (2001) "La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos". Extraído el 5 de marzo de 2011 de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=2220179>.
- Uranga, W.** (2008) "Prospectiva estratégica desde la comunicación". Extraído el 25 de febrero de 2011 de <http://catedrarollie.com.ar/taller5/wp-content/uploads/2008/06/prospectiva-estrategica-uranga.pdf>
- Villamayor, C.** (2006) "La comunicación como perspectiva y como dimensión de los procesos sociales. Una experiencia de participación en las Políticas Públicas. PSA Formosa". *UNRevista* - Vol. 1, N° 3.