





MAXWELL BOYKOFF

Professor del Centre d'Investigació en Política Científica i Tecnològica de la Universitat de Colorado-Boulder (EUA)

«ELS INVESTIGADORS HEM DE CONSIDERAR LA COMUNICACIÓ COM A PART DE LES NOSTRES RESPONSABILITATS BÀSIQUES»

Anna Mateu

El canvi climàtic és un dels reptes científics més importants de la nostra societat en l'actualitat, i un dels que més pàgines i portades de diari ha ocupat. L'impacte social i econòmic d'aquest fenomen en la nostra vida quotidiana, però també les polèmiques que ha anat suscitant, com l'anomenat Climategate o les relacions amb les posicions escèptiques o negacionistes, en fan un tema molt atractiu per als mitjans de comunicació. Com a conseqüència, aquesta ha estat una de les àrees de recerca dins de l'àmbit d'estudi de la comunicació científica que més ha proliferat. Articles sobre la recepció, la cobertura mediàtica o els discursos públics sobre el canvi climàtic són ja habituals en revistes científiques com *Public Understanding of Science* o *Science Communication*, així com en d'altres de centrades en la comunicació en general. El professor Maxwell Boykoff és un dels investigadors més reconeguts en aquest àmbit. Actualment és professor del Centre d'Investigació en Política Científica i Tecnològica de la Universitat de Colorado-Boulder, als EUA. Autor de nombrosos estudis sobre la percepció i comunicació del canvi climàtic, el 2011 va publicar el llibre *Who Speaks for the Climate? Making Sense of Media Reporting on Climate Change*, on recull més de deu anys de treball.

Ens citem amb el professor Boykoff a Pamplona, ciutat on es troba per inaugurar el Congrés Internacional en Comunicació, organitzat per la Universitat de Navarra, i que en aquesta darrera edició ha estat dedicat a la comunicació del canvi climàtic i el medi ambient. Ha vingut a Espanya amb el seu fill, que ens acompanya pacient durant tota l'entrevista. Mentre el menut treballa en els seus deures escolars sense prestar gaire atenció a son pare, Maxwell Boykoff ens parla amb veu pausada i suau sobre canvi climàtic, mitjans de comunicació i percepció de la ciència.

Per què pensa que el canvi climàtic és un dels temes ambientals més tractats als mitjans de comunicació?

Realment, en les dues últimes dècades el canvi climàtic ha estat una qüestió cada vegada més reconeguda per l'opinió pública. Ho podem atribuir al fet que el canvi climàtic, i la presa de decisions polítiques que s'hi relacionen, afecta directament la nostra forma de vida. Així doncs, podem dir que els reptes quotidians i els reptes climàtics estan directament relacionats. Des dels anys vuitanta, en què va començar a haver-hi una cobertura mediàtica consistent sobre el canvi climàtic, aquesta percepció ha anat creixent, i sembla haver-se convertit en

un tema essencial que els mitjans han sabut relacionar amb altres temes. Però hi ha molts aspectes que converteixen el canvi climàtic en una qüestió difícil de cobrir per als mitjans de comunicació, i el fet que es tracte de manera independent no es pot considerar com un èxit per crear consciència sobre el problema ambiental que constitueix. És un tema molt complex amb multitud de dimensions diferents i quan un periodista o mitjà deci-

deix informar-ne això és només el principi d'un repte comunicatiu.

Així doncs, que el canvi climàtic estiga molt present en els mitjans no significa necessàriament que hi tinguem un interès creixent en el medi ambient.

Pense que alguns sí que poden estar conduïts per una preocupació ambiental, però hi ha molts més elements en joc. Un és la percepció dels directors dels mitjans, que depèn en gran mesura dels interessos de l'audiència. Aquesta podria ser una de les qüestions més importants i urgents del nostre temps. Un altre punt podria ser la forma com el canvi climàtic i els reptes que planteja interactuen amb la política, l'economia i la societat, que conformen històries irresistibles per als mitjans.

«EL CANVI CLIMÀTIC I ELS REPTES QUE PLANTEJA INTERACTUEN AMB LA POLÍTICA, L'ECONOMIA I LA SOCIETAT, I CONFORMEN HISTÒRIES IRRESISTIBLES PER ALS MITJANS»

Podríem dir que hi ha cert sensacionalisme en el tractament del canvi climàtic?

Pot haver-hi sensacionalisme, certament. Les meues investigacions mostren que en l'última dècada alguns mitjans n'han fet un tractament correcte i responsable, tot i que en altres casos podem trobar un cert sensacionalisme. Però ara s'està donant l'efecte contrari, i trobem molts més mitjans on es parla del canvi climàtic de manera sensacionalista en funció de l'aspecte que s'està abordant o les modes que estan sorgint. Precisament, el que jo analitze són els patrons i tendències que emergeixen si estudiem la cobertura de llargs períodes de temps. I això pot ser útil perquè si analitzes una peça de manera independent pot resultar sensacionalista, però si te la mires en el context pot ser una mera anècdota.

Considera que hi ha diferències importants en la cobertura del canvi climàtic a Europa i als EUA?

De nou ens trobem amb diferents maneres d'entendre el canvi climàtic. Prenguem, per exemple, la cobertura sobre les causes humanes del fenomen. Als EUA hi ha certs espais on es qüestiona el paper de l'ésser humà, i s'ha donat cabuda al negacionisme climàtic en les pàgines d'opinió del *Wall Street Journal* o en canals de televisió com Fox News. I, per contra, al Regne Unit veiem en general una imatge molt diferent, amb una gran quantitat d'informació precisa i rigorosa basada en l'acord de la comunitat científica.

I a què són degudes aquestes diferències?

Podem destacar-ne diversos aspectes. Un és que els principals agents econòmics involucrats en el canvi climàtic es troben molt arrelats en la societat nord-americana, en particular la indústria basada en el carbó. En la política nord-americana els *lobbies* fan un gran esforç per influir en la presa de decisions polítiques. Però a més, trobem un segon element més enllà de la política econòmica, i és el cultural. Hi ha una percepció col·lectiva als EUA que provoca certa resistència a les regulacions econòmiques i polítiques. A l'empara d'aquesta percepció cultural s'han desenvolupat totes les posicions antiregulatòries i pro privatitzadores, moviments que han enarborat posicions antiambientalistes. Així doncs, trobem una combinació d'elements culturals, polítics i econòmics que produeixen aquesta barreja un tant tòxica, amplificada pels mitjans de comunicació.

En qüestions tan complexes com el canvi climàtic, creu que hi ha també una falta de coneixement científic que fa difícil que el públic entenga el problema?

Sí i no. En un món perfecte, un millor coneixement sobre ciència i sobre el canvi climàtic ens ajudaria, però



Anna Mátéu

«QUAN ESTUDIEM ELS DEFECTES EN LA REPRESENTACIÓ DEL CANVI CLIMÀTIC EN ELS MITJANS ENS CENTREM EN QUINS SÓN ELS ERRORS DELS PERIODISTES I EDITORS, QUAN EN REALITAT ÉS UN TEMA QUE TAMBÉ DEPÈN DELS CIENTÍFICS»



no sembla ser el millor camí perquè el públic ho entenga millor i s'hi comprometa. Cal buscar un equilibri entre on es troba la gent quant a coneixement científic i com guiar-la cap a l'acció mediambiental. Un dels problemes de les últimes dècades en aquest sentit ha estat precisament la confiança que el coneixement científic és una manera de millorar la presa de decisions, quan només és una part d'un conjunt més ample.

A vostè li agrada subratllar que una major cobertura mediàtica tampoc no es tradueix en un millor coneixement sobre ciència entre el públic.

Correcte. Per exemple, en la qüestió de l'empremta humana en el canvi climàtic podem dir que hi ha molt de soroll en el sistema. Una major cobertura mediàtica, si no es fa d'una manera acurada, responsable i constructiva, només significa més soroll. La solució per ajudar la gent a prendre decisions encertades potser no sempre es troba en els mitjans.

I què hi ha dels negacionistes del canvi climàtic? Són també amplificats pels mitjans?

Durant els últims anys he entrevistat membres clau de la comunitat negacionista, i he pogut assistir a les seues reunions. També he treballat amb col·legues com Robert Brulle, de la Universitat de Drexel de Filadèlfia, i amb Shawn Olsen, que està actualment a la Universitat de l'Estat de Utah. I hem estat capaços de documentar la freqüència de les opinions contràries al canvi climàtic i com les han seguides els mitjans. I certament podem dir que se li ha prestat una atenció amplificada a aquestes perspectives escèptiques dins de la comunitat d'experts que treballen en l'àmbit del canvi climàtic.

En aquest sentit, quin és el paper dels nous mitjans? Posem per cas els blogs o les xarxes socials, ajuden a amplificar les opinions dels escèptics?

Ho poden fer de vegades, sí. Podem trobar moltes veus escèptiques amb el canvi climàtic en els nous mitjans digitals i en les xarxes, com per exemple en un número important de blogs com *Climate Depot*¹ o *Watts Up With That*.² Però pense que l'impuls democratitzador d'aquests nous mitjans, on més gent és productora de contingut, ajuda el públic a reflexionar al voltant de què

fem amb els reptes climàtics. I al mateix temps, això també ens obliga a polir la nostra habilitat per tractar temes científics complexos, ja que una informació com aquesta, amb evidències provades per experts, es col·loca en llocs on molta gent pot incloure la seua opinió o creença.

En MÈTODE hem creat l'Observatori de les Dues Cultures³ –en relació al terme encunyat per C. P. Snow per assenyalar la separació entre la cultura científica i la humanística– per a estudiar les interaccions entre la ciència i la premsa, com veu vostè aquesta relació?

Pense que ens falta encara un llarg camí per recórrer, però la situació ha canviat molt i no podem considerar aquesta relació en termes binaris. De fet, l'investigador Matthew Nisbet, de la Universitat Americana de Washington, parla ja de fins a quatre cultures. Però falten molts reptes per superar. Per exemple, els experts

en canvi climàtic han de millorar el seu llenguatge per comunicar amb major eficàcia. Comunicar és un art i hi ha hagut gent que ha sabut fer-ho molt bé. Estic pensant en gent com Steve Schneider, un científic brillant i un magnífic comunicador del canvi climàtic. En canvi, en el nostre món tan atafegat, comunicar els descobriments propis ni se'ns ocorre fins al final, i això és un error. Els investigadors hem de considerar la comunicació com a part de les nostres responsabilitats bàsiques. I això ens ajudarà a millorar la comuni-

cació entre les dues cultures, per seguir la terminologia de C. P. Snow. Per això, quan estudiem els defectes o errors en la representació del canvi climàtic en els mitjans ens centrem en quins són els defectes dels periodistes i editors, quan en realitat és un tema que també depèn dels científics. Un dels problemes en aquest sentit és que experts de rellevància sobre el canvi climàtic no participen en les discussions mediàtiques sobre el tema perquè no ho veuen com a part de les seues responsabilitats, mentre que no ocorre el mateix amb aquells que exposen opinions escèptiques o contràries. El resultat és que els consumidors, al final, no tenim accés als punts de vista dels investigadors punters en el camp del canvi climàtic i sí als de la resta. ☺

Anna Mateu. Cap de redacció de la revista MÈTODE.

¹ <<http://www.climatedepot.com/>>.

² <<http://wattsupwiththat.com/>>.

³ <<http://www.metode.cat/o2c>>.