

Redes de futuro. La comunicación en iniciativas de transición

**Acción formativa: Redes Sociales y Medio Ambiente
Casa de la Ciencia, Pabellón de Perú
Sevilla, 26 de mayo de 2013**

Bloques

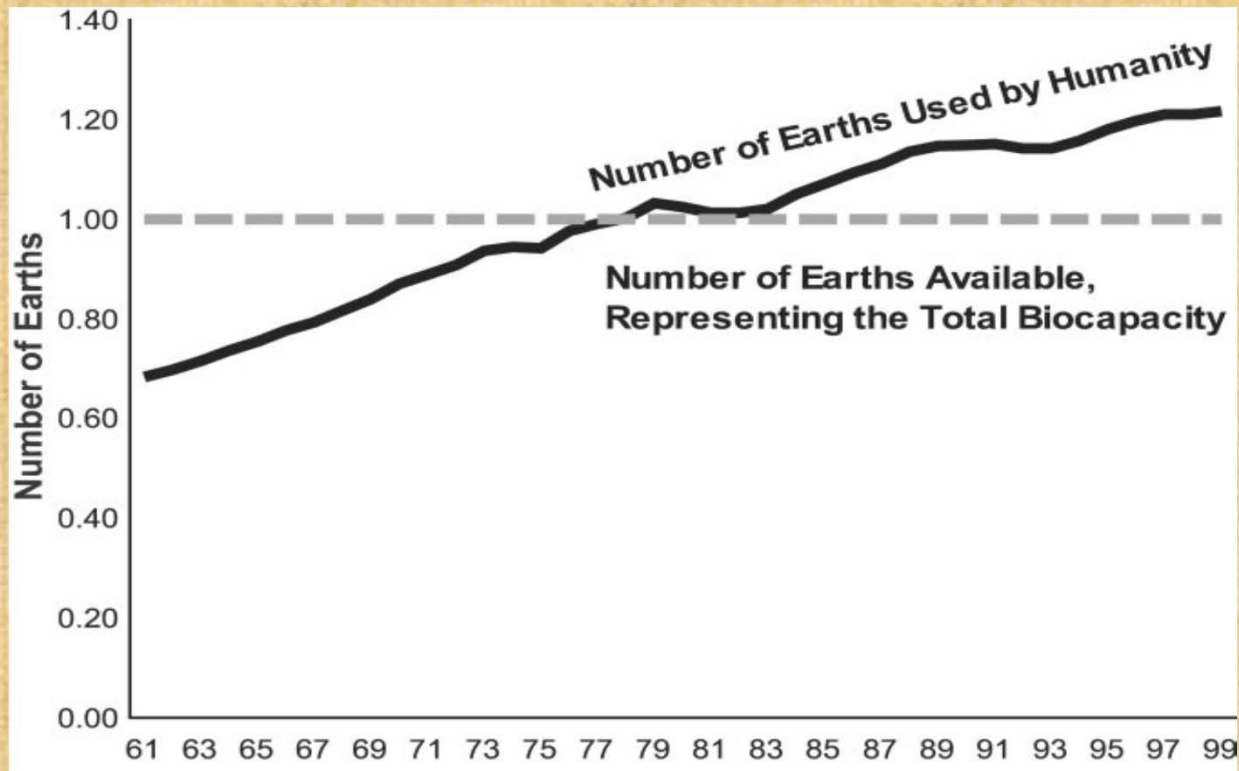
1ª Realidad de la extralimitación humana en la ecoesfera

2ª Movimiento de iniciativas de transición

3ª Comunicación en el movimiento de transición

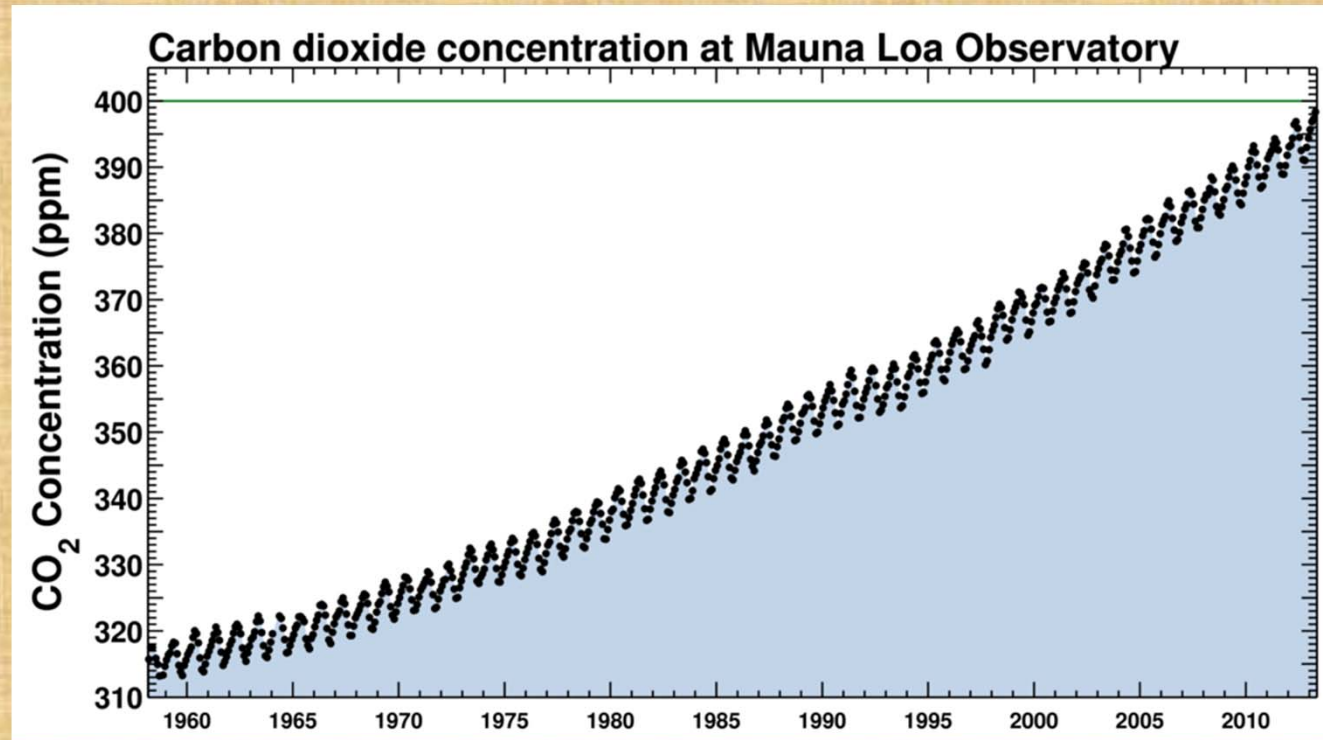
Bloque 1.- Realidad de la extralimitación humana en la ecoesfera:

a) Huella ecológica

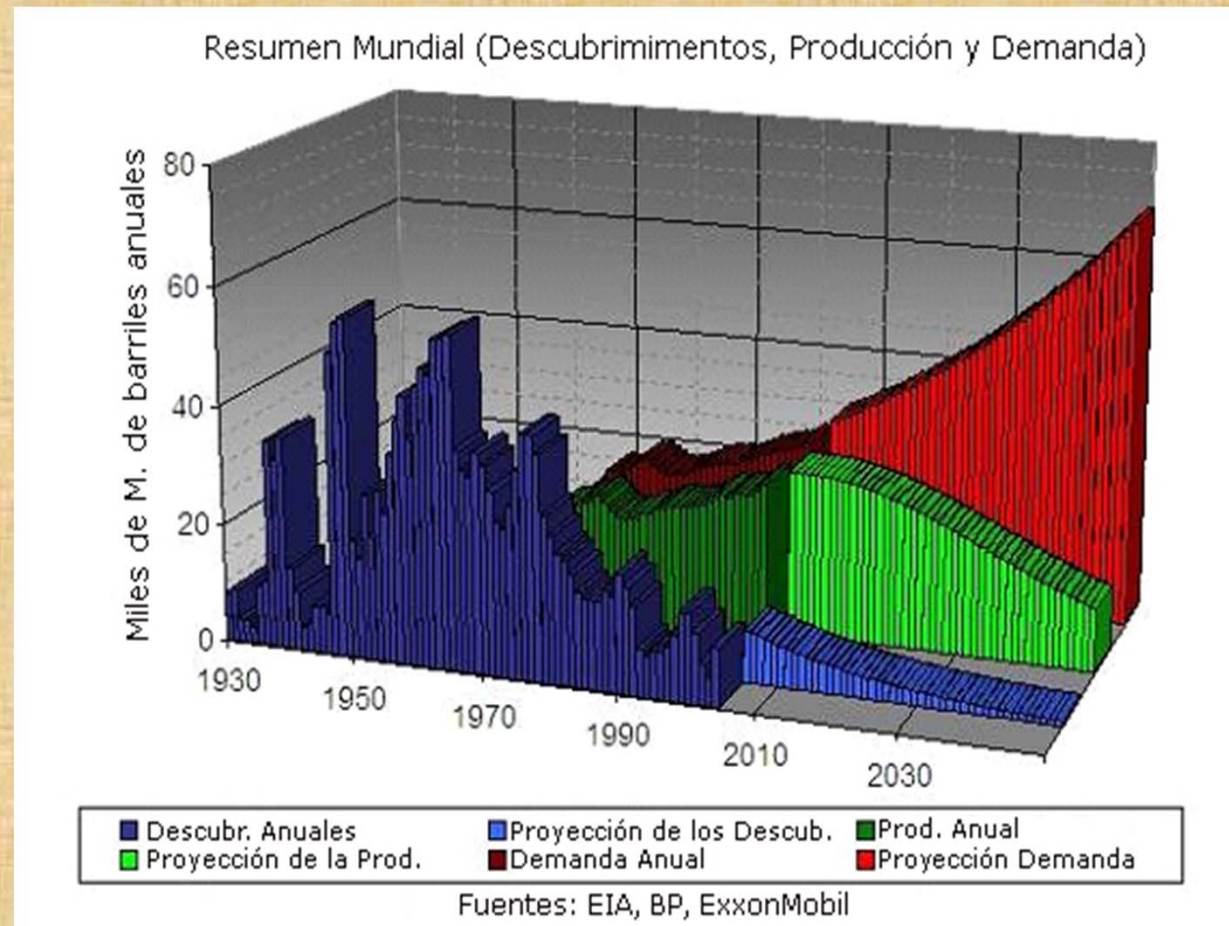


Evolución temporal de la demanda ecológica de la humanidad desde 1960 a 1999 con respecto a la capacidad ecológica de la Tierra
Fuente: Wackernagel, M y cols., 2002

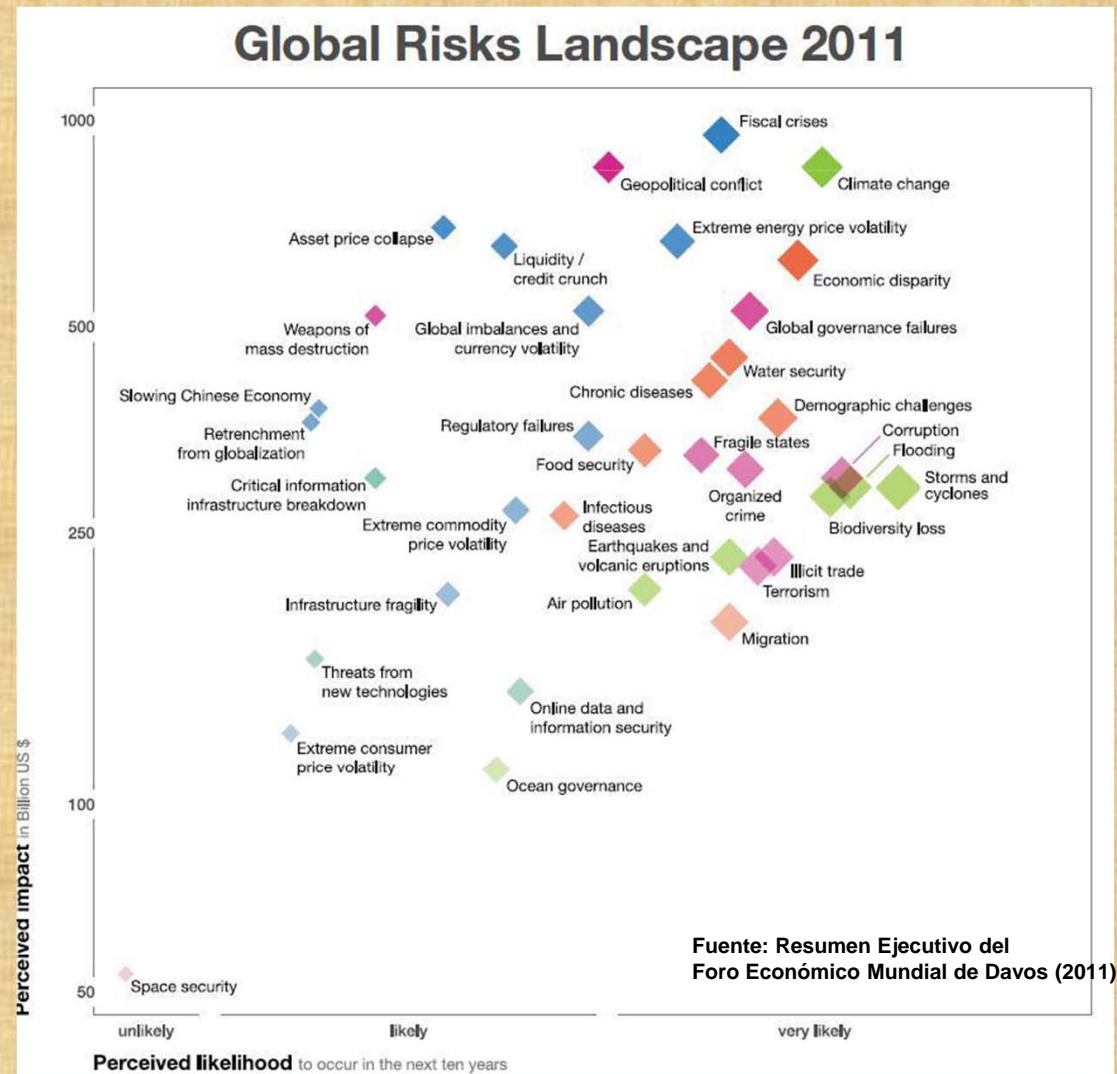
b) Aumento de concentración de CO₂



c) Pico del petróleo convencional



d) Percepción del riesgo



Percepción del riesgo en artículos de *El País*

El Banco Mundial alerta de la gravedad del cambio

climático. El organismo pide más decisión para evitar que el calentamiento llegue a cuatro grados. *El País*, 18 de nov. 2012

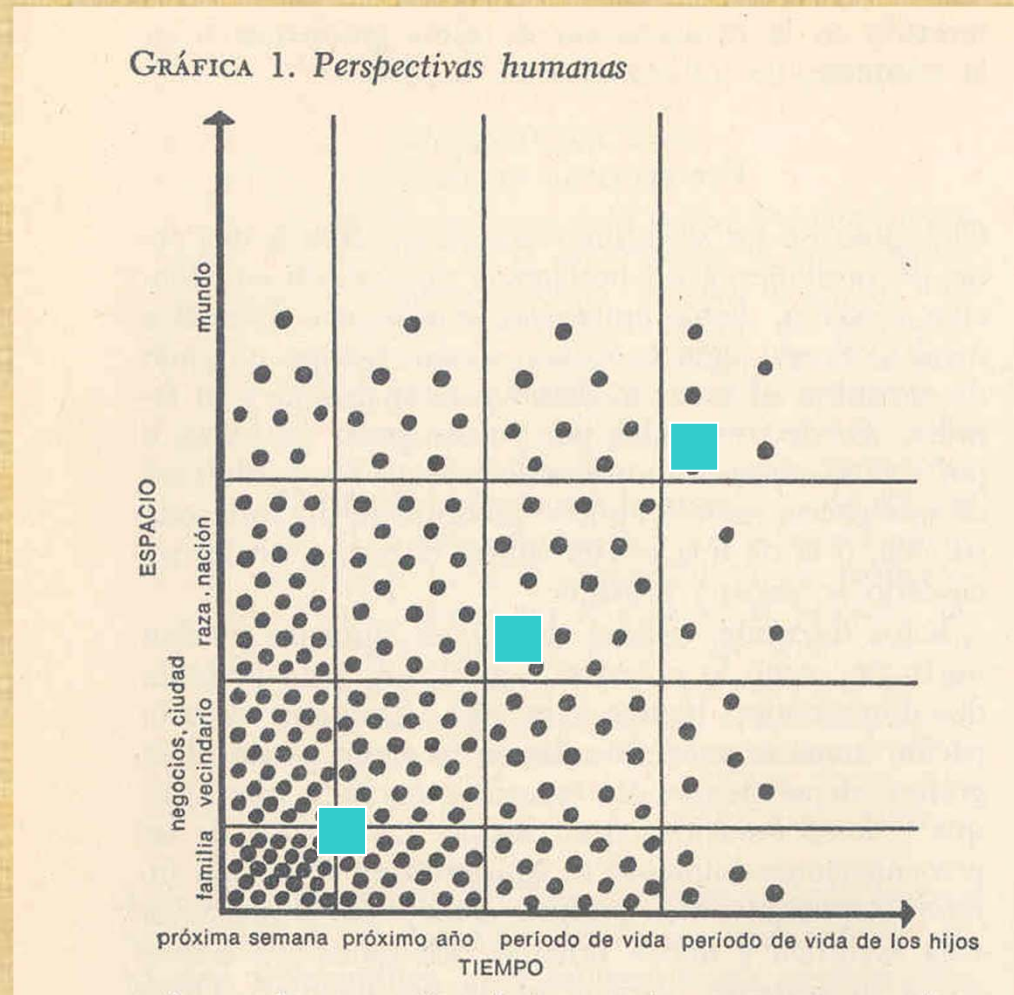
Cinco años para evitar que el calentamiento global se

descontrole. La Agencia Internacional de la Energía fija 2017 como fecha límite para acotar el incremento térmico a niveles “no irreversibles”. *El País*, 9 de noviembre de 2011

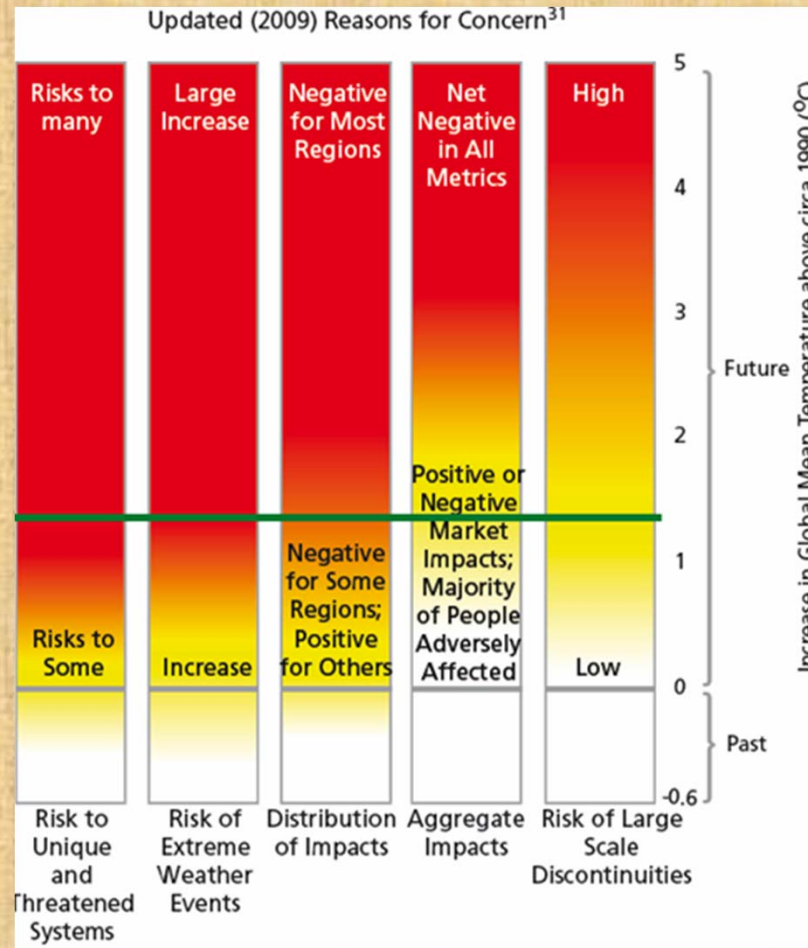
La ONU alerta de cambios “sin precedentes” en la Tierra

El País, 6 de junio de 2012

Perspectivas humanas

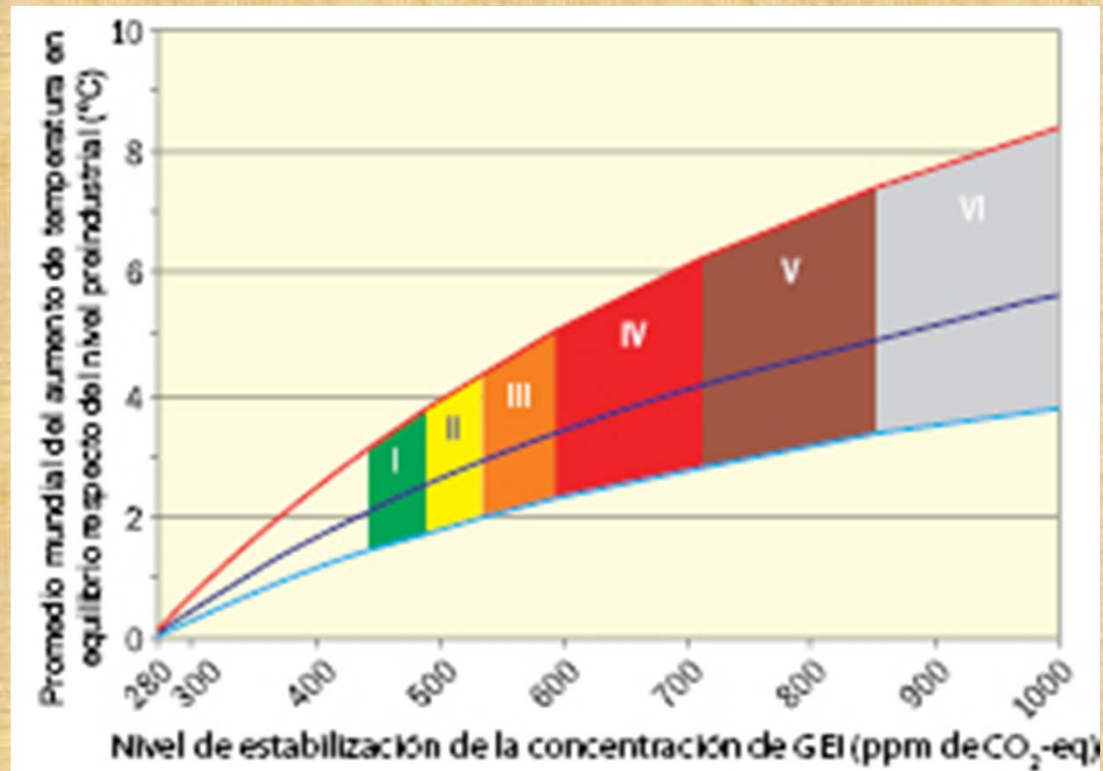


Umbrales



Evaluación del cambio climático peligroso mediante una actualización de los "motivos del preocupación" del IPCC (Smith et al, 2009)

Nivel de estabilización



Nivel de estabilización de la concentración de GEI y promedio mundial del aumento de temperatura en equilibrio respecto del nivel preindustrial (Informe de Síntesis del IPCC, 2007)

Ante la realidad de la extralimitación humana en la ecoesfera caben tres opciones:

Retroceso de la extralimitación: a través de un decrecimiento material

Freno de la extralimitación, con una oscilación amortiguada en torno al umbral del límite: a través de la sostenibilidad fuerte

Colapso, siguiendo con el rebase de los límites, causando daños graves y permanentes: éticamente injustificable

Optar por un retroceso de la extralimitación: única opción ética

Se opta por una **transición** hacia una nueva cultura. Ello supone cambios de paradigma en la mayor parte de los ámbitos de la especie humana:

- En el ámbito científico
- En el ámbito social, económico, ambiental
- En el ámbito de la ciudadanía
- En el ámbito del ejercicio periodístico
- Etc.

Bloque 2: Movimiento de iniciativas de transición

¿Qué es el movimiento de transición?

Son pueblos, barrios, comunidades o ciudades que, ante el previsible encarecimiento de los combustibles fósiles, la amenaza del cambio climático y la crisis económica, han empezado a organizarse para hacerles frente. Se basa en la permacultura y el paradigma ecológico.

Es un movimiento que está teniendo lugar en todo el mundo y que se alinea con otros que no llevan el apellido 'en Transición' (como las Ecomunicipalities, las Ecoaldeas) y con los principios propuestos por un sinnúmero de propuestas alternativas, tales como la Permacultura, Ecología Política, Buen Vivir, Economía del Bien Común, Economía Ecológica, Cooperativas integrales, monedas locales, decrecimiento, bancos del tiempo, etc.

Propuestas del movimiento de transición

- Aumentar la resiliencia
- Potenciar la autosuficiencia local
- Protagonismo de la comunidad, descentralización
- Reducir la emisiones de carbono
- No esperar a que los demás actúen
- Reconexión con la naturaleza
- Plan local de descenso energético

Convencimiento

- Si se espera la acción de los gobiernos, será completamente insuficiente, demasiado tarde
- Si actuamos como individuos, será muy poco
- Si actuamos como comunidades, podría ser suficiente y a tiempo

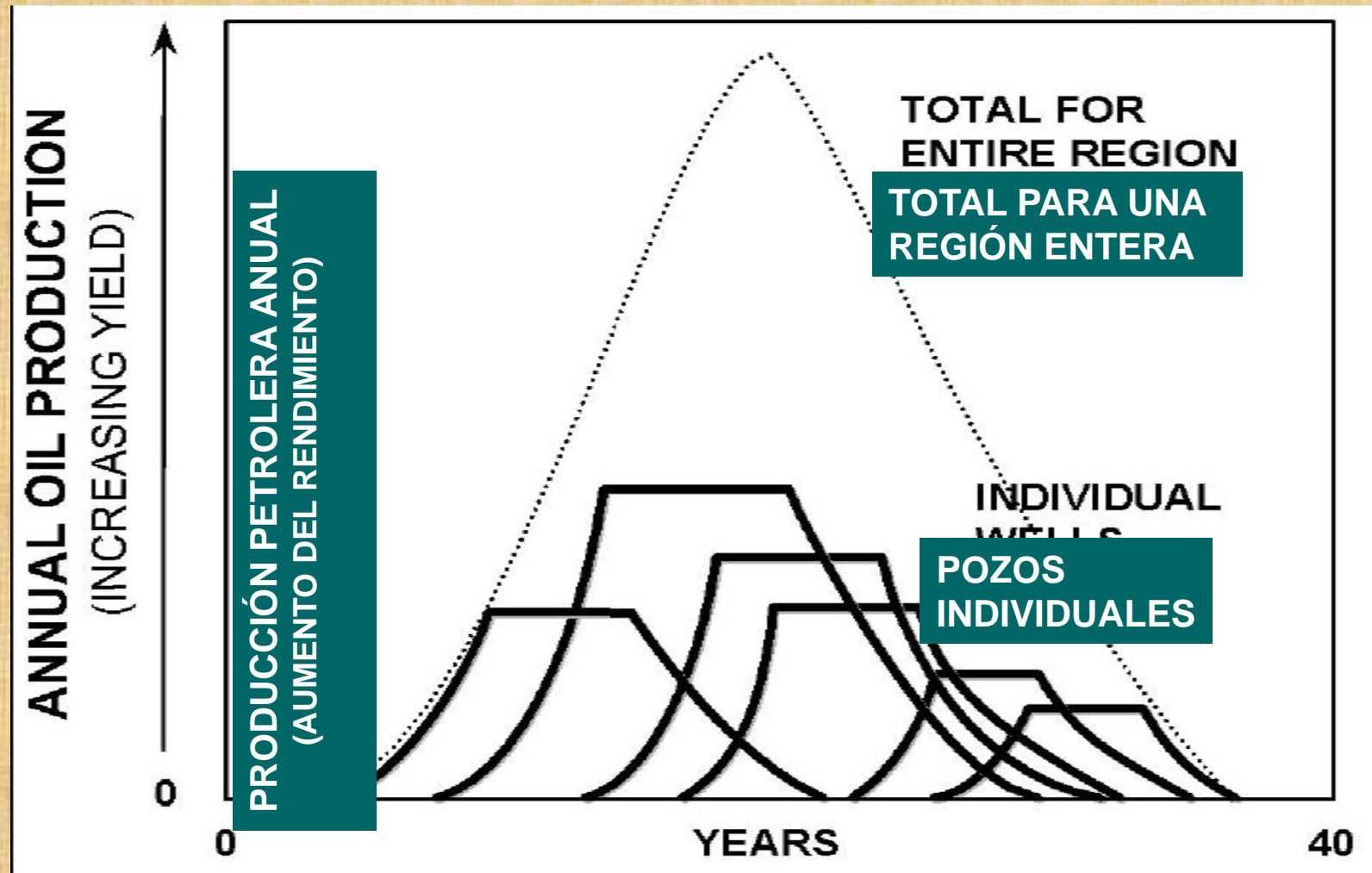
Reconocimiento

Se reconoce que no se sabe si este experimento social a escala masiva funcionará

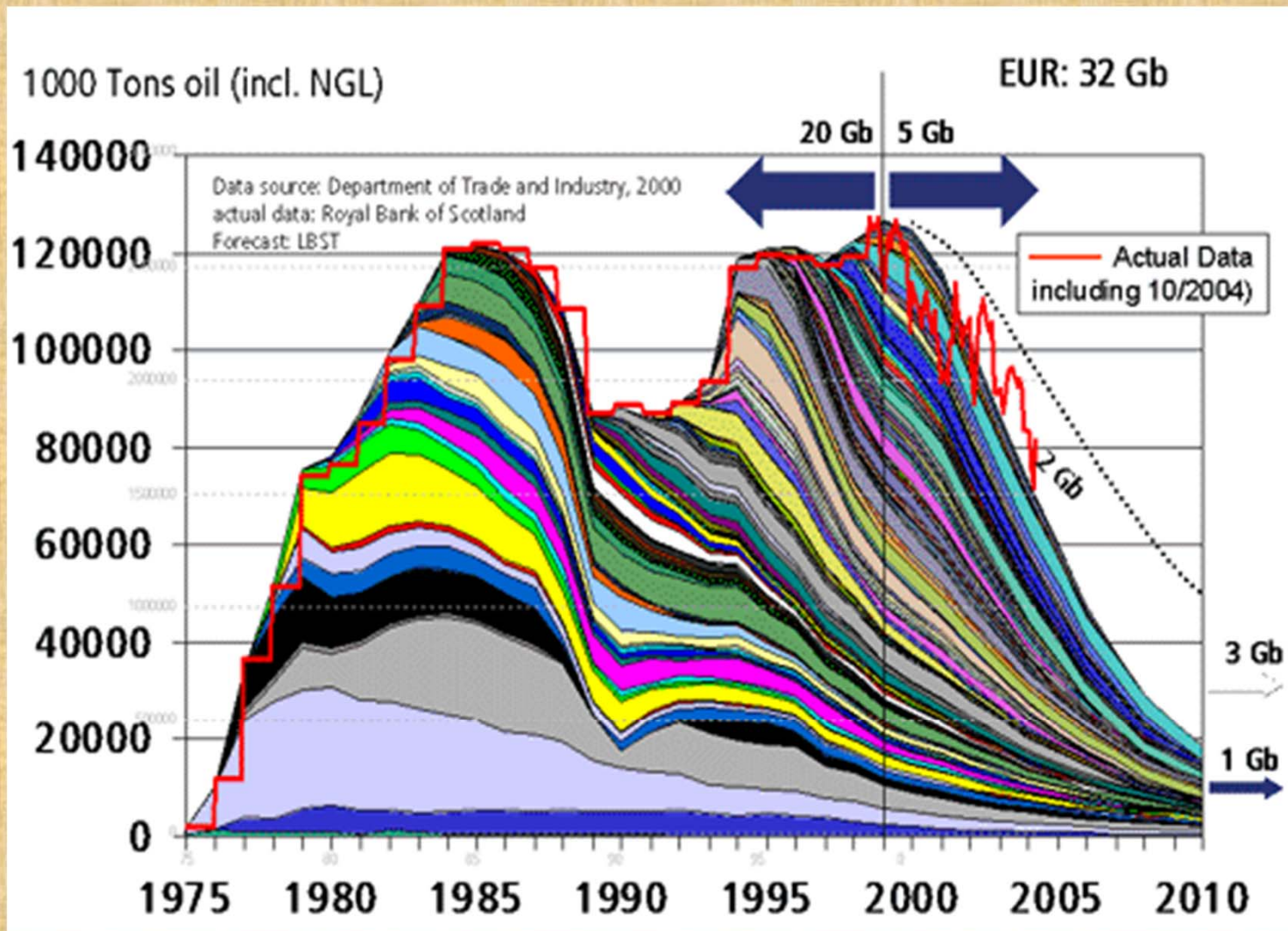
Premisas

- 1) Que es inevitable vivir con un consumo de energía mucho más bajo, y que es mejor planear para esto que ser cogido por sorpresa.
- 2) Que nuestras comunidades y asentamientos actualmente carecen de robustez para permitirles capear los severos choques energéticos que acompañarán al pico del petróleo y a los efectos del cambio climático.
- 3) Que tenemos que actuar colectivamente, y tenemos que actuar ahora.
- 4) Que liberando el genio colectivo de aquellos a nuestro alrededor para diseñar creativa y proactivamente nuestro descenso energético, podemos construir formas de vida que están más conectadas, más enriquecedoras y que reconocen los límites biológicos del planeta.

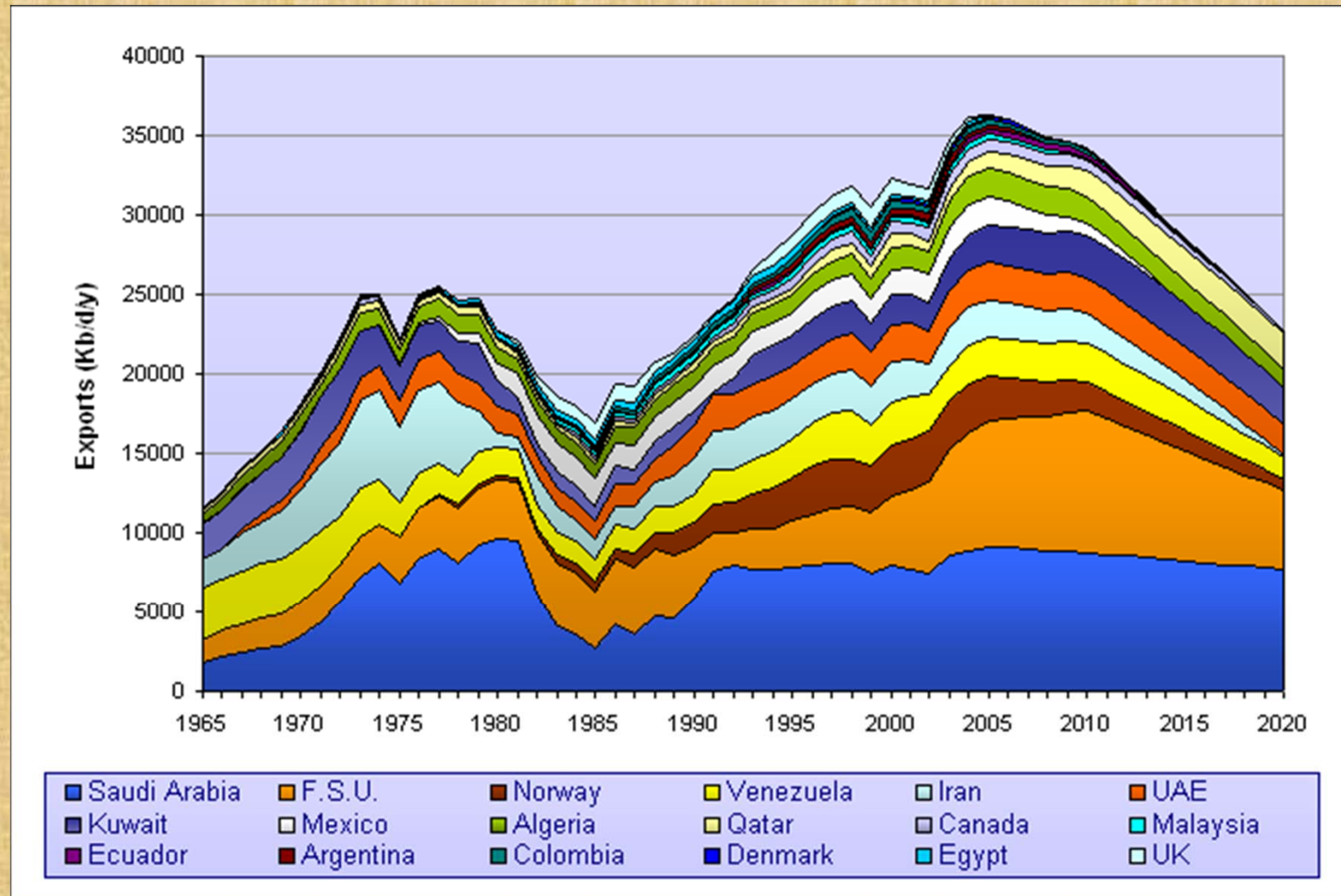
El Pico del Petróleo



Perfil de producción del RU



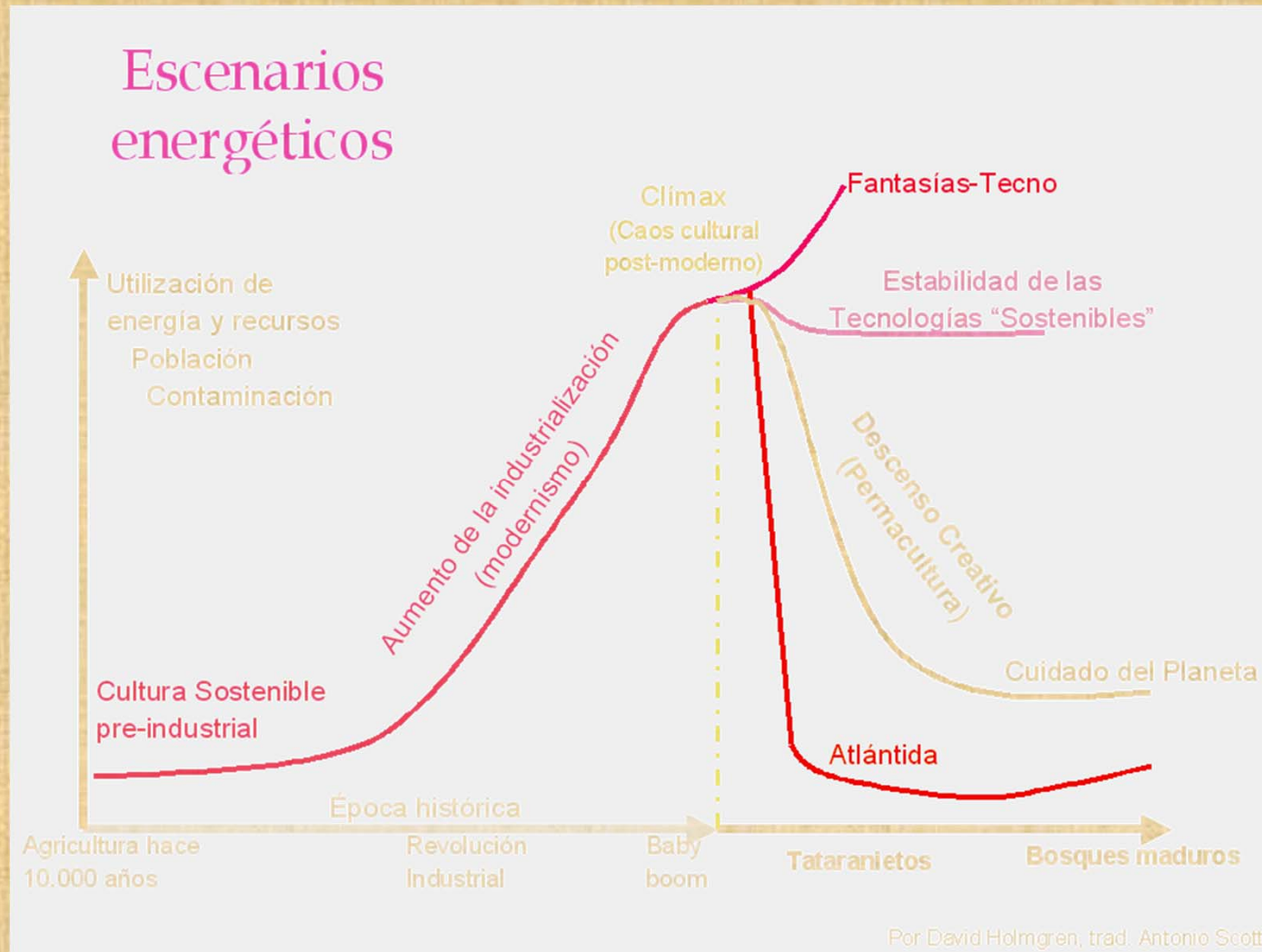
Exportaciones de los productores de petróleo



¿Por qué el petróleo es tan importante?

- Un depósito de gasolina contiene 8.000 horas de trabajo humano
- Si trabajas 8h/día, 52 semanas al año, 7 días por semana, eso equivale a casi 3 años de trabajo
- Muchos de nosotros dan por sentada la cantidad de energía que disponemos al instante. Ninguna sociedad humana ha tenido jamás algo parecido antes del descubrimiento de los combustibles fósiles

Escenarios energéticos

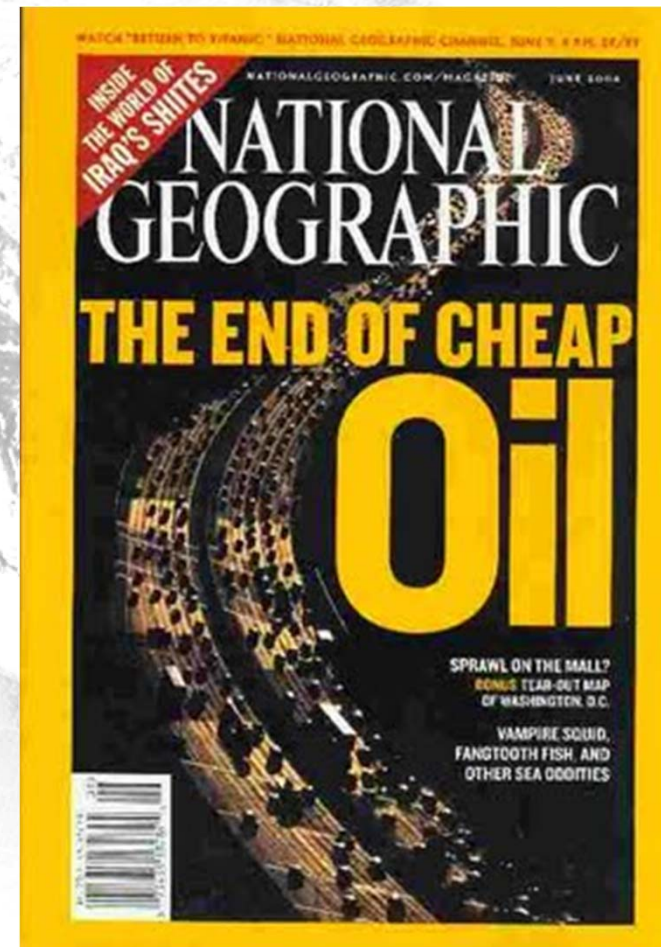


El Pico del petróleo y los medios

Según Turiel, un experto del tema del CSIC, es un debate *público, pero no publicitado*.

Presencia del tema “pico del petróleo” en los buscadores de varios diarios en el año 2012:

Diario	Nº de referencias
<i>El Mundo</i>	3
<i>Abc</i>	3
<i>La Vanguardia</i>	2
<i>El País</i>	0
<i>Público</i>	8
<i>The Guardian</i>	35



Bloque 3.- Análisis de la comunicación en el movimiento de transición

- . Desde arriba: Los medios de comunicación tienen un discurso polifónico del abordaje del cambio climático y del pico del petróleo. Prevalece el freno sobre la facilitación a la hora de resolver el cambio climático y del pico del petróleo
- . Desde abajo: Una experiencia de la comunicación de un movimiento social

Objetivos de la Encuesta

- . Aproximarnos a conocer la experiencia mediática en el movimiento de iniciativas de transición en el Estado español
- . Compartir los resultados entre las iniciativas para avanzar en conocer otras experiencias y atender las necesidades

Metodología

“Creación colectiva del conocimiento”

1. Esbozo de encuesta
2. Apertura a participar en la confección de la encuesta (junio 2012)
3. Envío de encuestas (agosto-septiembre 2012)
4. Análisis
5. Se devolvieron los resultados en lista de distribución abierto a consideraciones
6. Síntesis (octubre 2012)
7. Taller en el encuentro nacional de grupos de transición. Mijas (abril 2013)

Bloques de la encuesta

1. Componentes de la comunicación (Emisor, Receptor, Mensaje, Canal, Contexto y Código)
2. Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)
3. Reflexión sobre el proceso comunicativo, las herramientas y las necesidades

Observaciones

1.- Componentes de la comunicación (Emisor, Receptor, Mensaje, Canal, Contexto y Código)

- De la emisión de información se encarga el grupo o alguna persona en particular, nunca profesionales
- Los receptores son, principalmente, miembros de las iniciativas, seguidos de público externo, dentro de un ámbito local
- El contenido se centra en las iniciativas de grupo, en elementos prácticos

Observaciones

1.- Componentes de la comunicación (Emisor, Receptor, Mensaje, Canal, Contexto y Código)

- Los temas prioritarios son agroalimentario, movilidad, concienciación, banco del tiempo, energía y territorio
- El lenguaje conlleva elementos de sostenibilidad
- Priorización de lo local, en un contexto tanto urbano como rural

Observaciones

1.- Componentes de la comunicación (Emisor, Receptor, Mensaje, Canal, Contexto y Código)

- Internet es el soporte básico. Los blogs y los correos electrónicos (con listas de distribución) prevalecen ante la nula o escasa presencia de las webs. Algunas iniciativas están presentes en redes sociales (Facebook)

Observaciones

1.- Componentes de la comunicación (Emisor, Receptor, Mensaje, Canal, Contexto y Código)

- La difusión se complementa con folletos, carteles, el “boca a boca” y las convocatorias con antelación para las franjas que no acceden a Internet
- No se aplican -o aún no sobresalen- elementos de comunicación alternativa (software libres, copyleft, creative commons, redes alternativas), aunque hay interés

Observaciones

2.- Análisis DAFO

Debilidades:

- La falta de personas suficientes implicadas y en acción (“Los que vienen son los que han de venir”)
- La falta de formación, con la consiguiente dependencia de la autoformación.
- Otras debilidades tienen que ver con que apenas hay jóvenes menores de 25 años o se carece de local propio.

2.- Análisis DAFO

Amenazas:

- Desconocimiento del tema
- Resistencia al cambio
- Desconfianza generalizada
- Fuerte individualismo social
- La fuerza de la inercia
- La crisis paraliza a ciertas personas
- La descentralización comunicativa conlleva a que no haya una directriz conjunta del trabajo y se produzcan vacíos comunicativos
- Dependencia excesiva de Internet

2.- Análisis DAFO:

Fortalezas:

- Buen conocimiento en general de las distintas herramientas de comunicación (tradicionales y internet)
- Personas cada vez más preocupadas y concienciadas respecto que hay que hacer algo
- Movimiento libre y ciudadano
- No hacen falta grandes recursos para ponerse a la acción
- Se aportan soluciones
- Otras fortalezas pueden ser: el protagonismo local, la positividad de los mensajes, la actitud inclusiva.

2.- Análisis DAFO

Oportunidades:

- Hay mucha diversidad de herramientas para llegar a la población
- Las iniciativas en transición ofrecen amplia cobertura conceptual para pasar a la acción en cualquier tema/ámbito de nuestra vida individual/colectiva
- El ambiente de crisis y la crisis económica
- La incertidumbre reinante motiva a pensar que aisladamente no se puede hacer nada y colectivamente se pueden cambiar las cosas

2.- Análisis DAFO

Oportunidades:

- Cada vez somos más
- Poder llevar a cabo muchas actividades planificadas debido a que se trabaja desde lo local
- Generar efecto contagio en los municipios de alrededor
- Oportunidad para un mayor cohesión social.
- Otras oportunidades pueden ser: se encuentra debajo del radar, capacidad de estar conectados, no necesita publicidad.

Observaciones

3.- Reflexión sobre el proceso comunicativo, las herramientas y las necesidades

- Se prioriza el afianzamiento del grupo. Se valora la comunicación pero como elemento secundario
- La comunicación es un ámbito por consolidar
- Los grupos reconocen la necesidad de comunicación entre ellos
- y de disponer de herramientas para notas de prensa y comunicados