



Revista de Ciencias Sociales (Cr)

ISSN: 0482-5276

revista.cs@ucr.ac.cr

Universidad de Costa Rica

Costa Rica

León Koberg, Sylvia

COMUNICACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO DIRIGIDA A LA NIÑEZ

Revista de Ciencias Sociales (Cr), vol. I, núm. 151, enero-marzo, 2016, pp. 79-93

Universidad de Costa Rica

San José, Costa Rica

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15345948006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## *COMUNICACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO DIRIGIDA A LA NIÑEZ*

## *CLIMATE CHANGE COMMUNICATION FOCUSED AT CHILDREN*

Sylvia León Koberg\*

### RESUMEN

El objetivo de este artículo es ofrecer una serie de sugerencias sobre la manera de comunicar la temática de cambio climático a la niñez comprendida entre 9 y 11 años, a la vez que se plantean lineamientos generales de comunicación y relaciones públicas para la elaboración de mensajes sobre cambio climático y sus consecuencias. El enfoque del trabajo se aparta del modelo clásico de las relaciones públicas y analiza a la disciplina como una herramienta promotora del cambio social en temas del bien común.

*PALABRAS CLAVE:* CAMBIO CLIMÁTICO \* COMUNICACIÓN \* NIÑEZ \* ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN \* CAMBIO SOCIAL

### ABSTRACT

The objective of this article is to provide a number of insights into how to communicate the issue of climate change to children between 9 and 11 years old, as well as general guidelines for communication, public relations and message development on climate change topics analyzed. The focus of the work departs from the classical model of public relations and analyzed the discipline as a promotional tool for social change that fosters social well-being.

*KEYWORDS:* CLIMATE CHANGE \* COMMUNICATION \* CHILDHOOD \* COMMUNICATION STRATEGIES \* SOCIAL CHANGE

---

\* Investigadora independiente.  
syleko@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación busca entender cómo comunicar el tema de Cambio Climático (cc) a la niñez; es decir, a partir de qué lineamientos clave se debe abordar el tema para construir los mensajes de manera que las niñas y los niños lo comprendan y participen de las acciones para adaptarse o mitigar esta situación.

Para construir los mensajes sobre cc, primero se levantó un listado de materiales sobre cambio climático dirigidos a niñas, niños y jóvenes. Posteriormente, un grupo de expertos analiza y sugiere diversos mensajes de cc, para que finalmente se estudie cómo reciben e interpretan dichos mensajes un grupo de niñas y niños costarricenses de 9 a 11 años seleccionados de dos escuelas públicas, una urbana y una rural.

Las estrategias de comunicación sobre cambio climático deben lograr, a mediano y largo plazo, la promoción de un cambio de comportamiento individual que lleve a un cambio social. Los mensajes deben contribuir a la formación de valores sobre el medio ambiente que generen una modificación paulatina del comportamiento. Esto conlleva la apropiación por parte del público infantil de una serie de conocimientos y conductas que faciliten la adopción de acciones concretas en pro del ambiente.

Como resultado se elaboró una propuesta de lo que debería ser la comunicación sobre cc, desde las relaciones públicas para la niñez, considerando un enfoque multidisciplinario.

## ALGUNAS PREMISAS DE PARTIDA

El cc no puede comunicarse desde el modelo clásico de la Teoría de la Excelencia en Relaciones Públicas (RRPP) el cual procura informar un mensaje desde una organización u empresa con estrategias hacia los diversos públicos de esta organización. La principal diferencia radica en que es un tema que abarca varias organizaciones y que su fin no es solo informar, sino procurar un cambio en el comportamiento. Pese a ser un modelo clásico de las RRPP, los autores Gruning, Gruning y Dozier (2006) destacan que no tiene por qué centrarse

en las organizaciones sino que debe enfocarse en los públicos, para que la toma de decisiones de estos se oriente a influir en una organización (para efectos de este artículo, la influencia se ejercería en el “Bien Común” costarricense).

En este sentido, se trata de ver a las RRPP de causa social en su rol hacia la construcción del “Bien Común”, saliéndose del modelo clásico de la comunicación organizacional donde la comunicación es exclusiva de una organización hacia sus públicos. Desde el enfoque de “Mercadeo Social”, las RRPP son vistas como una herramienta promotora del cambio social (Andreasen 1994) y como motor en la construcción del concepto país (teoría conocida como *Nation Building*) (Taylor y Kent 2006). Los autores señalan que las relaciones públicas pueden empoderar a los ciudadanos y ofrecer oportunidades de participación a grupos de interés específicos. Un acercamiento desde las RRPP al tema de cc requiere un modelo de comunicación enfocado en el entendimiento de los significados que son socialmente construidos, denominados “representaciones sociales” (Prieto 1992).

En esta investigación se entiende el cc como un cambio en el clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana. La única forma de frenar este proceso es cambiando significativamente actitudes y formas de vivir a través de acciones puntuales.

El manual de Meira (2008) constituye la principal base referencial, pues presenta un recurso que sirve de guía y orientación básica sobre cómo comunicar el cc. Algunas de las recomendaciones de Meira (2008) coinciden con las del manual del Centro de Investigación en Decisiones Ambientales (Center for Research on Environmental Decisions-CRED, por sus siglas en inglés, 2008), de la Universidad de Columbia. Tanto Meira (2008) como CRED (2008) poseen lineamientos clave sobre el enfoque de los mensajes para un público infantil.

En el ámbito regional, se consultó el manual de Encalada (2005) de planificación de la comunicación sobre cc para América Latina. Este autor asegura que la comunicación social es la encargada de asumir la sensibilización y educación informal sobre el tema.



## UN ACERCAMIENTO PLURIDISCIPLINARIO A LA COMUNICACIÓN DEL CC PARA LA NIÑEZ

La investigación procuró aproximarse a una comprensión del tema, no buscaba construir una teoría ni una terminología global de la comunicación para niñas y niños. La comunicación trata con un enfoque pluridisciplinario, desde diversas ramas de las ciencias sociales como: Educación, Psicología y Comunicación Colectiva. Se consideraron varias teorías y modelos que relacionaran los conceptos de comunicación, niñez, adquisición de valores y cc, como: la Teoría de la Excelencia (Gruning *et ál.* 2006) y la de *Nation Building* (Taylor y Kent, 2006), los modelos de comunicación participativa (Pérez, Amable, Pérez y Prieto 2003), la educación en valores (Caduto 1985), entre otras. Se partió de premisas teóricas tomadas de diversas disciplinas que permiten establecer los nexos entre estos conceptos y la interacción entre ellos para la elaboración de mensajes.

### PREMISAS TEÓRICAS

1) La comunicación sobre cc dirigida a la niñez debe partir de un modelo participativo que establezca una relación con las niñas y los niños como público: pese a que el modelo de Gruning *et ál.* (2006) se queda corto para explicar cómo debe ser la comunicación sobre cc, los autores proponen que uno de los modelos normativos de las relaciones públicas a los que debe aspirar el relacionista es el modelo de comunicación simétrico-horizontal de doble vía, que establece una relación directa con el público, desde la creación misma del proceso de comunicación organizacional. Afirman que este modelo tiende a ser conducido con más ética profesional que otros y produce beneficios que equilibran los intereses de la organización con los intereses de los públicos. En la práctica, los modelos de comunicación participativa tienen muchas dimensiones, según la amplitud y profundidad de la participación de las audiencias. Los modelos más débiles plantean la consulta como único elemento de participación,

mientras los más fuertes facilitan la participación en las instancias del proceso, como afirma Encalada (2005).

2) La comunicación sobre cambio climático dirigida a la niñez, debe fomentar la adquisición de valores ambientales: un cambio de actitud conlleva la adquisición de nuevos comportamientos, los cuales están determinados por creencias y por una serie de valores. La adquisición de valores ambientales se da a través de procesos que trascienden los mensajes meramente informativos y apelan a acciones individuales (Uzzel 1999).

3) La comunicación para la niñez sobre cambio climático, debe adaptar los elementos del mensaje al código y lenguaje de las niñas y los niños: dado que los hechos y datos sobre cc tienden a ser negativos, pueden deprimir a la audiencia sin el tratamiento adecuado (Encalada 2005). Los mensajes que se construyan sobre el tema deben simplificar los tecnicismos y promover la acción pro-ambiental haciendo la salvedad de que pese a todas nuestras acciones positivas, estaremos obligados a adaptarnos al cc. Los mensajes deberán considerar el contexto y lenguaje de niñas y niños (Prieto 2004).

4) La comunicación sobre cambio climático debe promover la toma de acciones: la comunicación social puede movilizar a las personas a la acción si efectivamente el mensaje está alineado con sus valores previos. Sin embargo, es necesario trascender la sensibilización sobre cc a las acciones concretas que los niños pueden realizar. En este paso, el modelo de comunicación participativa, al involucrar a la niñez en el proceso de elaboración de mensajes, contribuye a que exista apropiación por parte de ella. La apropiación es un primer paso hacia la acción (Gumuccio 2001), debe propiciarse tanto en el aula como en el hogar.

Las estrategias de comunicación sobre cc deben lograr, a largo plazo, la promoción de un cambio social; lo anterior implica que los mensajes deben contribuir a la formación de valores ambientales para un cambio de comportamiento paulatino. Esto conlleva la apropiación por parte del público infantil de una serie de conocimientos y conductas que faciliten la adopción de acciones concretas en pro del medio ambiente. La estrategia de comunicación por parte del emisor conlleva, a la vez, el involucramiento del perceptor en la co-creación del mensaje (Encalada 2005).

- 5) La comunicación para niñas y niños sobre cambio climático debe considerar su entorno cultural: la cultura local tiene un papel muy importante tanto en el contexto referencial, para la elaboración de mensajes, como en los valores ambientales. Además, afecta el modo en que habitualmente se percibe la realidad. El mejor ejemplo de cómo tiene efecto la cultura en la comunicación consiste en reconocer que al aprender un lenguaje, un individuo aprende las distinciones que ese lenguaje codifica, es decir, las formas particulares de categorizar y ordenar la experiencia de comunicación. El paso de un modelo clásico de la comunicación a otro más ligado con lo cultural resulta estar más vinculado con la comunicación pedagógica; la cual se basa en la participación de las personas en la generación y la apropiación de conocimientos, en el intercambio de experiencias, en el reconocimiento de su propia situación social, en la recuperación de su cultura y

su pasado. Se trata de un proceso comunicativo integral.

## METODOLOGÍA

La presente investigación partió de un enfoque interpretativo y propositivo. Interpretativo, pues se fundamentó en un proceso empírico de analizar los mensajes e interpretar las perspectivas y puntos de vista de personas académicas, expertas, así como de niñas y niños. Propositivo pues procuró, a partir de este entendimiento, elaborar lineamientos generales desde las relaciones públicas y entregar un grupo de mensajes que se pueden utilizar en esfuerzos planificados de comunicación sobre cc dirigidos a la niñez.

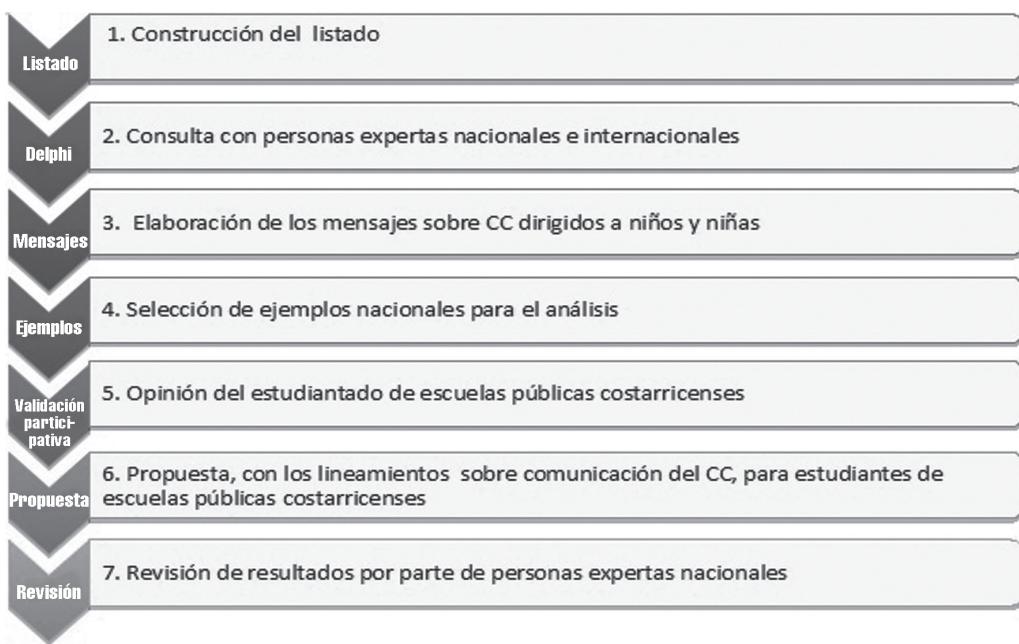
Esta investigación reunió las opiniones de gente experta, tanto nacional como internacionalmente, respecto de los elementos de comunicación que se deben contemplar y los mensajes sobre cc que se pueden sugerir.

Tuvo la participación tanto de personas adultas como de niñas y niños, de 9 a 11 años; en diferentes etapas de la investigación, separados en grupos y con funciones diferentes. Se contextualizó la práctica de la comunicación para niñas y niños con un panel de expertos nacionales e internacionales y los mensajes sobre cc con otro panel. Ambos grupos de personas expertas aportaron su propia definición y experiencia en la construcción de la propuesta.

Las profesiones de las personas expertas consultadas, abarcaron desde Relaciones Públicas, Periodismo, Comunicación y Educación, hasta Ciencias del Clima y Biología.

El grupo infantil tenía entre 9 y 11 años de edad, estudiantes de escuelas públicas costarricenses.





**IMAGEN 1**  
**ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN**

Fuente: León, 2014: 29.

#### CONSTRUCCIÓN DEL LISTADO DE EJEMPLOS SOBRE COMUNICACIÓN DEL CC PARA LA NIÑEZ

Se tomaron 31 ejemplos que se obtuvieron de los trabajos de Jiménez (2008) y Robles (2012). Para completar el ejercicio, se consideraron 25 ejemplos recomendados por los dos grupos de personas expertas consultadas mediante la técnica Delphi.

Se realizó un listado de ejemplos que incluyó: el mensaje clave, los principales elementos de comunicación y grado de participación de niñas y niños en la planificación de los esfuerzos educativos, tanto en sitios web, como en videos producidos desde el 2007 al 2012, por entidades nacionales e internacionales, adaptados a diferentes públicos.

Para la selección del listado inicial, se dio prioridad a los ejemplos encontrados en países de habla hispana y posteriormente, a los de habla inglesa (especialmente Estados Unidos y el Reino Unido, que tienen más ejemplos de comunicación para niñas y niños sobre cc).

En general, no formó parte de este análisis el estudio de los mensajes de empresas privadas ni aquellos ejemplos en donde los mensajes estaban centrados en productos, figuras o individuos.

#### USO DE LA TÉCNICA DELPHI PARA LA CONSULTA CON PERSONAS EXPERTAS

Debido a que los expertos consultados provenían de diferentes países y no era posible reunirlos, se escogió el método Delphi. Sobre Delphi se consultó a Linstone y Turoff (2002). Este método permitió obtener información y hacer uso de ella en forma más rápida y eficiente que con otros métodos de estudio.

Se aplicaron tres rondas de encuestas a personas expertas en Comunicación, Educación y cc. Entre los criterios de selección se consideró: a) grado académico mayor a la licenciatura, b) mínimo tres publicaciones en su campo de experiencia y c) reconocidos en su campo como “persona experta”.

Las personas expertas se ubicaron en dos grupos: el Grupo Delphi 1 lo constituyeron personas expertas en Comunicación, nacionales e internacionales, y el Grupo Delphi 2 lo conformaron personas expertas en cc, nacionales e internacionales. Un requisito de la técnica Delphi es que guarda el anonimato de los expertos dentro del grupo. La lista de personas expertas puede ser consultada en el Anexo C de la tesis de León (2014). Las personas consultadas incluyen a expertos como: James Gruning (RRPP), Paulo Meira (cc), Marco Encalada (cc) y Michael Caduto (Educación Ambiental), entre otros.

El ejercicio constó de tres rondas, para cada uno de los dos Grupos Delphi; la última ronda fue la devolución sistematizada de las dos rondas anteriores. Cada sugerencia u opinión fue valorada en la sistematización.

Con esta consulta se pretendía conocer cómo se divulga el tema del cc a un público infantil y cuáles son los mensajes que se deben divulgar. Los expertos también comentaron sobre cómo esperan que sea la participación de las niñas y los niños en la producción de comunicación sobre el tema: ¿en qué términos deben de participar? ¿Cómo conceptualizar los mensajes para que niñas y niños actúen a favor del medio ambiente? ¿Cómo construir mensajes que logren la formación de valores ambientales y de cambios en el comportamiento ambiental? Las respuestas sobre el procedimiento práctico de divulgación, el contenido de los mensajes y los ejemplos que podrían ser dirigidos a niñas y niños de 9 a 11 años, se consensuaron entre los grupos y se pueden consultar completas en el trabajo de León (2014).

#### ELABORACIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE CC DIRIGIDOS A LA NIÑEZ

Se les solicitó a las personas expertas que participaron del grupo Delphi 1 elaborar sus propios mensajes clave dirigidos al grupo de niños. Sugirieron 16 frases que compartían similitudes:

1. Los niños y las niñas pueden ayudar a combatir el cambio climático.
2. Vivimos en un mundo en que los recursos se agotan y estamos acabando con ellos.

3. Cada uno de nosotros influye sobre el cambio climático.
4. Como niñas y niños que somos, tenemos un deber de intentar concienciar a nuestros padres.
5. Los niños y las niñas pueden ayudar a encontrar soluciones al cc y dar el ejemplo positivo.
6. El clima condiciona nuestra vida, nuestra civilización y nuestra riqueza.
7. El ser humano es responsable por lo rápido que ha cambiado el clima mundial.
8. Algunos malos hábitos infantiles podrían aumentar el proceso de Calentamiento.
9. Podemos encontrar soluciones para combatir y remediar el problema del cc a tiempo.
10. Los niños y las niñas deben proteger la naturaleza hoy, para que también exista mañana.
11. Existen pequeños cambios en el comportamiento individual que pueden contribuir a reducir el cc y sus efectos negativos.
12. Para adaptarnos al cambio climático nuestros estilos de vida y hábitos de consumo deberán cambiar.
13. Usted puede hacer una diferencia, y usted puede comenzar a hacer una diferencia ahora.
14. El cc es real y debe ser enfrentado por todos, incluyendo la niñez, pues influye en el bienestar humano.
15. Hay poblaciones que sufren mucho más que nosotros por el cc.
16. Es posible que no podamos ver el cc en lo que sucede en nuestra vida, pero se puede ver cómo este afecta la vida de otras personas.

En una segunda ronda, se les solicitó a las personas expertas numerar los mensajes según su importancia. Luego de sumar los puntos obtenidos de cada mensaje, se agruparon estos 16 mensajes por tema general. Al agruparlos, se procuró resumir y unir los mensajes comunes. Estos fueron presentados y aprobados en la ronda final por el Grupo Delphi. Las frases fueron simplificadas y parafraseadas por la



investigadora en 6 grandes mensajes que luego fueron validados con grupos de niñas y niños.

#### VALIDACIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE CC POR PARTE DE ESTUDIANTES DE DOS ESCUELAS PÚBLICAS COSTARRICENSES

Se realizaron dos talleres donde se validaron los mensajes sugeridos por quienes integran los grupos Delphi con niñas y niños de 9 a 11 años, provenientes de dos escuelas, una rural y una urbana. Los criterios para la escogencia de las escuelas públicas fueron: cercanía y accesibilidad de las escuelas, que formaran parte del Programa Bandera Azul Ecológica del Ministerio de Educación Pública (MEP) de Costa Rica, que fueran escuelas públicas “de barrio”, es decir, donde la mayoría de sus estudiantes son de la misma comunidad, que contaran con pequeños grupos de cuarto y quinto grado (máximo 25 estudiantes por grupo) y que los docentes tuvieran disposición a participar del trabajo de investigación. Quienes participaron fueron escogidos como un representativo promedio del universo de niñas y niños en escuelas públicas costarricenses con estas características.

Se realizó primero un taller con estudiantes de 4<sup>to</sup> y 5<sup>to</sup> grado de la Escuela de Grifo Alto de Puriscal (escuela pública rural) y luego, un segundo taller con estudiantes de un grupo de 5<sup>to</sup> grado de la Escuela Juan XXIII, en San Antonio de Escazú (escuela pública urbana).

A partir de la sistematización de los ejemplos de mensajes sobre cc, de los ejemplos de instituciones nacionales y ejemplos internacionales, de las recomendaciones de personas expertas y de fuentes de bibliografía especializada, se identificaron los lineamientos generales para el tratamiento de la información sobre cc y calentamiento global dirigida a la población meta.

#### LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA ELABORACIÓN DE MENSAJES SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO DIRIGIDOS A LA NIÑEZ ENTRE LOS 9 Y 11 AÑOS

Las recomendaciones sobre cómo se debe abordar el tema de cc con estos niños y niñas se derivan de las opiniones de personas expertas en cc, integrantes del grupo Delphi 1 y

Delphi 2, de la validación con los grupos infantiles de las escuelas mencionadas, así como del marco teórico.

Las pautas que se consideran fundamentales para abordar este tema son:

- 1) La comunicación sobre cc dirigida a niñas y niños debe desarrollarse como un proceso pedagógico: el tema de cc para niñas y niños entre los 9 y 11 años de edad, debe abordarse de manera entendible, con ejemplos visibles y concretos. Se debe explicar, en términos generales, lo que significa el cc en el ámbito global, sin generar alarma; mediante ejemplos fáciles de entender y cercanos a sus propias experiencias. En el proceso pedagógico, la mediación es muy importante, porque es el tratamiento de contenidos y de formas de expresión de los diferentes temas, con el fin de que efectivamente la audiencia comprenda; por lo tanto, se está hablando de una educación concebida con participación, creatividad, expresividad y relationalidad, tal y como plantean Pérez, Amable, Pérez y Prieto (2003). Las personas expertas consultadas coinciden en que se deben integrar experiencias de aprendizaje en el aula que incluyan todas las asignaturas, desde arte hasta ciencia y matemática. La educación puede darse al involucrar al estudiantado en proyectos específicos de los centros educativos o de la comunidad.
- 2) La comunicación sobre cc para niñas y niños debe partir de información científica: la decisión de incluir científicos y científicas provenientes de diferentes disciplinas en el Grupo Delphi 2, muestra la relación que ven del tema con su área de formación. Una persona experta consultada asegura que los primeros conceptos sobre lo que es el clima van ligados a clases de Estudios Sociales (geografía) y en parte a Ciencias y Biología. Como docente con experiencia en cc, opina que en esta franja de edad (9 a 11 años), se puede

abordar la explicación de los fenómenos atmosféricos y de los procesos físicos de manera técnica pero muy sencilla. Alude a que se les debe familiarizar con la climatología y con el concepto de que nuestra actividad antropocéntrica impacta el clima. “El tema de cc va muy ligado al área de biología. Es importante mantener esa conexión, un mayor daño a los ecosistemas tiene como consecuencia manifestaciones climáticas más adversas que afectan a todos los seres vivos, incluyendo al ser humano” opinó otro de los expertos consultados, biólogo de profesión.

El énfasis para Meira (2008) debería estar más en identificar cuál es nuestro clima cercano y hacer un ejercicio de imaginación de cómo sería el mundo cuando cambien determinadas condiciones. Por lo tanto, la información científica, es medular en la comunicación sobre el cc dirigido a la niñez, pero como plantea este autor, debería empezar por contribuir a identificar el propio contexto.

Estudiantes de Grifo Alto, Puriscal y de San Antonio, Escazú, identificaron en las validaciones, algunos de los impactos que produce el clima en sus comunidades. Mencionaron: “sequías”, “inundaciones” y “derrumbes”. En especial los de quinto grado conocían algunos conceptos científicos como qué es el dióxido de carbono, qué es la atmósfera y qué es el calentamiento global. Al pedirles que imaginaran cómo sería su comunidad si el cc aumentaba, en San Antonio dijeron que sería “menos fresco” y “llovería más”.

3) La comunicación sobre cc dirigida a niñas y niños debe asociarse con la vida cotidiana: identificar temas cercanos a su vida cotidiana que podrían contribuir a la mitigación y adaptación al cc. Debe partir de la realidad de niñas y niños: sus hogares, sus familias, sus estilos de vida y su ambiente.

Se deben asociar las causas, consecuencias y alternativas ante el cc a aspectos significativos de la vida cotidiana de la

niñez: salud, alimentación, estilo de vida, consumo y movilidad. Hay que visualizar las alternativas concretas. Sugerencia que ya había sido planteada por uno de los científicos que participó en este estudio y dijo: “Es necesario transferir el cc a la dimensión “local”, “doméstica” y “cotidiana”, para superar la actual percepción social como una cuestión lejana, deslocalizada, atemporal y abstracta”.

Entre las recomendaciones de personas expertas, destaca que los mensajes sobre cc para la niñez se programen desde sus acciones y cuánto inciden estas acciones sobre el fenómeno. Debe explicarse a niñas y niños cómo deben reconocerse vulnerables al cc en su familia, barrio y ciudad.

Los escolares de Grifo Alto —en mayor medida que los de San Antonio— se reconocen vulnerables ante el cc. Reconocen que hace más calor, que en sus comunidades llueve menos y que, como niñas y niños, van a tener que adaptarse. Ambos grupos de escolares reconocen la importancia de estar preparados con planes de emergencia y tomar acciones cotidianas como tomar más agua, ponerse bloqueador solar y estar pendientes de “las crecidas” de los ríos.

4) La comunicación sobre cc dirigida a niñas y niños debe considerar cada etapa de la infancia: esta población necesita construir representaciones del mundo físico y del mundo social. En ellos reconocen las relaciones que se observan de su medio ambiente y las prácticas sociales para actuar dentro de su entorno (Prieto 1999). Las diferencias observadas entre la desarrollo académico de escolares de Grifo Alto y de San Antonio y los diversos niveles de sensibilización y exposición al tema del cc, en ambos grupos, son aspectos por considerar al elaborar la estrategia de comunicación con cualquier otro grupo de niñas y niños.

5) La comunicación sobre cc para niñas y niños debe evitar ser “catastrófica”: el mensaje principal no debe ser catastrófico,



ya que a través de acciones de prevención y de adaptación es posible enfrentar los problemas ocasionados por el cc y específicamente, disminuir el calentamiento global. Se deben abordar temas que favorezcan en la niñez una actitud de prevención y de toma de decisiones adecuadas, las cuales a largo plazo le permitan proteger su vida. Por ejemplo, es importante discutir en clase temas sobre la importancia de mantener los ecosistemas, en particular los bosques y que estos se conecten mediante corredores biológicos que apoyen la conservación comunitaria.

El miedo alimenta la apatía y genera sentimientos de indefensión y resignación, como lo afirma Meira (2008). No se trata de suavizar la gravedad de la situación, se debe hablar de los impactos, pero no se debe tener un enfoque “apocalíptico”, sino uno propositivo y enfocado en las soluciones (CRED 2008).

- 6) La comunicación sobre el cc debe considerar los hábitos de consumo individual y grupal: se debe formar a la niñez con hábitos de consumo responsable y con la comprensión de los impactos que provocan la producción de bienes y la generación de residuos. Es decir, con toda la cadena de consumo, la afectación de la sociedad al cc es colectiva, por lo que la comunicación sobre el tema debe promover respuestas comunes y colectivas. La generación de basura y la inadecuada disposición de los desechos es un impacto que escolares en Grifo Alto y en San Antonio identifican muy fácilmente. Pese a que ambos centros educativos tienen programas de reciclaje, las niñas y los niños identifican “el botar basura” como un problema colectivo en sus comunidades. Es necesario fomentar en esta población el reconocimiento de impactos colectivos con relación al cc. Existe la necesidad de identificar y destacar las responsabilidades individuales y colectivas en la génesis del problema

del cc y también las alternativas para enfrentarlo (Meira 2008).

- 7) La comunicación sobre cc dirigida a niñas y niños debe incluir necesariamente el entorno adulto: según los expertos consultados, una estrategia comunicacional sobre cc dirigida a la niñez deberá incluir el entorno adulto (escolar, familiar e institucional), porque sin los mismos cambios de comportamiento en la población adulta, el resultado puede ser desmoralizante para la niña y el niño. La mayor parte de las decisiones en la esfera personal, familiar o comunitaria de la niñez, relacionadas con cc, responden a los intereses y son realizadas o supervisadas por personas adultas. Las niñas y los niños pueden constituir una ciudadanía ambientalmente más consciente y responsable si existe coherencia con los mensajes, valores y comportamientos que experimenten en su proceso de socialización en la familia, la comunidad y la escuela (Meira 2008).
- 8) La comunicación sobre cc dirigida a niñas y niños debe fomentar la participación infantil: la participación es un asunto de toma de decisiones en el que niñas y niños pueden contribuir en distintos ámbitos de su entorno. Existe una debilidad explícita, tanto entre la población adulta como entre la niñez, para reconocer que su participación en procesos de comunicación y toma de decisiones es un derecho: su derecho. En los procesos de comunicación que se lleven a cabo con esta audiencia, especialmente sobre un tema que les hace tan vulnerables como el cc, debe tomárseles en cuenta por medio de espacios donde puedan opinar y actuar. Existen indicadores de proceso e indicadores de resultado para la participación infantil que se pueden utilizar (Espinar 2003). El cc no se debe limitar a la educación ambiental para promocionar hábitos sostenibles y solidarios. Hay una faceta que implica la movilización

de la ciudadanía (y por ende, de las niñas y niños) exigiendo a los poderes públicos una actuación inmediata y contundente frente al cc. Como sugiere Espinar (2003), la “introducción” a la movilización puede ser lúdica y además fomentar mejor que ninguna otra actividad, la formación del pensamiento crítico.

- 9) La comunicación sobre cc requiere la adaptación de códigos del lenguaje y el uso de materiales didácticos: integrantes de ambos grupos Delphi consultados, concurren en la necesidad de utilizar lenguaje simple que se ajuste a los códigos de la niñez para comunicar sobre el cc. Para Jolibert (1992), si la cultura determina las formas de apropiación del lenguaje, este a su vez juega un rol determinante en los procesos de aprendizaje. Asimismo, las niñas y los niños están inscritos dentro de un código de lenguaje y se ven obligados, desde muy temprana edad, a sujetarse a sus reglas, sin embargo, si se les otorgan herramientas para comprender nuevos discursos y lenguajes, se le habilita la posibilidad de “aprender” mejor sobre el mundo. En este sentido, la validación con escolares de Grifo Alto permitió que se expresaran en sus propias palabras. Los mensajes se reescribieron utilizando sus expresiones y fueron preferidos sobre los mensajes más técnicos, en su mayoría, por las niñas y niños de San Antonio. Una vez que se tienen los mensajes elaborados por la audiencia seleccionada (en este caso niñas y niños), se debe consensuar el lenguaje para que combine rigor científico, claridad y expresividad (Meira 2008). Se recomienda distinguir con claridad el “cc causado por la acción humana” pues es más específico que indicar solo “cc”.
- 10) La comunicación sobre cc dirigida a niñas y niños debe promover la adquisición de valores ambientales por medio de acciones sencillas: con respecto a las “acciones sencillas individuales”, cred

(2008) analiza este concepto denominado en inglés como “single action bias”. Esta es la creencia errónea de que una acción (como reciclar, cambiar bombillos a fluorescentes o andar en bici) es suficiente como aporte personal a la resolución de un conflicto ambiental complejo (como el cc). El autor recomienda trabajar, desde la estrategia de comunicación misma, en enlistar las mejores acciones posibles, las más viables y efectivas, para contrarrestar el sentimiento de confort ante una acción realizada.

Con el tema de cc ocurre similar que otros asuntos críticos ambientales: se conoce el problema, se asume la necesidad de actuar en consecuencia, pero las prácticas no coinciden con lo que se sabe y se cree. Es lo que comentaron las niñas y niños en la validación sobre las diferencias entre reciclar en la escuela y reciclar en la casa. Es necesario presentar esta incoherencia y ofrecer buenas prácticas proambientales (Meira 2008).

Según integrantes del grupo Delphi 2, los manuales consultados y la validación con niñas y niños de los mensajes sobre cambio climático, deben ser personales y cercanos, deben explicitar la responsabilidad humana ante la naturaleza, deben fomentar la participación de la niñez y deben contener información básica sobre qué es el clima, qué significa el calentamiento global y cómo podemos adaptarnos.

## CONCLUSIONES

Entre las principales conclusiones generales que se derivan de la investigación realizada y de la validación hecha, tanto con personas expertas como con escolares de Grifo Alto de Puriscal y de San Antonio de Escazú, se encuentran:

- 1) La importancia del contexto y la cultura en la comunicación para niñas y niños: un hallazgo presente en el proceso de investigación y en la validación fue la importancia que tiene el contexto en los procesos de comunicación. El contexto es entendido como el entorno inmediato



donde se desenvuelven niñas y niños (su barrio, su comunidad) y también como la cultura de donde provienen. Se destaca la importancia de considerar tanto el contexto como la cultura al adaptar los temas de cc a la comunicación dirigida a niñas y niños. Se deben comunicar los impactos del cc en el ámbito local y contextualizar las imágenes utilizadas para acompañar los mensajes.

- 2) La incorporación de las personas adultas en las estrategias de comunicación para niñas y niños: considerar a docentes, madres y padres de familia entre las audiencias de influencia con las que se trabaja. Esto implica pensar en estrategias de comunicación creativas que permitan impulsar la modificación de comportamientos, tanto en las niñas y los niños, como en los adultos que les rodean.
- 3) La actualización de conocimiento e información: es necesario que al personal docente se le actualice en el tema de cc, que se le brinde información de fuentes, de recursos didácticos e información científica; esto con el fin de que puedan identificar las causas antropogénicas del cc y sus impactos. Al respecto, se pueden consultar los sitios web sugeridos en las referencias de León (2014). También es necesario explicar las diferencias y relaciones entre el “cc y el fenómeno del Niño”, así como, el “cc y la capa de ozono”, las cuales se confunden frecuentemente.
- 4) La selección de acciones realistas para enfrentar el cc: la estrategia de comunicación debe incluir acciones sobre las que niñas y niños puedan tener control y sobre las que puedan actuar. Sugerencias como: “cambiar los bombillos a bombillos fluorescentes” o “utilizar menos el automóvil”, aunque son buenas sugerencias para la mitigación en el entorno adulto, escapan del control y las posibilidades reales que

tienen niñas y niños de poder ejecutar estas acciones. Sugerir acciones más cercanas a su vida cotidiana, como “apagar las luces que no se necesiten para ahorrar energía” o “preferir jugar al aire libre en lugar de ver televisión”, son acciones más realistas y sobre las que pueden ejercer cierto control y ofrecen beneficios directos.

- 5) La inclusión de medidas de adaptación en el abordaje del cc: la mayoría de materiales consultados dan sugerencias para la reducción de gases de efecto invernadero o sugieren medidas de mitigación del cc. Son verdaderamente escasos los ejemplos que se dan para la adaptación y en su mayoría, están limitados a tener planes de emergencia (en caso de inundaciones, deslizamientos o sequías). Hay otras medidas más sencillas de adaptación que se les puede mencionar, como las sugerencias dadas por los mismos niños; “usar protector solar al jugar al aire libre” o “aprender a nadar si vive cerca de los ríos”, son acciones sencillas, que están en su control, para promover su adaptación.
- 6) El sentido de urgencia es un llamado real: el verdadero reto del cc no es de información, es de cambio de actitudes. Se trata de lograr el cambio urgente en los estilos de vida, a la velocidad que se necesita. Posiblemente hay que ubicar con las audiencias, los cambios de actitudes posibles y con claridad empezar a diseñar las estrategias que promuevan estos cambios en el tiempo. No se puede pretender que solo con información o mensajes se den los cambios de comportamiento deseados. Es necesario educar sobre las implicaciones profundas de cómo las decisiones de hoy afectarán a las generaciones venideras.
- 7) La formación en valores: los valores están relacionados con nuestra moral y ética. En este sentido debe haber un consenso en la sociedad costarricense en cuanto a qué valores ambientales

se quieren promover. La investigación recomienda el aprendizaje en valores. Algunos están relacionados con cuál debe ser la meta para la vida sostenible (valores terminales) y otros están relacionados con los comportamientos prácticos que se deberían adoptar (valores instrumentales) (Caduto 1985, 7-10).

- 8) La consideración de las niñas y los niños como emisores: uno de los hallazgos derivados de las rondas Delphi, así como de las observaciones y reflexiones de los

talleres de validación con niñas y niños, es la necesidad de considerarles como emisores de la información sobre cc. El mensaje de estos “emisores infantiles” ejerce influencia en su grupo primario de gente adulta (familiares, docentes, madres y padres) y en su grupo de amistades (niñas y niños con los que comparte). Independientemente de los espacios de participación real que puedan tener en sus comunidades, niñas y niños son emisores natos en sus hogares y escuelas.



TABLA 1

MENSAJES GENERALES PARAFRASEADOS DE LO DICHO POR LAS PERSONAS EXPERTAS DEL GRUPO DELPHI 1 Y DE LO DICHO POR LAS NIÑAS Y LOS NIÑOS DE LA ESCUELA DE GRIFO ALTO, PURISCAL

MENSAJES DE EXPERTOS DEL GRUPO DELPHI 1	MENSAJES DE LAS NIÑAS Y LOS NIÑOS DE LA ESCUELA DE GRIFO ALTO
Lo que estamos haciendo es afectar de una forma mundial al planeta. Es decir, si los niños y niñas no cuidamos el planeta, los niños y niñas futuros no podrán tenerlo. Si hacemos lo correcto podemos tener un mundo mejor.	Todas nuestras acciones influyen sobre el cambio climático. Los niños y las niñas podemos dar un ejemplo positivo protegiendo la naturaleza hoy, para que también exista mañana y así crear conciencia en nuestros padres.
El clima afecta la forma como vivimos, nuestras ciudades y pueblos, y nuestra riqueza. El ser humano, con sus acciones, es en parte responsable por lo rápido que ha cambiado el clima en el mundo.	El clima, de alguna forma, se afecta con cada cosa que hacemos. Por ejemplo: si gastamos mucha energía y contaminamos con dióxido de carbono, el planeta se va a poner más caliente.
Vivimos en un mundo en que los recursos, como el agua, se acaban. Algunos malos hábitos podrían acabar con los recursos y aumentar el proceso del calentamiento global.	Los malos hábitos hacen que los recursos naturales empeoren con el Cambio Climático. Si uno tiene buenos hábitos, los recursos no se acaban tan rápido.
Existen pequeños cambios en el comportamiento individual que pueden contribuir a reducir y adaptarnos al cambio climático y a sus efectos negativos. Para adaptarnos al cambio climático debemos cambiar nuestros estilos de vida y hábitos de consumo.	Los niños y niñas tenemos que intentar hacer algo, cualquier cosa, para mantener el planeta con vida. Si nos comportamos de forma diferente nos podemos adaptar y ayudarnos a combatir el Cambio Climático.
Claro que podemos hacer la diferencia, y podemos comenzar a hacer una diferencia ahora.	Podemos ser ejemplo para que todos salven el planeta. Podemos hacer acciones positivas que les enseñen a los demás.
El cambio climático es real y debe ser enfrentado por todos, pues influye en el bienestar humano en todo el mundo. Hay niños en otros lugares del mundo que sufren mucho más que nosotros por las inundaciones y sequías.	El Cambio Climático tiene consecuencias severas sobre el clima del planeta. Si seguimos así, no vamos a poder vivir en el planeta.

Fuente: Elaboración propia a partir de León, 2014.

Nota: Estos mensajes fueron sugeridos por un grupo de personas expertas y por un grupo de niños y niñas. No pretenden ser exhaustivos para toda situación.

## BIBLIOGRAFÍA

## LIBROS

- Center for Research on Environmental Decisions (CRED). 2008. *The Psychology of Climate Change Communication: A Guide for Scientists, Journalists, Educators, Political Aides, and the Interested Public*. Versión digital. Nueva York, Estados Unidos: Universidad de Columbia.
- Encalada, Marco. 2005. *Comunicación sobre el Cambio Climático. Manual para su planificación en América Latina*. División de Convenciones Ambientales, Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Corporación OIKOS. Quito, Ecuador.
- Espinar, Ángel. 2003. *El Ejercicio Del Poder Compartido” Estudio para la elaboración de indicadores e instrumentos para analizar el componente de participación de niñas y niños en proyectos sociales*. Lima, Perú: Save the Children Suecia.
- Linstone, Harold A. y Murray Turoff. 2002. *The Delphi Method, Techniques and Applications*. Portland State University and New Jersey Institute of Technology.
- Meira, Pablo. 2008. *Comunicar el Cambio Climático. Escenario Social y líneas de acción*. Naturaleza y Parques Nacionales, Serie Educación Ambiental, España: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Organismo Autónomo de Parques Nacionales.
- Pérez, Renato, Rosario Amable, José Pérez y Daniel Prieto. 2003. *El Derecho a la Comunicación. La participación de niñas y niños en los Medios*. Primera Edición. Ciudad de Guatemala, Guatemala: Plan ROCCA y Radio Nederland Training Center.
- Prieto, Daniel. 2004. *La Comunicación en la Educación. Colección Itinerarios*. Segunda edición. Ediciones la Crujía, Argentina.

## PUBLICACIONES PERIÓDICAS

- Andreasen, Alan. 1994. "Social marketing: its definition and domain". *Journal of Public Policy & Marketing*. Estados Unidos. American Marketing Association. 108-114.
- Caduto Michael J. 1985. *A Guide on Environmental Values Education. Environmental Education Series 13*. UNESCO, París, Francia. División de Ciencia, Tecnología y Educación Ambiental, 7-11.
- Gruning, James, Larissa Gruning y David Dozier. 2006. "The Excellence Theory", En: Botan Carl y Hazelton Vicent. *Public Relations Theory II*, Nueva Jersey, Estados Unidos. Lawrence Erbaum Associates Communication Series, 21-62.
- Jolibert, Josette. 1992. "Recomendaciones para mejorar compresión lectora y de escritura de niños de áreas rurales y urbano marginales" En: *Proyecto Principal de Educación en América Latina y el Caribe, Boletín 32*, UNESCO, Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC), 3-12.
- Taylor Maureen y Michael L. Kent. 2006. "Public Relations Theory and Practice in Nation Building". En: Botan Carl y Hazelton Vicent. *Public Relations Theory II*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erbaum Associates Communication Series, 341-359.
- Uzzell, David. 1999. "Education for Environmental Action in the Community: new roles and relationships". *Cambridge Journal of Education* 29, n.º 3, 397-413.

## TESIS E INFORMES

- Gumucio, Alfonso. 2001. "Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social". Informe para la Fundación Rockefeller. Nueva York, Estados Unidos: The Rockefeller Foundation.
- Jiménez, Gladys. 2008. "Catálogo de Recursos Virtuales sobre Cambio Climático.



- Proyecto Cibercolmenas: Comunidades Virtuales en Cambio Climático". Informe de Pasantía. Heredia, Costa Rica: Instituto Nacional de Biodiversidad.
- León, Sylvia. 2014. "Cómo comunicar el cambio climático a la niñez: lineamientos básicos, para las relaciones públicas, en el tema de la comunicación sobre cambio climático dirigida a niñas y niños entre 9 y 11 años de escuelas públicas costarricenses". Tesis de Licenciatura en Relaciones Públicas, Universidad de Costa Rica.
- Robles, G.M. 2012. "Materiales sobre cambio climático. Investigación para desarrollar un manual para ambientalizar las escuelas de América Latina y el Caribe". Informe para el Banco Interamericano de Desarrollo.

*Fecha de ingreso: 24/08/2015*

*Fecha de aprobación: 15/12/2015*

