

El auge del apocalipsis?

Francesc-Marc Álvaro (Auge del Apocalipsis, 4/11/2006) se equivoca al ironizar sobre el reciente informe del gobierno Británico que evalúa los costos económicos del cambio climático. Lo sitúa al mismo plano de productos apocalípticos cinematográficos como Waterworld y se pregunta si “no existe otra forma de agitar las conciencias adormecidas de nuestra alma de consumidores que limitan su contribución a la sostenibilidad a la compra de productos bio, eco y similares”. Se debe aclarar que las 700 páginas del citado informe ofrecen un análisis sistemático de los posibles costes económicos y sociales del cambio climático, e incluye una evaluación económica de lo que supondría abordar dicho problema desde hoy mismo. El informe reconoce las limitaciones y la incertidumbre que conlleva predecir la evolución de la economía y del clima en las próximas décadas y, por lo tanto, no trata de “pintar el cuadro del desastre con tonos sombríos” como asegura Álvaro, sino de aportar información veraz que se sustenta en la mejor ciencia disponible. Trivializar sobre el cambio climático no es una actitud periodística responsable. A día de hoy, la comunidad internacional, grandes instituciones financieras, empresas y ONGs ya están actuando para frenar el cambio climático y están tomando en cuenta sus consecuencias en la toma de decisiones. Los ciudadanos, por nuestra parte, podemos reducir las emisiones de los gases contaminantes causantes del problema con simples acciones como apagar el televisor por la noche, conducir menos y caminar más. Frente a este gran reto, el periodismo también tiene un papel fundamental: mejorar su habilidad para comunicar información científica de forma rigurosa y huir de la redacción fácil que se escuda en un sensacionalismo apocalíptico que los propios científicos siempre intentamos rehuir y matizar.

Esteve Corbera