

MOCIÓN PARA UNA RESOLUCIÓN POR LA COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO

Presentado por: Barea Martín, Luis; Herreyre Navarro, Lucas; Zhang Hui; Carrasco Martín, Magdalena; Romero Conesa, Elena; Sánchez Sánchez, Víctor; Aguilar González, Adrián; Hidalgo Fernández, Noé; Campos Arroyo, Alejandra; Hernández Alfaro Carlos; Morenilla Rodríguez, Javier; Arjona Vico, Isabel; Pallarés Joven, Raquel.

Tras haber estudiado la situación actual en lo referente a la comunicación y cambio climático consideramos de vital importancia un buen uso de la información recibida para crear una sociedad crítica y sensibilizada, con el fin de alcanzar un futuro sostenible.

El Parlamento Científico de Jóvenes:

- A. Teniendo en cuenta la importancia actual acerca de los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco general en la lucha contra el cambio climático. [D1]
- B. Profundamente alarmado por la desinformación generalizada en la sociedad acerca del cambio climático por parte de los medios.
 - a. Opinión de personajes públicos sin fundamentos.
 - b. Divulgación de estudios no verificados por la comunidad científica
- C. Velando por una publicidad responsable y profundamente convencidos de la eficacia de la misma. [D2]
- D. Advirtiendo la falta de enfoque acerca de la información expuesta por los diferentes medios acerca del cambio climático.
- E. Plenamente preocupado por la existencia de los llamados bulos mediáticos, que tergiversan la realidad. [D3], [D4]
- F. Habiendo examinado la situación actual respecto a los productos que son cuestionablemente calificados como sostenibles.
- G. Tomando en consideración el oportunismo de algunas empresas que aprovechan el cambio climático en su propio beneficio.
 - a. Conveniencia de quitarle importancia al cambio climático por parte de Empresas petroleras.

- b. Beneficios del sector turístico nórdico debido al incremento de la temperatura.
- H. Terriblemente alarmado por la situación de insensibilización por parte de la sociedad sobrecargada de una información catastrófica.
- I. Plenamente consciente de la influencia del interés temporal causado principalmente en las campañas políticas y por las relevantes empresas privadas.
- J. Recordando el escaso interés de ciertos sectores de la población con respecto al cambio climático.
- K. Habiendo presenciado la ausencia de sentido crítico en la sociedad.
- L. Concienciado por el aumento exponencial de las nuevas tecnologías y su posible mal uso.

La comisión de Comunicación y Cambio Climático:

1. Coincide en potenciar principalmente los objetivos 13 y 17, relacionados con la comunicación y cambio climático.
2. Promueve la creación de campañas de concienciación social que favorezcan:
 - 2.1 El aumento de la cantidad de periodistas especializados en ciencias y medioambiente.
 - 2.2 La existencia de una audiencia crítica mediante el fomento de herramientas educativas y autorregulación propia.
3. Defiende el desarrollo de un código de conducta interno regido por un Consejo de Protección de Publicidad con capacidad sancionadora, que permita diferenciar entre noticia y publicidad.
4. Priorizando el proceso sobre el suceso y creando relaciones directas entre las acciones, sus consecuencias y sus posibles soluciones.
5. Condena rotundamente la malversación de argumentos que causen un impacto negativo relevante para la sociedad, que además no encuentran una fundamentación sólida y respaldada por los consiguientes métodos de verificación.
6. Debemos priorizar la compra de productos nacionales.
7. Reconoce el importante factor científico de saber contrarrestar la información proporcionada por dichas empresas.
8. Insta la necesidad mediática de alimentar la esperanza en la población, insistiendo en las causas y posibles soluciones. Soluciones, sencillas y directas, que permitirán una respuesta rápida y optimista de la ciudadanía.

9. Requiere la presencia de diversidad de información proporcionada por los medios que no se dejen influenciar por las distintas tendencias del momento.
10. Aprovechando los diferentes recursos televisivos o radiofónicos sobre otras materias, como instrumento para introducir conceptos medioambientales, primando la creatividad y la innovación, aprovechando además las horas de máxima de audiencia.
11. Indagando en la formación educativa que motive una escucha activa, que promueva conocimiento y curiosidad.
12. Resaltando la accesibilidad e inmediatez a la información que proporciona respuestas rápidas a las posibles dudas generadas por el cambio climático.

ANEXO I: DEFINICIONES

[D1] Objetivos de Desarrollo Sostenible: son una serie de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar el bienestar global de las personas

[D2] Publicidad responsable: Acción de comunicación destinada a un público objetivo, igual que la publicidad al uso, pero con un carácter más amplio y generalista. Intenta transmitir valor, moral y ética.

[D3] Bulos: noticia falsa que se difunde, generalmente, con el fin de perjudicar a alguien.

[D4] Tergiversar: dar una interpretación errónea o falsa de algo, a menudo con voluntad de ello.

ANEXO II: REFERENCIAS

[R1] Charla dentro del Parlamento Científico de Jóvenes. José María Montero Sandoval.

[R2] <https://www.elcorreogallego.es/hemeroteca/oportunismo-ambiental-HGCG310502>

[R3] <https://www.newtral.es/bulos-sobre-el-cambio-climatico-que-se-han-viralizado-en-redes-sociales/20211030/>

[R4] <https://www.noticiasdenavarra.com/actualidad/mundo/2019/12/04/bulos-cambio-climatico/1006615.html>

[R5] <https://www.agenciasinc.es/Noticias/Los-medios-de-comunicacion-tienden-al-catastrofismo-al-hablar-de-medio-ambiente>

[R6] <https://parlamentocientificodejovenes.wordpress.com/>

[R7] <https://www.youtube.com/watch?v=3ZbRHZimXOA>