

Green voices: discursos de periodistas y lideresas tanzanas sobre el cambio climático
Green voices: Speeches by Tanzanian journalists and women leaders on climate change

Alicia Cebada Romero, Universidad Carlos III de Madrid - alicia.cebada@uc3m.es

Patricia Izquierdo Iranzo, Universidad Rey Juan Carlos - patricia.iranzo@urjc.es

Abstract

Green voices wants to strengthen and make visible women's fight against climate change. We present here the results attained once the first phase of the project has been completed. Arising from the exploratory mission to the field was the idea that the whole society is claiming for an increase in public awareness on climate change in Tanzania; from the analysis of the discourses of women leaders and women journalists we infer that the effort to raise awareness should be aimed at increasing consciousness as well as knowledge. In the rural areas there is less awareness on climate change even if it is rural population that is experiencing the negative impact of climate change in agriculture to the extent that even food security is endangered. This is related to the low level of education of rural people as well as to their difficulties to access the adequate information. Our empirical work also confirmed that the most effective way to enhance awareness is communication. There is the need, particularly for rural areas, to convey messages (via community radio and mobile phones) that connect causes with effects, ie waste of natural resources with natural disasters and impoverishment, as well as to take initiatives in the local communities for sharing good practices in mitigation and adaptation.

Keywords

Green awareness communication, Tanzania, women leaders, climate change.

Resumen

Green voices quiere reforzar y visibilizar la lucha femenina contra el cambio climático. Presentamos aquí los resultados de sus primeras fases. Del trabajo de campo exploratorio se extrajo una idea clara: todos los sectores sociales claman por un aumento de la conciencia pública (*public awareness*) sobre el cambio climático en Tanzania; del análisis de los discursos de las lideresas y periodistas se deduce además: que ese trabajo en *pro* de la concienciación debe incluir las dos acepciones que el término original en inglés, *awareness*, incluye: conciencia y conocimiento; que, aunque padecen las devastadoras consecuencias del calentamiento global directamente en sus labores agrícolas y en última instancia en la falta de alimentos en sus mesas, el nivel de conciencia es menor en las áreas rurales, debido a un menor acceso a la información y a un menor nivel educativo. El trabajo empírico también confirmó que la manera más efectiva de fortalecer la conciencia es la comunicación, concretamente para las zonas rurales haciendo llegar mensajes (via radios comunitarias y telefonía móvil) que conecten causas con orígenes, es decir, abuso de los recursos con catástrofes naturales y empobrecimiento, así como acciones en las comunidades que permitan compartir buenas prácticas en mitigación y adaptación.

Palabras clave

Conciencia ecológica y comunicación, Tanzania, lideresas, cambio climático.

Sumario

1. Introducción. 2. Mujeres: las científicas tradicionales de la naturaleza. 3. Tanzania verde y autosuficiente ante el mundo. 4. Comunicación y desarrollo en África. 5. Marco metodológico. 6. Análisis de las entrevistas. 7. Conclusiones. 8. Bibliografía.

1. Introducción

Con el objetivo de promover, dar visibilidad y reforzar la acción que las mujeres están desarrollando para adaptarse o mitigar el cambio climático en Tanzania, se ha diseñado el proyecto *Green voices*, en el que la comunicación desempeña un papel central. A través de una campaña de comunicación centrada en la acción de las mujeres y organizada por mujeres, se pretende en última instancia sensibilizar a la sociedad tanzana acerca de la amenaza que el cambio climático representa, así como sobre las posibilidades de aportar soluciones efectivas.

Fueron varios los motivos que nos impulsaron a elegir Tanzania como el país objeto de nuestro proyecto, fundamentalmente su extraordinaria riqueza medioambiental, pero sobre todo el hecho de que, al estar incluido en el grupo de los países menos desarrollados, es uno de los más vulnerables a los efectos adversos del cambio climático. El 28% de la población en Tanzania vive por debajo del umbral de la pobreza (The World Bank, 2015, online). La columna vertebral de la economía es la agricultura de secano, si las lluvias disminuyen en torno a un 10% se calcula que puede producir un descenso del 2% en el PIB (Seitz and Nyangena, 2009). Se prevé, además, que las temperaturas suban entre 1,7 y 2,5 grados centígrados, según las zonas. Como consecuencia directa, las áreas costeras sufrirán la erosión derivada de la elevación del nivel del mar y del cambio de trayectoria de los vientos. Y en las zonas agrícolas, la población se enfrentará a las consecuencias que el alza de temperaturas provocará en cosechas y ganado. Se ha estimado que con una subida de 2 grados centígrados, las cosechas se pueden reducir en un 13% (Manneh *et al.*, 2007).

En este texto queremos compartir con la comunidad científica el trabajo de campo realizado por las autoras en Tanzania. Se trata de presentar el relato metodológico de la fase exploratoria en la que se hizo la contrastación del proyecto sobre el terreno, se identificaron los socios locales y se mantuvieron contactos con todos los agentes implicados, desde instancias gubernamentales hasta el tejido asociativo y empresarial, así como con la asociación de periodistas especializados en medioambiente (JET). Dentro de todas estas conversaciones mantenidas, entendemos que el conjunto más homogéneo y metodológicamente más correcto fueron las entrevistas cualitativas con mujeres periodistas y lideresas comunitarias, cuyo análisis constituye la parte central de este texto.

2. Mujeres: las científicas tradicionales de la naturaleza

La mujer es un actor fundamental para abordar de modo eficiente el cambio climático porque atesora una buena parte del conocimiento tradicional y porque generalmente posee una mayor y mejor conciencia medioambiental, las mujeres, como destaca la FAO, son las *traditional natural scientist*: «*Ecological ways of knowing nature are necessarily participatory. Nature herself is the experiment and women, as sylviculturalists, agriculturalists and water resource managers, the traditional natural scientists. Their knowledge is ecological and plural, reflecting both the diversity of natural ecosystems and the diversity in cultures that nature-based living gives rise to*» (FAO, 1994).

Las respuestas a las crisis humanitarias y medioambientales causadas por el cambio climático deben incorporar consideraciones de género. Las mujeres africanas son especialmente vulnerables al cambio climático porque son más pobres y porque dependen directamente de los recursos naturales. En zonas rurales sufrirán con particular intensidad los efectos adversos del cambio climático sobre la agricultura y la biodiversidad, y pueden llegar a ver afectada su seguridad alimentaria y la de sus familias. Estas mujeres tienen escaso acceso a los recursos, lo que disminuye drásticamente su capacidad de adaptación y normalmente ni ellas participan en los procesos de adopción de decisiones, ni sus necesidades son tenidas en cuenta por aquellos que deciden. En Tanzania el 71,89% de la población se concentra en áreas rurales (FAO Stat, 2015, *online*), el 73,82% se dedica a la agricultura y de ese porcentaje el 55,12% son mujeres. En definitiva, existe una relación directa entre degradación medioambiental y pobreza rural, que va en detrimento de las condiciones de vida de las mujeres (IFAD, 2015, 1-4).

3. Tanzania verde y autosuficiente ante el mundo

Encontramos una serie de elementos en la historia reciente de Tanzania que determinan la personalidad del país, reflejada en la imagen internacional del mismo. Dicha personalidad se sostiene en lo que se puede considerar una visionaria y precursora de la idea del desarrollo sostenible, que ya apuntaló Nyerere al comienzo de la singladura del país como nación independiente y que sin duda late y subyace al discurso del actual presidente Kikwete.

3.1. Nyerere: Ujamaa

Una de las connotaciones que ha acompañado al desarrollo es la idea de «construcción nacional». En los años 60 y 70 tras los procesos de independencia en muchos países subsaharianos «unificación» se convirtió en el término clave de los discursos políticos (Neher, 2003: 132), tal es el caso de Jomo Kenyatta, primer presidente de Kenya o Julius Nyerere, primer presidente tanzano, que llevó al país a la independencia de forma pacífica y quien alentó al conjunto de la población a pensarse como tanzanos. Esta noción de construcción nacional (*Kujenga taif*, en Kiswahili) ha sido cuestionada, desde las teorías críticas, por mantener el espíritu de la Conferencia de Berlín ya que esta nueva identidad política socavaba las identidades étnicas, religiosas y locales tradicionales en favor de la creación de una identidad nacional artificial que de alguna manera reproducía las fronteras de las antiguas colonias.

En el caso de Tanzania, aún teniendo 120 etnias diferentes, y habiendo surgido en 1964 como tal, tras la unión de las islas Zanzíbar y Pemba a Tanganika, contaba con dos características claves en este sentido: una que el 80% de la población era rural y otra el swahili, que constituía (y sigue constituyendo) una lengua vehicular común (Rist, 2002: 149). Estos dos factores contribuyeron a la cohesión social de forma más natural, sin tener que forzar en exceso el modelo como sí ocurrió en otros países vecinos.

Pero lo que sin duda hizo posible que en este caso el concepto de construcción nacional no resultara dañino para las identidades locales ni trajera nuevos problemas, fueron los principios defendidos por el mwalimu, el maestro, apodado con el que era familiarmente referido

Nyerere, quien, pese a la dependencia de las exportaciones y la ayuda internacional de su débil economía, mantuvo firmemente el principio de autonomía. En la Declaración de Arusha de 1967, Julius Nyerere, proclamaba su aspiración a un país autosuficiente, que debía prescindir del capital extranjero para no poner en riesgo su independencia. En esta Declaración se subrayaba que los dos pilares del desarrollo tanzano debían ser la agricultura y el trabajo y el esfuerzo del pueblo. Y hoy en día, a pesar de que el peso de la agricultura en la economía tanzana se ha visto reducido, lo cierto es que todavía representa en torno al 30% del PIB (FAO Stat, 2015, *online*).

Con una claridad de mente premonitrice, ya en la Declaración de Arusha, Nyerere apuntaba dos elementos importantes: los riesgos de la urbanización y la explotación de la mujer en las tareas agrícolas. Respecto al primero entendía que la urbanización era un reflejo más del intento de exportación del modelo de desarrollo occidental y que su aplicación excesiva podía amenazar la autosuficiencia alimentaria de la población tanzana, frente a ello defendía el *ujamaa*, o «valores familiares compartidos» (Rist, 2002, 152) como modelo de desarrollo propio de las sociedades africanas. En relación con la mujer, defendía su valor y sostenía que la mujer rural trabajaba más que nadie en Tanzania: 12 o 14 horas diarias, incluyendo festivos.

3.2. *Kikwete: cambio climático se dice mabadiliko ya tabianchi*

Hoy día aunque Tanzania atesora 33,5 millones de hectáreas de bosques, con los que puede contribuir a la mitigación del cambio climático, su gran reto es, sin duda, la adaptación. Para conseguir los recursos necesarios para ganar resiliencia ha apostado por contribuir activamente al debate global sobre el cambio climático. Gracias a la ayuda de donantes internacionales, desde la Vicepresidencia de Gobierno se han lanzado la Estrategia para las Acciones Urgentes en materia de degradación de tierras y Capturas de Agua (2006); El Programa de Adaptación Nacional para la Acción (2007); La Estrategia Nacional de Adaptación y el Plan de Acción (2009); la Estrategia para el Cambio Climático Nacional (2012) y la Estrategia Zanzíbar para el cambio climático (2013). Además en el ámbito del Ministerio de Agricultura se ha elaborado un Plan de Resiliencia climática (2014). El Presidente Jakaya Mrisho Kikwete está a punto de concluir su segundo y último mandato al frente del Gobierno de la República de Tanzania y la preservación del medio ambiente y el cambio climático han ocupado un lugar central en su agenda política desde el principio.

Además, el liderazgo de Kikwete en este ámbito se ha extendido más allá de las fronteras tanzanas. En la órbita de la Unión Africana, Kikwete es en estos momentos el Coordinador del Comité de Jefes de Estado y de Gobierno para el Cambio Climático y en el ejercicio de esta responsabilidad, ha subrayado reiteradamente la necesidad de que África hable con una sola voz. En la Cumbre del Clima convocada por Naciones Unidas en Nueva York en 2014 fue el encargado de exponer la posición africana en materia de cambio climático y apeló a los países industrializados para que ayudasen a África a cubrir sus necesidades de adaptación y mitigación. En el ámbito de la Comunidad de África oriental (EAC, por sus siglas en inglés), fue él quien presidió, en 2010, la duodécima Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, en la que la seguridad alimentaria y el cambio climático fueron los temas centrales. En la EAC se marcan como prioridades la adaptación, la mitigación y la investigación, poniendo el acento en la primera, que se señala como objetivo primario (EAC, Climate Change Policy). En esta misma línea y en el marco de la COP de Lima el gobierno tanzano recalcó la importancia crucial de la adaptación (EAC, 2014: 1-4). Además, Tanzania está impulsando la adopción de legislación armonizada sobre cambio climático en el ámbito de la EAC (East Africa business Week, 2014: *online*).

Tanzania es una república presidencial socialista y en estos momentos está en pleno proceso electoral, con elecciones generales convocadas para el 25 de octubre de 2015. Debido al límite legal de dos mandatos, Kikwete, no puede presentarse nuevamente como candidato a la Presidencia. Aunque Tanzania es un régimen multi-partidista desde 1992, el partido Chama Cha Mapinduzi (CCM, el Partido de la Revolución) ha dominado la vida política hasta el momento. Todos los presidentes tanzanos han sido del CCM y para contrarrestar el peso de este partido, el resto del espectro político está tratando de coordinarse para nombrar a un único candidato que, aun así, tendría muy escasas posibilidades de ser elegido. El verdadero momento decisivo, por tanto, es la elección del candidato presidencial de CCM, que será nominado en julio de entre la treintena de candidatos que concurren a las primarias (BBC, 2015: *online*).

Entre el modelo de Kikwete y el de Nyerere encontramos sintonía discursiva y sin duda ambos ilustran una apuesta por el crecimiento sostenible y un desarrollo basado en la dignidad de las personas; sin embargo ambos modelos han tenido y tienen dificultad para materializarse en su plena dimensión.

4. Comunicación y desarrollo en África

La comunicación para el desarrollo como área de conocimiento parte de la premisa de que la comunicación puede estimular el desarrollo de los países. Ahora bien la evolución de este joven campo de estudio ha ido marcando distintos postulados en el uso de la comunicación, en clara y directa conexión con la evolución del propio concepto de desarrollo. Las primeras teorías, enmarcadas en la era postcolonial, establecían una relación directa entre consumo de medios (exposición a medios de comunicación) y el crecimiento económico sin cuestionarse su contenido ni la articulación de políticas y prácticas comunicativas específicas para cada contexto; por lo mismo que se seguía considerando que la trasposición del modelo occidental a las recientemente independizadas sociedades africanas les traería prosperidad o al menos las sacaría del tribalismo.

4.1. *NOMIC: la nueva semilla*

Es relevante en este punto destacar el conocido Informe MacBride (1980), fruto del encargo de la Unesco a un grupo de expertos para analizar el estado de la comunicación en el mundo. En síntesis, el informe no sólo ejecutó el diagnóstico solicitado sino que propuso un Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información (NOMIC) para superar las desigualdades existentes en los flujos de información mundial, y promover una comunicación mundial respetuosa con las identidades culturales, sobre la base del reconocimiento de cómo derechos de las personas, que juegan un papel clave en el desarrollo y la prosperidad de las sociedades.

Las presiones desde el *Primer Mundo*, sin embargo, no dejaron que la propuesta de Sean MacBride y su equipo, que implicaba un nuevo

modelo de relaciones internacionales, llegara a materializarse (Quirós, 2005: 71). Es destacable el punto de inflexión que este informe supuso, pues por primera vez, y desde un estrado internacional privilegiado, se elaboró un nuevo mensaje alternativo a las hasta ese momento imperantes teorías postcolonialistas y hegemónicas. Han tenido que pasar muchos años para que ese legado fructificase. Aunque no lo ha hecho de manera generalizada ni homogénea, sí se ha abierto el camino para algunas grandes políticas nacionales de comunicación y para muchos pequeños proyectos, como *Green Voices*, que lo incorpora a su ADN.

En sintonía con los modelos de desarrollo más actuales, el nuevo paradigma de comunicación para el desarrollo (Neher, 2003: 142) busca contribuir a la equidad, enfatiza la localización y los procesos de toma de decisión a nivel comunitario y pretende facilitar la participación. Sin duda bajo este paraguas se inspira *Green Voices*.

4.2. Estrategia Nacional de Comunicación sobre el Cambio Climático

Tanzania ha entendido perfectamente la importancia de la comunicación y, en esta línea, ha publicado una Estrategia Nacional de Comunicación sobre el Cambio Climático, en que la concienciación de la sociedad tanzana sobre el cambio climático se señala como objetivo prioritario.

La exposición de ideas y el plano conceptual de la estrategia son perfectos, y el documento se alinea con los postulados actuales del desarrollo inclusivo y sostenible. Sin embargo sorprende que en el capítulo en el que describe los medios (cap. 2.4), se demuestra un manifiesto desconocimiento de la realidad de la comunicación en el país. Por ejemplo no se mencionan como medios adecuados ni las radios comunitarias ni la telefonía móvil, cuya idoneidad pudimos constatar fehacientemente en nuestra breve cata empírica. Sin embargo, sí recomienda el uso de los medios digitales, sin contemplar las dificultades que su uso plantea en la realidad actual.

Desde el punto de vista de la comunicación, en Tanzania concurren dos circunstancias muy relevantes que también nos movieron a seleccionarlo como escenario de nuestro proyecto. En primer lugar y aunque existen más de 120 lenguas locales, hay una lengua franca hablada por todos los tanzanos, el kiswahili. Al existir una lengua local vehicular, las dificultades para desarrollar una campaña de comunicación con impacto en todo el país se reducen. Por otro lado, y esta sería la segunda circunstancia aludida, Tanzania tiene una tasa de alfabetización cercana al 69%, que está en la media dentro de la región subsahariana. Aunque el hecho de que 1 de cada 3 personas sea analfabeta condiciona el diseño de la campaña de la comunicación, no llega a constituir un desafío del tenor del que el analfabetismo supone en otros países subsaharianos donde puede llegar a rondar el 80%.

5. Marco metodológico

Como ya se ha explicado en la introducción el proyecto *Green Voices* abarca varias fases y en última instancia se plantea contribuir a la creación de conciencia en la sociedad tanzana respecto al cambio climático mediante la realización de una campaña de comunicación. Para ello necesitamos conocer: 1) el grado de conciencia existente y 2) el papel que la comunicación juega en ese proceso; por otro lado como entendemos que la mujer desempeña un papel nuclear en el desarrollo sostenible e inclusivo, y que a su vez es la mayor víctima cuando no se logra, nos parecía clave acercarnos a ambos temas desde la opinión y la percepción de las mujeres. Durante la fase de exploración previa y de localización de socios en el terreno se ha consultado a empresarias-emprendedoras agrícolas, técnicas de la administración, lideresas y periodistas especializadas en medioambiente¹.

Este artículo se centra en el análisis de los discursos de mujeres periodistas y lideresas sociales sobre la conciencia y la comunicación respecto al cambio climático, identificándolas como sujetos clave para entender: qué mensaje se debe elaborar y cómo se puede conseguir que llegue a sus destinatarios. La tarea no es menor puesto que el público objetivo de la campaña es la sociedad tanzana en su conjunto, pero toda vez que se trata de un país fundamentalmente agrícola, los esfuerzos se centrarán en las comunidades rurales.

Dado que la fase exploratoria en Tanzania duró tan solo una semana y que se concentró en el área de Dar-Es-Salaam, hubo que concertar entrevistas por videoconferencia con posterioridad (Junio 2015), ilustrativamente, esta modalidad de encuentro sirvió entre otras cosas, de cata práctica acerca de las dificultades que experimenta hoy día el continente africano en cuanto a conexiones y suministro eléctrico; aunque la mayoría de las entrevistadas vivían en lugares urbanizados en varias ocasiones hubo que volver a agendar los encuentros previstos ya que tras infructuosas esperas tras la pantalla, recibíamos mensajes (bien en ese momento vía sms, bien posteriormente vía email) de las candidatas anunciándonos que habían sufrido cortes de suministro. En ocasiones la debilidad de la conexión no soportaba la señal de la vídeo conferencia teniendo que recurrir subsidiariamente a largos chats de ralentizada fluidez. Otros cambios de cita se debieron a retrasos motivados por el tráfico y otras vicisitudes del transporte. En definitiva, todas estas incidencias son un fiel reflejo de las condiciones de vida del lugar y no supusieron ningún obstáculo que no se pudiera solucionar con creatividad metodológica, porque las dificultades siempre estuvieron relacionadas con cuestiones técnicas y/o de infraestructura, y nunca con la falta de interés de las entrevistadas.

Finalmente se realizaron 5 entrevistas²; respecto a la modalidad específica de técnica de investigación cabe destacar que se empleó una variedad mixta entre la entrevista en profundidad (EP) y la entrevista semiestructurada (ES). El motivo es que, además del ya explicado, esta fase perseguía otro objetivo: el de filtro selectivo de las personas que participarían en el proyecto como socios locales, así que era tan importante centrarnos en las personas (EP) como centrarnos en el tema a estudiar (ES) (Gaitán y Piñuel, 1998: 95). Por ello se diseñaron unas preguntas pero muy abiertas y los encuentros se desarrollaron de manera muy poco directiva. Afortunadamente el conocimiento y la

¹ Pertenecientes a JET (Journalist Environmental Association of Tanzania). Esta Asociación fue creada y registrada oficialmente en 1991. Cuenta con 160 miembros, de los que el 48% son mujeres.

² Nombres y perfiles de las 5 entrevistadas: Sidi Mgumia, Periodista prensa escrita; Judica Losai, TBC 1 Radio/TV; Tukulwiga Mwaisumbe, Radio Furaha FM, radio comunitaria zona rural; Jackeline Sangano, lideresa sector agrícola; Sophie Mlote, Presidenta de TWLAE (Asociación tanzana de mujeres líderes en agricultura y medio ambiente).

locuacidad de las participantes permitieron aplicar la técnica correctamente. El esbozo de guion previo se confeccionó en torno a las siguientes cuestiones centrales: qué se sabe del cambio climático y cómo se lucha contra él, y cuándo, cómo y dónde se habla del cambio climático.

A las participantes se llegó a través de varias fases de contactos a través de vías oficiales, la Embajada de España en Dar-Es-Salaam, de vías profesionales y del tercer sector. Es importante comentar que entre la tercera y la cuarta entrevista ya se alcanzó un nivel de redundancia óptimo en los discursos de las entrevistadas.

6. Análisis de las entrevistas

Sin duda lo más llamativo ha sido que al preguntar por el nivel de concienciación social sobre el cambio climático nos han respondido describiéndonos el nivel de padecimiento del fenómeno. Es decir, lo que la gente sabe acerca del cambio climático es porque sufre sus consecuencias pero eso no quiere decir que conozca las causas, sepa cómo mitigarlas, como prevenirlas o cómo adaptarse. Varias entrevistadas incluso han conectado directamente esa conciencia sobre el calentamiento global con la actualidad catastrófica: «climate change awareness is higher but it comes when something bad happen like flooding, drought». La percepción personal se intensifica como consecuencia del rápido deterioro de la situación. Las mutaciones climatológicas se están concentrando de una forma tan acelerada que cualquier joven-adulto hoy día recuerda las diferencias experimentadas a lo largo de su propia vida.

Como ilustración del impacto negativo del cambio climático en Tanzania se mencionan, fundamentalmente, las sequías y las inundaciones, pero también otra serie de perjuicios relacionados con la variación del ciclo de lluvias y el incremento de las temperaturas, como son la mayor incidencia de enfermedades como el cólera o la malaria), la reducción de las cosechas y capturas pesqueras y la consecuente variación al alza del precio de los alimentos, lo que se traduce en un preocupante menoscabo de la seguridad alimentaria.

Detectamos por tanto un conocimiento del tema que rompe la línea natural en el tiempo del proceso del cambio climático (causa-hecho-consecuencia), ya que se percibe el fenómeno desde sus manifestaciones hacia adelante, pero no hacia atrás. Conocen y describen las consecuencias con detalle dado que las padecen en primera persona, pero no siempre son capaces de asociarlas al origen. Sin embargo según enfatizan sobre todo las lideresas, la gente está dispuesta a aprender y es perfectamente consciente de que necesita aumentar su nivel de *awareness*, entendido en su doble significado: conciencia y conocimiento.

Todo ello explica que el cambio climático sea considerado una de las principales preocupaciones para los tanzanos, tan solo por detrás del desvelo por el sustento de cada día y otras urgencias diarias propias de sociedades con dificultades económicas.

Queda claro que en este sentido uno de los mensajes clave de la campaña de comunicación será mostrar a la gente la conexión entre lo que hacemos los humanos y las consecuencias que tiene para el medioambiente, y cómo la respuesta de la naturaleza a su vez nos perjudica en nuestros modos de vida y nuestras tareas productivas.. Es decir, la campaña deberá representar la relación directa entre: el uso irresponsable de la naturaleza, las respuestas negativas en forma de catástrofes y el empobrecimiento humano.

Cabe destacar, que sería muy importante reconocer ante las sociedades agrícolas, que gran parte del calentamiento global que está afectando directamente sus vidas proviene precisamente del uso energéticamente irresponsable de las zonas más industrializadas, las cuales por cierto tenemos mucha menor conciencia puesto que las consecuencias del cambio climático no nos afecta a nuestro trabajo diario de la manera tan directa que afecta a los agricultores y mucho menos a nuestro alimento diario.

Si hablamos de la cuestión de género, las opiniones son claras y unánimes: la mujer debe cobrar protagonismo y tomar las riendas. Por poner un ejemplo simple pero gráfico que ilustre a lectores menos familiarizados con la realidad africana, el mero pero crucial hecho de proveer de agua a sus hogares desde su infancia (transportar, racionar, tratar, distribuir, preservar), las convierte en expertas de la gestión del recurso más importante para la supervivencia: «women have different priorities, demands and knowledge on water management than men», como nos explica Sidi Mgumia, quien también nos deja este claro testimonio de la infravaloración de la mujer: “While women farmers in rural areas play an active role in sustaining the region’s agricultural economy, they are routinely neglected by policy makers and excluded from accessing the services and resources they need to manage their land effectively. The central role of women in both economic development and food security is undervalued in Tanzania. They are not given opportunities to agricultural training, technical services or access to credit and savings programs. But they are ready to make changes if granted an opportunity”. Tan evidente que deja poco margen al comentario, salvo insistir en que la infravaloración de la mujer en la cuestión del desarrollo sostenible, tanto a nivel decisivo como ejecutor, sólo nos aleja de lograrlo.

En general existe una percepción positiva de las políticas del gobierno en materia de cambio climático. Cuando se les pregunta a las entrevistadas por la acción del gobierno citan ejemplos de programas concretos como: la búsqueda y promoción de energías alternativas (eólicas, bio gas...), la política de reforestación y el uso sostenible de los bosques que incluye la obtención de materia energética (tala controlada) y producción comercializable (miel).

Aunque se conocen ciertas políticas y acciones concretas, la población desconoce cuáles son los ejes de la estrategia nacional en materia de cambio climático. Paradójicamente, es la articulación de esta estrategia la que ha convertido al país en un líder regional e internacional en esta materia (cfrs. Epgf. 3). Resulta especialmente relevante el desconocimiento de *La estrategia nacional de comunicación sobre el cambio climático (2012-2017)* por parte incluso de las periodistas especializadas en medioambiente. Desde la asociación que las agrupa (JET) nos confirman que no han sido consultados para la elaboración de dicho documento.

Por tanto otro mensaje clave de la campaña de comunicación estará relacionado con la necesidad apremiante de trasladar el contenido de la estrategia nacional a la población. Esta necesidad fue señalada como un punto de atención prioritaria por todas las entrevistadas. El gobierno ha priorizado en su agenda política el cambio climático, aunque los documentos en los que ha plasmado su estrategia son en general muy escasamente conocidos por la sociedad tanzana. Es importante analizar cuál es la presencia del tema en los discursos

públicos, sobre todo ahora que Tanzania está en pleno proceso electoral. En este contexto, resulta especialmente relevante sopesar la presencia y la presentación de la cuestión medioambiental, su uso y cuidado por parte de los candidatos cuando se comunican con su electorado. En este caso también encontramos un abordaje del tema fragmentado y aislado, poco consistente con la complejidad global del fenómeno. Las entrevistadas nos cuentan que cuando los políticos hablan del cambio climático en sus discursos de campaña, es para proponer soluciones parciales en lugares concretos: arreglar el problema de acceso a agua potable aquí o allá pero sin relacionar el problema con la comprensión o el futuro del mismo y sin abordarlo desde una perspectiva estratégica global.

Nos cuentan que en las escuelas el tema del cambio climático sí se trata aunque de manera muy limitada. Fundamentalmente se organizan actividades y jornadas de plantación de árboles; sin duda este parece un enfoque interesante para las niñas y los niños puesto que aborda la mitigación y lo preventivo desde la experiencia y con toda seguridad los jóvenes tanzanos han interiorizado la inaplazable necesidad de reforestación de su país. De hecho es un ejemplo reiterado por las entrevistadas en las conversaciones que la población sabe que si corta un árbol tiene que replantar. No obstante junto a esta importantísima labor sería deseable la inclusión de la sostenibilidad como parte del currículo formativo de manera que se aumentase la capacidad de comprensión del tema. Este dato apunta a la idea de extender el alcance de la campaña de concienciación sobre el medioambiente a las escuelas mediante la formación y sensibilización de maestras y maestros y, con la idea de añadir a la exitosa práctica de la replantación, otras acciones relacionadas con la mitigación y la adaptación.

Llama la atención que sólo haya habido una voz crítica entre las entrevistadas respecto a la labor de los medios, que se lamentaba de que éstos se quedan en el plano noticioso de las catástrofes naturales sin detenerse a explicar motivos ni soluciones; detectamos entonces que de esta manera se refuerza en el imaginario social una asociación reduccionista entre cambio climático y hechos catastróficos sin más, esta idea es peligrosa porque invita a focalizarse exclusivamente en la urgencia relegando la actitud diaria que la mitigación y la adaptación a la nueva situación climática requieren. Las investigadoras también hemos echado de menos esta labor educativa de los medios al comprobar empíricamente que, efectivamente, son pocos los espacios mediáticos dedicados a la concienciación medioambiental y al desarrollo sostenible. Sin embargo se sabe que la labor periodística es crucial para generar conciencia en pro del desarrollo sostenible y visibilizar buenas prácticas para la necesaria adaptación. Así lo destaca, entre otros, la UNESCO (2013) en un extenso trabajo editado para periodistas acerca de la cobertura y el tratamiento del cambio climático en África.

Otra de las periodistas destacaba un hecho crucial en el que los profesionales de los medios podrían jugar un papel importante y es en la traducción-adaptación del vocabulario científico al lenguaje coloquial, lo cual se convierte en un complejo reto debido a la falta de vocabulario equivalente en kiswahili, sin embargo junto a esta dificultad hay que recordar nuevamente la gran ventaja que supone la existencia de una lengua nacional común que verdaderamente se entiende y utiliza en todo el país.

Del análisis de los discursos también se desprende implícitamente la necesidad de aprender a adaptarse, varias entrevistadas nos han hablado de los cambios de la estación de lluvias y el desconcierto de los agricultores que no pueden seguir el calendario natural tradicional para planificar sus siembras y cosechas. Ya existen acciones al respecto en las que la comunicación juega un papel importante, así hemos conocido como las redes de agricultores se avisan vía mensajes por telefonía móvil para saber cuándo hay que plantar y recolectar los cultivos con independencia del alterado ciclo de lluvias.

Si nos centramos en la comunicación y los medios, además de los comentarios que transversalmente se han ido agregando al resto de los temas analizados, habría que comentar, primeramente, que no se han detectado problemas de libertad de expresión. Esto concuerda con los resultados del Informe *Freedom in the World 2015* (Freedom House, 2015: 26) en que el país aparece dentro del grupo de los parcialmente libres, con una puntuación de 3 sobre 7, siendo 1 el más libre. Este resultado es remarcable sobre todo si lo comparamos con los países de la región, donde Tanzania es sin duda el mejor situado.

Además Tanzania cuenta con una estructura mediática organizada y amplia entre la que encontramos más de una docena de cabeceras nacionales, la mayoría con versión digital; media docena de canales de la Televisión pública y una amplia red radiofónica, a ello hay que agregar los medios regionales con extendida difusión y predicamento en sus correspondientes áreas. Si hablamos de redes sociales y otras formas de comunicación propias de la era digital, aquellas de más éxito y alcance global también tienen eco en Tanzania, entre las más mencionadas: facebook, whatsapp, twitter, instagram pero se asume que aún se trata de una realidad relegada a las élites puesto que ni el acceso a internet es fácil ni la posesión de los dispositivos generalizada.

Pese a ese espectro variado, nadie tiene duda de que el medio más adecuado para llevar a cabo un tipo de campaña como la que plantea *Green Voices* son las radios comunitarias³. Los motivos son varios, primero porque todas coinciden en que el nivel de conciencia, y aquí sí claramente en su vertiente de conocimiento, sobre el cambio climático en las zonas rurales es inferior que en las urbanas por tanto es en estas áreas donde deben concentrarse los esfuerzos. En las comunidades agrícolas la radio es un medio muy potente, que permite superar barreras de analfabetismo, que tiene un nivel de alcance altísimo llegando a zonas remotas, que permite escucharlo en combinación con la realización de otras actividades y sobre todo que, según la tecnología usada, puede llegar a tener mayor independencia de la red eléctrica. En este sentido es destacable una práctica creciente que es el hecho de usar los teléfonos móviles como receptores de radio. Y más importante probablemente que todo lo dicho es que es un medio que la gente siente cercano y al que se otorga credibilidad, entre otras cosas porque la comunidad ejerce mucho protagonismo en los contenidos.

La telefonía móvil (de línea básica, no de datos) goza de una altísima penetración, y hace tiempo que está consolidada debido a su relativa independencia del suministro eléctrico y a estar considerada una herramienta de comunicación muy rápida. En este punto es ilustrativo también del carácter comunitario con el que funcionan estas poblaciones, una práctica que relató una de las líderes, parece que es habitual que la persona de la comunidad que se desplaza por algún motivo a una zona urbana, lleve consigo varias docenas de móviles de sus vecinos para recargarlos. Este ejemplo nos sirve para entender así mismo el potencial y la necesidad de comunicarnos

³ En Tanzania hay aproximadamente 30 estaciones de radio comunitaria, con una audiencia de 16 millones lo que representa la mitad de la población adulta. Existe una red de medios comunitarios (COM-Mate) que integra a 28 radios comunitarias. Se han consolidado como un agente de cambio en el país. (Macbeth, 2015).

comunitariamente en las comunidades, es decir, toda campaña que pretenda la concienciación respecto a un tema y que implique una modificación de conductas, necesita de alguna manera estar respaldada por los líderes y lideresas locales. En este sentido se apuntaron varios formatos concretos entre los que destacan: los talleres y las reuniones comunitarias.

7. Conclusiones

Del análisis de los discursos se deduce que la población tanzana sí tiene conciencia del cambio climático, pero en el sentido de que percibe el fenómeno, no en el sentido que la RAE define como *Conocimiento reflexivo de las cosas*. *Tampoco existe conciencia en el sentido psicológico del término: Acto psíquico por el que un sujeto se percibe a sí mismo en el mundo* (RAE) y que llevaría a los sujetos a posicionarse y tomar acción para prevenir y combatir el cambio climático. Lamentablemente la población de Tanzania es altamente sensible al cambio climático porque lo padece y, dada su condición de país agrícola, ese padecimiento se traslada a la vida diaria de las personas afectando a sus necesidades más básicas, como nos contaba uno de los sujetos informantes de una zona pesquera del lago Tanganica: «la gente sabe que algo está pasando porque no hay peces en su mesa».

Todas las voces escuchadas han clamado por la necesidad de formación popular en este sentido, de manera que la población pueda conectar los padecimientos que sufre con el cambio climático, de manera que pueda conectar causas y consecuencias para aprender a mitigar y a adaptarse.

Se ha detectado una separación importante entre el discurso oficial del gobierno en relación con el cambio climático, la fuerte proyección de ese discurso en el exterior del país y la repercusión o conocimiento del mismo entre la población. Las estrategias existen, los documentos están escritos y al nivel más alto gubernamental el discurso está articulado y se cree en él, por tanto es urgente que ese discurso se traslade a la población en dos niveles: uno, que se transmitan la conciencia a nivel conceptual y dos, que la conciencia se instrumentalice con acciones adecuadas.

Esto tampoco quiere decir que no se estén llevando a cabo proyectos interesantes y eficaces, lo que se detecta es una falta de cohesión. No hay falta de acciones, hay falta de relato sobre las acciones, de manera que las prácticas positivas se puedan convertir en conocimiento compartido.

Se reconoce a los medios el potencial de conseguir ese efecto difusor con la urgencia necesaria pero se advierte de las diferentes posibilidades de acceso según se trate de población urbana y rural, los problemas de suministro eléctrico en muchas zonas rurales siguen siendo una realidad. En este sentido se ha apuntado a la telefonía móvil (vía sms), a las acciones in situ en las comunidades orquestadas por sus lideresas y, por encima de todo, a las radios comunitarias como los tipos de acciones comunicativas más apropiadas para llegar a las poblaciones agrícolas.

8. Bibliografía

ACNUR Euskal Batzordea (2015). Género, comunicación y construcción de paz en África. Bilbao: Acnur E.A.

BBC News (2105). Letter from Africa: The farmer who wants to lead Tanzania. 23 de Junio de 2015. En prensa: <http://www.bbc.com/news/world-africa-33149421>

EAC (2014). Africa Pushes for Adaptation as a Priority at Lima Climate Change Conference. East African Community. Disponible en: http://www.eac.int/index.php?option=com_content&id=1756:africa-pushes-for-adaptation-as-a-priority-at-lima-climate-change-conference&Itemid=194

EAST AFRICAN BUSINESS WEEK (2014). "Tanzania wants single EAC climate law". 23 de noviembre de 2014. En prensa: <http://www.busiweek.com/index1.php?Ctp=2&pl=2266&pLv=3&srl=67&spl=120>

FAO (1994). Rural Households and Sustainability: integrating environmental and gender concerns into home economics curricula. Rome: FAO.

FAO STAT (Food and Agriculture Organization of The United Nations Statistics Division) (2015). Country profiles, Tanzania. Disponible en: http://faostat.fao.org/CountryProfiles/Country_Profile/Direct.aspx?lang=en&area=215

FREEDOM HOUSE (2015). Freedom in the World 2015: Discarding democracy, return to the iron fist". Freedom House, disponible en: https://freedomhouse.org/sites/default/files/01152015_FIW_2015_final.pdf

IFAD (International Fund For Agricultural Development) (2015). Beijing + 20: IFAD's work to empower rural women. Roma: IFAD. Disponible en: http://www.ifad.org/gender/pub/beijing20_e.pdf

GAITAN, J.A y PIÑUEL, J.L (1998). Técnicas de investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.

MACBETH, A. (2015). Radio Twiddle that Dial, The Africa Report, 12 de junio de 2015. En prensa: <http://www.theafricareport.com/East-Horn-Africa/radio-twiddle-that-dial.html>

MANNEH, B et alt. (2007). Exploiting Partnerships in Research and Development to help African Rice Farmers cope with Climate Variability, SAT ejournal- ejournal.icrisat.org, diciembre 2007, Vol. 4, Issue 1: <http://www.icrisat.org/journal/SpecialProject/sp16.pdf>

NEHER, W. (2003). Development communication in Africa. En ANOKWA,K; LIN, C & SALWEN, M.B. International communication. Concepts and cases (pp. 133-154). Belmont: Wadsworth Thomson learning.

QUIRÓS, F. (2005). El informe MacBride 25 años después: la propuesta que el Primer Mundo se negó a aceptar. Revista Quaderns del CAC, núm. 21, enero - abril 2005, pp. 71-73. http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q21_ES.pdf

RIST, G. (2002). El desarrollo: historia de una creencia occidental. Madrid: Catarata.

SEITZ, J. and NYANGENA, W. (2009). Economic Impact of Climate Change in the Eastern Africa Community (EAC).Toulouse, France and Eschborn, Germany: Global21 Consulting and Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit

UNESCO (2013). Series on Journalism Education. Climate Change in Africa. A Guidebook for Journalists. Paris: Unesco.

VV.AA (2012). National climate change communication strategy (2012-2017). Dar es Salaam: The United Republic of Tanzania, Vice President's office, Division of Environment.

WORLD BANK, The (2015). Country data: Tanzania. The World Bank. Disponible en: <http://data.worldbank.org/country/tanzania>

Cómo citar este artículo en bibliografías – How to cite this article in bibliographies / references:

CEBADA-ROMERO, A.; IZQUIERDO-IRANZO. P. (2015): "Green voices: discursos de periodistas y lideresas tanzanas sobre el cambio climático". En *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 2, número 4, pp. 19-26.