

« INFORMAR PARA DECIDIR »

INFORMACIÓN - Toma de decisión

LOSPUENTES QUE NOS UNEN

Como antropólogas, nos preguntamos ¿por qué la información climática, a pesar de haber mejorado exponencialmente en los últimos años, no ha sido apropiada en toda su plenitud por los diversos actores sociales? ¿Cómo cerrar la brecha entre las capacidades de las ciencias del clima y las necesidades y expectativas de los tomadores de decisión?

↓
Por Cecilia Hidalgo y María Inés Carabajal

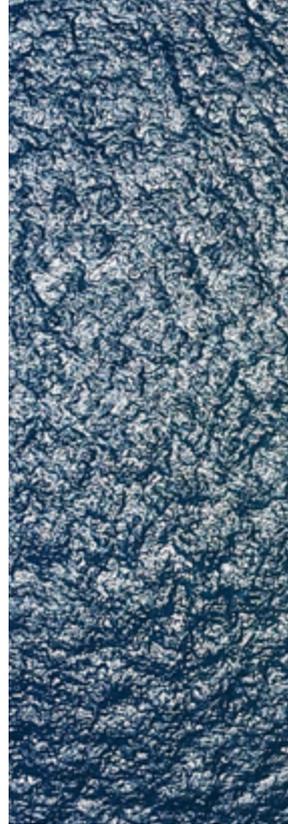
LA EXPLORACIÓN DE NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERSECTORIALES E INTER/TRANSDISCIPLINARIOS CON LOS DENOMINADOS “USUARIOS” SE CONVIRTIÓ EN UNA DE LAS PRIORIDADES EN EL SUR DE AMÉRICA DEL SUR.

A lo largo de las últimas décadas, un nuevo desafío viene marcando el ritmo en nuestra área: la producción de información climática para mejorar la toma de decisiones. No sólo lo enfrentan las instituciones científico-tecnológicas, sino también los organismos académicos y operacionales, como organizaciones meteorológicas, hidrológicas y agrícolas. A la vez, el reconocimiento de las múltiples brechas entre el conocimiento y su uso social y generalizado se ha convertido en una prioridad en las agendas políticas y sociales. Es que las barreras que encontramos a la hora de usar la información climática son múltiples y heterogéneas: van desde limitaciones inherentes al sistema climático, aspectos técnicos y comunicacionales o factores cognitivos, hasta arreglos institucionales y procedimentales que restringen el uso de nuevos conocimientos. Por eso, **la necesidad de cerrar esta brecha ha propiciado alianzas innovadoras entre la academia, instituciones operacionales y partes interesadas, para lograr producir conjuntamente conocimiento socialmente relevante.**

EL NUEVO PARADIGMA DE LOS SERVICIOS CLIMÁTICOS

En 2009, la Organización Meteorológica Mundial (OMM) lanzó el Marco Mundial para los Servicios Climáticos (MMSC), con el objetivo de generar información a tiempo y a medida de diversos sectores prioritarios, como agua, salud, alimentos y energía, entre otros. En nuestra región y especialmente en Argentina, más que una guía de lineamientos, el MMSC se convirtió en una oportunidad de facilitar la interacción sostenida entre quienes producen información climática y quienes necesitan interpretarla y darle sentido para usarla a la hora de tomar decisiones. Así, **la exploración de nuevos canales de comunicación intersectoriales e inter/transdisciplinarios con los denominados “usuarios” se convirtió en una de las prioridades en el sur de América del Sur.**

Los usuarios empezaron a ocupar el centro de la escena, ya se trate de intermedios (profesionales académicos y operativos) que elaboran diversos productos climáticos (por ejemplo, mapas, in-



formes, modelos) o de usuarios finales (agentes gubernamentales, productores agropecuarios, operadores portuarios) que toman decisiones sobre la base de información climática. En nuestra región, el MMSC reunió muchas iniciativas que fueron concebidas como parte de un "nuevo paradigma" en la práctica de profesionales de la meteorología, hidrología y agronomía, trabajando tanto en organizaciones académicas como operacionales. La falta de conocimiento sistemático sobre quiénes usan y cómo entienden la información y los productos climáticos alentó la estrecha colaboración con científicos sociales, a quienes se convocó a participar y facilitar el seguimiento y la implementación de este nuevo paradigma. Fue así que, desde la antropología, quienes escriben estas líneas se integraron a una vasta red de investigación comprometida con la provisión de servicios climáticos que, en principio, se centró en el sector agrícola.

LOS DESAFÍOS DE LA COPRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO

Como antropólogas inmersas en esa red, hemos documentado y analizado diversas modalidades de interacción entre instituciones científicas y operacionales que, lideradas por el Servicio Meteorológico Nacional (SMN), asumieron con gran convicción el desafío de brindar servicios climáticos en el sur de Sudamérica y el país. Así, se crearon múltiples espacios de diálogo con usuarios: talleres, mapeos de actores, entrevistas grupales e individuales, entre muchos otros. En estos es-

Las interacciones cercanas y frecuentes con diversos actores sociales e institucionales han ido generando un compromiso colectivo y la apropiación del problema de la brecha entre el conocimiento climático que se está produciendo y su uso social.

pacios, logramos intercambiar experiencias y conocimientos. La organización de este tipo de reuniones con usuarios intermedios y finales permitió monitorear las múltiples formas en que cada uno de los participantes da sentido al nuevo paradigma de los servicios climáticos, lo que puso en evidencia que la orientación al usuario resulta más compleja de lo que esperábamos.

La implementación del nuevo paradigma implicó reorganizar las relaciones intra e interinstitucionales, y repensar las agendas operativas y de investigación, para así poder crear una plataforma de usuarios acorde con los estándares internacionales y los contextos locales. Alcanzar este objetivo dependía, en gran medida, de una adecuada caracterización de los distintos usuarios a los que pretendía llegar el SMN, así como de los contextos socio-culturales y políticos que inciden en el acceso y uso de la información. De ahí que crear espacios de diálogo se convirtiera en la clave para comprender contextualmente los procesos de toma de decisiones, algo esencial para producir información relevante, oportuna y

