

La divulgación científica de los problemas medioambientales a través de los medios de comunicación. El caso del documental-conferencia *An Inconvenient Truth*

Nel-lo Pellisser

- *Las cuestiones medioambientales cada vez interesan más. También están más presentes en los medios de comunicación. Sobre todo los formatos audiovisuales, que se han mostrado especialmente eficaces en la divulgación de los temas científicos y medioambientales. El documental-conferencia de Al Gore Una verdad incómoda ha representado un salto cualitativo en el proceso de sensibilización mundial con respecto a los efectos del calentamiento global del planeta y a la necesidad de adoptar medidas. Dicho documental ha sido la punta de lanza de una campaña que, además de situar el tema en la esfera de la opinión pública mundial, ha contribuido a impulsar una oleada verde que se proyecta en distintos ámbitos, tanto discursivos como productivos, de la sociedad.*

Palabras clave

Divulgación científica, comunicación mediática, lenguajes audiovisuales, documental científico, calentamiento global.

Nel-lo Pellisser

Profesor asociado de comunicación audiovisual de la Universidad de Valencia (UVEG) y periodista

Ciencia y comunicación mediática

Ciencia y medios de comunicación son dos territorios con metodologías y procedimientos diferenciados. Entre las diferencias más remarcables deberíamos citar, en primer lugar, una cuestión de velocidad. La investigación científica se caracteriza por ser lenta, metódica y esmerada. Los hallazgos científicos son imprevisibles: pueden llegar en cualquier momento o pueden demorarse en el tiempo. Ya sea porque los procedimientos son lentos o porque, sencillamente, los resultados no llegan. En cambio, la comunicación mediática está condicionada por el reloj. En general, excesivamente condicionada por el reloj. Hasta el punto de que las nuevas tecnologías de la comunicación han reducido el tiempo de la mediación a la mínima expresión, lo que provoca distorsiones en los procesos de comunicación. Algunas, de devastadoras consecuencias. Con los formatos electrónicos, la información y el marco que la sustenta están abiertos de forma permanente. La información es más que nunca un flujo ininterrumpido. De modo que eso todavía hace más compleja la tarea de conjugar esas dos velocidades.

Otros obstáculos tienen que ver con el lenguaje: por una parte, estarían los lenguajes técnicos de los científicos y, por otra, los estándares que adoptan los comunicadores, empeñados en simplificar las cosas, adaptar los contenidos para llegar a públicos no especializados, a audiencias lo más amplias y numerosas posibles. En definitiva, ese sería el sentido del término divulgar.

Otro de esos obstáculos tiene que ver con el registro objetivo que prevalece en el ámbito científico. Los experimentos científicos deben ser reproducibles y, por lo tanto, los resultados, comprobables. Por el contrario, la comunicación mediática implica un punto de vista, tiene un marcado acento subjetivo, pese a la falsa retórica de la objetividad con la

que se ha revestido durante mucho tiempo. Aun cuando, es cierto, la noción de divulgación, para referirse sólo a aquella comunicación cuyo destinatario es el gran público, subyace en ambos ámbitos. En ese contexto, ciencia y medios de comunicación parecen, pues, condenados a entenderse.

Existirían, además, otras cuestiones, como las condiciones de espacio y tiempo que imponen los medios o la desconfianza, notoria, por otra parte, que los científicos muestran hacia los comunicadores, al considerar su falta de solvencia como vehículo para divulgar su trabajo. También es conocido el desprecio que algunos miembros de la comunidad científica muestran por aquellos colegas que han asumido el papel de divulgadores mediáticos, como le ocurrió a Carl Sagan, un comunicador que había sido científico a quien se reprochaba la falta de currículum investigador.

Divulgación de la ciencia y lenguajes audiovisuales

Si la relación entre ciencia y medios de comunicación no resulta fácil, todavía lo es menos en el caso de los medios audiovisuales. Es preciso recordar que la ciencia divulga sus hallazgos mediante el lenguaje escrito, fundamentalmente en revistas especializadas y libros, lo que facilita la transmisión de ideas que han sido estructuradas de forma lógica (León 2002). Por el contrario, los medios audiovisuales no parecen los más indicados para la transmisión de conceptos o abstracciones (Sartori 1998). Como señala J. González Requena (1989), la imagen es un medio ineficaz de nominación, es decir, de conceptualización, aunque resulta a la vez una potente herramienta de descripción.

Además, si la ciencia se ubica en el terreno de la razón, en el ámbito de la comunicación audiovisual se recurre a dispositivos narrativos de carácter retórico con los que construir enunciados eficaces que permiten hacer llegar los contenidos científicos al gran público. Bienvenido León ha distinguido entre técnicas narrativas, dramáticas y argumentativas. Mientras las dos primeras tienen una conexión con una dimensión poética, las argumentativas responden a una dimensión de carácter retórico.

Mediante varios dispositivos se construye el relato que permite salvar dichos obstáculos. Dispositivos que, en el caso de los géneros audiovisuales, van desde la simpli-

ficación de los contenidos, la promoción de hechos inusuales o imprevistos, la supresión de controversias, la reducción de las dimensiones del ámbito temático abordado o el uso de elementos que contribuyen al entretenimiento del espectador. Y, sobre todo, el más rentable, el recurso a las técnicas dramáticas, lo que implica la personalización y búsqueda de estímulos emocionales en los espectadores. Pero el riesgo de desvirtuar la realidad es mayor a medida que se recurre a ese tipo de procedimientos. Como afirma B. León, "Algunos divulgadores recurren a aplicar esquemas narrativos que desvirtúan el sentido de la información científica, primando los factores secundarios que atraen el interés del público. Esa teatralización de la ciencia resulta más evidente en el caso de los medios audiovisuales, en los cuales las exigencias de la puesta en escena son más claras." (1999, 47)

El documental de divulgación científica

Pese al proceso de adaptación de esos dispositivos, son de sobra conocidas las dificultades de abordar los temas de carácter científico en los espacios informativos diarios, con microrrelatos de poco más de un minuto de duración. Sobre todo por las dificultades de hacerlos inteligibles para el espectador en tan breve espacio de tiempo. Como otros ámbitos temáticos, sólo pueden abordarse con garantías mediante formatos más extensos, mediante modalidades discursivas que permiten desplegar y profundizar una serie de cuestiones que posibiliten la comprensión de los temas. Todo ello sin renunciar a otros aspectos que caracterizan a ese tipo de relatos, como por ejemplo la actualidad, diversidad y originalidad, por citar algunos.

En la modalización discursiva audiovisual encontramos un género que tradicionalmente se ha asociado a la divulgación del conocimiento. Y de modo muy especial, al conocimiento histórico y científico. Se trata del documental. Procedente del cine, como otros formatos audiovisuales, pronto encontró ubicación en la televisión, donde se incorporó con facilidad y donde, en los últimos tiempos, algunas modalidades han vivido un fuerte desarrollo. Es más, incluso podemos decir que gracias al binomio cine-televisión, entre otros aspectos que ahora no hace al caso abordar, el documental ha podido extender su hábitat, lo que le ha per-

mitido lograr una cierta estabilidad en un momento en el que las modalidades discursivas audiovisuales están sometidas a una constante redefinición y adaptación a las nuevas demandas. Incluso podemos decir que ha alcanzado un cierto prestigio, como pondría de manifiesto la proliferación de festivales de cine que le han hecho un sitio o los certámenes específicos que han aparecido en los últimos tiempos. También es reveladora la cantidad de cineastas que lo han adoptado para abordar determinados temas. *Bowling for Columbine* (2002) y *Fahrenheit 9/11* (2004), de Michael Moore; *El gran silencio* (2005), de Philip Grönnig; *La pelota vasca. La piel contra la piedra* (2003), de Julio Medem, o *Las alas de la vida* (2007), de Toni Canet, son trabajos que, al margen de distintas consideraciones, no han resultado indiferentes al público. En algunos casos, ha sido el carácter polémico del tema, o de su enfoque, lo que ha provocado agitación. En otras ha sido la originalidad del asunto abordado lo que ha despertado el interés de los espectadores, o la intensidad y sensibilidad del relato. Por unas u otras razones son trabajos que no han pasado desapercibidos. Como tampoco ha pasado desapercibido *Una verdad incómoda*, el documental protagonizado por Al Gore sobre el cambio climático. Curiosamente, un documental de denuncia medioambiental, algo poco frecuente hasta ahora en el ámbito de la divulgación científica. Tradicionalmente, el documental de divulgación científica se caracterizaba por seguir dos líneas temáticas: el documental antropológico y el documental de naturaleza. De ahí han surgido trabajos, en formato único o seriado, que han alcanzado elevados índices de popularidad y audiencias gracias a la pantalla cinematográfica y/o televisiva. Sólo por citar algunos ejemplos, cabe recordar los trabajos de David Attenborough en la BBC, de Jacques Cousteau y Félix Rodríguez de la Fuente o, más recientemente, las producciones de la National Geographic Society. También es cierto que en los últimos tiempos el documental de naturaleza ha generado productos que han despertado gran expectación. Primero en la gran pantalla y después en la televisión y los formatos domésticos. Ese sería el caso de *Tierra: la película de nuestro planeta* (2007), dirigida por Alastair Fothergill y Mark Linfield, que plantea las amenazas ambientales a las

que se expone el planeta; *La pesadilla de Darwin* (2004), de Hubert Sauper, que trata, entre otros aspectos, de los problemas derivados de la introducción de la perca del Nilo, un depredador que provocó un auténtico desastre ecológico al acabar con la biodiversidad del lago Victoria, en Tanzania. O, más próximo, el trabajo de Luis Miguel Domínguez, *Korubo, morir matando* (2005), testigo inédito de la vida de la tribu de los Korubo, en el Amazonas.

El caso de *Una verdad incómoda*

Pero el trabajo que ha sido especialmente paradigmático es el documental-conferencia *Una verdad incómoda*. Protagonizado por el ex vicepresidente de Estados Unidos y ex candidato a la presidencia, Al Gore, y dirigido por Davis Guggenheim, un realizador formado en la televisión, *Una verdad incómoda* fue concebido con el fin de alertar sobre las consecuencias del calentamiento global del planeta y de dar algunas claves de cómo hacerle frente.

Estrenado en América del Norte en mayo de 2006, pronto se convirtió en un éxito de taquilla. En pocos meses recaudó 23 millones de dólares, lo que le convirtió en el tercer documental más taquillero de Estados Unidos. Rápidamente, empezaron a llegar premios en cascada: mejor documental del National Board of Review, de New York Film Critics Online y de las asociaciones de Críticos Cinematográficos de Los Angeles y Chicago. Además de dos Oscar, uno de ellos al mejor documental y otro a la mejor canción. Es preciso añadir, además, los galardones que recibió el propio Al Gore a título personal, entre los que encontramos el Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional y el Nobel de la Paz junto con el Panel Intergubernamental del Cambio Climático (IPCC) de la ONU por “sus esfuerzos por construir y extender un mayor conocimiento sobre el cambio climático inducido por el hombre y por poner las bases de las medidas necesarias para combatir ese cambio”, según el acta del jurado.

Pero el documental no iba solo. Con una concepción multimedia,¹ ha sido la punta de lanza de una campaña desplegada en varios frentes, como por ejemplo la edición de un

1 Este proyecto nació como una presentación de ordenador para ilustrar una conferencia. Después tuvo su recorrido en el documental, la edición de la banda sonora, un libro y la construcción de una web.

libro con el mismo título del documental y el subtítulo “la crisis planetaria de calentamiento global y cómo afrontarla”, que ha sido traducido a más de veinte idiomas; además de una campaña de conferencias que, desde 2005, iba pronunciando Al Gore por los auditorios de su país y que, gracias al documental, alcanzó una dimensión global. Precisamente, el origen de *Una verdad incómoda* está en una de esas conferencias, donde la conocida activista medioambiental Laurie David y el productor de cine Lawrence Bender comprobaron el poder de persuasión de Al Gore. A partir de ahí, el contacto entre Scott Z. Burns, director de una agencia creativa, y Jeff Skoll, de Participant Productions, una productora que ha estado detrás de películas como *Buenas noches y buena suerte* y *Syriana*, hizo posible la materialización del proyecto.

Dicha actividad como conferenciante, ese periplo por el mundo, intensificado a partir del lanzamiento del documental, recuerda, de algún modo, el de los candidatos en el sistema electoral estadounidense, una experiencia que Al Gore vivió en primera persona como candidato demócrata en 2000. Precisamente, esas palabras pronunciadas por él mismo en el documental son reveladoras de esa forma de entender la comunicación: “Me marqué un objetivo, comunicarlo lo más claramente posible. La única forma en la que sé hacerlo es ciudad a ciudad, persona a persona, familia a familia. Tengo fe en que muy pronto habrá cambiado lo suficiente la mentalidad de la gente para decir que hemos cruzado el umbral”.

Precisamente, el documental está organizado como si se tratara de una conferencia. Eso sí, reforzada con todos los recursos al alcance para conseguir una puesta en escena lo más espectacular posible, al más puro estilo hollywoodiano. Empezando por la iluminación, y pasando por el decorado o la presentación de los datos estadísticos mediante el Keynote, el programa de Apple² con el que se elaboró la presentación informática de la conferencia. La plataforma elevadora que utiliza para llegar al punto que marcan las previsiones de los índices de concentración de CO₂ en la atmósfera en los próximos años es un claro ejemplo de ese tratamiento. Y todo ello al servicio de un omnipresente Al Gore. Como señala B. León (2002), la personificación es un

buen recurso para construir una buena historia con potencial dramático. Y *Una verdad incómoda* es un ejemplo de ello.

El trabajo está organizado en dos niveles narrativos que se intercalan. Por un lado, encontramos a un Al Gore que ejerce de portavoz de la comunidad científica. Para legitimarse en ese papel, va recordándonos que su interés y preocupación por el tema no son nuevos. Se remontan a cuando era estudiante en la Universidad de Harvard, donde asistió a las clases del profesor de ciencias naturales Roger Revelle, uno de los primeros en alertar de los preocupantes niveles de absorción de CO₂ en la atmósfera y los océanos, y sus consecuencias en el clima mundial. Más adelante, cuando llegó al Congreso, a mediados de los años setenta, y después al Senado, puso en marcha varias iniciativas relacionadas con el calentamiento global del planeta. En 1992 publicó el libro *Earth in the Balance: Ecology and Human Spirit*. Y cuando ocupó la Vicepresidencia de Estados Unidos, entre 1993 y 2001, intentó convencer, sin éxito, al Senado para que ratificara el protocolo de Kyoto, entre otras iniciativas. Por otro lado, tampoco faltan las alusiones a científicos y divulgadores de la ciencia, como Carl Sagan, de quien se declara “amigo”. También le vemos sobrevolando el Amazonas o viajando al Ártico en un submarino nuclear para ver in situ los efectos del calentamiento del planeta. Todo ello, reforzado con unas imágenes de impecable factura, tanto respecto a las escenas de la conferencia como a los recursos de imágenes con las que ilustra los argumentos científicos y al uso de gráficos y animaciones.

En otro nivel narrativo, Al Gore adopta un registro más personal, incluso íntimo. El hilo argumental es la reconstrucción del trayecto vital a lo largo del que va dándose cuenta de la necesidad de prestar atención a las cuestiones medio-ambientales. En ese proceso, no duda en incorporar episodios biográficos, como los recuerdos del padre y la granja familiar en Tennessee y, sobre todo, otras más relevantes como el accidente de su hijo de seis años en 1989, que lo mantuvo a las puertas de la muerte durante unos días o el traspaso de Nancy, su hermana mayor, a causa de un cáncer de pulmón, recordando que en la granja familiar se habían cultivado hojas de tabaco hasta

2 Al Gore es miembro de la junta directiva de Apple Computer.

que se produjo dicho episodio. Eso hace que el documental adopte un tono biográfico, próximo a la película biográfica. Lo que no es posible saber a ciencia cierta es si ello responde sólo a una estrategia dramática propia del género o, por el contrario, si existe la intención de proyectar una imagen más próxima del protagonista de cara a situarlo en la esfera pública con unas nuevas connotaciones, cuya finalidad estaría todavía por ver. En cualquier caso, eso se refleja en el tratamiento de imagen con el recurso al primer plano, el uso de la foto fija y de la imagen en blanco y negro. En ese punto, resulta especialmente reveladora la alusión a la derrota electoral en las presidenciales de 2000 ante George W. Bush: “Fue un golpe muy duro, pero... qué podía hacer. Pues aprovechar la lección. Eso me ayudó a ver con claridad la misión que había iniciado hacía tantos años [...]”.

En el transcurso del documental, Al Gore adopta una retórica catastrofista. En ese sentido, entre los muchos que han visto *Una verdad incómoda*, algunos de ellos miembros de la comunidad científica, existe la opinión de que el documental se caracteriza por argumentar a partir de los datos y las previsiones más llamativas y por describir el escenario más catastrofista posible. Ese enfoque está organizado en torno a la idea, asociada a los efectos y las consecuencias del calentamiento global del planeta, que existe un “problema”. A partir de ese punto va desarrollándose un argumentario retórico dirigido a “comprender el problema”, primero, y a “enfrentarnos al problema”, después. A medida que va avanzándose en el relato, se va produciendo un *in crescendo* semántico con expresiones como “señales de alerta”, “síntomas muy alarmantes”, “consecuencias horribles”, “peligro”, “conflicto”, “tragedia”, “lucha”, “presión”, “devastación absoluta”, “obstáculos”, “soluciones” o “determinación”. Un dispositivo parecido al que empleó Al Gore en su intervención al recoger el Premio Nobel, como ha recordado el columnista Andrés Ortega: «Desgraciadamente porque, quizás para persuadir al público estadounidense, recogía fraseología propia de la disuasión nuclear durante la guerra fría, como “la destrucción mutua asegurada», o hablaba de una “amenaza universal”, y de “movilización como para la

guerra”».³ Ese discurso de la catástrofe medioambiental es el que se emplea también en el documental. Como contrapunto es preciso remarcar su tono didáctico, con el uso de dispositivos como la comparación, la enfatización, la ironía y el humor, no exentas de crueldad en algunas ocasiones. En un registro visual, y con el afán de persuadir a la mayor parte de públicos, el trabajo recorre a los dibujos animados (en una escena de *Futurama*, de Matt Groening, el autor de *Los Simpsons*) y a las animaciones por ordenador.

A pesar de todo, o quizás por todo ello, *Una verdad incómoda* ha conseguido trasladar la preocupación por los efectos del calentamiento global del planeta a la opinión pública. El éxito del documental con respecto a la sensibilización sobre el tema y la necesidad de tomar medidas de forma inmediata parece incontestable. Muestra de ello es que, empujado por ese éxito y por el discurso de *Una verdad incómoda*, el Ministerio de Medio Ambiente español adquirió, mediante la Fundación Biodiversidad, 30.000 copias del documental con el propósito de promover su distribución en todos los centros educativos del Estado. De esta forma, y con un coste alrededor de los 600.000 euros, el ejecutivo español quiso concienciar a los más jóvenes de los efectos devastadores del cambio climático. Más recientemente, hemos podido constatar que en el *Atlas de medio ambiente*, editado por *Le Monde diplomatique* el primer trimestre de 2008, las alusiones al éxito internacional del trabajo protagonizado para Al Gore son reiteradas. En el texto introductorio, Ignacio Ramonet, refiriéndose al impacto de trabajos como *Una verdad incómoda* escribe: “Estas informaciones parecen haber provocado un saludable impacto colectivo en los últimos años. En especial el documental de Al Gore, *Una verdad incómoda*.” En otro texto del mismo volumen, éste de Dominique Vidal, se afirma que “El éxito internacional de *Una verdad incómoda*, la película de Al Gore, refleja —y a su vez acentúa— la creciente percepción de los ciudadanos con respecto a las alteraciones del medio ambiente, sus causas y soluciones”. Otra cuestión a analizar sería la del argumentario científico que se emplea en el documental.⁴ Ello al margen, el

3 “Guerra contra la tierra”. En: *El País*, 17 de diciembre de 2007.

4 A raíz de la aparición de *Una verdad incómoda*, Channel 4 produjo en 2007 el documental *The great global warning swindle* (‘la gran estafa del calentamiento global’), de Martin Durkin, que sería como la otra cara de la moneda del documental de Al Gore.

documental y la actividad desplegada en paralelo por Al Gore han servido para promocionar el tema a los primeros puestos de la agenda mediática. Naturalmente, el documental y todo lo que le acompaña aparecen en un momento en el que el terreno estaba abonado. Las voces de alerta sobre éste y otros aspectos medioambientales no eran nuevas. En cualquier caso, la virtud de *Una verdad incómoda* ha sido la de contribuir a la sensibilización de los problemas provocados por el calentamiento del planeta y la necesidad de tomar medidas de forma inmediata. Y eso a nivel global. Basta con ver la veneración con la que Al Gore es recibido en China. Ahora bien, éste se dirige de forma especial al público estadounidense, uno de los países más contaminantes del planeta y con un compromiso medioambiental tan débil que todavía no ha ratificado Kyoto. En ese sentido son reveladoras las referencias a la Declaración de Independencia norteamericana y a los padres de la Nación, así como los mensajes, casi publicitarios, con los que finaliza el documental. Y todo ello, sin descuidar la proyección del protagonista en la que viene a resultar una acción comunicativa impecable⁵ de modo que, con *Una verdad incómoda*, Al Gore, cual Ave Fénix, ha renacido de sus cenizas electorales tras la derrota de 2000. No olvidemos que, como ha dicho él mismo, *Una verdad incómoda* es ahora su forma de hacer política. Sin embargo, ¿es sólo su forma de hacer política en la actualidad, o es un atajo para volver a la carrera política, en el sentido clásico? La línea narrativa de carácter biográfico a la que hemos hecho referencia no deja de resultar ciertamente inquietante. Así como las palabras rotuladas que se intercalan con los créditos del documental: “Vota por líderes que prometen salvarnos de esta crisis”. También es cierto que, como contrapartida, la figura de Al Gore, su habilidad comunicadora y el tratamiento narrativo descrito actúan como reclamo para el espectador. Probablemente, si en lugar del ex presidente estadounidense se hubiese tratado de Wangari Maathai, la creadora del movimiento Cinturón Verde, una organización de mujeres keniatas que ha plantado 30 millones de árboles que en 2004 también fue galardonada con el Premio Nobel de la Paz, el impacto no hubiera sido el mismo.

5 Sobre esa cuestión, no puede perderse de vista la experiencia y el conocimiento de los medios de comunicación que tiene Al Gore. Debemos recordar que tras de graduarse en Administración Pública en Harvard e ingresar en el ejército, hizo de reportero del ejército en Vietnam. Su primera experiencia laboral cuando volvió del frente en 1971 consistió a ejercer de periodista en *The Nashville Tennessean*. Tampoco debe ignorarse su etapa como congresista, ni la experiencia de la Vicepresidencia de Estados Unidos.

Una oleada verde

Las cuestiones medioambientales preocupan e interesan a la opinión pública. No deja de ser revelador que, por primera vez, el barómetro del CIS del mes de noviembre de 2007 incorporó algunas cuestiones de carácter medioambiental. El resultado confirma esa tendencia: el 75% de las personas encuestadas están interesadas en esos temas. De ellas, una tercera parte las sigue con “mucho” interés, las otras dos partes (el 50% del total) lo hace con “el suficiente” interés. El 25% de la población encuestada sigue esos tipos de temas con “poco o nada” interés.

Más allá de esas valoraciones, lo que parece incuestionable es que *Una verdad incómoda* ha abierto un camino. Un camino que va en varias direcciones: de entrada, ya lo hemos mencionado, ha situado el debate alrededor del calentamiento global del planeta en la agenda mediática y, por extensión, en la órbita de la opinión pública. De resultados, también ha comportado un fuerte impulso para el formato, que no era nuevo, pero del que se ha beneficiado, en ese caso, el documental científico y medioambiental. Basta con echar un vistazo a las recientes producciones que siguen la estela de *Una verdad incómoda*. Sin ir más lejos, la estrella cinematográfica Leonardo Di Caprio ha impulsado —es su productor, guionista y narrador— *The 11th hour (La última hora)*, un documental sobre los efectos del calentamiento global del planeta, además de otras intervenciones del hombre, en las que da voz a una cincuentena de científicos, pensadores y líderes de opinión. Por otro lado, el músico Neil Young ha protagonizado *Linc-Voltio*, un documental en el que narra un recorrido por parte de la geografía de América del Norte con un coche Lincoln Continental de 1959 de su colección al que, con el objeto de concienciar a la gente, le ha cambiado el motor original por un híbrido eléctrico y de biodiésel mucho menos contaminante. Una de las últimas producciones del National Geographic es *Seis grados que podrían cambiar el mundo*, otro documental sobre las consecuencias del calentamiento global del planeta. Y, en una perspectiva más amplia, también se ha presentado recientemente *Los reyes del Ártico*, una película que sigue la es-

tela de *El viaje del emperador*, la aventura de los pingüinos que consiguió un Oscar.

Por otro lado, y en una perspectiva global, estamos asistiendo a una oleada verde, que como un pulpo, escampa sus tentáculos por los distintos ámbitos de la sociedad. Sin ir más lejos, cada vez hay más sectores productivos que se han sumado a esa oleada verde. Es notoria la agilidad de los sistemas productivos para adaptar cualquier tendencia a la lógica industrial-mercantil. En otro ámbito, incluso se habla ya de una dimensión espiritual, de una espiritualidad ecológica. En ese sentido, la estrategia discursiva de Al Gore es muy reveladora de esa tendencia. Sobre todo cuando otorga a su actuación un sentido de misión en la que él parece haber asumido el papel de profeta. Recordemos sólo el tratamiento de imagen que recibe al principio y al final de *Una verdad incómoda*, cuando se dirige al escenario por un pasillo en un contraluz que recorta su silueta cual estrella de rock o telepredicador con pretensiones de Mesías. Además, desde verano de 2006 Al Gore impulsa el *Proyecto Cambio Climático* para formar a voluntarios que difundan la crisis del calentamiento global del planeta. En la actualidad, cuenta con más de dos mil colaboradores en todo el mundo a los que, antes de aleccionarles, les pide “una conexión espiritual”.⁶ Esa estructura, según el biólogo Miguel Delibes de Castro, “resulta casi religiosa”.⁷ Quizás será preciso recordar que Al Gore no sólo es profundamente religioso, sino que, además de graduarse en Harvard, también cursó estudios de derecho, teología y filosofía en la Universidad de Vanderbilt (Tennessee).

Todo ello forma parte del mensaje emocional que hay detrás de *Una verdad incómoda*. Nada que ver con el racionalismo de la ciencia. Quizás eso explica el éxito del documental y la campaña. Aun cuando, como hemos visto, hay más cosas. Y algunas ciertamente inquietantes.

Bibliografía

GONZÁLEZ REQUENA, J. *El espectáculo informativo*. Madrid: Akal, 1989. ISBN 84-7600-368-4

LEÓN, B. *El documental de divulgación científica*. Barcelona: Paidós, 1999. ISBN 84-493-0727-9

LEÓN, B. “Divulgar la ciencia en televisión: problemas y oportunidades”. En: DE FAÇEIRA, M. J. (ed.). *A divulgação científica nos media-contributo*. Edições Cine-clubes de Avanca. 2002, p. 73-79

RAMONET, I. “El espanto y el lucro”. En: *Atlas del medio ambiente. Lo que amenaza al planeta y las soluciones para salvarlo. Le Monde diplomatique*, edición española. Cybermonde S.L. 2008. ISBN 978-84-95798-11-4

SARTORI, G. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1989. ISBN 84-306-0273-9

VIDAL, D. “¿Qué hace falta leer?”. En: *Atlas del medio ambiente. Lo que amenaza al planeta y las soluciones para salvarlo. Le Monde diplomatique*, edición española. Cybermonde S.L., 2008. ISBN 978-84-95798-11-4

6 Sobre las actividades del Climate Project de Al Gore para formar un “ejército de líderes de opinión” que divulgan el mensaje sobre el cambio climático de *Una verdad incómoda*, véase la web <<http://www.theclimateprojectspain.org/>>

7 PÉREZ-LANZAC, Carmen. “Cambio climático: ¿la nueva religión?”. En: *El País*, 14 de febrero de 2008.