

Congreso educativo sobre el cambio climático
Las Palmas, 8 de mayo de 2010

Aprendiendo a cuidar el clima

Barreras al cambio y retos de comunicación y
educación ambiental

Francisco Heras Hernández

Centro Nacional de Educación Ambiental
Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de España

Frenar el cambio climático

Un cambio formidable...

Frenar el cambio climático requiere replantear todo el sistema de producción y consumo energético, que es, a su vez, un elemento central del sistema económico y cultural contemporáneo. Sus ramificaciones afectan a aspectos tan diversos como los modelos urbanísticos, las formas de ocio, las pautas de movilidad o las prácticas agrícolas, por poner algunos ejemplos.

...y urgente

Como resultado de las actividades humanas, la concentración de CO₂ en la atmósfera se ha incrementado desde 270 ppm a 379 ppm. Cada año la concentración de CO₂ en la atmósfera aumenta cerca de 2 ppm. y no sabemos con certeza dónde se encuentra la cifra fatídica, a partir de la cual los esfuerzos podrían llegar demasiado tarde (¿400, 450, 500 ppm?). Lo que parece evidente es que cuanto más tiempo tardemos en reaccionar, más difícil y costoso será evitar que el clima cambie de forma peligrosa.

El reto de generalizar soluciones

Frente al cambio climático:

desde hace años contamos con alternativas de valor reconocido en los campos de...

- ✓ Energías renovables
- ✓ Eficiencia energética
- ✓ Estilos de vida y consumo


... Pero, hasta la fecha raramente se han implantado de forma generalizada

Dar respuesta al cambio climático es, ante todo, un reto propio de la esfera social



Herramientas sociales para avanzar hacia una cultura de cuidado del clima

- ✓ **Información** (para poder elegir de forma responsable)
- ✓ **Divulgación** (para traducir la información científica a formatos comprensibles y atractivos)
- ✓ **Educación** (para facilitar, de forma sistemática, la conceptualización, clarificación de actitudes, habilidades...)
- ✓ **Formación** (para ejercer las actividades profesionales introduciendo alternativas “bajas en carbono”)
- ✓ **Participación social** (para promover la transformación de los contextos colectivos)



Entre los rasgos clave de la opinión pública española en relación con el cambio climático podríamos destacar

- Sensibilidad creciente ante el cambio climático
- Conocimientos limitados, con algunas ideas erróneas bastante extendidas
- Sensación de riesgo limitada
- Impresión de que se requerirán cambios en los estilos de vida y en los comportamientos personales
- ...pero sentimientos de responsabilidad y predisposición a pasar a la acción limitados



Las concentraciones atmosféricas de gases de efecto invernadero siguen aumentando

Sin duda, uno de los aspectos menos tranquilizadores de la evolución del problema del cambio climático es el abismo existente entre lo que conocemos en relación con el tema y lo que hacemos para tratar de darle respuesta.

En el periodo 2000-2006 se ha producido el mayor incremento de las concentraciones atmosféricas de CO₂ producido en 7 años desde que en 1959 comenzó el seguimiento sistemático de este parámetro.

La crisis económica internacional ha roto por vez primera la tendencia, pero el recorte no es el resultado de planes y programas de reducción de emisiones

El reto del conocimiento

- ✓ Un fenómeno difícilmente reconocible a partir de la percepción personal
- ✓ Un fenómeno complejo:
 - Las causas: los factores naturales y los factores humanos
 - Las causas: las dosis importan
 - Las causas y los efectos: distantes en el espacio y en el tiempo
 - Reguladores complejos: los sumideros de carbono

Barreras a la sensibilización y el conocimiento (I)

Naturaleza compleja del problema

Causas, consecuencias y soluciones al cambio climático son aspectos de una gran complejidad, cuya comprensión resulta difícil en sí misma.

Interacción entre factores naturales y humanos, distancia espacial y temporal entre causas y efectos, la existencia de reguladores ambivalentes (sumideros y fuentes de carbono), hacen difícil la comprensión del problema.

Déficit de información de local o ámbito sectorial

Para los ámbitos más locales y temas específicos falta información relevante o ésta es de difícil acceso o difícil interpretación.

Barreras a la sensibilización y el conocimiento (II)

Información confusa / información contradictoria

Los medios de comunicación tienden a resaltar las controversias políticas, sociales y científicas en relación con el cambio climático, generando dudas sobre la realidad y la importancia del problema

Interpretaciones erróneas por asociación a cultura ambiental previa

Con frecuencia la gente realiza asociaciones erróneas del problema del CC con otros problemas sobre los que han tenido noticia previamente

EJEMPLO: el malentendido del agujero de la capa de ozono

Barreras a la sensibilización y el conocimiento (III)

Conflictos entre información científica y experiencia vital

En ocasiones, las informaciones e interpretaciones científicas chocan con las percepciones cotidianas de la gente

Comunicación intensa, acciones tímidas

Las contradicciones entre una comunicación cada vez más intensiva y alarmante y unas propuestas prácticas y actuaciones concretas poco decididas puede estar generando cansancio en la ciudadanía

Información contradictoria con nuestros intereses

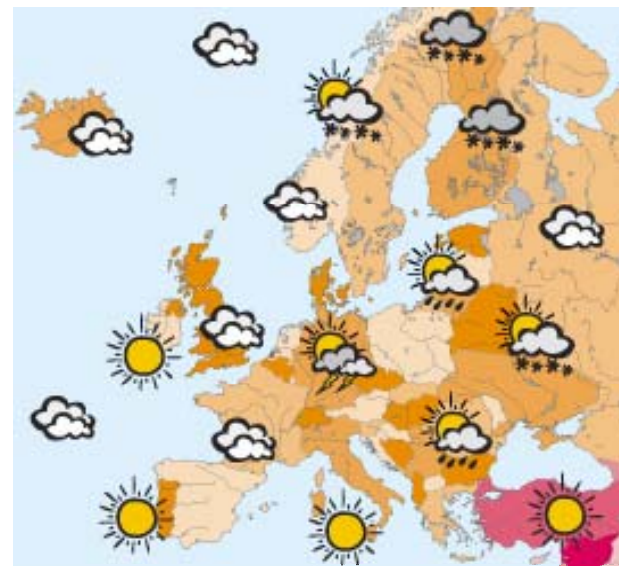
Cuando la información que recibimos nos resulta “inconveniente” (porque pone en cuestión nuestros valores o atenta contra nuestros intereses, por ejemplo, es más fácilmente ignorada o rechazada.


La creciente sensibilidad ciudadana convive con concepciones e interpretaciones erróneas

Confusión entre tiempo y clima

dificulta la adecuada valoración del problema:

- Los cambios son percibidos como poco intensos
- Los cambios son percibidos como lentos
- Los cambios son percibidos como positivos (en algunas regiones)

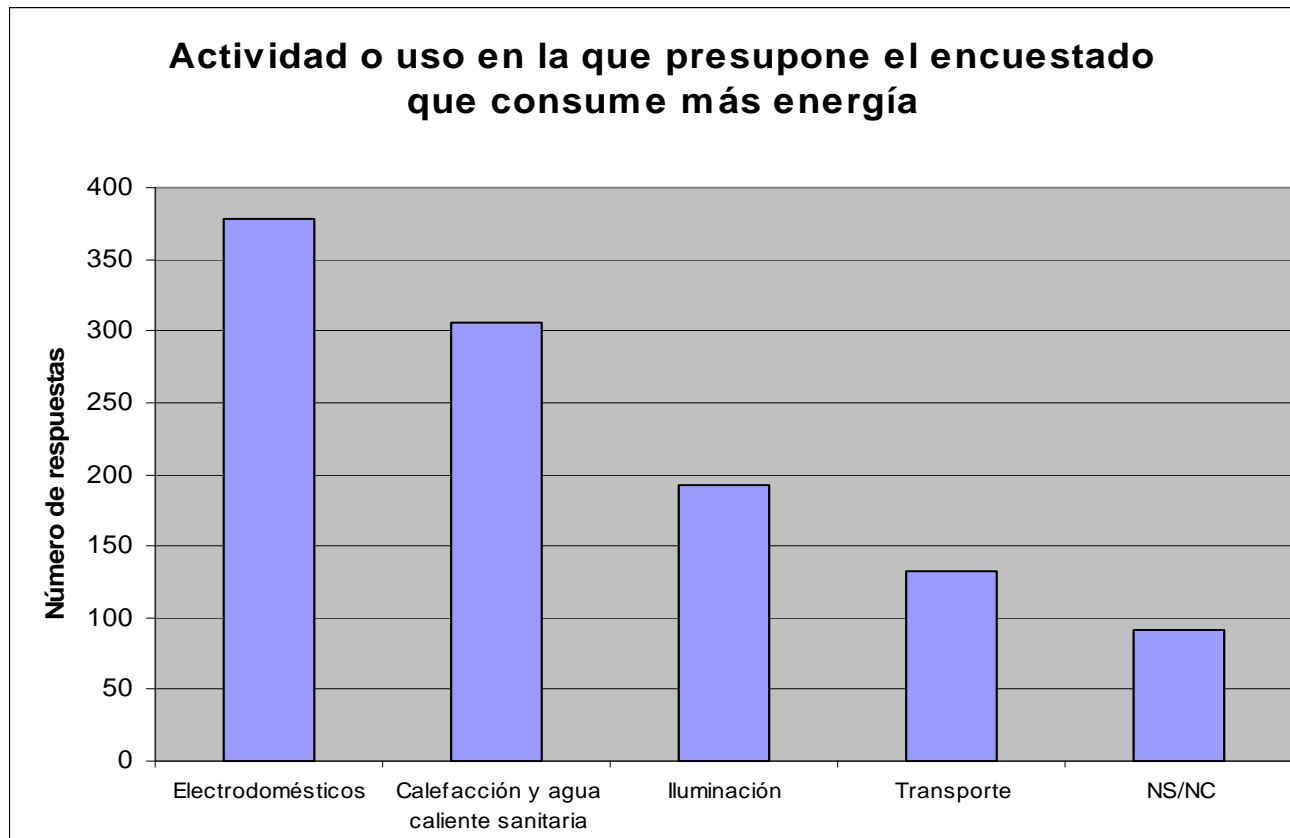




La relación entre nuestras acciones y las emisiones que éstas llevan asociadas es difícil de establecer...

- ✓ Diversidad de unidades de medida
- ✓ Difícil traducción a gases emitidos
- ✓ Escasa información desagregada sobre el consumo energético
- ✓ Inexistencia de datos para la mayoría de los productos y servicios

Dificultades para valorar los propios consumos energéticos



Fuente: VVAA, 2004. "Modelos energéticos para España: necesidades y calidad de vida". Fundación Alfonso Martín Escudero.

Sesgos en la comunicación



SESGO GEOFÍSICO

Las informaciones se han centrado en los efectos geofísicos del cambio climático (cambios en la temperatura del aire, aumento del nivel del mar, deshielo de los glaciares...)

SESGO GEOGRÁFICO

La información sobre las consecuencias del cambio climático se ha situado en escenarios geográficos lejanos

SESGO INDUSTRIALISTA

Las chimeneas humeantes de las grandes industrias han ilustrado la causalidad del problema

SESGO TECNOLÓGICO

Las informaciones relativas a las soluciones se han centrado en la tecnología

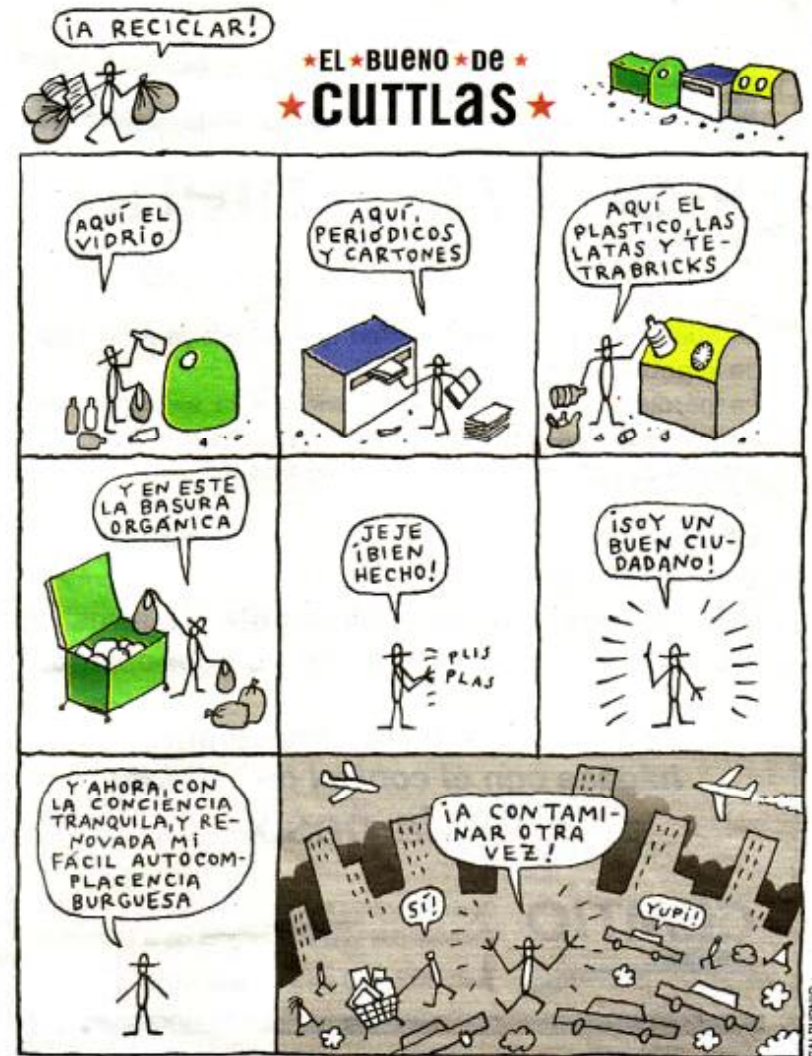
Barreras a la acción responsable (I)

Los costes percibidos de la acción responsable:

Si la renuncia a determinados comportamientos o la adquisición de otros responsables es percibida como muy costosa, es más improbable que la gente se decida a cambiarlos.

La insignificancia de la acción individual:

La percepción de la acción individual como insignificante lleva a esperar a que otros actúen primero.



Barreras a la acción responsable (II)

Las dudas sobre la importancia del problema:

Cuando existen dudas sobre la importancia del problema, muchos rechazan actuar “hasta que no se conozcan todos los datos”.

Fatalismo:

Algunas personas creen que el proceso ha progresado ya de tal manera que resulta irreversible.

La dilución de las responsabilidades propias:

El fenómeno se origina por la suma agregada de numerosas contribuciones personales e institucionales, lo que contribuye a diluir el sentimiento de responsabilidad personal.



Barreras a la acción responsable (III)

Beneficios imprecisos:

No conocemos con certeza el resultado final de las acciones mitigadoras y carecemos de garantías de que el esfuerzo será “eficaz”.

Hábitos insostenibles socialmente esperados

En numerosos contextos sociales, los estilos de vida “altos en carbono” no sólo son socialmente aceptados, sino también “esperados”.

Contextos difíciles:

La configuración del espacio urbano, el conjunto de infraestructuras, productos y servicios disponible hace difícil es difícil tomar opciones personales de baja energía por la falta de alternativas adecuadas.

En algunos ambientes sociales ir en bicicleta a trabajar puede ser visto como una excentricidad, mientras que acudir en automóvil se considera “lo lógico”

Barreras a la acción responsable (IV)

Comunicaciones comerciales inadecuadas:

Algunas iniciativas en el campo de márketing y la publicidad:

- Atribuyen a los productos y servicios cualidades proambientales que no poseen
- Ensalzan o promueven comportamientos irresponsables en relación con el cambio climático
- Menoscaban comportamientos responsables en relación con el cambio climático
- Difunden mensajes tranquilizadores o que inducen a delegar en otros las responsabilidades

Publicidad que denigra o desacredita opciones “bajas en carbono” (I)

Locutor: *¿Y usted qué hace para ahorrar carburante?*

Voz 1 (mujer): *“Yo dejo el coche en el garaje”*

Locutor: *“Vamos a preguntar al muñeco Michelin: ¿Y tú Michelin?”*

Michelín: *“Yo sigo conduciendo. Porque con los nuevos neumáticos Michelin Energy Saver ahorro carburante mientras conduzco.*

Locutor: *¡Gran noticia para los conductores!*

Muñeco Michelín: *Y para el medio ambiente.*

Voz en off: *Michelín, la mejor forma de avanzar. Consulte las condiciones de las pruebas en www.michelin.es*

(cuña de radio emitida en mayo de 2008)

¿Qué debería saber la gente sobre el cambio climático?

Causas: estudios empíricos relacionan conocimiento de las causas del fenómeno y intención de actuar

Consecuencias: la percepción del riesgo es un elemento clave para valorar la gravedad del problema

Soluciones: la capacitación para la acción responsable permite una respuesta eficaz



La comunicación del cambio climático: un proceso rico en retos y dilemas

- ✓ ¿Alertar de la catástrofe o alentar la esperanza?
- ✓ Equilibrar el tratamiento de las salidas al cambio climático
- ✓ ¿Evitar la incertidumbre o tratarla de forma abierta?
- ✓ Emplear imágenes, metáforas y analogías
- ✓ ¿Inyectar mensajes o compartir significados?
- ✓ Huir del “café para todos”
- ✓ Buscar la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace
- ✓ Dar visibilidad a los buenos ejemplos
- ✓ Promover una cultura de la medida

Iniciativas integradas

Se trata de eliminar los obstáculos que dificultan los cambios hacia escenarios bajos en emisiones utilizando de forma integrada diversos tipos de herramientas:

- ✓ Normativa
- ✓ Incentivos
- ✓ Innovación tecnológica
- ✓ **Comunicación y capacitación**
- ✓ Cambios organizativos
- ✓ Infraestructuras

Ventajas:

- ✓ Se disminuye el “coste percibido” de los cambios
- ✓ Se disminuye la sensación de insignificancia de los esfuerzos propios
- ✓ Se eliminan barreras “contextuales” (infraestructuras y servicios públicos, incentivos perversos...)

Centro Nacional de Educación Ambiental

Comunicación y educación frente al cambio climático

Principales líneas de trabajo

Creación de redes

Guías metodológicas

Investigación social

Buenas prácticas

Formación

Acuerdos voluntarios

Materiales divulgativos

Negociaciones internacionales

Web: www.mma.es/ceneam