

REPRESENTACIONES SOCIALES DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA: UNA LECTURA PARA COMUNICADORES

PABLO ÁNGEL MEIRA CARTEA

Grupo de Investigación en Pedagogía Social y Educación Ambiental (SEPA)¹
Universidad de Santiago de Compostela

“Si las personas definen una situación como real, acaba siendo real en sus consecuencias”

William I. Thomas (1928)

La cita que encabeza este texto reproduce el denominado Teorema de Thomas, poco reconocido en el campo de las Ciencias Sociales. Bajo su aparente simplicidad, la formulación de Thomas ayuda a entender la importancia que debe tener lo que denominamos “factor social” en la respuesta a las amenazas que comporta el cambio climático. Jugando con él se puede afirmar, con la misma precisión y contundencia, que si las personas definen una situación como irreal, también acaba siendo real en sus consecuencias. Esto es, la representación social de un “objeto”, un fenómeno o un proceso de relevancia pública, sea cual fuere el grado de subjetividad o inter-subjetividad con el que sea construida, acaba condicionando las valoraciones y reacciones (o inhibiciones) que se generen y que pueden ser objetivadas.

1 Este texto ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación RESCLIMA (*La relación entre ciencia y cultura común en las representaciones sociales del cambio climático: aportes a la educación y la comunicación sobre riesgos climáticos*), financiado por la Dirección General de Investigación Científica y Técnica del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España dentro del Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental no Orientada, en el marco del VI Programa nacional de I+D+i 2008-2011, Convocatoria de 2012, referencia EDU2012-33456.

Con esta reflexión se quiere poner en evidencia que lo que se haga o deje de hacer con respecto al cambio climático (en adelante CC) dependerá en gran medida de las representaciones colectivas que las sociedades, principalmente las autodenominadas “sociedades avanzadas”, sean capaces de construir sobre esta problemática y sobre los riesgos que proyecta en nuestra civilización. Aunque estas representaciones pudiesen ser el resultado mecánico de inocular en el cuerpo social los saberes científicos apropiados, la tarea tampoco sería sencilla. Lo que sabemos de las representaciones sociales del CC y de cómo se están configurando en nuestras sociedades indica que estamos ante procesos bastante más complejos. En este sentido, la comunicación del CC debería ser considerada una pieza clave en la conformación del “factor social”.

La comunicación pública de amenazas globales exige partir de una caracterización científica que es compleja y está matizada por amplios rangos de incertidumbre. Además, la valoración de estas amenazas está sometida a intereses socialmente divergentes a la hora de concebir políticas de respuesta. A partir de estas constataciones el enfoque de la comunicación de estas amenazas, entre las que consideramos al CC, suele hacer hincapié en dos componentes principales:

- por una parte, el papel de los científicos y los sistemas expertos, que asumen la misión de analizar, diagnosticar y “definir” el problema. Han de ponderar, además, su gravedad de cara a fundamentar, legitimar y orientar la toma de decisiones (y que también, en ocasiones, pueden participar en la misma toma de decisiones);
- por otra, se alude a la eficacia de las estrategias y de los medios de comunicación para lograr que el problema sea conocido, comprendido y valorado de forma adecuada por todos los actores sociales significativos y por la sociedad en su conjunto.

El trasvase o la trasposición de información desde el campo de la ciencia hacia la sociedad se suele considerar, desde este punto de vista, una misión estratégica fundamental. De su éxito dependería, en gran medida, la activación de la sociedad ante el problema y la presión que ésta llegue a ejercer sobre las instituciones y los agentes responsables para que pongan en marcha políticas efectivas de respuesta. De ello también dependería que la misma población aceptase asumir los cambios más o menos profundos en los estilos de vida que dichas políticas de respuesta puedan suponer. Las sociedades avanzadas suelen atribuir a los medios y a los mediadores “especializados” un rol clave en la alfabetización (científica, ambiental, ecológica, climática, energética, etc.) de la sociedad, llegándose a considerar incluso que su papel ya es más relevante que el de la escuela, institución que en la

primera modernidad fue depositaria, casi exclusiva, de la responsabilidad sobre la socialización secundaria de la población.

En nuestra opinión, esta visión simplifica la complejidad del proceso comunicativo y del proceso más amplio de construcción social de la realidad en el que se enmarca. Relega a un segundo plano o no contempla, por ejemplo, un tercer componente: la sociedad misma, que juega un papel creativo y activo, y no simplemente receptivo y reactivo, en la representación de problemas de la envergadura del CC y en la valoración del grado de amenaza que comportan. En este sentido, se suele olvidar o infravalorar que en la construcción social de la realidad no operan únicamente elementos y procesos racionales, y menos aún elementos y procesos equiparables con la racionalidad normativa del proceder científico; y se suele olvidar, también, que el proceso comunicativo no puede reducirse a la trasposición al dominio público de “unidades de información” (conceptos, datos, hipótesis, valoraciones, etc.) de origen científico, como postulan algunos enfoques de la alfabetización científica que parten de un supuesto “déficit de información” en la sociedad que es preciso “rellenar”.

No cabe esperar, tal y como revelan nuestras investigaciones, que la “representación social” del CC pueda llegar a ser un facsímil más o menos simplificado, pero fiel en lo esencial, de la “representación científica”. Contemplarlo así conllevaría ignorar que en la construcción social del CC y de otras amenazas similares (la gripe aviar, la EEB, el SIDA, la destrucción de la capa de ozono, etc.) intervienen procesos cognitivos, sociales, culturales y emocionales que no conocemos mínimamente bien, y a ignorar que comprendemos aún peor cómo dichos procesos interactúan entre sí. Es más, nos atrevemos a decir que sabemos mucho menos de estos procesos y del CC como “objeto” social y cultural, que del CC como objeto conformado y representado científicamente por las ciencias físico-naturales. En la medida en que apenas los podemos vislumbrar y que nuestro conocimiento es limitado, los procesos que alimentan la “creatividad” social difícilmente son contemplados en las estrategias institucionalizadas de comunicación, máxime si por sesgos disciplinares o reduccionismos metodológicos se ignora o se infravalora su poder epistémico en el campo de la cultura común.

Desde el grupo SEPA (Investigación en Pedagogía Social y Educación Ambiental) de la Universidad de Santiago de Compostela venimos desarrollando desde hace tres lustros una línea de trabajo centrada precisamente en cómo la cultura común recrea y da forma a las amenazas y las problemáticas ambientales globales, centrando nuestra atención en el análisis de las representaciones colectivas del cambio climático y de los procesos cognitivos y sociales que las conforman,

principalmente en la sociedad española y en grupos de población específicos de la misma.

La elección del CC obedece a varias consideraciones. La primera es obvia: la alteración del clima terrestre por la interferencia humana constituye probablemente la principal amenaza que ha de enfrentar la humanidad en este siglo, tanto por las alteraciones físicas y ecológicas que implica para el conjunto de la biosfera, como por su impacto múltiple sobre la humanidad en su estado actual, principalmente sobre las sociedades y los grupos de población más vulnerables. Desde esta perspectiva, la forma en que representemos esta amenaza y nos posicionemos colectivamente ante ella será fundamental para que las respuestas políticas que se articulen sean efectivas, tanto en la senda de la adaptación como en la de la mitigación. En sociedades avanzadas como la española, sin una movilización social intensa que demande y protagonice políticas más decididas y radicales de respuesta a las amenazas del CC, difícilmente se podrá ir más allá de lo ya hecho, que es claramente insuficiente como están advirtiendo reiteradamente las instancias científicas más solventes.

La segunda consideración deriva de la naturaleza compleja y “contra-intuitiva” del CC. Sin la labor de los sistemas expertos que se ocupan del desarrollo científico y tecnológico, el CC sería virtualmente invisible para la conciencia humana. El clima es una abstracción generada por la ciencia para explicar las regularidades de determinados fenómenos meteorológicos durante largos periodos de tiempo. El CC deriva de esa posibilidad de abstracción. Sin la capacidad científica de representarlo a partir del registro y la interpretación longitudinal de múltiples parámetros y fenómenos naturales, el CC simplemente “no existiría”; al menos, “no existiría” para la conciencia social, con independencia de que la humanidad o grupos concretos de la misma sufriesen sus efectos más devastadores y traumáticos. Como en épocas pre-modernas, tales desastres serían atribuidos al azar o al destino, a la cruel irracionalidad de la naturaleza, a la acción caprichosa de dioses enloquecidos o a un castigo infringido a la humanidad por quebrantar algún pacto divino. Como se verá a continuación, la mayor parte de la población española, prácticamente 9 de cada 10 personas, cree que el CC es real, creencia que sólo es posible a partir de un conjunto de representaciones sociales que han sido y están siendo socialmente construidas a partir de la representación científica. Lo curioso, por adjetivarlo de forma provocativa, es que en otras sociedades que tienen acceso a la misma “representación científica” (el desarrollo científico es, quizás, uno de los campos junto con la economía, que mejor expresan la globalización contemporánea) la creencia en el CC es considerablemente menor. El caso más estudiado es la sociedad estadounidense, donde un sector amplio de la población, entre el 40 y el 50

por ciento de media en la última década, rechaza la existencia del CC o lo atribuye a causas exclusivamente naturales, asumiendo postulados pre- o anti-científicos que aparecen altamente correlacionados con creencias políticas y religiosas propias de posiciones ideológicas conservadoras y neoliberales (Leiserowitz, Smith & Marlon, 2010; McCright & Dunlap, 2011; The Pew Research Center, 2012) . Esta disonancia no es óbice para que el proceso de construcción de dicha representación a partir de un “objeto” –el clima y sus tendencias- sólo sea posible por la existencia previa de la representación científica, pero la construcción de la representación social posee su propia lógica y el resultado no es, o no puede ser, una réplica de la primera ni tampoco exactamente el mismo en todas las sociedades.

Siguiendo los planteamientos teóricos y metodológicos apuntados por diversos autores en torno a la génesis de las representaciones sociales (Moscovici, 1979; Moscovici y Hewstone, 1989; Wagner, Hayes & Flores, 2011) y de las representaciones colectivas (Lezama, 2004; Sperber, 2005), hemos centrado nuestra atención en el CC por su potencial para indagar en la epistemología de la cultura común y en cómo integra el saber científico, como un rasgo diferencial en la conformación cultural de las sociedades modernas. En palabras de Moscovici y Hewstone (1989: 682), nos encontramos ante una “sociedad bifurcada”, en la que convive “una minoría de especialistas y una mayoría de aficionados, consumidores de conocimiento succionado a través de una educación sucinta o a través de los media. En definitiva, la oposición entre el pensamiento normalizado [científico] y el que no lo está [común], entre el pensamiento advertido del científico y el pensamiento ‘ingenuo’ del hombre de la calle es menos de orden lógico u orgánico que de orden social”. En el marco de este nuevo orden social en el que la cultura científica impregna y condiciona en buena medida la cultura común, el CC, por sus cualidades intrínsecas (complejidad e incertidumbre, naturaleza contra-intuitiva o contra-factual, alto nivel de abstracción, etc.) se convierte en un “objeto” de estudio extraordinariamente fértil.

Es por estas razones que, aunque interesa el CC como problema socio-ambiental singular al que es preciso dar respuestas urgentes en múltiples frentes, entre ellos la educación y la comunicación, también resulta atractivo por su potencial para conocer y comprender cómo se construyen en y desde la cultura común las representaciones de problemas ambientales socialmente relevantes que serían inconcebibles o invisibles sin una representación científica que los acote y defina previamente, y que resulta imprescindible, además, para legitimar el interés que puedan tener para la sociedad.

Entre los estudios que concretan esta línea de investigación destaca la serie demoscópica que venimos realizando desde 2008 con el soporte de Fundación Mapfre . La finalidad principal es concretar cada dos años una radiografía de las represen-

taciones del CC en la sociedad española, facilitando un seguimiento longitudinal de su evolución. Los dos primeros estudios fueron presentados en 2009 (Meira et al., 2009) y 2011 (Meira et al., 2011). El último se encuentra en fase de redacción y su presentación está prevista durante el primer trimestre de 2013 (Meira et al., en prensa). En las tres oleadas se ha trabajado con muestras representativas de la población española de 18 o más años de edad, residente en la península, en la primera demoscopia, e incorporando las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla y las comunidades insulares de Canarias y Baleares, en las dos últimas. El cuestionario utilizado ha sido diseñado ad hoc y, en la última versión, consta de 50 preguntas y 229 ítems que exploran cinco dimensiones:

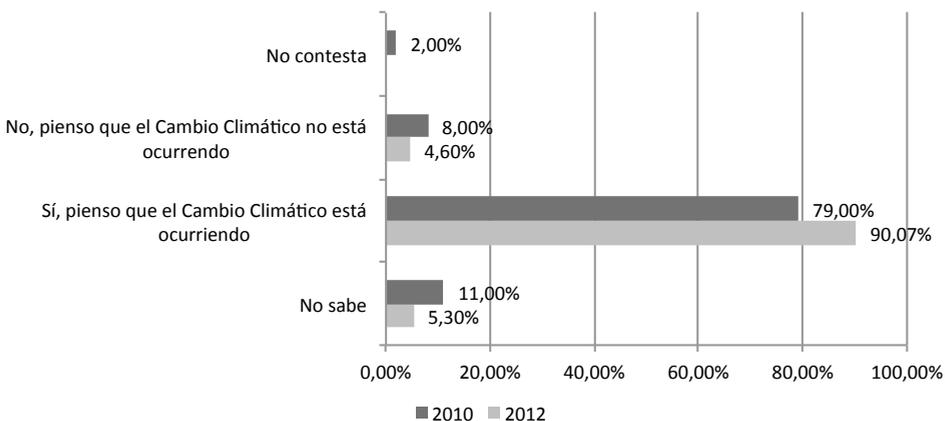
1. los conocimientos y las creencias que maneja la población española sobre las causas, los procesos biofísicos y sociales implicados, y sobre las consecuencias del CC;
2. la relevancia y el potencial de amenaza que la población le atribuye, principalmente en relación con otras amenazas o cuestiones, ambientales o no, que también pueden generar preocupación e inseguridad;
3. los recursos y las fuentes de información –medios y mediadores- a los que recurre la población española para alimentar su concepción del cambio climático y la confianza que generan;
4. las actitudes y los hábitos que caracterizan el comportamiento cotidiano de la ciudadanía en aspectos clave para el CC (consumo energético, movilidad, alimentación, salud, etc.).
5. y la percepción de las políticas de respuesta al cambio climático a distintos niveles (global, regional, local).

Las variables independientes que han sido consideradas para explorar posibles efectos moduladores sobre las representaciones del CC son la edad, el sexo, la zona climática de residencia, el nivel de estudios, la tipología familiar (nivel de ingresos, composición de la unidad familiar, número de miembros), la situación laboral, las creencias religiosas y la posición ideológica declarada.

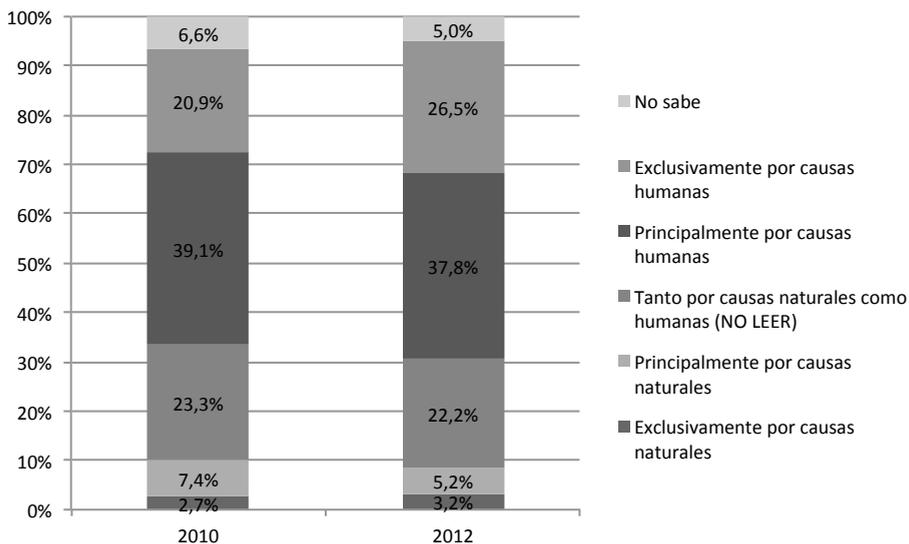
Aunque en este texto centra su atención en la tercera de las dimensiones analizadas, la relativa a los medios y las fuentes de información que alimentan las representaciones sociales del CC, parece interesante exponer algunos de los rasgos más generales que caracterizan estas representaciones.

En primer lugar se puede afirmar que la población española cree de forma mayoritaria que el cambio climático es real (ver Gráfica 1) y que su ocurrencia es total o principalmente atribuible al impacto de las actividades humanas (ver Gráfica

2). Como se puede observar en la Gráfica 1 la creencia en el CC ha ido ganando adeptos en los últimos años hasta sumar a 9 de cada 10 habitantes, mientras que las personas que se declaran escépticas han quedado reducidas a menos del 5 por ciento de la población en 2012, prácticamente la mitad que las personas que así



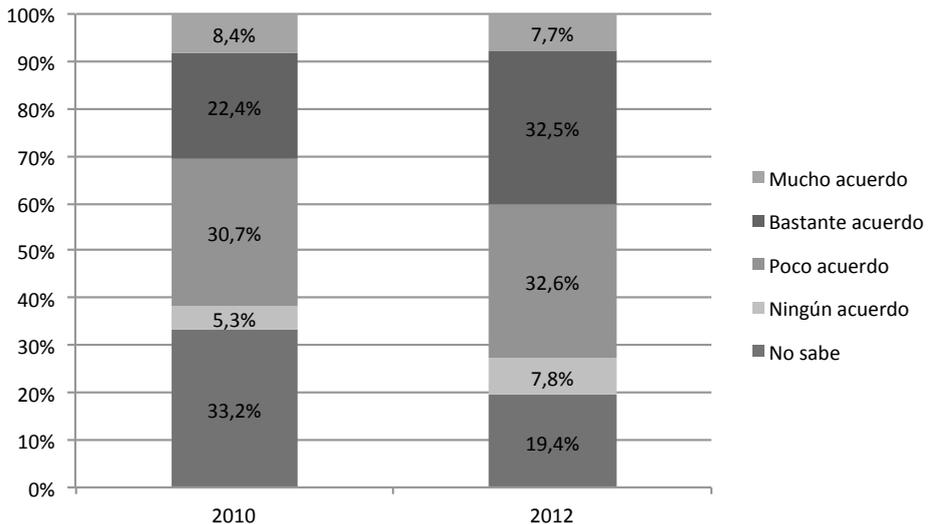
Gráfica 1: A continuación me gustaría que me dijese si piensa que el Cambio Climático está ocurriendo o piensa que no está ocurriendo (2010, N=1295; 2012, N=1300)



Gráfica 2: Atribución de las causas del cambio climático (2010-2012)

se declararon en 2010. Se puede afirmar que el negacionismo climático es residual en la sociedad española, y que no se verifica la polarización entre “creyentes” y “no creyentes” detectada en otras sociedades avanzadas, como el ejemplo ya comentado de EE.UU. o, de forma menos acusada, en otros países anglosajones y del norte de Europa (European Commission, 2011). A diferencia de lo que sucede en EE.UU., el paraíso del negacionismo climático, la sociedad española apenas matiza sus representaciones del CC por efecto de variables como la ideología o las creencias religiosas. Complementariamente, de entre las personas que asumen en 2012 que el CC es real, sólo el 8,4 por ciento lo atribuye única o principalmente a causas naturales; otro 22,2 por ciento entiende que es debido por igual a factores antrópicos y naturales, mientras que la mayoría, el 64,3 por ciento, lo atribuye exclusiva o principalmente a la interferencia humana, cifra que supone un 4,3 por ciento más que en 2010.

Desde el punto de vista de la conexión entre creer o no en la realidad del CC y la representación científica de la amenaza, hay un dato destacable por la evolución positiva que ha experimentado (ver Gráfica 3): el porcentaje de población que percibe un alto nivel de acuerdo (“mucho” o “bastante”) en el seno de la comunidad científica sobre las causas del cambio climático asciende 12 puntos, pasando del 30,8 por ciento en 2010 al 40,2 por ciento en 2012, prácticamente 10 puntos porcentuales más. El incremento experimentado se nutre fundamentalmente de personas



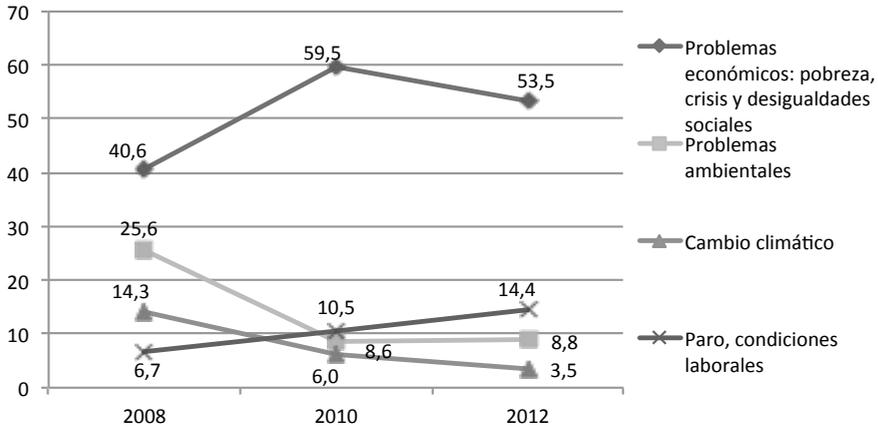
Gráfica 3: Percepción del grado de acuerdo en la comunidad científica sobre las causas del CC (2010-2012).

que en 2010 declararon ¿no saber? sobre esta cuestión. No deja de ser preocupante, en contraste, que también se incremente el porcentaje de quienes perciben “poco” o “ningún” acuerdo en la comunidad científica, aumentando también su porcentaje en 2012 (+4,4 puntos). Este dato es especialmente significativo dado que, a pesar de un mejor ajuste con la realidad científica, sigue expresando la existencia de una disonancia entre la creencia en el CC, expresada mayoritariamente en la sociedad española, y la percepción de un grado de desacuerdo notable en el seno de la comunidad científica por prácticamente un tercio de la población. Y una disonancia, obviamente, con la unanimidad científica sobre la realidad del CC y su causalidad humana.

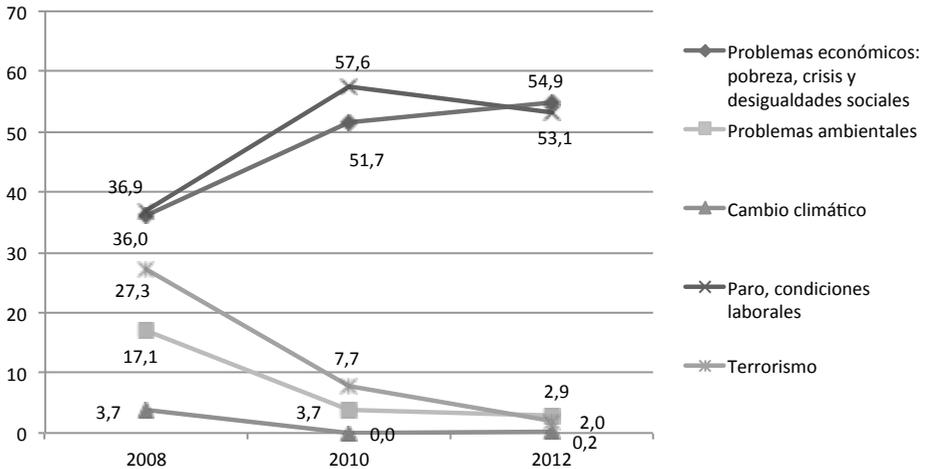
En líneas generales, este perfil representacional puede contemplarse como un sustrato fértil sobre el que impulsar estrategias de comunicación y socialización del CC más ambiciosas y efectivas. Tanto los datos disponibles de la última oleada como las tendencias que reflejan, constituyen, sin duda, una buena noticia. Pero es necesario atemperar el exceso optimista al que pueda dar lugar esta primera impresión.

Una de las preguntas más interesantes del cuestionario interroga a las personas entrevistadas sobre los dos problemas más importantes que perciben con referencia a distintas escalas territoriales: a nivel mundial, en España, en su comunidad autónoma y en su localidad de residencia. Es la primera pregunta de la encuesta y, en el protocolo que han de seguir los entrevistadores, se hace hincapié en que el estudio sea presentado como parte de un proyecto para indagar sobre cómo la sociedad percibe e interpreta la problemática actual en general, y no específicamente como una encuesta sobre cambio climático. Esta táctica se sigue para evitar las distorsiones que se puedan inducir por efecto de la deseabilidad social. Las respuestas son abiertas y han sido codificadas con posterioridad agrupándolas en 12 categorías de problemas. Las gráficas 4, 5, 6 y 7 recogen las series de datos en las tres oleadas realizadas, 2008, 2010 y 2012, de algunas categorías seleccionadas.

En la Gráfica 4 se recogen algunos de los problemas citados como más importantes a nivel mundial. Es necesario destacar que el trabajo de campo de la primera demoscopia fue realizado en 2008, en un momento en que la sociedad española entraba en la fase más aguda de la crisis actual, justo antes de la fracasada COP15 celebrada en Copenhague y bajo la influencia de las últimas ondas de fenómenos mediáticos relacionados con el CC como *Una Verdad Incómoda*, el oscarizado documental de Al Gore. Las siguientes demoscopias, cuyos trabajos de campo fueron realizados en los veranos de 2010 y 2012, reflejan claramente el impacto de la crisis, que polariza la atención pública, y también la debilitación de las políticas de CC y su oscurecimiento mediático progresivo. En 2008, el cambio climático era



Gráfica 4: Problemas más importantes a nivel mundial (la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada, selección)

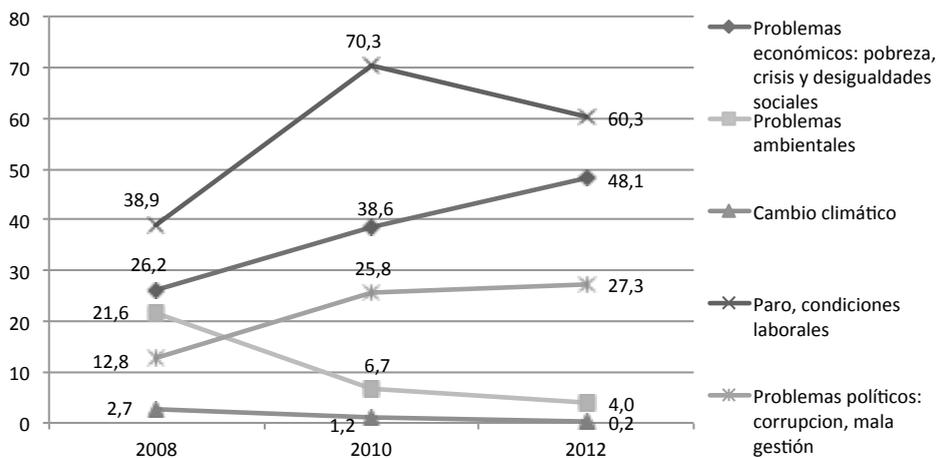


Gráfica 5: Problemas más importantes en España (selección, la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada)

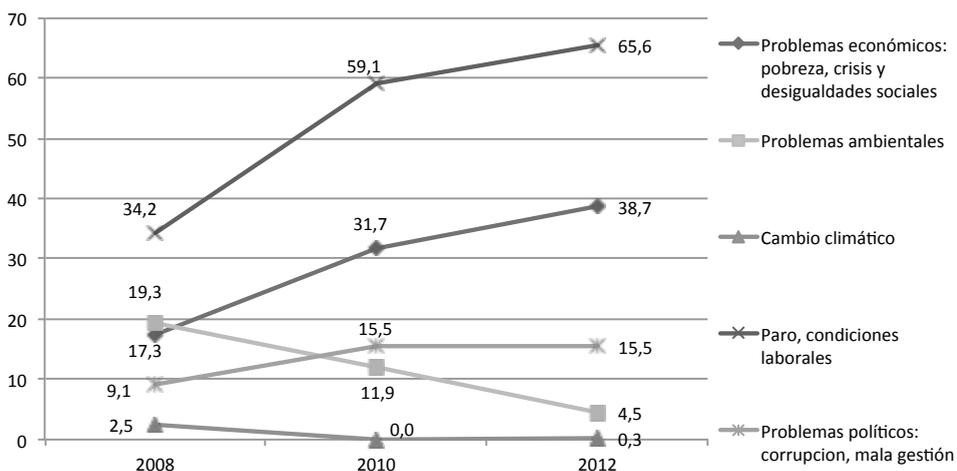
citado por el 14,3 por ciento de la muestra como problema más preocupante a nivel mundial, ocupando el 5º lugar en la lista de problemas en esta escala. En 2009 las citas se reducen al 6,0 por ciento y en 2012 al 3,5 por ciento, pasando a ocupar en octavo y el noveno lugar, respectivamente, de las doce categorías de problemas consideradas. La categoría de problemas ambientales (salvo los relacionados con el CC) también se desploma, pasando de un 25,6 por ciento de citas en 2008 al 8,8 por ciento en 2012. La única lectura positiva a la que pueden dar lugar estos datos es que el CC ha ido ganando peso con relación al conjunto de problemas ambientales. Pero lo más destacable, como se observa en la misma Gráfica 4, es que la mayor parte del desgaste que se aprecia en las referencias al CC y a otras problemáticas ambientales está directamente relacionado con la primacía creciente que se le otorga a la crisis económica y a sus consecuencias también a nivel mundial. Esa es, lamentablemente, la principal conclusión.

La Gráfica 5 recoge la misma cuestión, pero formulada con referencia a España. En este caso, el porcentaje de citas registrado en 2008, el 3,7 por ciento, ya denota un peso menor del CC como problema percibido a escala estatal. En 2010 no se registra ninguna cita y en 2012 se anota un simbólico 0,2 por ciento que sitúa al CC en la doceava posición de las doce categorías de problemas contempladas. Las referencias a otros problemas ambientales experimentan una secuencia similar. Como era de esperar, la crisis económica y sus consecuencias concentran la mayor parte de las citas, observándose en la última oleada que la crisis económica supera como problema más citado a sus consecuencias en forma de paro y empeoramiento de las condiciones laborales.

Estas tendencias se agudizan en la percepción de los principales problemas a nivel autonómico (Gráfica 6) y a nivel local (Gráfica 7). El comportamiento es similar en ambas escalas: el CC es muy poco relevante en las tres oleadas, ocupando tanto a nivel autonómico como local la última posición de las doce categorías de problemas contempladas. También en ambos casos, las citas relacionadas con el CC van disminuyendo progresivamente, pasando del 2,7 por ciento en 2008 al 0,2 por ciento en 2012 a escala autonómica, y del 2,5 por ciento en 2008 al 0,3 por ciento en 2012 a escala local. En síntesis, si el CC era ya un problema poco relevante en la primera oleada de la serie, su relevancia relativa ha ido decayendo hasta prácticamente quedar reducido a un puñado de alusiones testimoniales. Además, conforme la escala de referencia desciende de lo global a lo local, el CC va perdiendo peso entre los problemas más importantes señalados por la población española, rasgo que es generalizable a otras sociedades y que se describe con frecuencia en la literatura de este ámbito (Uzzell, 2000; García-Mira & Real, 2000; Meira, 2009; González-Gaudio & Meira, 2009).



Gráfica 6: Problemas más importantes en la comunidad autónoma de residencia (selección, la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada)



Gráfica 7: Problemas más importantes en la localidad de residencia (selección, la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada)

Hay en nuestros estudios otros datos que refuerzan este retrato aparentemente contradictorio de las representaciones del CC en la sociedad española: por una parte, prácticamente 9 de cada 10 personas acepta la realidad del CC y cree mayoritariamente que su causalidad es humana; por otra, las alteraciones del clima no ocupan un lugar principal en la jerarquía de problemas que preocupan a la ciudadanía y, además, su relevancia ha ido disminuyendo a lo largo del último lustro hasta llegar a ubicarse en los últimos lugares entre los problemas identificados, o a desaparecer de ella. La falta de relevancia del CC es muy acusada en las escalas estatal, autonómica y local.

MEDIOS, MEDIADORES Y REPRESENTACIONES

Una de las dimensiones que se exploran en nuestra serie demoscópica es el papel que la población atribuye a los medios de comunicación y a los mediadores como vías de acceso a información sobre el CC y a valoraciones sobre su potencial de amenaza. Ya se avanzó que la construcción del CC como objeto de representación social sólo es posible por la operación mediadora de distintos agentes y procesos que conectan la cultura científica con la cultura común, una conexión que es mucho más compleja que la mera transposición.

Entre los agentes que se analizan cabe destacar a los medios de comunicación y, fundamentalmente a través de ellos, a distintos mediadores cuya capacidad de influencia social es difícil de ponderar, así como la legitimidad con la que operan y la confianza que generan en el público. Para Moser (2010: 40), los mediadores o “mensajeros” juegan un papel fundamental en la socialización de los riesgos climáticos, no tanto por su participación funcional en el proceso de comunicación, como por condicionar la credibilidad de la información transmitida. La confiabilidad que generan los mediadores puede conferir “sellos de aprobación” a informaciones que el público, de lo contrario, tendría dificultades para aceptar como “correctas” o “creíbles”. En este caso se explora el rol mediador y la confianza que generan periodistas, científicos, educadores, ecologistas, empresarios, sindicalistas o políticos, entre otros, cuyo acceso a la mayoría de la población se realiza, directa o indirectamente, a través de los media, de los viejos y de los nuevos.

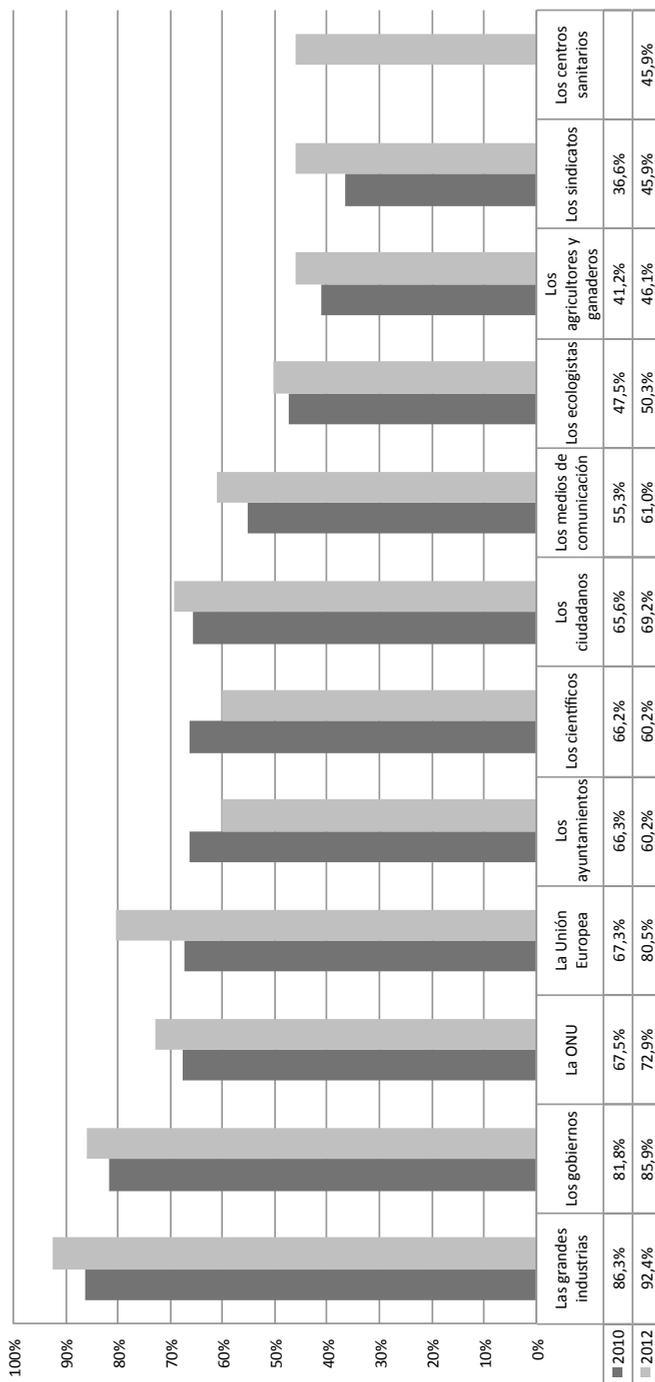
Otro tipo de procesos que se exploran son las mediaciones cotidianas, que se alimentan de la información que transmiten los medios, pero que también tienen una gran capacidad creativa. Estos procesos tienen un peso notable en cómo se va dando forma a la representación social del CC en la cultura común. Nos referimos aquí al conjunto de mediaciones e interacciones que tienen lugar en la cultura común,

que se concretan en las relaciones con iguales (amigos, familiares) y que también pueden vehicularse a través de los nuevos medios de comunicación (Internet, redes sociales). Estas mediaciones “informales” explican algunos patrones de las representaciones sociales del CC, tanto en el contenido de su núcleo figurativo (p.e.: la asociación causa-efecto entre el deterioro del ozono y el CC), como en las valoraciones que se realizan del potencial de amenaza del CC (p.e.: el desapego espacio-temporal). El Cuadro 1 recoge algunas de las cuestiones relacionadas con el rol de medios y el peso de los mediadores, cuyos resultados se comentan a continuación.

La primera y la segunda de estas cuestiones interrogan, respectivamente, por la responsabilidad que perciben las personas entrevistadas sobre el papel de una serie de colectivos en las causas del CC y en las soluciones que se pueden aplicar. Uno de estos agentes son los medios de comunicación. Como se aprecia en la Gráfica 8, los medios de comunicación aparecen en octavo lugar en 2010 y en séptimo lugar en 2012, en base al grado de responsabilidad en las causas del CC que les atribuye la población, situándose en ambas oleadas en posiciones intermedias. Las grandes industrias y los gobiernos son los colectivos a los que se les atribuye mayor responsabilidad, mientras que agricultores y ganaderos, sindicalistas y, en 2012, centros sanitarios, son los agentes sobre quienes se proyecta una menor responsabilidad en las causas del CC. En el tránsito de 2010 a 2012 se observa como la atribución causal aumenta para todos los colectivos salvo para los científicos. Otro dato revelador es la posición de agricultores y ganaderos en los últimos lugares, lo

Cuadro 1. Cuestiones incorporadas a las demoscopias directamente relacionadas con medios, mediadores y el acceso a la información sobre el CC. (Versión 2012 del cuestionario)

Q25. Indique para cada uno de los siguientes colectivos, ¿cuál cree que es su responsabilidad en las causas del Cambio Climático? (entre los colectivos: medios de comunicación)
Q26. Indique para cada uno de los siguientes colectivos, ¿cuál cree que es su responsabilidad en las soluciones del Cambio Climático? (entre los colectivos: medios de comunicación)
Q30. Personalmente, sobre los siguientes aspectos del Cambio climático, ¿hasta qué punto se siente informado?
Q31. ¿Con qué frecuencia ha recibido información sobre Cambio Climático a través de los siguientes medios?
Q32. ¿Puede mencionar algún libro, película, campaña de sensibilización o exposición relacionada con el Cambio Climático?
Q33. Me gustaría que me dijera si durante el último mes ha escuchado o leído algo sobre el Cambio Climático a alguna de las siguientes personas
Q34. ¿Qué grado de confianza le merece a Ud. la información sobre Cambio Climático proporcionada por...?



Gráfica 8: Responsabilidad en las causas del cambio climático atribuida a distintos agentes (muchas+bastantes, 2010-2012)

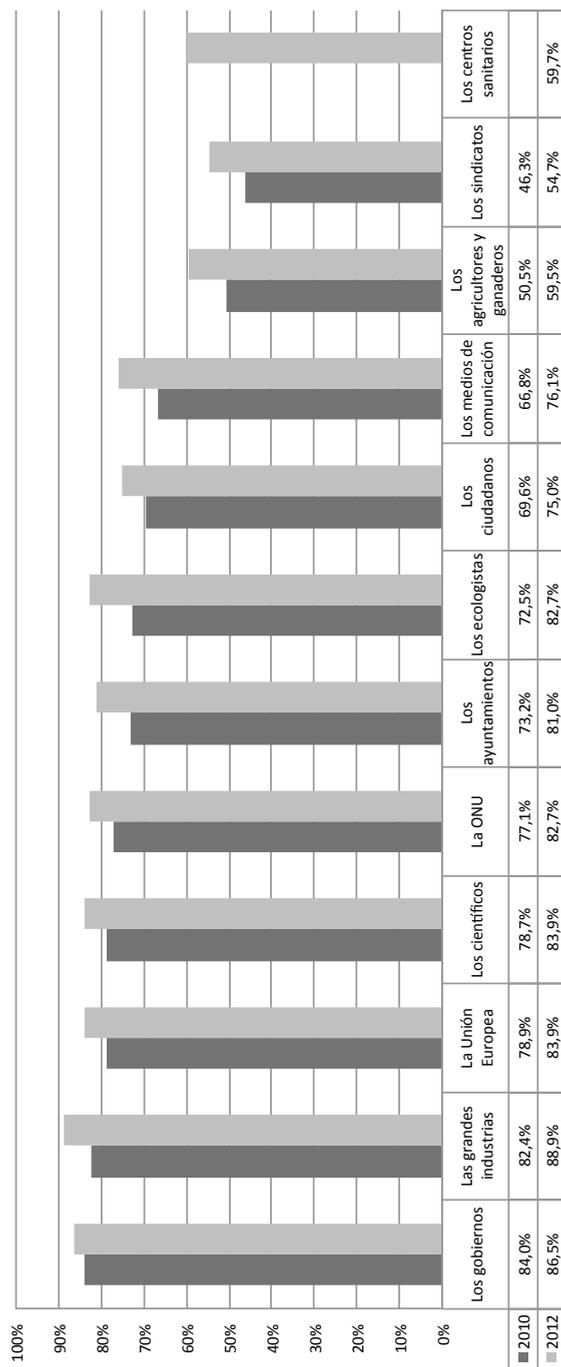
que pone en evidencia que las representaciones del CC en la sociedad española adolecen de un vacío importante en la comprensión de cómo las actividades del sector primario pueden influir en las emisiones de gases de efecto invernadero, tanto en sentido positivo como negativo.

La atribución de responsabilidades a los mismos colectivos en las soluciones al CC puede ser más interesante para evaluar el rol que la sociedad atribuye a los medios de comunicación. Como en el caso anterior, la oleada de 2012 muestra una subida generalizada en todos los colectivos sometidos a valoración con respecto a 2010 (ver Gráfica 9). Con ligeras variaciones entre ambas demoscopias, los gobiernos, las grandes industrias y la Unión Europea ocupan las primeras posiciones de este particular ranking, mientras que agricultores y ganaderos, y sindicatos aparecen en las últimas, en una distribución similar a la registrada en la cuestión anterior. Dado que en este caso se solicitaba la valoración de la responsabilidad en las soluciones y dando por supuesto que los medios de comunicación han de jugar un papel mucho más relevante en ellas, a priori, que el que se les pueda atribuir en la causas, no deja de sorprender que las personas entrevistadas los sitúen en el final del ranking: en noveno lugar en 2010 y en octavo en 2012. No obstante, la ciudadanía que entiende que la responsabilidad de los medios de comunicación en la búsqueda de soluciones al CC debe ser “mucho” o “bastante” suma a 7 personas de cada 10 en 2010 y a 8 de cada 10 en 2012.

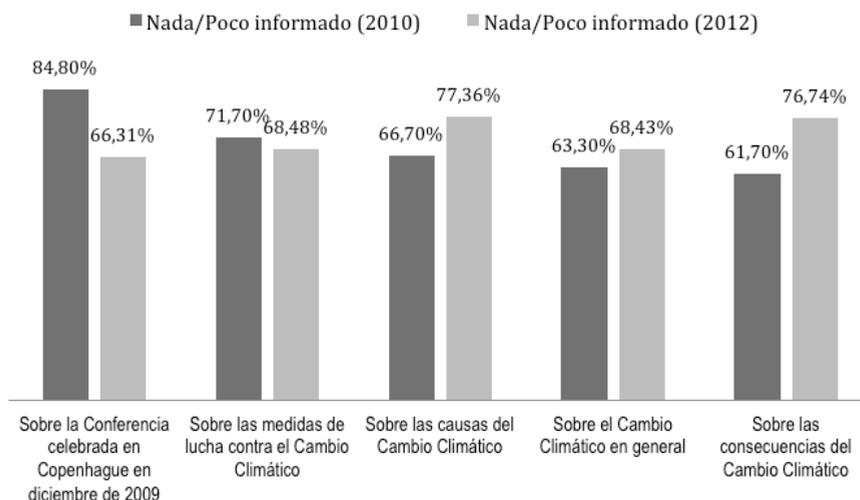
La siguiente cuestión a examinar gira en torno a la auto-percepción que tiene la ciudadanía sobre su nivel de información con respecto a algunos aspectos del CC: sobre la Conferencia de Copenhague, sobre las medidas de lucha contra él, sobre sus causas y consecuencias y, a modo de síntesis, sobre el CC en general.

Como se observa en la Gráfica 10, prácticamente 7 de cada 10 personas se declaran “nada” o “poco” informadas en todas las dimensiones consideradas, aunque las tasas más altas de desinformación registradas en la última oleada se producen cuando se alude a las causas y a las consecuencias del CC. También cabe destacar que el nivel de desinformación aumenta en 2012 con respecto a 2010. Así, en el ítem sobre el nivel de información reconocido con respecto “al CC en general”, el más sintético, el 63 por ciento de la muestra se declara “nada” o “poco” informado en 2010, tasa que sube al 68 por ciento en 2012, prácticamente 5 puntos más; es decir, 3 de cada 4 personas se reconocen desinformados sobre el CC.

¿Cuál es el perfil socio-demográfico de las personas que se declaran desinformadas en este último ítem? Tomando como referencia los resultados de la oleada de 2012, la aplicación del estadístico chi-cuadrado permite detectar diferencias significativas con relación a las variables edad ($\chi^2(9, N=1300)=0.000, p<.01$), nivel



Gráfica 9: Responsabilidad en las soluciones al cambio climático atribuida a distintos agentes (muchas+bastantes, 2010-2012)



Gráfica 10: Nivel de información autopercibido sobre distintos aspectos de CC (2010-2012)

de estudios ($\chi^2(18, N=1300)=0.000, p<.01$), situación laboral ($\chi^2(3, N=1300)=0.000, p<.01$), nivel de ingresos del hogar ($\chi^2(9, N=1300)=0.000, p<.01$) y posición política ($\chi^2(6, N=1300)=0.001, p<.01$). En cuanto a la variable edad, las tasas más altas de desinformación reconocida se concentran en las personas de 65 y más años, entre las cuales hasta el 22,0 por ciento se declara “nada” informado. En cuanto al nivel de estudios, las tasas más altas de desinformación se detectan entre las personas “sin estudios”, entre las que el 41,6 por ciento se declara “nada” informado; esta cifra se reduce al 9,5 por ciento y al 4,0 por ciento, respectivamente, entre quienes han cursado estudios universitarios medios o superiores. A pesar de estas diferencias, en los colectivos con estudios universitarios los porcentajes de quienes declaran tener “poca” información son también altos: el 51,8 por ciento en el caso de las personas con estudios universitarios medios y el 39,9 por ciento entre quienes cursaron estudios universitarios superiores. La influencia de la situación laboral también parece fácil de explicar y parece muy relacionada con otras variables como la edad y el nivel de estudios: en este caso, las personas que se declaran inactivas se reconocen “nada” informadas en mayor proporción que las activas: el 17,7 por ciento frente al 9,6 por ciento.

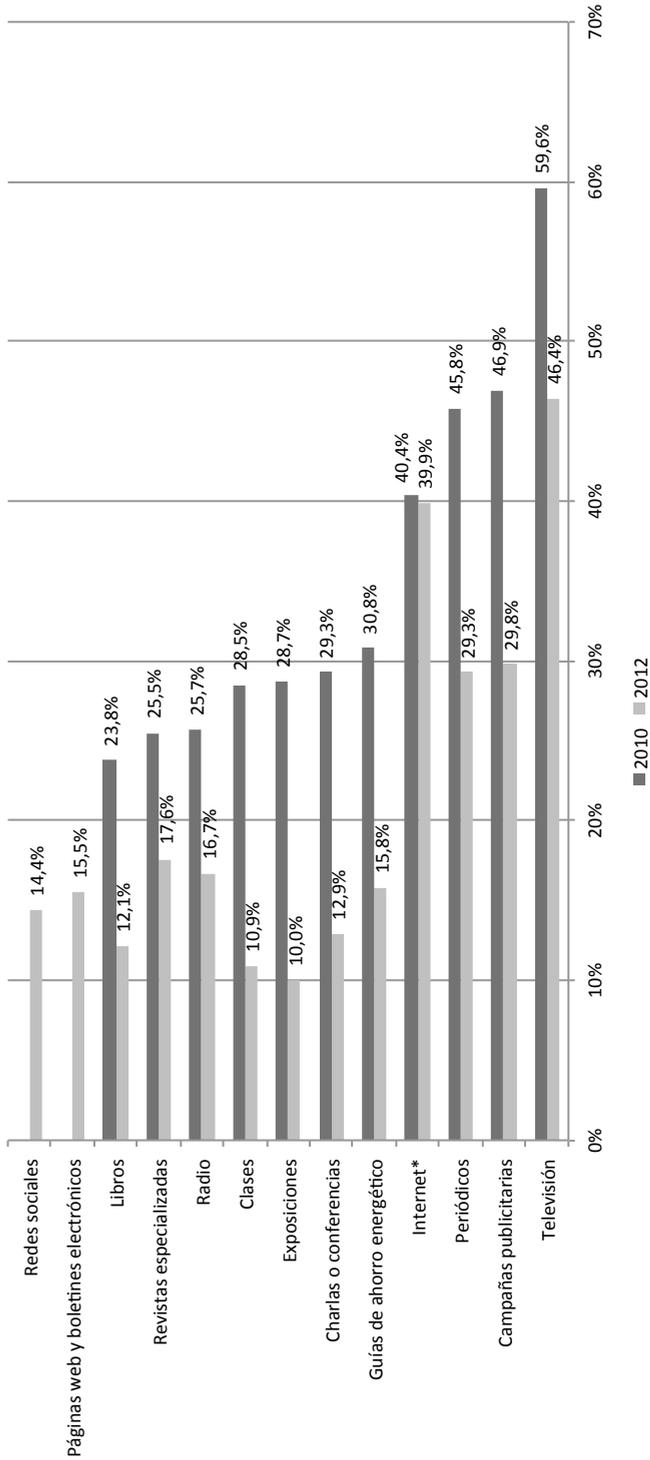
La influencia significativa del nivel de ingresos obedece también a una lógica relativamente fácil de explicar, dado que conforme disminuye el nivel de ingresos, aumenta el grado de desinformación declarada. La ideología política, analizada a

partir de tres posiciones básicas (izquierda, centro, derecha), ofrece una distribución que denota cierta polarización ideológica en la representación del CC en la sociedad española: el porcentaje de personas que se reconocen desinformadas es significativamente mayor entre quienes se ubican en la derecha ideológica que entre quienes lo hacen en el centro o la izquierda. Las diferencias, además de estadísticamente significativas, marcan distancias importantes: mientras el 37,8 por ciento de las personas que se posicionan a la izquierda se declaran “muy” o “bastante” informadas, esta tasa sólo alcanza el 32,7 por ciento entre quienes se posicionan en el centro y el 28,7 por ciento entre quienes lo hacen a la derecha del espectro político, prácticamente 10 puntos de diferencia entre ambos extremos.

La siguiente cuestión explora a través de qué “medios” acceden las personas a información sobre el CC, tratando de valorar, además, el peso relativo que tiene cada medio como vía de acceso a dicha información. La pregunta concreta que se incluye en las versiones de 2010 y 2012 del cuestionario es la siguiente:

“¿Con qué frecuencia ha recibido información sobre Cambio Climático a través de los siguientes medios?”. En la Gráfica 11 se enumeran los “medios” sometidos a valoración y los resultados, en porcentajes absolutos, correspondientes a las oleadas de 2010 y 2012. El concepto “medios” es aquí muy amplio dado que incorpora a los medios de comunicación convencionales (TV, radio, periódicos, libros y revistas especializadas, etc.), a los medios asociados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (“Internet”, en 2010, y desglosado en “redes sociales” y “webs”, en 2012) y a otros recursos vinculados a las experiencias educativas formales y no-formales (clases, conferencias, exposiciones). Las “campañas publicitarias” se incorporan como un formato comunicacional específico que el público reconoce claramente como una fuente de información diferenciada. Los datos que recoge la Gráfica 11 son el resultado de sumar los porcentajes de quienes afirman recibir información sobre el CC a través de cada medio con “mucho” y “bastante frecuencia”.

La lectura de esta gráfica ofrece diversas perspectivas de análisis. En primer lugar, en 2012 resulta evidente la disminución del flujo de la información sobre el CC que llega a la población española con respecto a los datos registrados en la oleada de 2010. Prácticamente todos los medios y todas las experiencias a través de los cuales esta información se hace accesible disminuyen su frecuencia. Este desplome es especialmente acusado en los contextos y experiencias educativas de carácter formal y no-formal (clases, exposiciones, conferencias, guías de ahorro energético, libros), que reducen sus tasas en una media del 50 por ciento durante el último



Gráfica 11. Personas de la muestra que afirman recibir información del CC de cada medio con “mucho” y “bastante frecuencia”. (Porcentajes sumados, 2010-2012).

bienio. En los medios convencionales (televisión, radio, prensa), esta erosión es también importante, aunque menos intensa.

El único “medio” al que no parece haber afectado este desgaste es Internet: en 2010 afirmaron recurrir a él con “mucho” o “bastante” frecuencia hasta el 40,4 por ciento de la población, ocupando el 4º lugar en el ranking de medios, cifra similar a la registrada en 2012 con el 39,9 por ciento. En la última oleada, además, Internet pasaría a ser la segunda vía de acceso en importancia, superada sólo por la televisión. Esta escalada en el ranking mediático debe ser relativizada dado que en la encuesta de 2012 se desdobló el ítem “Internet” en dos categorías: por una parte las “redes sociales” (14,4 por ciento), y por otra las “páginas Web y boletines electrónicos” (15,5 por ciento), en un intento todavía muy básico de discriminar el papel que puedan estar jugando en la mediación del CC los recursos telemáticos 1.0 y 2.0. Lo que sí resulta evidente es el peso que están alcanzando los medios canalizados a través de Internet y las posibilidades que ofrecen de interacción, información y comunicación frente a los medios convencionales, superando a la radio, a la prensa escrita y también a las experiencias educativas formales y no-formales (clases, exposiciones, conferencias, etc.). El papel principal de la televisión como vía de acceso al CC no es una novedad, pero también cabe destacar como el mundo de Internet ya amenaza su hegemonía en este ámbito temático.

Desde nuestro punto de vista, el desgaste que registra la última demoscopia en la circulación de información sobre el CC es una muestra del “enfriamiento” general de la cuestión climática como tema relevante en el seno de la sociedad española. Los factores que mejor pueden explicar este desgaste son, como ya se avanzó, el oscurecimiento de cualquier otra amenaza por la experiencia de la crisis económica; la relegación del CC en las políticas públicas, por el mismo impacto de la crisis y por el acceso al poder de grupos en los que predomina el pensamiento escéptico y *negacionista*, tanto en el Gobierno del Estado como en la mayoría de las Comunidades Autónomas y los gobiernos locales; y, complementariamente, por la retirada del CC de la agenda mediática, principalmente en los medios masivos de comunicación. Este desinterés también deriva del fracaso total o relativo de las últimas conferencias internacionales del sistema de la ONU en su intento por llegar a un acuerdo más ambicioso y eficaz que sustituya al Protocolo de Kioto. La suma de estos factores está alimentando cierta fatiga (eco-fatiga) en una población cada vez más temerosa y desmotivada ante el acento recurrente sobre las amenazas del CC, y en general sobre el grave deterioro del ambiente, sin que se ofrezcan ni vislumbren escenarios alternativos que generen alguna esperanza. Un desinterés que también se alimenta en la sociedad española por el mismo bajo perfil que, por lo general, las distintas administraciones del Estado están dando al CC en la actual legislatura.

En la oleada de 2012, el uso de todos los medios registra diferencias estadísticamente significativas con relación a las variables edad, situación laboral y nivel de ingresos del hogar. Aunque la interpretación de estas diferencias es distinta para cada medio, no resulta difícil percibir unos patrones lógicos. Por ejemplo, mientras las “redes sociales” son señaladas como fuentes de acceso “bastante” o “muy frecuente” a información sobre el CC por el 26,9 por ciento de la población entre 18 y 25 años, este porcentaje decae al 4,6 por ciento entre quienes tienen 65 o más años. Otras variables independientes como el nivel de estudios, la posición ideológica o la tipología del hogar producen diferencias estadísticamente significativas en algunos medios. Por ejemplo, la posición ideológica discrimina el uso de medios como “libros”, “redes sociales”, “charlas y conferencias”, “clases”, “televisión” y “páginas Web y boletines electrónicos”. En relación a las “páginas Web y boletines electrónicos”, el 19,8 por ciento de la población que se posiciona en la izquierda del espectro ideológico afirma recurrir a él con “bastante” o “mucho” frecuencia, mientras que su uso mengua al 14,3 por ciento entre quienes se posicionan en el centro y al 12,0 por ciento entre quienes lo hacen a la derecha. El uso de “redes sociales” registra una distribución similar en función de la posición ideológica.

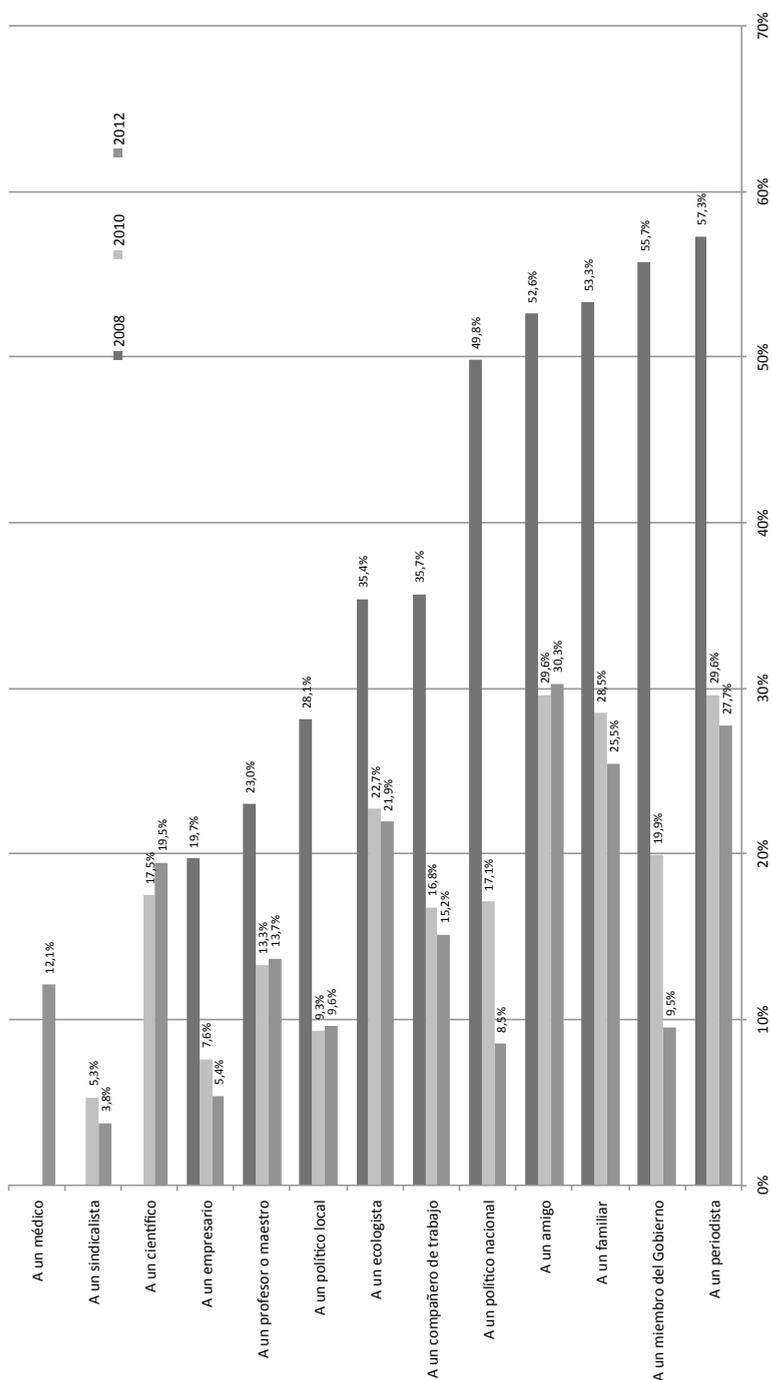
Íntimamente ligado al papel de los medios como vías de acceso a la información sobre el CC y, por lo tanto, como vectores en la construcción de las representaciones sociales de esta amenaza, está el papel de los mediadores. Identificamos como mediadores a distintos agentes sociales que ofrecen, canalizan o intercambian información relacionada con el CC. En unos casos, los mediadores entran en contacto con la población a través de los media o en situaciones formalmente diseñadas para facilitar dichos flujos de información, bien por la naturaleza de su rol profesional (periodistas, científicos, profesores) o por su rol social y/o político (políticos nacionales, miembros del gobierno, ecologistas, empresarios, sindicalistas). En otros casos, son personas cercanas con las que se interacciona e intercambia información, valoraciones y creencias sobre el CC, comúnmente en contextos informales (familiares, compañeros de trabajo, amistades)².

2 Moser (2010: 43-44) alude al potencial de las formas “dialógicas de comunicación”, que pueden aprovechar las interacciones informales para socializar el CC y hacerlo más relevante y significativo. La autora considera que el aprovechamiento de estas interacciones puede constituir un contrapeso a las formas de comunicación y de toma de decisiones más verticales y tecnocráticas. Como hemos comprobado en nuestros estudios, las vicisitudes del clima son un tema de “conversación” frecuente en las relaciones con familiares, amigos y compañeros, dando lugar a situaciones de contacto con el CC en la vida cotidiana tan frecuentes como las que genera el contacto con los media o con mediadores en contextos más formales.

Lo más usual es que se atribuya mayor relevancia social al primer grupo de mediadores en la medida que se suele asumir que poseen una mayor legitimidad que viene dada por su conocimiento experto, principalmente en el caso de las personas de ciencia, y por su competencia en la transmisión de información, principalmente en el caso de periodistas y profesores. Salvo alguna excepción, que se verá más adelante, el segundo grupo de potenciales mediadores (políticos, ecologistas, empresarios, sindicalistas) suele ser juzgado con mayor suspicacia en la medida en que se piensa que sus posiciones sobre el CC pueden estar condicionadas por intereses corporativos. El tercer grupo, las personas cercanas con las que se conversa informalmente de todo aquello que preocupa, interesa o está de actualidad, constituye un caldo de cultivo especialmente fértil donde la cultura común desarrolla toda su capacidad creativa y socializadora. Es en el marco de estas interacciones con amigos, familiares, compañeros, en las conversaciones más o menos intrascendentes que salpican el día a día, que las representaciones sociales del CC están siendo construidas, interiorizadas y compartidas. La esfera cotidiana no es ajena a otros círculos de mediación; de hecho, en temas como el CC se alimenta fundamentalmente de ellos. Para sus conversaciones cotidianas, las personas utilizan como materia prima conceptos, ideas, teorías y datos que provienen de la esfera científica y que llegan a ellas a través de medios y mediadores más o menos competentes y hábiles en las tareas de comunicación. Pero la esfera cotidiana también juega con la suficiente autonomía para desencadenar procesos cognitivos, sociales y culturales que dan lugar a creencias y valoraciones originales, muchas veces contradictorias con la ciencia disponible, pero que sirven para orientar la valoración y los comportamientos personales y colectivos con respecto al CC y a otras amenazas similares.

Una de las preguntas del cuestionario explora, precisamente, la relevancia que pueden tener estos mediadores: "Me gustaría que me dijera si durante el último mes ha escuchado o leído algo sobre el Cambio Climático a alguna de las siguientes personas". En la Gráfica 12 se identifican estos agentes mediadores y se reproducen los datos correspondientes a las oleadas de 2008, 2011 y 2012.

Siguiendo un patrón muy similar al descrito en el acceso a la información sobre el CC a través de distintos medios, se observa como se ha producido un gran caída entre la oleada de 2008 y las dos últimas, de 2010 y 2012. Es oportuno recordar que la primera demoscopia fue realizada en un periodo en que el CC tenía una mayor presencia mediática y pública en la sociedad española, justo en los meses previos al fracaso de la Cumbre de Copenhague y en el umbral de la fase más profunda de la actual crisis económica y social. También conviene recordar que el trabajo de campo de las tres demoscopias fue realizado durante el mismo periodo de cada año.



Gráfica 12. Personas de la muestra que afirman haber escuchado o leído algo sobre el CC a alguno de estos interlocutores durante el último mes (2008-2010-2012)

En 2008, los principales mediadores identificados fueron periodistas (57,3 por ciento) y miembros del gobierno (55,7 por ciento). En un segundo escalón aparecen roles ligados al círculo cotidiano como familiares (53,3 por ciento) y amigos (52,6 por ciento).

En 2010 y 2012 las posiciones relativas son similares, aunque se aprecia un desgaste considerable del CC como “tema” de interés en la esfera pública. Este desgaste afecta a todos los mediadores contemplados, pero es especialmente acusado en algunos de ellos. La pérdida más significativa es la que experimentan los miembros del gobierno: si en 2008 el 55,7 por ciento de la población declaraba haber escuchado o leído algo sobre el CC a algún miembro del gobierno durante el último mes, en 2012 esta cifra se reduce al 19,9 por ciento, prácticamente 45 puntos menos. Esta misma tendencia se aprecia en los casos de un político nacional y de un político local. Aunque algo menos acusado, también hay que destacar el descenso que se aprecia con los periodistas, cuya identificación como mediadores sobre el CC alcanza el 57,3 por ciento en 2008 para decaer hasta el 27,7 por ciento en 2012. De hecho, en esta última oleada, la población señala a “los amigos” como principales interlocutores sobre el CC, incluso con un porcentaje ligeramente superior al registrado en 2010: el 30,3 por ciento.

En la serie de datos examinada, la tendencia más destacable, además de la pérdida de relevancia del CC como “tema” de interlocución, es que los mediadores ligados a las relaciones informales y personales adquieren cada vez más peso, mientras que los mediadores ligados a la esfera institucional, como expertos o políticos, lo pierden, de forma incluso abrupta. El hecho de que los políticos hayan sido los que más peso han perdido puede ser un reflejo del debilitamiento de las políticas públicas de CC tanto en España como a nivel global, un debilitamiento especialmente acusado en el tiempo transcurrido de la actual legislatura, bien por una estrategia intencionada en este sentido, bien por la ya aludida prominencia de la crisis sobre cualquiera otra cuestión.

El reconocimiento de los científicos como mediadores identificados del CC únicamente ha sido explorado en las oleadas de 2010 y 2012. En 2010, el 17,5 por ciento de la población los identifica como fuentes de información sobre el CC durante el último mes, subiendo al 19,5 por ciento en 2012. Siendo el CC un tema cuya legitimación es o debiera ser fundamentalmente científica, no deja de sorprender que los científicos aparezcan en quinto lugar entre los mediadores que la población identifica, superados en la última oleada por periodistas, amigos, familiares y ecologistas. Es decir, en los flujos de información y en las valoraciones sobre el CC que experimenta la población española priman más los canales de mediación

personales e informales que otros aparentemente más legitimados por su competencia o responsabilidad (científicos, tomadores de decisiones, técnicos, etc.).

La última cuestión aborda el grado de confianza que generan, en la población española, distintos agentes como fuentes de información sobre el CC (ver Gráfica 13). Para esta valoración se ha construido un índice de confianza que se calcula sumando los porcentajes de población que declara que su confianza en la información que transmite o vehicula cada agente mediador es “mucho” o “bastante” y después restando a este resultado el sumatorio de los porcentajes de quienes consideran que genera “poca” o “ninguna” confianza.

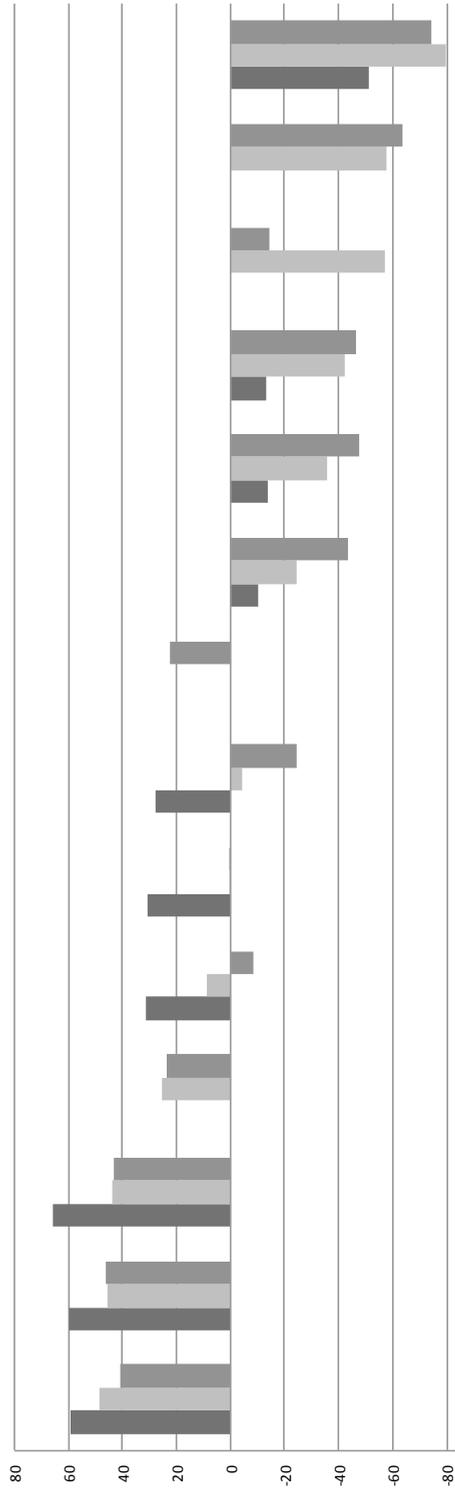
Siguiendo la pauta de las dos cuestiones anteriores, lo primero que cabe destacar es la pérdida progresiva de confianza que afecta a todos los agentes considerados, siendo esta caída más acusada entre las oleadas de 2008 y 2010. Los mediadores que generan mayor confianza como fuentes de información sobre el CC en las tres oleadas, con índices positivos, son educadores ambientales, grupos ecologistas y científicos. En un segundo escalón aparecen profesores o maestros y amigos y familiares. Este último colectivo prácticamente alcanza un índice neutro en las dos últimas oleadas.

Las valoraciones de los medios de comunicación y de la Unión Europea merecen un comentario específico. En la oleada de 2008 el índice de confianza es positivo en ambos casos, con +30,8 y +27,6 puntos, respectivamente. Sin embargo, ambos índices se desploman en la segunda y tercera oleada, pasando en 2012 a contabilizar puntuaciones negativas: -8,2 puntos los medios de comunicación y -20,7 puntos la Unión Europea.

Las administraciones públicas (central, municipal y autonómica) registran índices de confianza negativos que han ido empeorando en el transcurrir de las tres oleadas. Lo mismo sucede con sindicatos (-63,4 en 2012) y empresarios (-74,5 en 2012). La ONU es el único agente que muestra una clara recuperación de la confianza pública en las dos últimas oleadas, aunque sigue marcando valores negativos: pasa de -57,1 en 2010 a -14,5 en 2012. En la gráfica 13 se han destacado con flechas rojas las evoluciones más acusadas en los tres estudios realizados, todas en sentido negativo salvo en este último caso.

ALGUNAS PISTAS PARA COMUNICAR MEJOR EL CC EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

La valoración de los datos recogidos a lo largo de las tres demoscopias (2008, 2010, 2012) permite establecer unas tendencias generales que ayudan a entender cómo se está dando forma en la sociedad española al CC y a las amenazas que comporta.



	Los educadores ambientales	Los grupos ecologistas	Los científicos	Los profesores o maestros	Los medios de comunicación	Un amigo o familiar	La Unión Europea	Los médicos	La Administración central	Los ayuntamientos	La Administración Autonómica	La ONU	Los sindicatos	Los empresarios
■ 2008	59,2	59,6	66,0	31,2	31,2	30,8	27,6	-10,0	-10,0	-13,8	-13,1	-57,1	-57,4	-51,3
■ 2010	48,7	45,6	43,6	25,6	9,0	0,5	-4,5	-24,7	-24,7	-35,8	-42,1	-57,1	-63,4	-79,6
■ 2012	40,8	46,4	43,4	23,8	-8,2	0,5	-24,7	-43,5	-43,5	-47,5	-46,2	-14,5	-63,4	-74,5

Gráfica 13. Índice de confianza que generan distintos agentes mediadores como fuentes de información sobre el CC (2008-2010-2012)

La primera conclusión importante es constatar la creencia generalizada y mayoritaria por parte de la población española en el CC como un fenómeno real. Esta creencia ha ido ganando adeptos desde el primer estudio para llegar a agregar, en la última oleada, a 9 de cada 10 personas entrevistadas. También ha ido creciendo progresivamente la proporción de quienes entienden que el CC es un fenómeno cuyas causas son total o principalmente humanas. Al mismo tiempo, la población también percibe un consenso cada vez mayor dentro de la comunidad científica en el diagnóstico del CC.

En segundo lugar, la presencia del escepticismo y del *negacionismo* climático es residual y ha ido perdiendo adeptos en el transcurso del lustro analizado: en 2012 las personas que afirman que el CC no está ocurriendo suman el 4,6 por ciento de la muestra, cuando eran el 8,0 por ciento en 2010. Más aún, al analizar el perfil socio-demográfico de este colectivo se puede afirmar que está integrado, principalmente, por personas mayores, sin estudios, con bajo nivel ingresos y muchas dificultades estructurales para acceder a la información. Este perfil hace pensar que un *negacionismo* climático ideologizado, como el que se suele identificar en sociedades más polarizadas al respecto como la estadounidense, tiene en el seno de la sociedad española una presencia marginal, acaso limitada a menos del 1,0 por ciento de la población. La marginalidad socio-demográfica del fenómeno *negacionista* y escéptico con respecto a la realidad del CC en la sociedad española contrasta con el peso que esta posición parece haber adquirido actualmente en las instancias de toma de decisiones que establecen la agenda de la política climática y que también condicionan, en buena medida, la agenda mediática y social en este campo.

La tercera conclusión principal es, a nuestro entender, la más importante. A pesar de que la población española cree mayoritariamente en que el CC es real y es una consecuencia de la interferencia antropogénica en la atmósfera, lo cierto es que la relevancia que se le atribuye es muy baja y ha ido erosionándose en el transcurso de las tres demoscopias realizadas. El contraste es evidente: más conocimiento, más creencia y más confianza en los diagnósticos científicos, pero menos relevancia y menos potencial percibido de amenaza. El desapego ciudadano con respecto al CC también se expresa en el distanciamiento espacial y temporal de sus posibles consecuencias, que se desplazan a lugares remotos y se demoran a un futuro lejano (Meira, 2009). En la misma línea, el CC ha ido menguando como tema transmitido por los medios de comunicación y también como argumento de conversación en contextos formales e informales. Este patrón es más acusado en las dos últimas oleadas.

¿A qué factores se puede atribuir esta aparente paradoja? El primero es evidente y difícil de rebatir: la crisis socio-económica y sus consecuencias absorbe gran

parte de la atención y la tensión emocional personal y colectiva, oscureciendo y situando en muy segundo plano otras fuentes potenciales de amenaza. El segundo tiene que ver con la desaparición del CC de las agendas política y mediática. Esta situación puede deberse a una estrategia calculada de apagón informativo que sintoniza y hasta alimenta cierta fatiga social cultivada por los anuncios reiterados de una amenaza climática que no llegan a concretarse en políticas efectivas de respuesta. Ante la falta de alternativas y las evidencias difusas del CC en tanto que fenómeno contra-intuitivo, el interés de la población decae, máxime cuando existen otros motivos fundados de inquietud. La nula atención pública que ha suscitado la Cumbre Climática de Doha –la COP18- y el escaso reflejo mediático e institucional que ha merecido, se enmarcan en esta atmósfera.

Ante este escenario, las estrategias educativas y de comunicación sobre el CC han de centrarse en cuatro líneas de actuación principales:

- En primer lugar, es necesario **cultivar una ciudadanía que tenga un conocimiento más ajustado y significativo del fenómeno**, tanto de su representación científica como de sus dimensiones sociales, lo que debe llevar a una mejor identificación de sus causas y de sus consecuencias a nivel global, regional y local para mejorar el conocimiento y la comprensión de la amenaza. Los medios y mediadores que asuman esta tarea han de ser conscientes del potencial creativo de la cultura común, estando atentos a cómo evolucionan las representaciones sociales del CC para minimizar las distorsiones que se puedan producir en la comprensión del fenómeno y contrarrestar las estrategias de desinformación y desmotivación diseñadas desde los *lobby negacionistas*. Coincidimos con Moscovici (2011: XV) cuando afirma que “es imposible que el pensamiento científico reemplace al pensamiento cotidiano, y con su característica diferencia objetiva logre hacer frente a las creencias, deseos e ideas que están profundamente ligadas a la vida de una persona o de una comunidad. Así, la persona común, el hombre de la calle, continuará existiendo, y será su ciencia popular y no la del experto la que gobierne las interacciones en la vida cotidiana como hasta ahora”, pero ello no debe impedir que trabajemos con instrumentos culturales para que las representaciones sociales del CC se ajusten lo más posible, en contenido y, principalmente, en valoración, a lo que la mejor ciencia disponible y la que más consenso genera entre quienes la elaboran ha averiguado sobre él.
- En segundo lugar, **que la población valore y sea consciente de la relevancia del CC, lo haga significativo y perciba la urgencia de**

actuar (valoración de la amenaza), pero evitando generar emociones negativas y de miedo que fomenten la sobre-determinación. Dado el estado actual de las representaciones del CC en la sociedad española, **la tarea de potenciar su relevancia debe ser prioritaria en las estrategias de comunicación y educación** que se desarrollen. Sperber (2005: 55) sugiere que “la relevancia (...) impulsa la transformación progresiva de las representaciones, dentro de una sociedad dada, hacia los contenidos que sean relevantes en el contexto de otra”. Por razones obvias, de carácter epidemiológico en palabras de Sperber, en el cultivo de la relevancia juegan un papel fundamental los medios de comunicación, los viejos y los nuevos, principalmente como vehículos para focalizar y multiplicar los mensajes de los agentes mediadores que mayor confianza generan en el público (científicos, educadores, profesores, ambientalistas), y de aquellos cuyo rol está legitimado política y/o institucionalmente (gobernantes y gestores). También es preciso multiplicar la presencia del CC como “tema de conversación” en las interacciones informales para potenciar la negociación colectiva y la interiorización de representaciones colectivas más sólidas, compartidas y operativas. Moscovici (1979: 178) afirma que si no existe “presión a la inferencia”, entendida como una tensión inducida que demanda del público la generación de opiniones, tomas de postura y respuestas más o menos activas, difícilmente se podrá convertir cualquier “objeto” científico, en este caso, el CC, en una representación socialmente significativa, funcional y pragmática.

- En tercer lugar, **que la gente identifique y asuma sus responsabilidades en las causas del CC y en las posibles soluciones** a distintas escalas (personal, comunitaria, regional, estatal, global). Se trata de que las personas no se perciban sólo como víctimas, co-responsabilizándolas y *empoderándolas* en la construcción de alternativas viables, tanto en la línea de la mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero como en la vía preventiva de la adaptación a los cambios que ya están teniendo lugar y que serán cada vez más perceptibles en el futuro.
- Y, en cuarto lugar, **orientar a la ciudadanía para que asuma cambios significativos en su esfera cotidiana y que demande, apoye y participe en el diseño y puesta en práctica políticas de respuesta al CC**, promocionando estilos y modelos de vida alternativos y “bajos en carbono”, y fomentando la acción y la participación individual y colectiva.

Para terminar queremos insistir en que el cultivo de la relevancia social del CC en la sociedad española debe ser, en estos momentos, la tarea prioritaria de quienes nos dedicamos a la comunicación y la educación sobre las alteraciones climáticas. Es difícil concebir la puesta en marcha de políticas más rotundas y estructurales para enfrentar la amenaza del CC si el problema mantiene el tono irrelevante que manifiesta en el presente. Sin una mayor tensión y atención social, sin una visión más realista y ligada a la vida cotidiana, al aquí y ahora, de las amenazas del CC tampoco cabe esperar una reacción social e institucional decidida. Sin establecer vínculos más estrechos y significativos entre las alteraciones climáticas, sus causas y consecuencias, y otras amenazas más sensibles y significativas para la población (relacionadas con la salud, la alimentación, la pobreza, la desigualdad, la crisis económica, la carencia o la carestía de recursos básicos como el agua o la energía, etc.) será extremadamente difícil acercar el CC al núcleo de cuestiones relevantes y determinantes para el compromiso personal y la acción colectiva. Difícil tarea en los tiempos que corren.

REFERENCIAS

- European Commission (2011): *Europeans' attitudes towards climate change. Special Eurobarometer 372 / Wave EB75.4 – TNS opinion & social.* (Documento electrónico: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_372_en.pdf. Última consulta: 3-12-2012).
- GARCÍA-MIRA, R. y REAL, J.L. (2000): "Dimensiones de preocupación ambiental: una aproximación a la hipermetropía ambiental". *Estudios de Psicología*, 22(1), 87-96.
- GONZÁLEZ-GAUDIANO, E. y MEIRA, P.Á. (2009): "Educación, comunicación y cambio climático. Resistencias para la acción social responsable". *Trayectorias*, Vol. 11, nº 29, 6-38.
- LEISEROWITZ, A., SMITH, N. y MARLON, J.R. (2010): *Americans' Knowledge of Climate Change.* Yale University, New Haven, CT. (Documento electrónico: <http://environment.yale.edu/climate/files/ClimateChangeKnowledge2010.pdf>. Última consulta: 3-12-2012).
- LEZAMA, J.L. (2004): *La construcción social y política del medio ambiente.* México, El Colegio de México.
- MCCRIGHT, A.M. y DUNLAP, R.E. (2011): "The politicization of climate change and polarization in the American public's views of global warming, 2001–2010". *The Sociological Quarterly*, nº52, pp.155-194.

- MEIRA, P.Á. (2009): *Comunicar el Cambio Climático. Escenario social y líneas de actuación*. Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.
- MEIRA, P. Á. (Dir.), Arto, M. & Montero, P. (2009): *La Sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española*. 2009. Madrid, Fundación Mapfre.
- MEIRA, P.Á. (Dir.), ARTO, M., HERAS, F. y MONTERO, P. (2011): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española 2011*. Madrid, Fundación Mapfre.
- MEIRA, P.Á. (DIR.), ARTO, M., HERAS, F., MONTERO, P. y IGLESIAS, L. (2013, en prensa): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española*. 2013. Madrid, Fundación Mapfre.
- MOSCOVICI, S. (1979) [1961]: *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Huemul.
- MOSCOVICI, S. (2011): "Prólogo", en Wagner, W.; Hayes, N. & Flores, F. : *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. Barcelona: Anthropos-UNAM, pp. IX-XVIII.
- MOSCOVICI, S. y HEWSTONE, M. (1986): "De la ciencia al sentido común", en Moscovici, S. (Ed.). *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología Social y problemas sociales*. Paidós, Barcelona, pp. 679-710.
- MOSER, S.C. (2010): "Communicating climate change: history, challenges, process and future directions". *Climate Change*, Vol. 1, pp. 31-53.
- SPERBER, D. (2005): *Explicar la cultura. Un enfoque naturalista*. Madrid: Morata.
- The Pew Research Center (2012): More Say There Is Solid Evidence of Global Warming. Washington (Documento electrónico: <http://www.people-press.org/files/legacy-pdf/10-15-12%20Global%20Warming%20Release.pdf>. Última consulta: 3-12-2012).
- UZZELL, D.L. (2000): "The Psycho-Spatial dimension of global environmental problems". *Journal of Environmental Psychology*, nº 20, pp. 307-318.
- WAGNER, W.; HAYES, N. y FLORES, F. (2011): *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. Barcelona, Anthropos-UNAM.