

Claves para leer e interpretar la representación social del cambio climático (II)

...en el escenario post-Copenhague, post-Cancún

Pablo Ángel Meira Cartea

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 en algunos países desarrollados, pero... ¿esto es “bueno” o es “malo”?

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

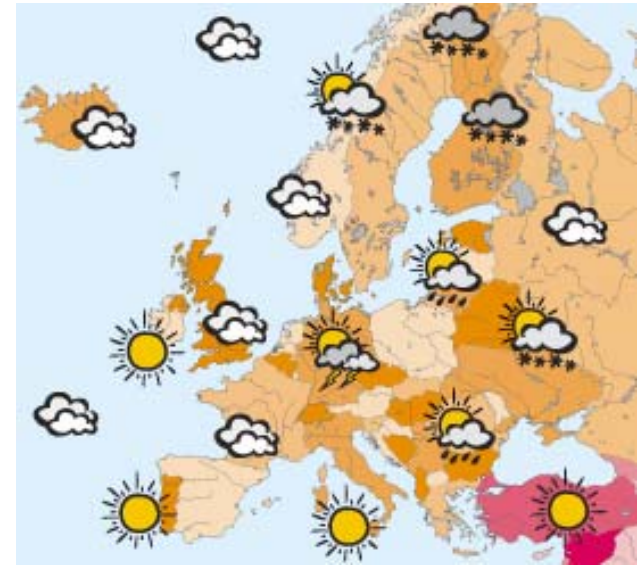
Dar respuesta al cambio climático es, ante todo, un reto propio de la esfera social



Tiempo y clima

El tiempo

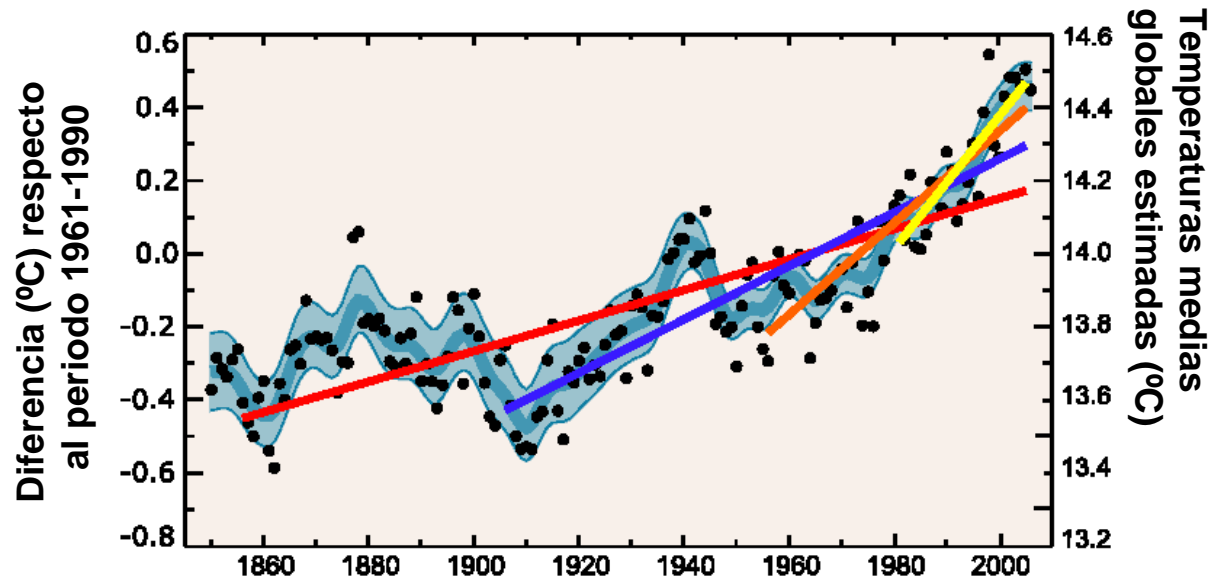
- Se habla sobre él cada noche en los informativos
- Puede ser diferente en zonas relativamente próximas
- Puede cambiar mucho en un breve periodo de tiempo, incluso en un día
- Se describe refiriéndose a la temperatura, precipitaciones, vientos... en un lugar determinado y en un momento concreto



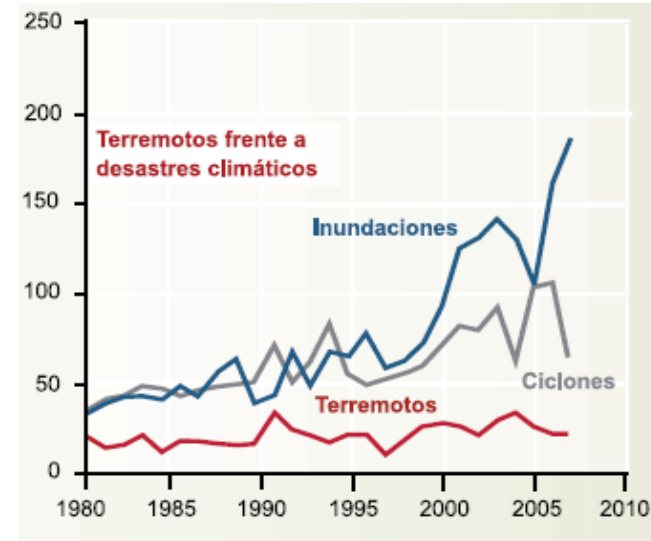
El clima

- Se describe en libros de geografía y guías turísticas
- Es similar para regiones o comarcas enteras
- Sólo cambia ligeramente con el transcurso de los años
- Se describe utilizando datos estadísticos como la temperatura media, las precipitaciones medias o las direcciones del viento dominantes

Sé que el clima está cambiando... porque me lo han contado



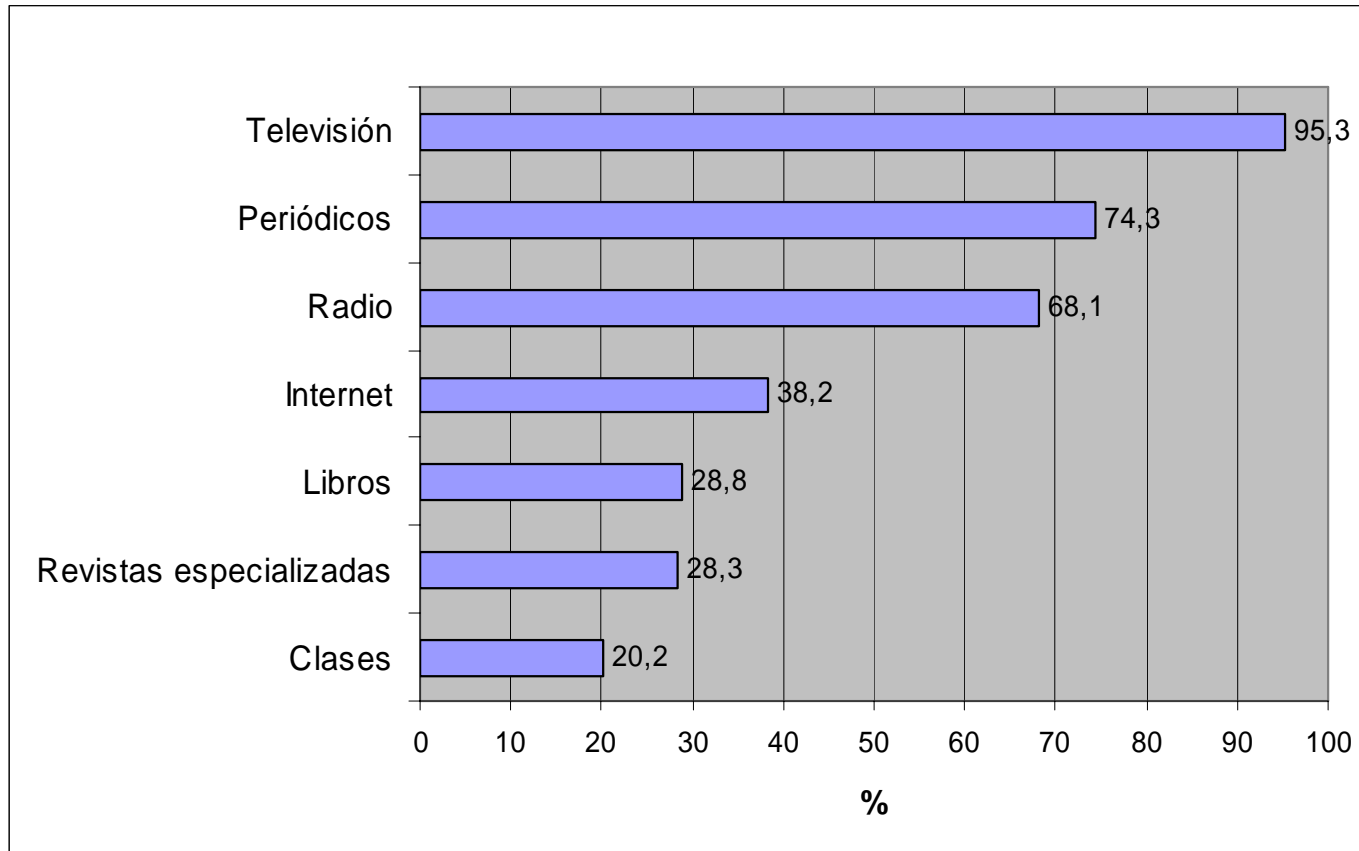
Periodo (Años)	Tasa (°C década)
25	0.177 ± 0.052
50	0.128 ± 0.026
100	0.074 ± 0.018
150	0.045 ± 0.012



- Media anual
- Serie suavizada
- Margen de error 5-95%

Sé que el clima está cambiando... porque me lo han contado

¿A través de qué medios ha recibido información sobre el cambio climático?

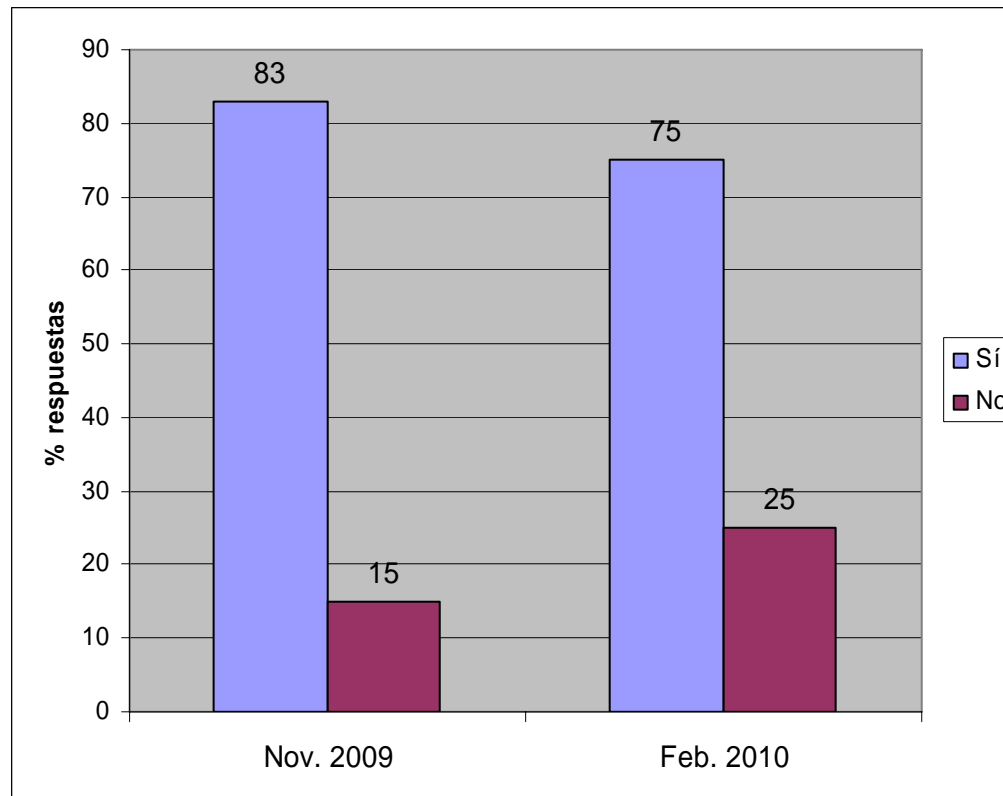


Fuente: Meira, Arto y Montero (2009)

Tendencias recientes

El negacionismo avanza en el Reino Unido

Por lo que usted sabe y ha oído, ¿piensa que el clima terrestre está cambiando y se está produciendo un calentamiento global?

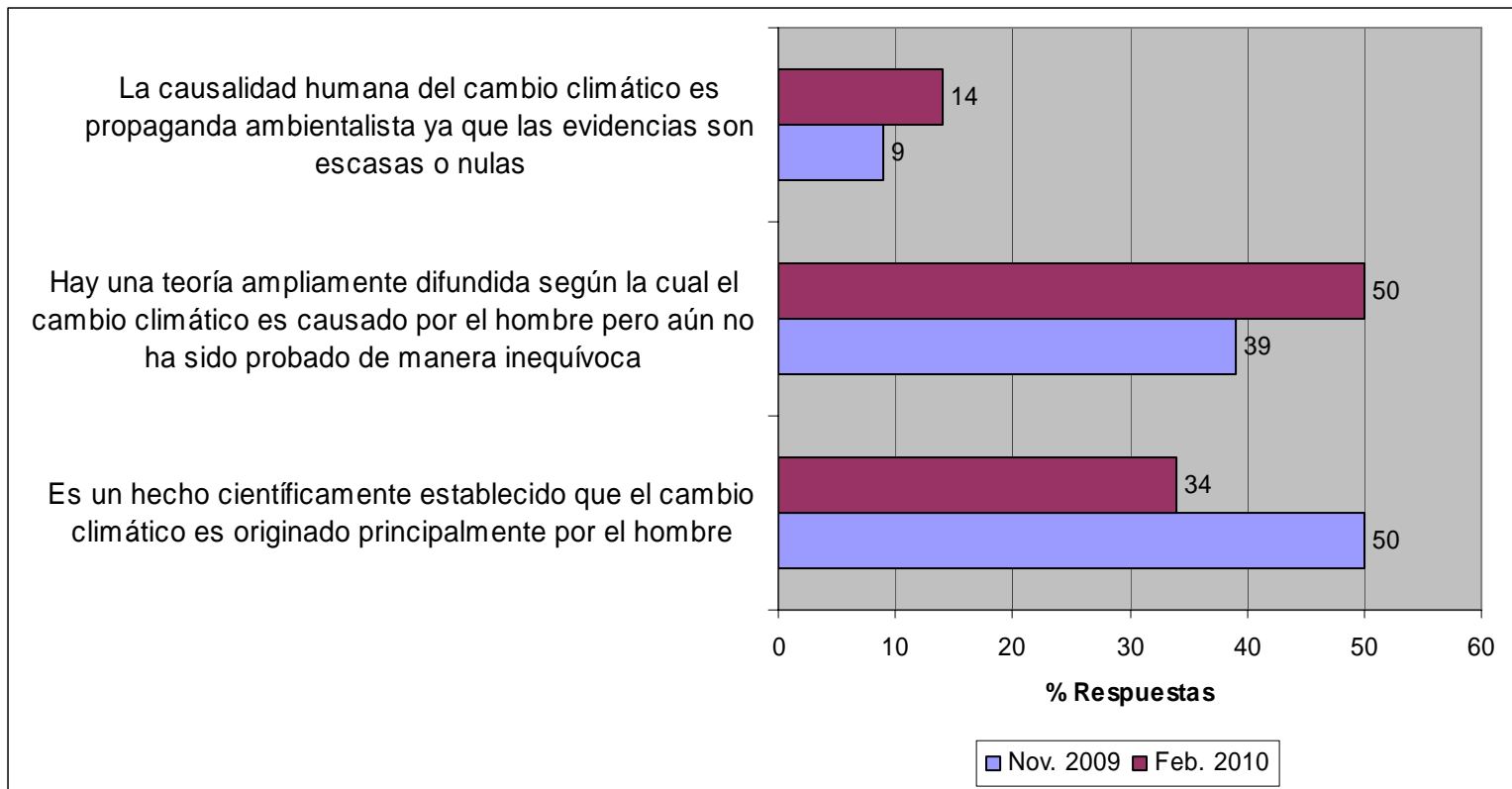


Fuente: BBC, febrero de 2010

Las dudas aumentan entre los que “creen”

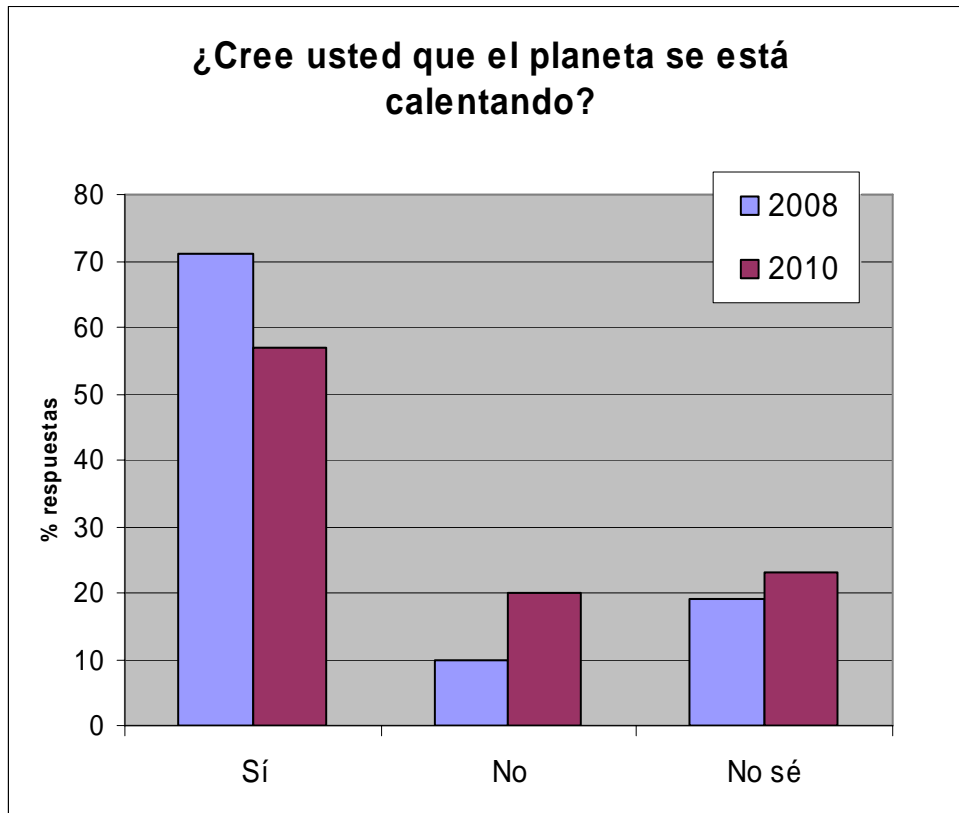
(para aquellos que creen que el clima está cambiando
y se está produciendo un calentamiento global)

Indique con cuál de las siguientes afirmaciones está usted mas de acuerdo



Fuente: BBC, febrero de 2010

El negacionismo gana peso en USA



Aunque los que creen que el planeta se está calentando siguen siendo mayoría, de acuerdo con los estudios elaborados por el Programa de cambio climático de la Universidad de Yale el porcentaje de negacionistas se ha duplicado en los dos últimos años en USA.

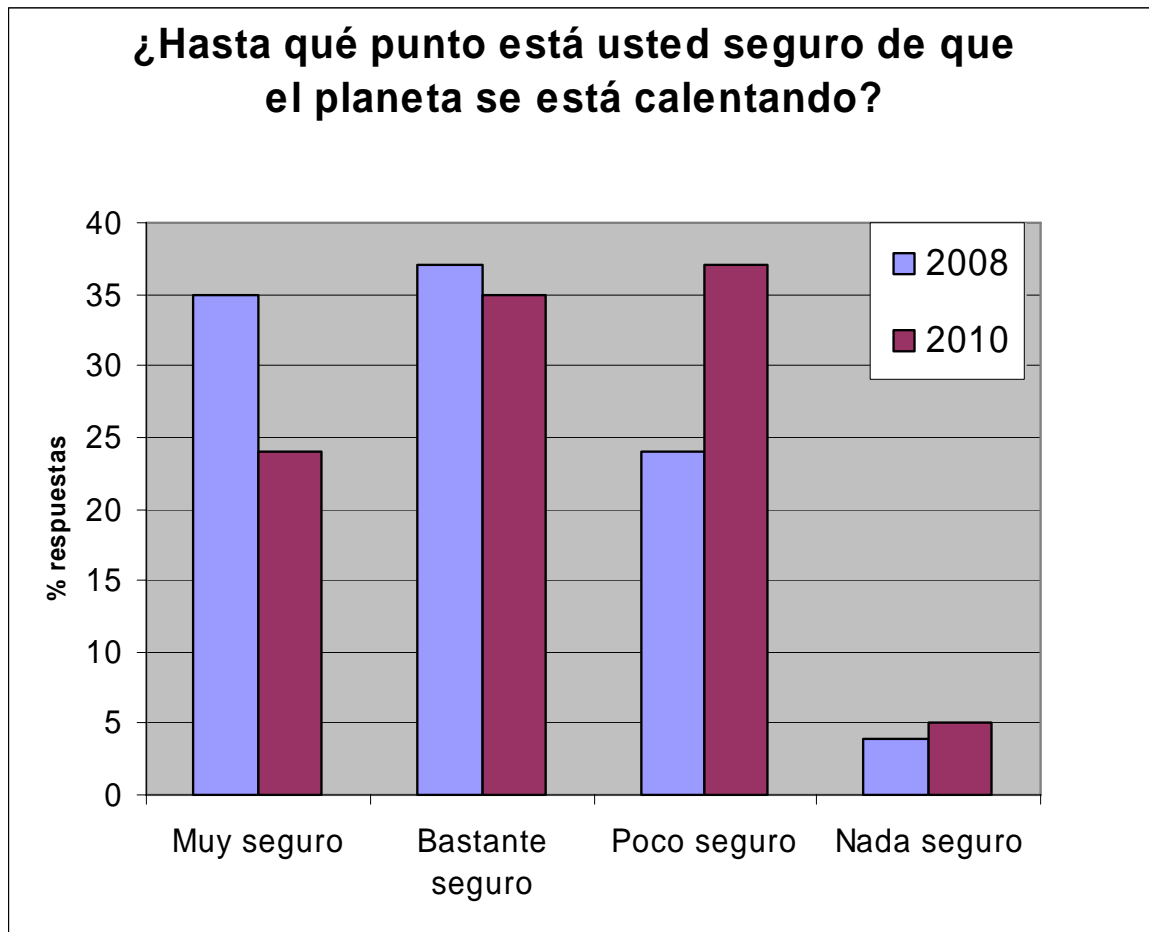
Leiserowitz, A., Maibach, E., & Roser-Renouf, C. (2010)

Climate change in the American Mind: Americans' global warming beliefs and attitudes in January 2010.

Yale University and George Mason University. New Haven, CT: Yale Project on Climate Change.

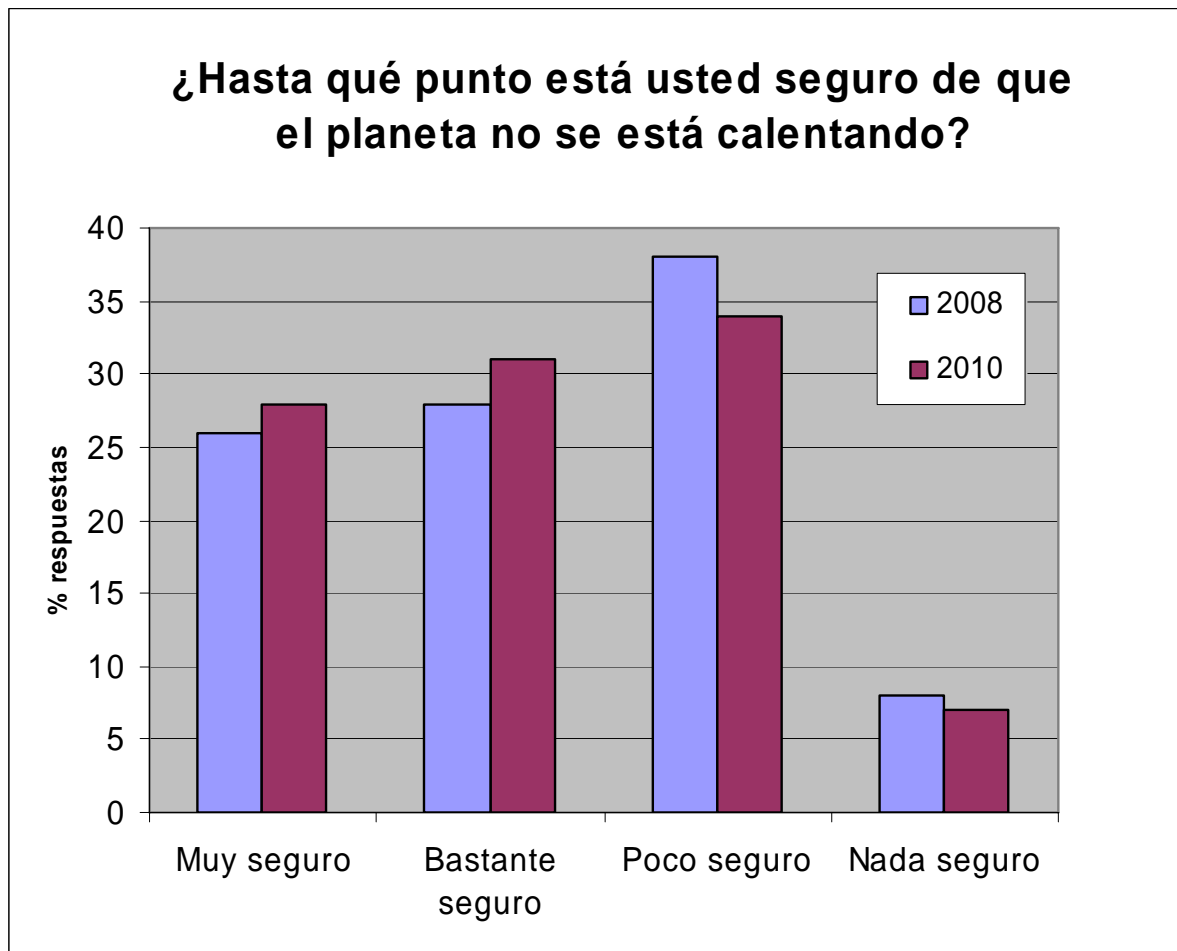
<http://environment.yale.edu/uploads/AmericansGlobalWarmingBeliefs2010.pdf>

Las dudas aumentan entre los que “creen”



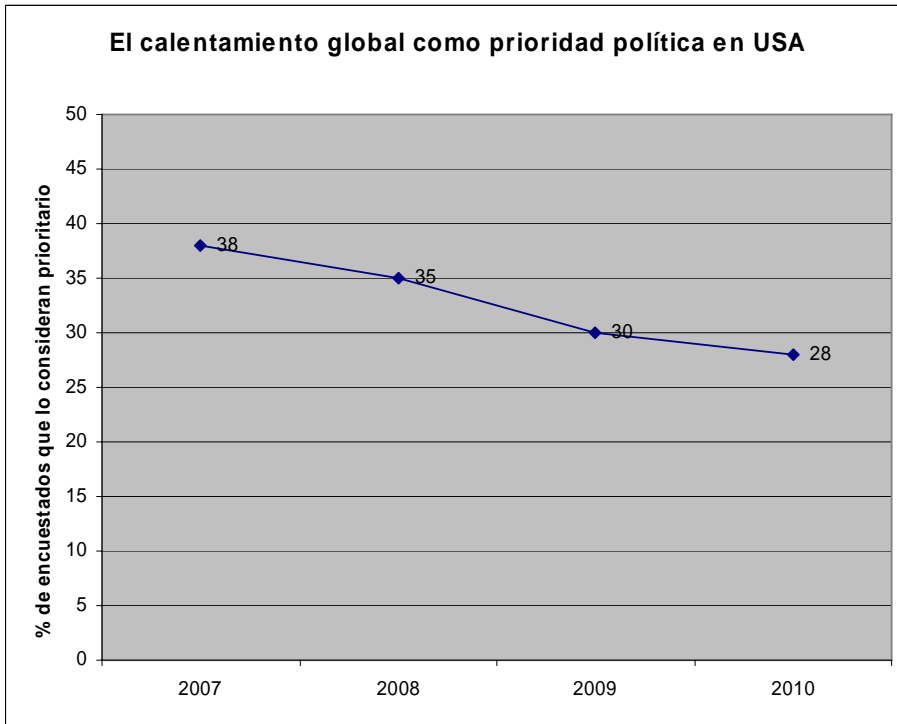
Fuente: Yale project on Climate Change (2010)

Pero las dudas no aumentan entre los que “no creen”

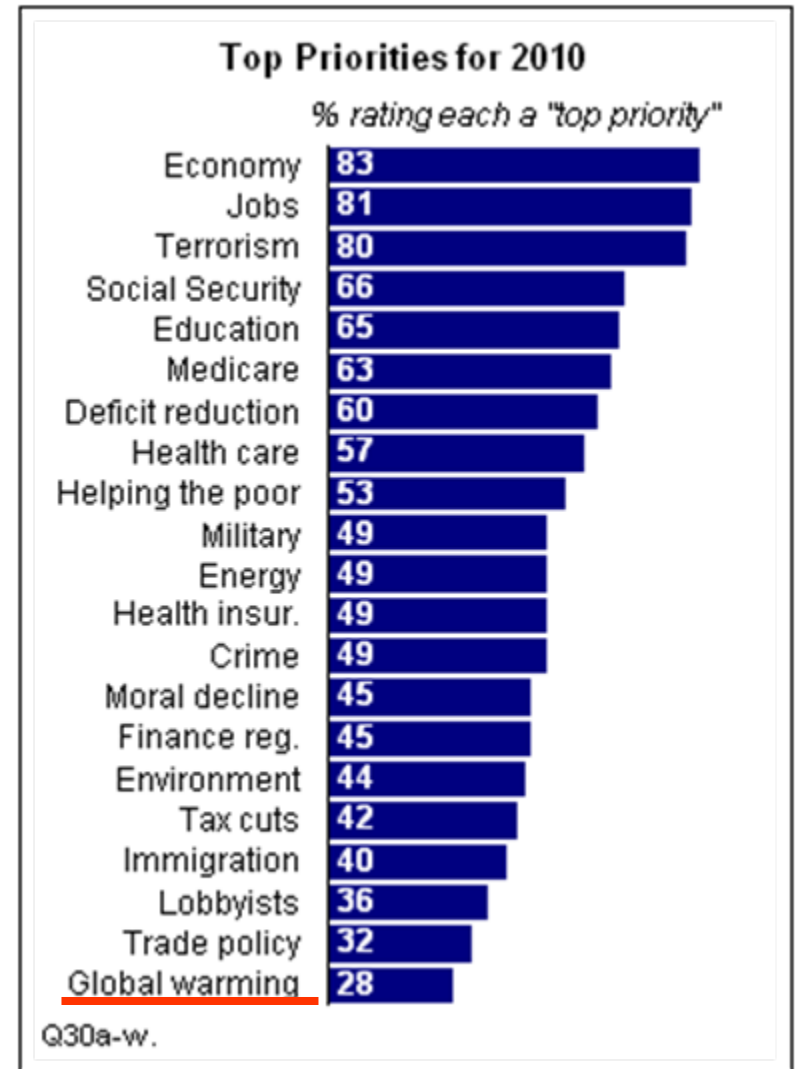


Fuente: Yale project on Climate Change (2010)

El cambio climático, en la cola de la escala de prioridades (USA)



Fuente: Public priorities
Pew Research Center



Algunas explicaciones propuestas para explicar el reciente avance escéptico

La coyuntura meteorológica

Los “escándalos” científicos

Los “lobbies” escépticos

La saturación informativa

La decepción de Copenhague... y de Cancún

El miedo al cambio

Algunas explicaciones al avance escéptico (I)

La meteorología:

La confusión entre tiempo y clima hace que la gente valore la información climática tomando como referencia sus experiencias (meteorológicas)

Los “escándalos” científicos:

“Matar al mensajero” constituye una reacción muy humana cuando las noticias no nos agradan o resultan inoportunas

Los “lobbies” escépticos

Los grupos de interés energéticos han creado una poderosa máquina de propaganda y presión

Algunas explicaciones al avance escéptico (II)

La saturación informativa

Algunos autores defienden que la gran cantidad de información sobre el CC llega a resultar contraproducente, produciendo hastío y cansancio

La decepción de Copenhague... y de Cancún

Las enormes expectativas creadas en la cumbre de Copenhague no se han correspondido con los resultados obtenidos

El miedo al cambio:

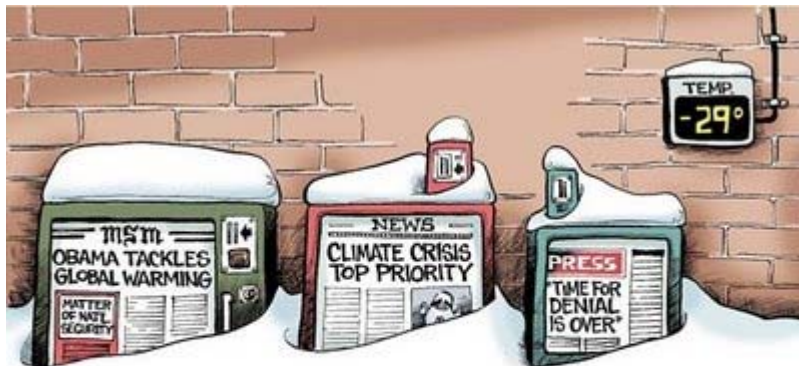
Mucha gente teme más a las políticas y medidas de lucha contra el cambio climático que a los propios efectos del cambio.

Rebajas de invierno

La meteorología como argumento en el debate climático



Los chistes de nevadas que se mofan del calentamiento global se han convertido en todo un clásico en la prensa americana



Generar ruido (atacar el “sistema periférico”)

Los “escándalos” científicos

- ❑ El caso de los Correos Electrónicos “robados” de la Universidad de East Anglia (Reino Unido).
- ❑ Errores en el Cuarto Informe del IPCC (predicción sobre el deshielo de los glaciares en el Himalaya hacia 2035).
- ❑ El Presidente del IPCC Rajendra Pachauri acusado de “conflicto de intereses potencial” por sus trabajos de consultoría para empresas.

Una combinación de varias “tácticas”: “matar al mensajero” (cuestionar la “autoridad”), negar “una parte” para cuestionar “el todo” (jugar con la representación social de la “ciencia” como una totalidad), producir confusión, remarcar la incertidumbre, marcar la agenda de la comunicación, aprovechar la propia lógica del sistema científico... y otras claramente “delictivas”

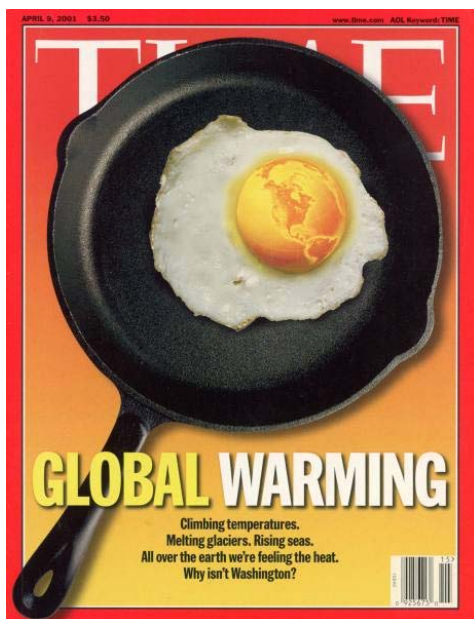
Los pagos efectuados por las tareas de asesoramiento de R. Pachauri son ingresados al Energy and Resources Institute, centro de investigación sin ánimo de lucro con sede en Dehli. Los fondos son utilizados en proyectos como “Encender mil millones de vidas”, que abastece de linternas solares a zonas rurales de India.

El sueldo anual de R. Pachauri es de 49.000 \$ USA

El efecto fatiga

Dos problemas esenciales parecen alimentarlo:

1. El contraste entre lo que la gravedad de lo que se anuncia y los modestos esfuerzos que se hacen para evitarlo
2. El anuncio de riesgos que no va asociado al señalamiento de salidas para reducirlos



Los escenarios apocalípticos pueden generar frustración y desánimo y conducir a la parálisis o a la negación.

¿Efecto fatiga?

El cambio climático pone en peligro la seguridad alimentaria

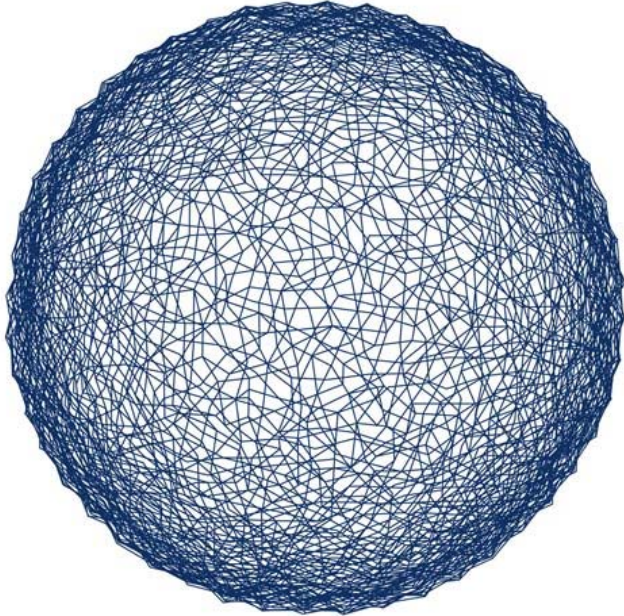
EL PAÍS. Arturo Barba. México - 11/02/2010

El incremento de la temperatura en más de tres grados centígrados para mediados de siglo traerá consigo la disminución de la capacidad productiva de las tierras cultivables que podría ocasionar una catástrofe alimentaria entre las más de 3.000 millones de personas que vivirán en las cercanías del ecuador del planeta, según la información recogida en un especial de la revista Science.

Noticia completa:

http://www.elpais.com/articulo/sociedad/cambio/climatico/pone/peligro/seguridad/alimentaria/elpepusoc/20100211elpepusoc_15/Tes

Copenhague multi-interpretado

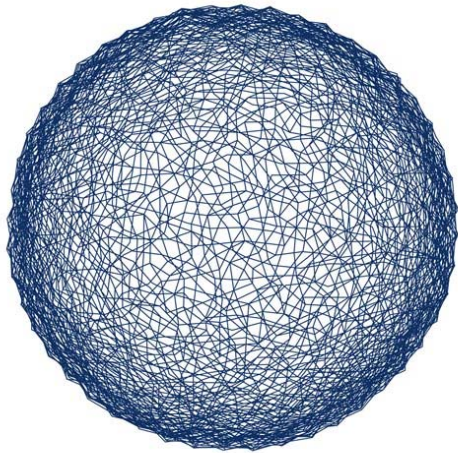


“En Copenhague los políticos tienen en sus manos la posibilidad de cambiar el juicio histórico sobre esta generación: una generación que vio un desafío y lo abordó o una tan estúpida que vio venir el desastre pero no hizo nada para evitarlo”

(Editorial conjunto publicado el 7 de diciembre por 52 periódicos, liderados por The Guardian)

COP15
COPENHAGEN
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2009

Copenhague multi-interpretado



COP15
COPENHAGEN
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2009

El logo de la COP15 resultó profético...
¡vaya lío!

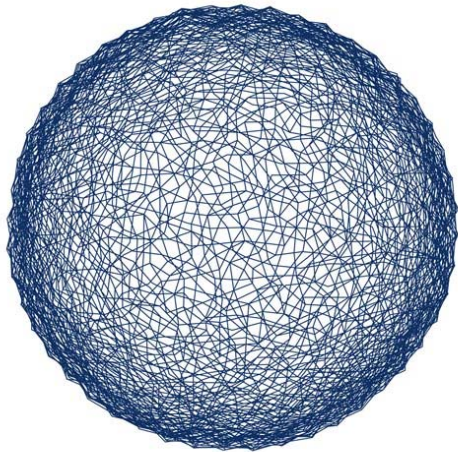
Este es el primer paso, que damos juntos, hacia un futuro verde y bajo en carbono (...). Soy consciente de lo que realmente necesitamos es lograr, tan pronto como sea posible, un tratado legalmente vinculante.

Gordon Brown, Primer Ministro del Reino Unido

[El acuerdo de Copenhague] “es pedirle a África que firme un pacto de suicidio. Un pacto de incineración para mantener la dependencia económica respecto a unos pocos países. Es una solución basada en los valores que llevaron a seis millones de personas a los hornos crematorios en Europa.”

Lumumba Di-Aping, presidente del G77,
grupo de 130 países en desarrollo

Copenhague multi-interpretado



COP15
COPENHAGEN
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2009

“En Copenhague, los líderes mundiales tuvieron una auténtica oportunidad para llegar al acuerdo ambicioso, justo y vinculante que el mundo necesitaba. Pero mientras el acuerdo se cocinaba, la justicia se quitó de la mesa y la ambición se diluyó.”

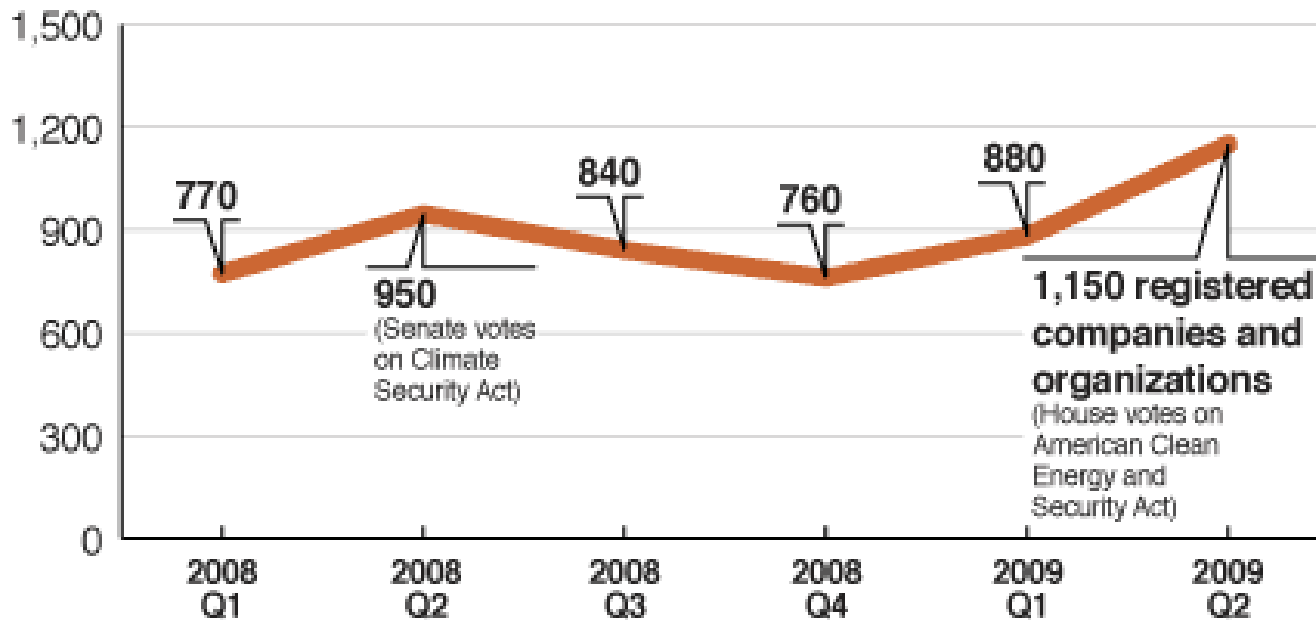
Robert Bailey, Oxfam International

“Para bien o para mal, el sistema político global es incapaz de producir el tipo de resultado deseado por los activistas del calentamiento global. Es como pedirle a una medusa que suba por unas escaleras; puedes probar de una u otra manera; puedes engatusarla o amenazarla. Pero estás pidiendo algo que, sencillamente, no podrás obtener.”

Walter Russell Mead (01/02/2010)

Los lobbies “escépticos”

Más de 460 empresas y grupos de presión se incorporaron a los trabajos de “lobby” semanas antes de que el Congreso norteamericano debatiera las nuevas propuestas de legislación sobre energía limpia



Influencia “escéptica” en los medios de comunicación

U.N. Climate Panel and Its Chief Face a Siege on Their Credibility

By KEITH BRIDGEMAN

Just over two years ago, Stephen S. Pachauri seemed destined for a lifetime of quiet work as a respected environmental engineer who led the United Nations climate change panel, an agency that has been awarded the 2007 Nobel Peace Prize on behalf of the panel, sharing the honor with former Vice President Al Gore.

But in Parliament on the 10th, the government's Panel on Climate Change set out a new and more radical plan, including a new international treaty, setting a target of 1.5 degrees Celsius of global warming by 2030, and a goal of limiting the rise in global average temperature to 1.5 degrees Celsius by 2030.

The plan, the report says, is a "game-changer" in the fight against climate change, which would limit the planet's temperature rise to 1.5 degrees Celsius by 2030.

The plan, the report says, is a "game-changer" in the fight against climate change, which would limit the planet's temperature rise to 1.5 degrees Celsius by 2030.

Continued on Page A1

In City Real Estate, Old Clans Are Shrewd Again

By CHARLES K. BRADY

In the heart of the city, the old clans are back. The real estate industry is looking for ways to survive in a market that is still recovering from the crash of 2008.

Continued on Page A1

56 Laska Candidates Announced

The national general election is just around the corner. The 56 Laska candidates are announced.

Jackson's Doctor Is Charged

The national general election is just around the corner. Jackson's doctor is charged.

Toyota's Trouble

The national general election is just around the corner. Toyota's trouble is discussed.

The Wind at Their Wings

The national general election is just around the corner. The wind at their wings is discussed.

David Brooks

The national general election is just around the corner. David Brooks is featured.

The energy to grow.

By 2030, developing countries will need close to twice as much energy as developed countries due to their rapid economic growth. All energy sources will be essential to meeting this challenge, as will technology advancements to improve energy efficiency and reduce emissions.

To learn more, go to www.exxonmobil.com.

ExxonMobil
Taking on the world's toughest energy challenges.

Los “escépticos” aprovechan eficazmente las debilidades de la opinión pública (por ejemplo, los déficit en la cultura científica) y proporcionan argumentos autojustificativos

Artículo “escéptico” en la portada del New York Times.
Al pie de la página, anuncio de Exxon Mobil

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)

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

Narrador:

¿Por qué cambiar tu seguro de scooter a Línea Directa?

Personaje:

Porque qué moderno es ahora... El Metro

Qué llega a todas partes... El Metro

Que conoces culturas... En el Metro

Que pasas calorcito... En el Metro

Que no hay asiento... En el Metro

Que se leen tu diario... En el Metro

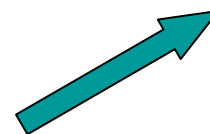
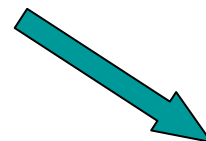
Y no hay ambientador... En el Metro

Que para el que no tenga más remedio... El Metro

Narrador:

¡Que bien se va en tu scooter! Con Línea Directa, seguro de moto scooter, sea cual sea, por sólo 126 euros. Línea Directa: hay mil porqués. 902 123 970

El “**greenwashing**” dificulta el uso de criterios ambientales en la elección de productos y servicios

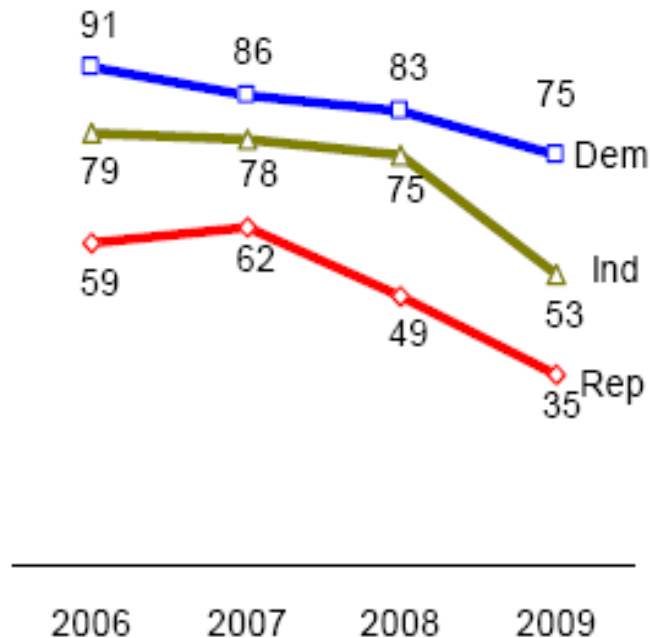


Efectos ambientales de productos y servicios

Comunicación comercial

Una tendencia preocupante: la “politización” del fenómeno

¿Existen evidencias sólidas de que el planeta se está calentando?



Pew Research Center

En las encuestas se aprecia una relación evidente entre simpatías políticas y valoración del calentamiento global

Si la incredulidad sobre el CC se convierte en una marca de identidad política es más probable que se comparta y se haga cada vez más resistente a argumentos externos

(George Marshal)

El miedo al cambio

¿Tenemos más miedo al impacto de las iniciativas de lucha contra el cambio climático que a las consecuencias del cambio climático?

¿Hacia un “estado de negación”?

Conflictos entre imperativos morales y necesidad de autoprotegerse
(Stanley Cohen):

- Las personas mantienen deliberadamente un cierto nivel de ignorancia sobre temas “incómodos”
- Las sociedades llegan a acuerdos no escritos sobre lo que puede ser recordado o reconocido

Marie Norgaard Universidad de California:

- La mayoría de las personas ha acordado que es socialmente inadecuado prestar atención al cambio climático

Algunos caldos de cultivo

Una cultura científica débil

- Conceptos básicos: el concepto de clima
- Falta de comprensión sobre la naturaleza de la ciencia

Una comunicación “sesgada”

- El CC como problema “ambiental”
- Los impactos del CC se muestran en lugares lejanos;
- Estereotipos sobre causas y soluciones

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

¿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



Cuestiones clave en la comunicación del CC: “controles de carretera” que hay que pasar

- ✓ Existen creencias (representaciones, prejuicios, ideas previas, valores...) que tienen más impacto en los mensajes sobre el CC que viceversa.
- ✓ Los impactos más fuertes de los mensajes pueden no ser los buscados.
- ✓ No todos los canales tienen la misma eficacia: los más eficaces son los interpersonales.
- ✓ Las experiencias son más poderosas que los datos.
- ✓ Las audiencias socializadas en información “rápida” y “escueta” son poco sensibles a explicaciones científicas complejas.
- ✓ El poder de los medios tradicionales (prensa, TV, radio...) está cambiando hacia un paisaje con múltiples influencias y fuentes informativas.

La comunicación del cambio climático: Cuestiones para el debate

- ✓ ¿Un tema para el debate científico o un reto social?
- ✓ ¿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

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)

Pero... ¿hemos de seguir la liebre de Kyoto?

“Hoy, con esta conferencia, tenemos la oportunidad de empezar a construir una nueva historia en la cual el crecimiento económico, la guerra contra la pobreza y el desarrollo sostenible se puedan alcanzar conjuntamente (...)
Combatir el CC también puede ser un negocio”

Felipe Calderón en la Conferencia de Cancún

- ✓ ¿Es el CC el “problema” o es una consecuencia más de un determinado modelo de desarrollo (mercado global, neoliberal, etc.)?
- ✓ ¿A quién le interesa la vía del “capitalismo verde”? ¿Puede estar la solución al CC en donde están sus causas?
- ✓ La “crisis energética”: el gran desafío y la llave para responder al CC...
- ✓