



**COMUNICAR LA EMERGENCIA CLIMÁTICA
PARA MOVILIZAR A LA ACCIÓN**

Paco Heras Hernández

¿Cómo contar una historia cargada de malas noticias, de predicciones difíciles de aceptar, de escenarios de futuro inciertos?

¿Cómo contar una historia que nos sitúa como víctimas, pero, al mismo tiempo, como corresponsables; que nos plantea la tentación de «no querer saber» para evitar afrontar nuestras responsabilidades?

¿Cómo contar esa historia cuando el tiempo apremia y los mensajes interesados y la desinformación se multiplican?

Y, sin embargo, ¿cómo renunciar a contarla cuando nos afecta tanto?

¿Cómo dejar de contarla, si somos la última generación que puede evitar que traspasemos los umbrales de estabilidad del sistema climático?

**Quienes atisbamos la magnitud de la amenaza climática
tenemos la responsabilidad moral de contarlo**

A graphic illustration of a spotlight in the top-left corner, casting a beam of light onto a large yellow oval in the bottom-right. The background is a dark gray gradient.

El objetivo del taller:

Poner el foco – de forma colectiva – sobre algunas zonas oscuras en los proyectos y las iniciativas de comunicación en relación con el cambio climático

¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE NUESTRA COMUNICACIÓN?

¿Buscamos explicar y hacer entender nuestra posición?

¿Deseamos convencer de que nuestro punto de vista es el correcto?

¿Queremos afianzar nuestra propia imagen o nuestra posición ante asuntos colectivos?

¿Perseguimos que nuestros interlocutores o audiencias se movilicen y contribuyan a cambiar las cosas?

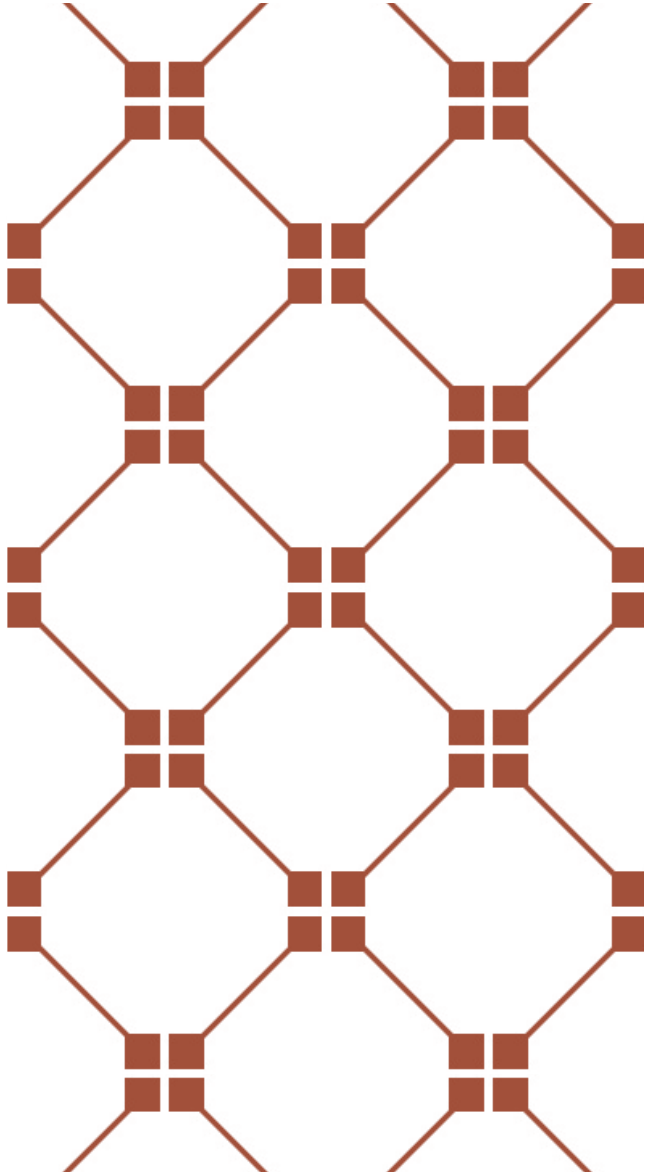


Todos los objetivos mostrados son respetables y defendibles. Pero no todos sirven igual para generar cambios de actitudes y comportamientos en nuestros interlocutores.

Por ejemplo, la comunicación que se orienta a la movilización personal y social exige con frecuencia un notable ejercicio de generosidad. Porque no siempre podremos poner el énfasis en la transmisión y la defensa de aquello en lo que personalmente creemos. Será más eficaz utilizar mensajes que “resuenen” con las visiones de nuestros interlocutores.

La experiencia demuestra que no hay una única razón o motivación para activarse frente al cambio climático. Por eso, la comunicación que moviliza abre perspectivas nuevas, busca conectar con las motivaciones dormidas, con valores y las visiones del mundo que pueden ser diferentes de los nuestros.





2. EN LA PIEL DE NUESTRA AUDIENCIA

¿Quién soy?

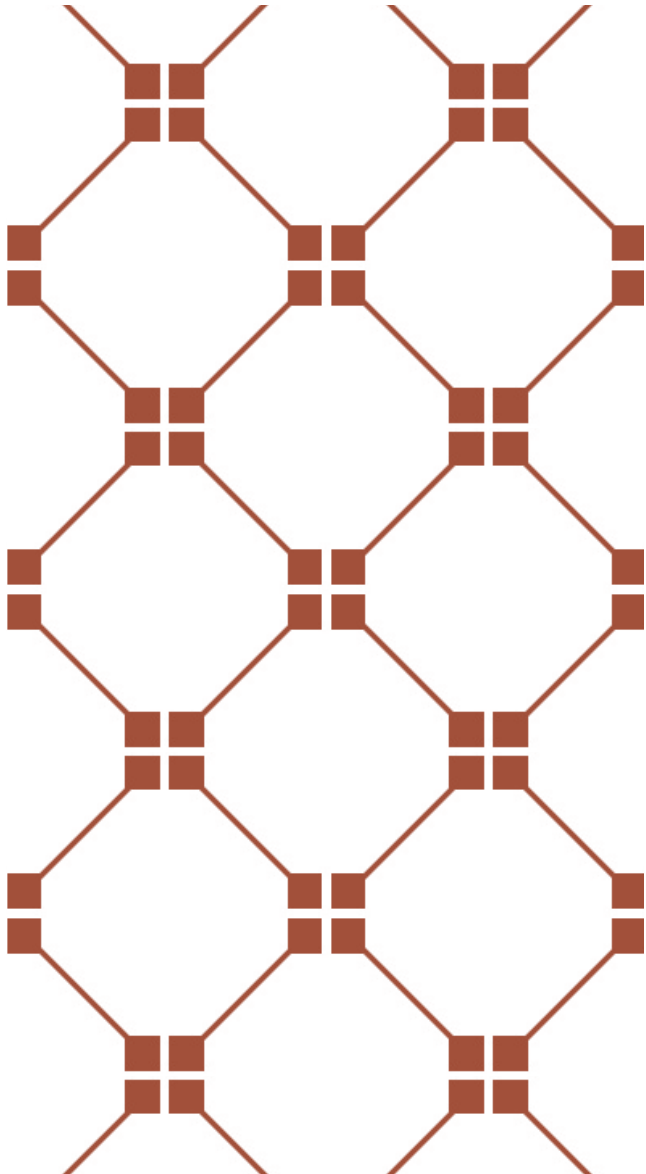
¿A través de qué fuentes me informo?

¿En quién confío?

¿Qué me preocupa?

¿?

-
- ✓ Elige un grupo potencialmente interesante y trata de responder a las preguntas anteriores



[La sociedad española ante el cambio climático. Percepción y comportamientos en la población](#)

Ideara Investigación, 2021

[Investigación social de la percepción del cambio climático en España](#)

Red4C, 2020

[La percepción del cambio climático en áreas protegidas. Estudio en el Parque Nacional de Garajonay y Parque Regional de Sierra Espuña](#)

Europarc España, 2021

[Análisis de las percepciones, actitudes y opiniones de las personas trabajadoras y sus representantes legales ante el cambio climático](#)

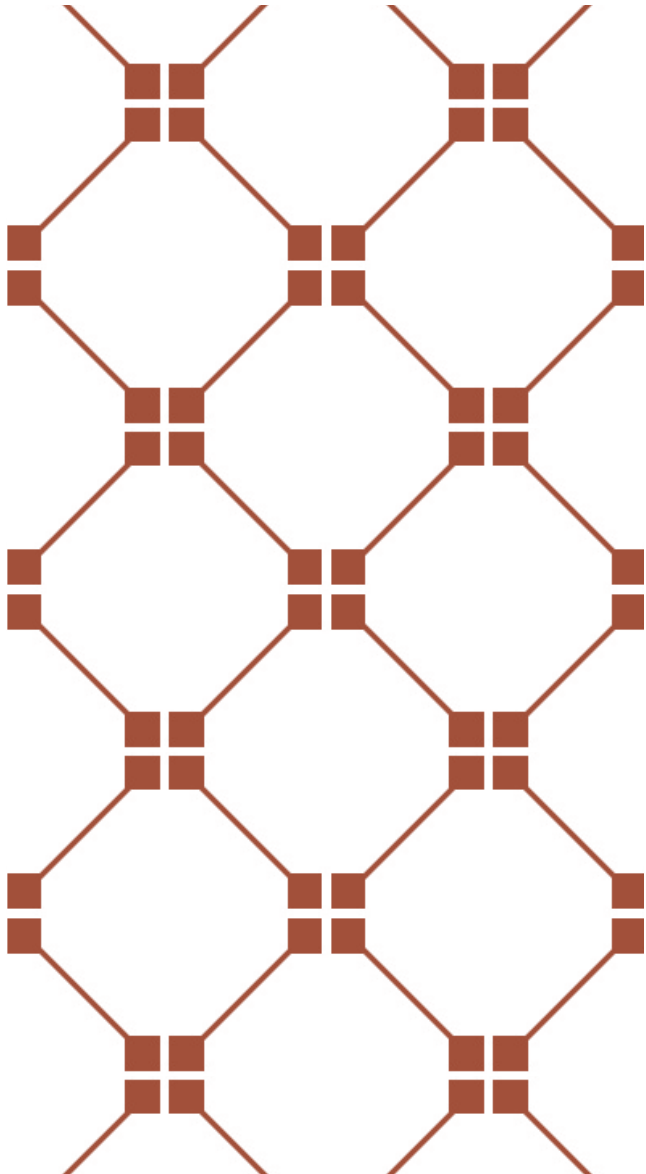
ISTAS / Comisiones Obreras, 2020

[Los españoles ante el cambio climático. Apoyo ciudadano a los elementos, instrumentos y procesos de una Ley de CC y Transición Energética](#)

Real Instituto Elcano, 2019

[La respuesta de la sociedad española ante el cambio climático](#)

Fundación MAPFRE, 2013



3. CONSTRUIR ARGUMENTOS PARA NUESTROS INTERLOCUTORES

¿Cuáles serían los argumentos con impacto para un grupo de personas mayores y de perfil conservador?

¿Cuáles podrían interesar a un grupo de estudiantes jóvenes?

¿Cuáles nos mueven a nosotros?

4. REACCIONES DE DEFENSA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

Actualmente, en las relaciones personas – cambio del clima destacan dos rasgos clave:

- Creciente conciencia de la existencia de un problema serio que es necesario abordar (el CC es real, es consecuencia de la actividad humana y es peligroso)
- Escasa consistencia entre esta percepción y las acciones tanto personales como colectivas para frenarlo o evitar sus peores impactos.

¿Cómo abordamos (personal y colectivamente) esa contradicción? A través de **autojustificaciones**.

Las personas contamos con un largo repertorio de respuestas defensivas para evitar asumir responsabilidades frente al cambio climático, que nos confortan y nos ayudan a justificar la inacción.

- ✓ Construye un catálogo de autojustificaciones de la inacción climática
- ✓ Construye un repertorio de propuestas para ponerlas en entredicho

REACCIONES DE DEFENSA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

(BASADO EN MOSER, 2007)

Reacciones	Expresiones representativas
Negación de la existencia del fenómeno	“No está ocurriendo” “es mentira”
Negación de su peligrosidad	“No es tan malo como dicen”
Creencia de que el problema no ocurrirá aquí / a nosotros	“Aquí nos afectará poco”
Traslado de la responsabilidad a otros	“La culpa es de las industrias” “La ciencia y la tecnología deben encontrar las soluciones”
Pensamiento ilusorio o “wishful thinking”	“En realidad, el problema no es tan grave” “Con el tiempo, se resolverá”
Recurso a la tradición	“Siempre hemos hecho así las cosas”
El argumento de la incertidumbre	“Todavía no sabemos lo suficiente para actuar”
Desplazamiento de la atención hacia otras cuestiones	“Deberíamos preocuparnos por cosas más importantes”
Fatalismo	“Ya es demasiado tarde”
Impotencia	“Lo que hagamos nosotros da igual”
Complacencia	“Yo ya hago lo que puedo”

5. MALENTENDIDOS



“La culpa es de las industrias”

En España las emisiones “difusas” superan en magnitud a las procedentes de grandes instalaciones industriales.

“Podemos revertir el problema”

Se han identificado “umbrales de estabilidad” en el sistema climático que, una vez superados, no tienen una fácil reversibilidad (Lenton et al., 2008)

“Tenemos tiempo”

La inercia propia del sistema climático hace que tengamos un tiempo limitado para poner en pie respuestas de mitigación (IPCC, 2014b: 82).

“Aquí nos afectará poco”

Según el Quinto Informe del IPCC, en Europa, los países del área mediterránea son los más vulnerables (Kovats & Valentini, 2014)

“Los científicos no se ponen de acuerdo”

El consenso entre los climatólogos sobre la existencia de un cambio climático antropogénico se estima en un 97% (Cook et al. 2013)

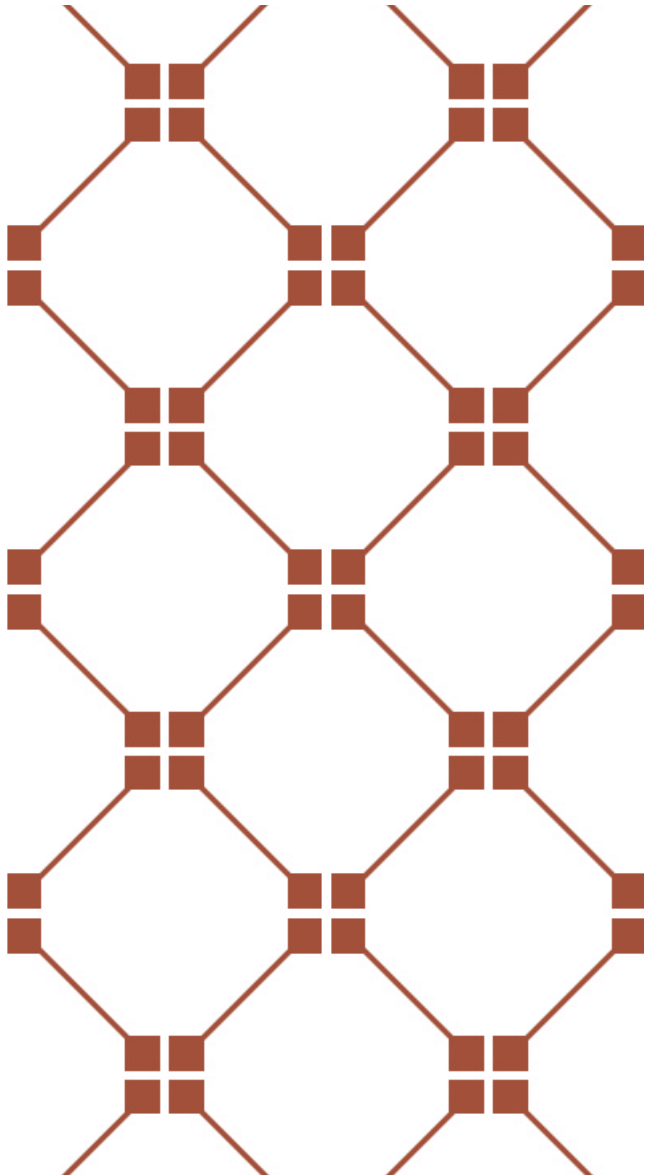
✓ Elige un malentendido y construye argumentos para ponerlo en entredicho

6. COMUNICACIÓN QUE EMPODERA

- ✓ Visualizar futuros alternativos
- ✓ Reconocer buenas prácticas
- ✓ El papel de los gestos



- ✓ Piensa en una actividad útil para reforzar la sensación de autoeficacia frente al cambio climático



“Nunca he visto un mundo perfecto. Nunca lo haré. Pero sé que un mundo con dos grados más es mucho mejor que uno con tres o seis grados. Y sé que estoy dispuesta a luchar por ello, con todo lo que tengo, porque es todo lo que tengo. No necesito una garantía de éxito antes de arriesgarlo todo para salvar las cosas, la gente y los lugares que amo. Antes de intentar salvarme a mí misma”

Mary Annaise Heglur

¿CÓMO TRATAMOS LAS CONTRADICCIONES?

“La existencia de contradicciones en el paso de una sociedad basada en los combustibles fósiles a otra «baja en carbono» es inevitable. El problema surge cuando esas contradicciones se normalizan o se promueven y son defendidas como lógicas e incluso deseables. Se impone en ese caso un doble lenguaje muy desmotivador, en el que las grandes palabras de responsabilidad hacia el clima se acompañan de hechos absolutamente contradictorios. Esta «doble moral» climática debería ser objeto de escrutinio y análisis crítico”.

Disfruta de tus contradicciones con el nuevo Audi A3 Adrenalin

MOTOR



[Twitter](#)

[Facebook](#)

[Pinterest](#)

[Email](#)

[WhatsApp](#)

¿CÓMO TRATAMOS LA DESINFORMACIÓN?



Seguir

Solamente respiramos aire. Reciclando cada lata en el contenedor amarillo mantenemos limpio el aire de Madrid #ReciclaYRespira



8:54 - 25 sept. 2018

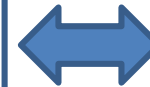
130 Retweets 409 Me gusta



35 130 409

REVISAR NUESTRAS INERCIAS

3. Revisar la iconografía

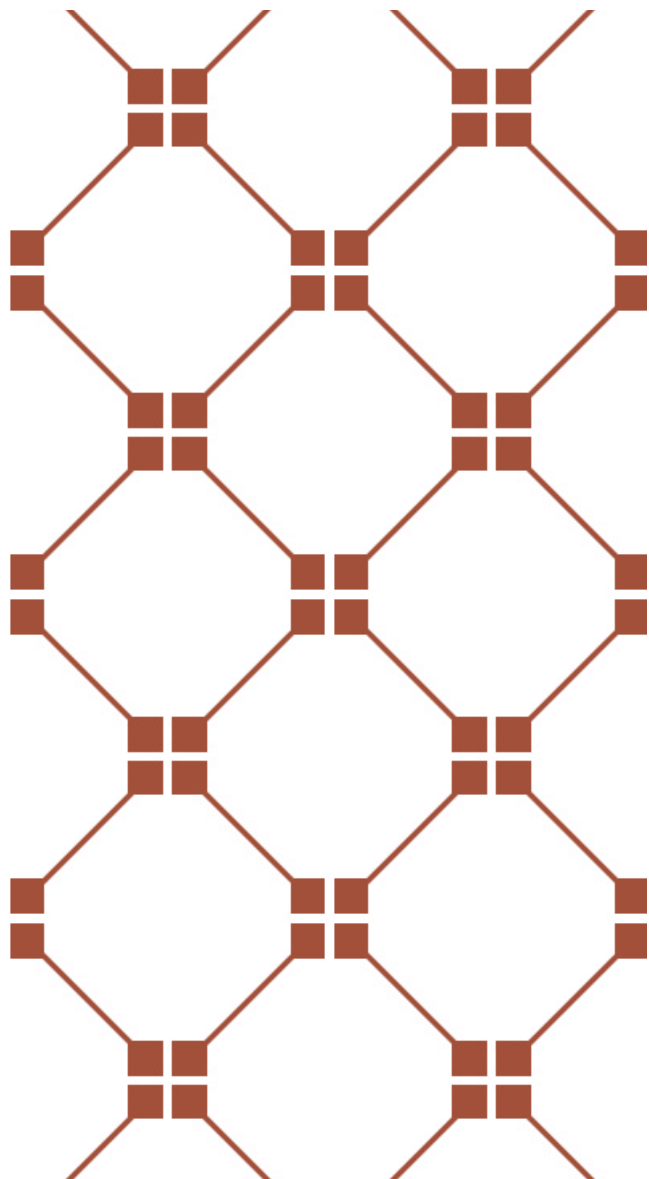


Las imágenes que reflejan nuevos **futuros energéticos** refuerzan la sensación de autoeficacia (1)

Las alternativas frente al cambio climático tienen costes, pero también **beneficios**

No sólo las industrias: **todos** formamos parte de la red de responsabilidades que alimenta el cambio climático

(1) O'Neill, Boykoff, Niemeyer & Day, (2013)



REVISAR NUESTRAS INERCIAS

Nosotros somos los osos polares

Culpabilizar es un ejercicio peligroso

Los medios nos deslumbran

Lecturas sugeridas

Franquesa, T., Heras, F. y Meira P. (2021). Educación ambiental: sobre colapso y esperanza. Ctxt 22/02/2021. <https://ctxt.es/es/20210201/Firmas/35009/educacion-ambiental-colapso-cambio-climatico-propuestas-teresa-franquesa-pablo-meira.htm>

Heras, F. (2020). Cuatro retos y nueve propuestas para comunicar el cambio climático. En: Rodrigo-Cano, D. y Fernández Reyes, R. (coords.) Seminario “respuestas desde la comunicación y la educación al cambio climático”. https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/documentos/libro-seminario-cambio-climatico_tcm30-508937.pdf



Gracias por vuestra participación