

# Educación ambiental y cambio climático

Respuestas desde la comunicación,  
educación y participación ambiental

**Francisco HERAS,  
María SINTES,  
Araceli SERANTES,  
Carlos VALES,  
Verónica CAMPOS  
(Coordinadores)**

# Educación ambiental y cambio climático

Respuestas desde la comunicación,  
educación y participación ambiental

## Coordinadores:

Francisco Heras Hernández, CENEAM

María Sintés Zamanillo, CENEAM

Araceli Serantes Pazos, CEIDA

Carlos Vales Vázquez, CEIDA

Verónica Campos García, CEIDA

## Autores:

Pablo Ángel Meira Cartea | Mónica Arto Blanco | Ana Teresa López Pastor

Ricardo de Castro Maqueda | Gerardo Pedrós Pérez | Pilar Martínez Jiménez

Isabel Santamarina Campos | Francisco Sónora Luna | Verónica Campos García

Araceli Serantes Pazos | Carlos Vales Vázquez | Matilde Cabrera Millet

Guadalupe Zárate Díez | Jesús de la Osa Tomás | Ignacio Benedí Gracia

Concha Fernández de Pinedo | Rafael Aldai Agirretxe | Aurelio García Loizaga

Teresa Royo Luesma | Evangelina Nucete Álvarez | María Sintés Zamanillo

Francisco Heras Hernández | Stefano Puddu Crespellani | Juan López de Uralde

# Algunas reflexiones sobre las representaciones sociales en torno al cambio climático.

## Sugerencias de cara a la comunicación

---

*Ana Teresa López Pastor. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Campus de Segovia. Universidad de Valladolid*

---

### Qué buscábamos. Diseño y pretensiones condicionantes

El presente artículo es resultado de la investigación realizada<sup>1</sup> durante el invierno de 2007 y la primavera del 2008. Esta pequeña investigación buscaba una primera aproximación cualitativa a las ideas colectivas de los españoles sobre el cambio climático. Para ello se llevaron a cabo tres grupos de discusión<sup>2</sup>, optándose por dos en ámbito urbano y uno rural. Para los de ámbito urbano se eligió la capital de España y una zona de costa para detectar posibles diferencias en las percepciones condicionadas por los diferentes efectos sobre el territorio del tema objeto de estudio<sup>3</sup>. Nos parecía interesante que uno de ellos fuera en ámbito rural para rastrear las similitudes y diferencias

---

1 *Agradezco el interés y la financiación del CENEAM -Centro Nacional de Educación Ambiental, del MARM- para explorar aproximaciones cualitativas al imaginario colectivo sobre el cambio climático, mediante grupos de discusión. También la confianza depositada para poder llevarlo a cabo, así como el constante diálogo en el proceso. No quiero omitir mi agradecimiento a los participantes en los grupos, por el buen clima generado, que nos ha permitido disponer de unos discursos muy ricos que reflejan estas representaciones sociales.*

2 El grupo de discusión produce una "situación de comunicación grupal que sirve para la captación y análisis de los discursos ideológicos y de las representaciones simbólicas que se asocian a cualquier fenómeno social... su objetivo fundamental es el estudio de las representaciones sociales (sistemas de normas y valores, imágenes asociadas a instituciones, colectivos y objetos, tópicos, discursos estereotipados, etc.) que surgen a partir de la confrontación discursiva de sus miembros" (Alonso, 1998: 93-94).

3 En este caso el avance del nivel del mar. Falta claramente rastrear la España mediterránea.

de los discursos, en caso de haberlas. Al poder realizarse sólo uno preferimos optar por una zona rural del centro de España, con desarrollo económico, posibilidades de futuro y una importante población joven de ambos géneros que opta por vivir en el mismo.

El primer grupo de discusión se llevó a cabo en A Coruña, en noviembre de 2007, el segundo en Madrid y el tercero en Sanchonuño (Segovia), ambos a primeros de abril de 2008. En todos se cumplieron los criterios anteriormente expuestos<sup>4</sup>. Cuatro fueron los ejes que guiaron el devenir de los grupos:

- a. Conocimiento, percepción, re (presentación), imaginario colectivo.
- b. Fuentes de información - canales de comunicación - redes deliberativas y conativas.
- c. Responsabilidad del problema. Causas.
- d. Disposición a la acción / Comportamiento - estilos de vida, hábitos.

El escaso número de grupos no nos permite abarcar la totalidad de las percepciones y representaciones cualitativas existentes, por lo que se optó por intentar profundizar en el discurso de ambos géneros, en dos generaciones de edad (jóvenes-adultos y adultos-jóvenes<sup>5</sup>) que muestran al ciudadano, cuya identidad, valores y estilo de vida no se define (a priori) por ser lo ambiental un aspecto dominante, y que por lo tanto no ostentan un discurso elaborado sobre estos temas. Nos pareció importante priorizar este perfil, lo que vulgarmente podríamos entender como el ciudadano medio. Se excluyó pues de los grupos a aquellas personas “comprometidas” con la defensa del

---

4 El grupo de A Coruña (G. D. nº 1), cuatro mujeres y tres varones. Mujer, 26 años, estudiante universitaria; mujer, 27 años, educadora social, actualmente en paro; varón, 35 años, estudios de FP, funcionario de prisiones; varón, 27 años, estudios de FP, actualmente en paro; mujer, 28 años, socióloga, actualmente en paro; varón, 32 años, licenciado en informática, trabaja en una empresa del sector servicios; y mujer, 30 años, estudios de secundaria, teleoperadora. Este grupo es el que sí tuvo al final estudiantes universitarios y se ve claramente cómo sus discursos condicionan el devenir del grupo.

El grupo de Madrid (G.D. nº 2) también asistieron cuatro chicos y cuatro chicas. Mujer administrativa de 38 años; mujer autónoma, con estudios de FP de 27 años; mujer empleada de farmacia, con estudios de BUP, de 42 años; y funcionaria de 47 años con estudios universitarios sin acabar. Hombre en paro de 28 años, con estudios de FP de imagen; un desempleado de 30 años con COU y un administrativo de 42 y estudios universitarios sin acabar.

El grupo de Sanchonuño (G. D. nº3) incluía una ama de casa de 37 años; otra ama de casa de 46 años; una trabajadora de agroindustria ahora parada, de 45; una empresaria del sector limpieza de 30; dos agricultores que compaginan con alguna otra tarea, de 42 y 45 años; un albañil de 28 y un trabajador de agroindustria de 40 años.

5 De entre veinticinco y cincuenta años.

medio ambiente tanto a través de su trabajo como de su tiempo libre<sup>6</sup>. Se trataba a priori<sup>7</sup>, a través de la no selección de “los convencidos”, de acceder a los diferentes discursos del conjunto mayoritario de los ciudadanos. Hemos optado pues por disponer de discursos que nos acerquen a la identidad legitimadora<sup>8</sup> (Castells, 1997: 28-35) que genera sociedad civil, y dejar para posteriores investigaciones, junto a la profundización en los discursos de ésta, el conocimiento más exhaustivo de las identidades de resistencia y especialmente de la identidad proyecto que produce sujetos. Como se percibirá a lo largo de estas páginas, consideramos fundamental la (re)construcción de la identidad, tanto en cuanto al conocimiento de la misma en torno al cambio climático, como de cara a las estrategias de comunicación que se planteen en torno al mismo.

Por último aclarar que el interés final de esta investigación exploratoria no era simplemente el conocimiento sociológico del tema y los diversos aspectos del mismo, sino especialmente poder profundizar en los sentidos y significados de todos los consensos y disensos de los participantes en los grupos, de cara a indicar sugerencias para las estrategias de comunicación frente al cambio climático. Este doble objetivo, el conocimiento sociológico y su aplicación directa de cara a la planificación estratégica de la comunicación es un paso más en las posibilidades, de cara a la acción, que nos ofrecen los grupos de discusión como técnica de investigación social cualitativa (Tábara y Querol, 1999).

Este doble objetivo, y siguiendo fielmente los discursos de los tres grupos, nos va a llevar a menudo a dar un salto sobre el tema concreto objeto de estudio, el cambio climático, y a pivotar sobre otros, también de contenido ambiental, que preocupaban a los participantes (como el fuego, el agua o

---

6 Esta selección de los participantes, excluyendo a los que a priori podrían tener un claro discurso pro-ambientalista, puede ser una de las explicaciones que hacen que unas de nuestras conclusiones sea que el cambio climático no aparece en el devenir cotidiano y cuando lo hace es de forma rápida y superficial, mientras que en recientes estudios (Meira, 2009) haya un porcentaje a considerar de personas que declaran sí hablarlo. Sin embargo, creemos que quizá una de las razones que más peso tenga sea las diferentes técnicas de investigación social utilizadas, que nos ofrecen diversos y complementarios flujos de datos; entendiendo el plus cualitativo que nos ofrecen técnicas como la empleada en este caso, el grupo de discusión.

7 Obviamente el que una persona no dé el paso de comprometerse individual o colectivamente con sus ideas y sus prácticas pro-ambientales, de modo continuado y ostensible, no significa que sea contrario a dichas ideas o prácticas.

8 Asumimos que la identidad es la fuente de sentido y experiencia para la gente, entendiendo por identidad, en lo referente a los actores sociales, *“el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”*. Aunque no podemos profundizar en estas páginas en ello, mostramos el salto cualitativo entre la “sociedad civil”, que por su doble carácter permite y posibilita la toma del estado sin una confrontación violenta, y la construcción de la identidad “sujeto”, que es un proyecto de una vida diferente que se *“expande hacia la transformación de la sociedad como la prolongación de este proyecto de identidad”* (Castells, 1997: 32).

los residuos), siguiendo en todos los casos una tónica de proximidad, configurándose lo local como un marco preferente e imprescindible para cualquier estrategia de comunicación. Sin abandonar los enfoques locales iremos pasando por planteamientos globales, macro, y sin dejar los temas ambientales se avanzará circularmente a través de aspectos económicos, de consumo, de poder, de sistema productivo, de grupos de presión, etc. La visión final del análisis no será pues exclusivamente sobre cambio climático, sino para ser más exactos sobre las representaciones y flujos conversacionales en torno al mismo. Hemos intentado mostrar unas conclusiones significativas de lo que se planteó en los grupos, aunque no todas coincidan con los juicios previos que se pueden tener, sin que por ello dejen de mostrar la complejidad de la sociedad en que vivimos, tal como han reflejado perfectamente los discursos en interacción conseguidos y numerosos autores al reflexionar sobre las nuevas sociedades del siglo XXI. Nadie duda ya de que estamos entrando en un nuevo modelo de sociedad en la que se están reconfigurando las relaciones de producción, las relaciones de poder y las relaciones de experiencia; sociedad que Manuel Castells denomina acertadamente “la sociedad red” en su gran obra *La era de la información* (2001).

Junto a él nos dan muchas claves de las transformaciones de la modernidad tardía otros autores como Ulrich Beck, al denominarla “sociedad global del riesgo”<sup>9</sup> y plantear la reflexión en torno a la “modernización reflexiva” junto con otro científico social de reconocido prestigio, Anthony Giddens (Beck, Giddens y Lash, 1997). Para entender en todo su sentido, y en sus implicaciones de cara a las estrategias comunicativas, los discursos analizados y las conclusiones expuestas, consideramos también la teoría del cambio intergeneracional de valores, que resalta el aumento de los valores posmaterialistas<sup>10</sup> (Inglehart, 2001) tendencia claramente visible en marketing, comunicación, publicidad, donde lo verde vende, sin que ello conlleve, en no pocos casos, una utilización veraz y ética del concepto. Junto a ello incorporamos y asumimos la importancia de las emociones, como el tercer mecanismo que ayuda a entender las acciones, junto a la elección racional y las normas sociales, siguiendo el planteamiento de Elster<sup>11</sup>. Por último, el devenir de los discursos otorga pleno

---

9 Dejamos para otra reflexión y posible artículo posterior el análisis del cambio climático desde este marco teórico que de las tres grandes perspectivas que existen sobre el riesgo en ciencias sociales entendemos como el más completo pues permite por ejemplo entender la precaución como instrumento político que se enfrenta al riesgo, entendido éste tanto en su vertiente de construcción cultural como de fenómeno objetivo (Aguilar y Jordan, 2003: 61-79).

10 Inglehart, R. (2001): *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid, CIS.

11 Elster (2000, 2001) considera que las acciones son el resultado de las oportunidades (lo constituyen las restricciones físicas, económicas, legales y psicológicas, que crean el “marco de oportunidades” que tiene cada individuo) y las preferencias (lo forman los mecanismos -los más importantes son la elección racional, las normas sociales y las emociones- que establecen las opciones que se escogerán entre el conjunto disponible de oportunidades).

sentido a la ambivalencia y fluidez social defendidas por Zigmunt Bauman (2004, 2005) en sus obras y en su teoría de la modernidad líquida.

## Aportaciones (luces y sombras) en y desde los discursos. Conclusiones abiertas

Los diferentes apartados de este epígrafe central muestran conjuntamente, todo el sentido de los diferentes discursos habidos. Tras mostrar brevemente las similitudes y diferencias entre los discursos analizados, vamos constatando la urgencia y problemática del tema; la importancia del factor humano como acelerador del cambio climático; la responsabilidad compartida pero con un mayor peso otorgado a los poderes políticos y económicos; el fuerte condicionante del sistema productivo y la sociedad de consumo con sus valores dominantes y los estilos de vida generados, causa de la problemática, y por tanto obstáculo, para el urgente cambio de actitudes y comportamientos.

La ambivalencia presente como algo transversal en todos los temas, posturas, discursos y comportamientos, no debe interpretarse como incoherencia (no estamos hablando en términos morales), sino como una de las características definitorias de la nueva sociedad que surge a finales del siglo pasado y en la que ya estamos plenamente inmersos. Hemos querido mostrar-evidenciar su importancia generando un epígrafe concreto, pero lejos de considerarlo un compartimiento estanco a nivel cognitivo, nos aporta claves cualitativas que unen y atraviesan todos los puntos que hemos considerado pilares básicos en la interpretación de los discursos y que sólo en conjunto ofrecen la idea completa de los que los participantes transmiten.

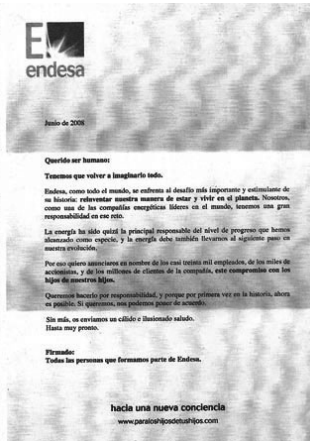
La trascendencia de los propios descendientes, “los hijos”, aparece constantemente en todos los discursos, de forma latente y en numerosas ocasiones explicitada, y nos da muchas pistas para las estrategias de comunicación, como muy bien captan las campañas publicitarias comerciales que juegan cada vez más con la publicidad emocional (López, 2007). Sin poder detenernos en la reflexión de esta tendencia de numerosas estrategias creativas, ni en el análisis pormenorizado de un ejemplo de la misma, sí queremos, sin embargo mostrar una imagen de una gran campaña reciente en nuestro país que vuelve a estar en los medios de difusión masiva, como ejemplo para una reflexión<sup>12</sup> de varios de los aspectos que aparecen en estas líneas.

---

12 Del uso/abuso de la publicidad comercial de estas estrategias; de la utilidad que tiene clarísima la industria de la investigación comercial de los grupos de discusión de cara no sólo al conocimiento sociológico sino a su aplicabilidad con diferentes fines...etc.



“quiero anunciar en nombre de los casi treinta mil empleados, de los miles de accionistas y de los millones de clientes de la compañía, este compromiso con los hijos de nuestros hijos”.



## 1. Aproximaciones a las similitudes y diferencias en los discursos analizados

Al interpretar los resultados de una construcción como es el discurso surgido en un grupo de discusión, en este caso en torno al cambio climático, podemos caer en el error, al igual que ocurre cuando se analiza una encuesta sobre temática medio ambiental, de no ser conscientes del resto de problemas y preocupaciones no ambientales que son significativas cuantitativa y cualitativamente para los ciudadanos. Es fundamental tener en cuenta este sesgo, provocado por la propia investigación. No sólo para un informe lo más objetivo posible, sino también y especialmente para el uso posterior del mismo, como en nuestro caso la planificación estratégica de la comunicación frente al cambio climático.

En términos generales, los discursos de los tres grupos realizados muestran una conciencia de los problemas ambientales pero no acaba de estar interiorizado el problema en todas sus dimensiones y gravedad. Siguen apareciendo diferencias al igual que ocurre con los resultados de sondeos cuantitativos de opinión, entre la sensibilidad explicitada (Eurostat, CIS, Fundación BBVA, MAPFRE...) sobre medio ambiente y la escasa importancia que se le da a temas ambientales cuando se trata de encuestas globales. También se detecta, como ya es habitual en el corpus teórico, tanto de la sociología ambiental como de la psicología ambiental, el salto que existe, en diferentes grados, de la percepción, conocimiento, actitud, e incluso de la disposición a la acción, a la conducta real<sup>13</sup>.

13 No podemos en estas líneas profundizar en ello pues analizar pormenorizadamente las claves que nos faciliten un comportamiento generalizado lo más ambiental posible, requeriría como mínimo un artículo centrado en ello. Para una interesante aproximación véase VV.AA. (2005): *Persona, sociedad y medio ambiente. Perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Medio Ambiente.



A lo largo de los tres grupos de discusión realizados, tanto los temas que han salido como el sentido de los mismos y los diferentes tipos de discurso han sido muy similares. Aparecen, como es lógico, algunas diferencias, por ejemplo, en cuanto a referencias significativas para los participantes, especialmente la mirada local, con sus casuísticas concretas. Así en el de Coruña la preocupación recurrente era el mar y el monte, con toda la cultura marítima y forestal ancestral; en el de Sanchonuño (Segovia), el agua y el pinar, y en el de Madrid la metrópoli urbana y sus problemas de movilidad y de sistema macro. Este último grupo es el que realizó un discurso que incidía fuertemente en el sistema global, en el sistema de producción y consumo como problema estructural. Aunque este tema aparecía en todos los grupos no lo hacía de forma tan articulada como en el de Madrid capital.

En todos los discursos existen varios ejes: el antes y el ahora (con referencia proyectiva hacia el futuro), lo local y lo global (lo micro y lo macro, la referencia implícita a la globalización), lo individual y lo sistémico, tanto para las responsabilidades como para las soluciones y la voluntad o no, y facilidad o dificultad de llevarlas a cabo.

Nos parece fundamental ofrecer también los temas o casuísticas que no salían y hubo que forzar, pues es realmente significativa esa “no presencia” en ninguno de los discursos de ciertos aspectos fundamentales en la problemática del cambio climático. Por ejemplo, en el de Madrid no salía toda la casuística del automóvil, hubo que forzarla, igual que no salió en absoluto la importancia de la contaminación en relación a la salud y al cambio climático<sup>14</sup>. Por otro lado, tanto el grupo de Madrid como el de A Coruña, hicieron especial hincapié en la estructura, en el modelo de producción y consumo como la causa (culpa, responsabilidad), el problema principal, originador en definitiva del cambio climático y a la vez obstáculo para actuar frente al mismo. Y dentro de ambos fue el de Madrid en el que más peso tuvo el debate en torno al papel de los “poderes fácticos” y de los gobernantes. Fue el grupo rural, el de Sanchonuño, el que sin embargo hizo girar la mayor parte de su discurso en la incidencia de la acción individual tanto para agravar el problema como para minimizarlo. Sin embargo, no nos atrevemos a afirmar que esa diferente percepción del peso -individual/sistema/“los poderosos”- se pueda entender con la variable hábitat (rural/urbano), necesitaríamos realizar más grupos de discusión y contrastarlo con datos de encuestas.

Los epígrafes en los que se ha organizado el resultado de los discursos se han planteado pensando en la estrategia comunicativa frente al cambio climático. La interpretación que hacemos de los temas es breve y el peso principal lo tienen las propias palabras de los participantes. Esta división en epí-

---

14 Lo que muestra una de las muchas tareas y esfuerzos que le queda por realizar al recientemente creado en España, Observatorio de salud y cambio climático.

grafes se hace con fines cognitivos pero, como se puede comprobar en las citas textuales, todos están absolutamente interrelacionados.

Los resultados que ahora se presentan debieran ampliarse con la realización de más grupos, formados por diversos agentes sociales -sector empresarial, político, técnico-político, líderes de opinión...- y por sujetos en diferentes etapas vitales -hacer hincapié en los jóvenes-. Faltaría también trabajar en diversos ámbitos rurales, en ciudades pequeñas y medianas, y en otras áreas geográficas como Extremadura-Andalucía, Levante, Costa atlántica y Cataluña, para profundizar en las diferencias que se detectan en el primer gran sondeo realizado sobre el tema en nuestro país (Meira, 2009). También queda profundizar en el discurso de las identidades de resistencia y de las identidades proyecto.

El contexto mediático influyó, al igual que lo hace en las encuestas, como es lógico, en los ejemplos concretos que salían en los flujos conversacionales y en los temas más tocados<sup>15</sup>. El contexto mediático y el contexto local son pues unos de los diversos filtros importantes que median la percepción y las acciones propuestas por los sujetos participantes. Son ambos mediadores los que hacen tangible y visible no sólo el cambio climático sino el conjunto de problemáticas que los participantes identifican como medioambientales.

Respecto a las culturas ambientales que usan como referente, en las dos zonas urbanas es claramente la cultura del reciclaje, y en menor medida el tema del agua, mientras que a la inversa, en el grupo rural, es con diferencia la cultura del agua la que ocupa el peso principal y más escasamente, y relacionado con la mala gestión y la falta de civismo de "los demás", la cultura del reciclaje.

Quizás la diferencia fundamental es que en los dos grupos urbanos el discurso de la culpabilidad estructural del sistema de producción y la sociedad de consumo, muy unida al papel que tienen y no quieren jugar en positivo los grupos de poder -gobiernos y corporaciones-, es un paraguas constante que envuelve todo el devenir de la conversación. Si embargo, en el grupo rural, el peso mayoritario a lo largo del debate lo tienen los ciudadanos, la gente. Curiosamente es el grupo en el que más tiempo y espacio ocupó la importancia de las mejoras y los descubrimientos tecnológicos, llegando a comentar avances concretos con la eficiencia en el uso del agua en los inodoros, de las placas solares en las viviendas, etc. Sería interesante profundizar en esta ambivalencia constante, al final planteada como complementariedad: la importancia de la tecnología que haga viable mantener el estilo de vida con algún cambio, no demasiado sustancial, que tranquilice las conciencias<sup>16</sup>.

15 Así, al realizar el grupo de Sanchonuño estaba absolutamente reciente el debate de traspaso del Jugar y los problemas de abastecimiento de agua en Barcelona. En A Coruña estaba presente explícita e implícitamente "el Prestige".

16 La publicidad comercial -automóvil, energéticas (campana actual de ENDESA), aparatos eléctricos domésticos...- nos muestra constantemente ejemplo de esto.

La mayor comparación del “antes” frente al “ahora” y el mayor peso relativo de “lo local” frente a “lo global”, y coherentemente las menores referencias, en proporción, al “sistema” como base causal de los males, marcan diferencias claves del devenir conversacional en los habitantes rurales y en los urbanos. Y no sólo lo podemos constatar al comparar los tres grupos, sino que en alguno de los participantes de los dos grupos urbanos que tenían vínculos con zonas rurales próximas, se detecta una sensibilidad parecida. Las coincidencias son mucho más amplias y nos dan pautas interesantes, que habría que ampliar con otros grupos y datos cuantitativos, de cara a una estrategia de comunicación frente al cambio climático.

Por último se detectaron algunos discursos-perfiles cualitativamente significativos de cara a seguir explorando en el análisis sociológico y de cara a la comunicación. El discurso “escéptico y descreído” (pesimista, aunque vitalista) como planteamiento de vida, como actitud vital. En los grupos urbanos, en los de Madrid y Coruña hubo dos participantes, en ambos hombres jóvenes, cerca de la treintena, con un discurso y argumentos claros, en torno a los que acabaron girando todos los participantes en el grupo, en ocasiones para establecer consenso y en otras para contraponer posiciones, argumentos y conclusiones. Un hombre joven de A Coruña y otro de Madrid mantenían discursos críticos con el sistema, en ambos se llamaba la atención sobre los poderes fácticos, y en ambos se hacía una llamada a la reflexión crítica. Les diferenciaba el planteamiento de objetivos y enfoque. El primero, en A Coruña, perseguía la reflexión para la acción, individual y colectiva, que consiguiera minimizar los impactos del cambio climático y más en general los desajustes que se ocasionan al ecosistema y a un estilo de vida saludable y sostenible<sup>17</sup>. El segundo, perseguía una reflexión que llevada a su extremo apostaba por la “no acción”, por la desmovilización, era un planteamiento “descreído”, desactivador, nihilista. El referente imaginario de uno es el individuo -en su ámbito más hedonista- y el del otro es la gente, lo colectivo con un convencimiento claro de la capacidad de acción de los individuos luchando juntos, protestando juntos, exigiendo juntos. Hay un tercer discurso individual a profundizar, también de un hombre joven, en este caso rural, a punto de llegar a la treintena, trabajador desde joven y muy aficionado a las motos.

*H3.- Sí, es un problema generado recientemente por el hombre, pero también se oyen voces que dicen que no, que es un cambio cíclico... por encima de todo hay una cosa que... que me intriga ¿no? Y que me... Pero que me hace pensar, y es que de todos los tiempos, determinados gurús se han encargado de, sí, achacar las causas del clima a los..., a las acciones humanas ¿no? No sé... y yo en el fondo estoy desconcertao... Creo que sí, ¿no? Son*

---

17 Era el discurso estructurado pro-ambiental más claro que existió en los tres grupos. Obviamente no se buscó y se desconocía previamente.

*voces acreditadas las que dicen que el cambio climático es un hecho ya tangible y que... pero, sin embargo me da... que sea una patraña todo lo que nos están contando*

*M3.-¿Tú crees?*

*H3.- No lo creo, pero (hablan a la vez)...*

*M3.-Y la capa de ozono.*

*H3.- Pero el agujero de la capa de ozono, según creo, se está cerrando*

...

*H1.- Oye, perdóname. Yo es que creo que estás confundiendo el oportunismo, a lo mejor, de Al Gore...*

*H3.- No, no (hablan a la vez). De hecho él es Al Gore. Es decir, un vicepresidente de Estados Unidos y el candidato que no fue elegido porque, en fin, ya sabemos todos la historia, porqué no salió...*

*H1.- Es oportunismo, por supuesto.*

*H3.- El hecho que sea él me da que pensar que efectivamente son los grandes tiburones los que están intentando manejar estas ideas.*

G. de D. nº 2, pág. 6-7

## 2. Consenso tras diferentes posturas en debate

A través de todos los grupos es evidente que, cuando se pregunta por el cambio climático aparece un claro **consenso sobre su importancia y urgencia**. Así mismo, prácticamente el total de los participantes asumen que junto al devenir de la naturaleza, **la aceleración del mismo**, es claramente una **consecuencia de la acción del hombre**, de su sistema productivo y de consumo, en definitiva, de su estilo de vida.

*M1.-... sí es un problema, y que es muy importante, urgencia muchísima... pero el problema no existe ahora, viene de atrás.*

G. de D. nº 2, pág. 2

En general existe consenso en que el cambio climático es un problema y en que es urgente. Alguna duda respecto a la importancia o no del mismo y a su urgencia hace que en todos los grupos se establezca un debate desigual. Surgen reflexiones sobre hasta qué punto no será algo organizado para desviar la atención, pero todos los grupos, en su devenir, acaban consensuando claramente la importancia del problema, su urgencia, y la influencia del comportamiento humano en el mismo. Los discursos cuestionadores, (el más con-

tudente, el de un joven de Madrid, lo podríamos calificar como “descreído” (auto-conciencia y auto-imagen de no manipulable) como planteamiento de vida, no sólo en este tema) incidían especialmente en aspectos relacionados con el poder y el problema del sistema productivo que condiciona la sociedad de la abundancia y el desperdicio. En estos puntos tenían claramente nexos de unión con el resto del grupo y el consenso se hacía evidente a lo largo de todas las conversaciones.

H.- *No, no. Yo no digo que no haya que valorar lo demás, pero digo que no es lo mismo que digas que la mano del hombre está haciendo que eso sea mucho más rápido y mucho más grave.*

M2.-*Pero bueno, un proceso natural también lo hay. O sea, (voces solapadas)*

G. de D. nº 1, pág. 13-16

H.- *Que es un problema yo creo está claro.*

M.- *Y que es urgente, está clarísimo.*

H.- *Las soluciones ya pues está difícil...(risas)*

H.- *Sí, porque yo creo que si los paisanos grandes no se ponen de acuerdo...*

H.- *Yo creo que no va a ser ese el quid.*

H.- *No porque lo que pasa que es que China, que son millones de gente, cuando quieran ser como es Europa o América (H- Sí) pues van a querer industria... todo lo que contamina, vamos creo yo, o India o incluso África... que tendrán ¡que despegar algún día!*

G. de D. nº 3, pág. 3

La proximidad para visualizar el problema es fundamental. Todos los discursos lo atestiguan de modo rotundo y es una pista más que nos ofrecen de cara a la comunicación frente al cambio climático.

M.- *Salía (en el telediario) un señor que tenía un chalet en la sierra y decía: ¡es que no hay ni nieve en las montañas!, él decía, él tenía hecho como un foso y llevaba camiones cisterna y la pagaba a precio de gasoil y le llenaban el foso y para lavar los cacharros y para todo y es que no tenía acceso al agua de ningún tipo, a su chalet no tenía acceso al agua de ninguna manera, y yo digo, ahí en Cataluña, ya cuando lo ves ahí, ya es como que dices ¡ya está ahí!, (M- Ya está más cerca), porque cuando oyes China dices ¿nos llegará a nosotros tan grave, el asunto...?*

M.- *Pues como sigamos así...*

G. de D. nº 3, pág. 4

Sin embargo, no podemos obviar algo fundamental por lo que quisimos preguntar explícitamente para constatar su importancia relativa: si el cambio climático era un tema de conversación o no. Las respuestas son unánimes, el cambio climático no es un tema de conversación, no sale por sí solo y es más, piensan que tampoco da mucho de sí para hablar. Nos parece imprescindible no obviar este punto de partida, pues a pesar de todas las conclusiones que sacamos y analizamos aquí, a partir de las seis horas con veinticuatro personas debatiendo, no es un tema que preocupe especialmente a los participantes en su devenir cotidiano. Algo que no se debería obviar de cara a la estrategia de comunicación.

*H.- En cambio, ¿del cambio climático habláis con los amigos?*

*M.- Hombre, pues no, no es un tema muy...*

*M.- No, es un tema que no se puede hablar con mucha gente.*

G. de D. nº 3, pág. 14

*M.- Y entonces, como son noticias, y es diario, te están machacando (M- Pero...) pero te quiero decir que hay otros temas que a lo mejor a mí puedo pensar, pues me preocupan más, no de llegar a quitar el sueño, pero te preocupan más, cuando hablan de pederastas... (M- A ti ahora te preocupa porque...) eso me preocupa más, pero este tema te puedo decir que no me preocupa en excesivo.*

*H.- A mí me pasa lo mismo.*

*H.- Pero yo creo que lo vemos todavía como que va a ser lejos.*

*M.- ¿Por qué no?*

*M.- No porque esos temas también los ves lejos.*

*H.- No son temas de actualidad igual que lo que ha pasado con ETA y con estos temas.*

*M.- Pues eso me preocupa más que este tema.*

*M.- Pero vamos a centrarnos en el tema ese, porque ahora mismo aquí tenemos una botellita de agua, pero si fuésemos al grifo y que no hay, ¿verás si te preocupaba el tema!*

G. de D. nº 3, pág. 20

*M2.- Salen pero no mucho, yo creo.*

*H3.- Una vez lo has hablao, pues ya está hablao, ¿no? No sé, mis amigos ya saben lo que pienso... una vez hablao ya está hablao.*

*M1.- Se habla poquito...*

G. de D. nº2, pág. 46

Respecto a la enmarcación de los discursos en torno al cambio climático con una cultura ambiental general, se detecta que existe una conciencia más o menos clara en general, en temas de residuos y agua, que salen constantemente en los discursos de todos los grupos. No aparece, sin embargo, en el devenir de las conversaciones los problemas que genera la movilidad, el automóvil; hay que forzarlo, y aún así no hay consensos (pegas, dudas, controversias, falta de interés en entrar en el debate sobre el tema, ...obstáculos para dejarlo...). Con esfuerzo, son conscientes en abstracto, de los vínculos del modelo de movilidad dominante y su incidencia en el cambio climático, pero cuando se reflexiona colectivamente sobre las soluciones, el cambio de hábitos individuales aparece como algo muy difícil y complejo. El estresante ritmo de vida, la comodidad y la adicción son las explicaciones-argumentaciones-justificaciones que aparecen en sus discursos.

### 3. La presencia constante de “el poder”, explícita e implícitamente

A lo largo de todos los discursos, y del conjunto de los participantes, si hay un tema recurrente, tanto explícita como implícitamente, es el de la responsabilidad y la falta de interés en que cambien las cosas por parte de “los poderosos”. Los poderes fácticos, representados en ocasiones por el gobierno o los diferentes gobiernos -tanto regional, como nacionales y a nivel global-, y en ocasiones por las empresas, la banca, los grupos energéticos, la poderosa industria automovilística..., las corporaciones en definitiva, tratadas como grupos de presión, son en todos los casos los considerados grandes “culpables” tanto por acción como por omisión.

*M1.-Lo que pasa es que, en cierta manera, luego es todo un interés económico pues se cierran los ojos, pues porque, realmente, en muchos países los cierran y no cooperan.*

*M3.-...y además eso, que los gobiernos no se quieren comprometer, no les interesa. Intereses muy económicos...*

*H1.- ...es bastante alarmante que los poderes visibles...*

*M4.-...porque yo creo que además de concienciar a la gente, los gobiernos son los que más medidas pueden hacer, ¿eh?... todas esas medidas de concienciación están muy bien. **Pero se necesitan medidas urgentes en plan ya, pero de todos los gobiernos y de todos los Estados...Que es una hipocresía, que yo me forro y está.***

G. de D. nº 2, pág. 2

*H1.-Habrà presiones del sector del coche.*

*M1.-Por eso, por eso (hablan a la vez).*

*H3.- No hay voluntad de ningún tipo.*

*M3.- Pero hay más cosas de tecnología... los cinturones de seguridad tenían anti...*

*M3.- También contaminan menos. Cambian vehículos para que contaminen menos.*

*H3.- He dicho que es una contradicción, porque lo que quieren es que tires tu coche funcionando para que te compres un coche que contamina 0,3 menos (hablan a la vez).*

G. de D. nº 2, pág. 30

*M2.- Si los coches ecológicos fueran más baratos seguro que mucha gente se compraría un coche ecológico.*

*M.- Claro.*

*M2.- Con lo cual la contaminación sería menos (voces solapadas).*

*H1.- ¿Sabes cuál es el problema de los coches ecológicos? ¿Sabes cuál es el problema de los coches ecológicos? Que ya el precio del pan subió, el precio del tal subió... ¿Por qué? Porque se hacen coches ecológicos no pensando en energías que no requieran de un producto de primera necesidad.*

*M3.- Es un negocio.*

*H1.- ¿Entiendes? Todo es un negocio.*

*H1.- Vamos a ver, hay, hay un ejemplo: eh..., hace no tanto se creó un coche que funcionaba a base de aire, aire comprimido. Un coche que cogía ciento veinte kilómetros por hora y no me acuerdo si tenía una autonomía de trescientos kilómetros. O algo así. Tenía bastante autonomía, para ser el primer coche. Que tú coges un coche de ahora de los de explosión, y el primero que era no tenía nada comparado con eso. Luego ya se desarrollaría. ¿Qué hicieron? Cogieron las petroleras se compraron la patente durante, ¿cuántos son, durante quince años que no se pueden fabricar?*

G. de D. nº 1, pág. 36

Derivación en gran medida, de las causas y las soluciones a los políticos y las empresas. El debate del papel de los políticos, tanto por acción como por omisión, se concretaba en dos aspectos concretos: las leyes, y obviamente su cumplimiento, y la necesaria rapidez de las acciones, frente a la lentitud, por desinterés o intereses crematísticos privados, que se percibe ahora.

*M.- Pues ahora mismo yo creo que ya estamos cerca de ya no haber por donde cogerlo.*



H.- Sí. Muy cerca.

M2.-Sí, pero hasta que no lo veamos frente a nuestras propias..., narices, no vamos a aprender.

H.- Ese es el problema. Es que el ser humano es así. O sea, la mayor parte de los seres humanos es así: hasta que no le coge el toro no hacemos nada.

H.- Tendrían que tener eh..., digamos, más capacidad, más movilidad para hacer las cosas. O sea, son excesivamente lentos. Y no digo que esté mal lo que hacen, porque hay algunos que están haciendo cosas.

M.- Hombre, la ley es lenta, y ellos lo marcan, las leyes...

H.- Pero ese es el problema...

H.- Ese es el problema: que la ley va demasiado lenta para el cambio climático, ¿entiendes? Y los políticos...

M.- El problema no es que vaya la ley lenta. El problema es que cuando se incumple la ley para las industrias les da igual, para los países que lo incumplen les da igual, entonces, tiene que ser otra herramienta, tiene que ser un poco de conciencia social y decir...

G. de D. nº 1, pág. 21

H1.-Hombre, el cambio climático yo lo tengo muy claro. El cambio climático los que..., nosotros podemos hacer muy poco. **Los que más pueden hacer son las industrias que son los que más provocan el cambio climático y hay demasiados intereses para que se haga nada. Realmente no se está haciendo nada.** Y el cambio climático aunque mucha gente trate de obviarlo se está produciendo. Y el problema es que cada vez se va a producir más rápidamente. Los pequeños efectos que estamos viendo ahora, como realmente ahora no es normal que haga sol, que no llueva. Es que no es normal. Y nos quieren meter, pues eso, que es muchas otras cosas pero realmente es lo que es. Y las grandes industrias, yo lo que tengo sabido, o lo que tengo entendido, es que las ciudades, etcétera, etcétera; lo que es el usuario contamina un quince por ciento y el resto es todo a base de industrias. **Y si no se hace nada sobre las industrias nosotros podemos hacer algo, pero poco podemos hacer.** Y hay demasiados intereses económicos, etcétera, etcétera, ¿no? Y los políticos pues, mucho hablan, mucho hablan, pero no hacen nada, es lo de siempre. Demasiada burocracia.

G. de D. nº 1, pág. 1

El problema comienza cuando la población, o los que podríamos enmarcar en un discurso crítico, se cuestionan o asumen que los "poderes" no hacen y luego nos lanzan a los ciudadanos lo que debemos hacer, si no culpabili-

zándonos directamente, sí poniendo en gran medida en nuestras manos, en nuestros cambios de hábitos las soluciones al problema.

*H1.- Vamos a ver, a mí lo que me hace gracia es que nos están bombardeando con que apaguemos las luces, consumamos menos agua, etcétera, etcétera; y las industrias, que realmente es más o menos el setenta y cinco, ochenta por ciento, que produce la contaminación a nivel mundial no están haciendo prácticamente nada...*

G. de D. nº 1, pág. 3

*H3.- Eso, por una parte es que quieren hacer recaer sobre nosotros, el..., el populacho (hablan a la vez). Lo que digo es que si acaso se atendiese a descifrar cuál es la voluntad de la sociedad. Y que fundamentalmente tienen los resortes de esa. De esa voluntad la gente poderosa y hoy día el poder es el poder financiero, tal. No tienen la más mínima intención de cambiar esto. Yo creo que, desde luego, el problema existe pero no hay solución de cambiarlo, y por el camino se..., se nos manda a nosotros el mensaje de que somos los culpables y de que esto es terrible, pues no sé con qué fin. Se me ocurre pensar que..., que pa que no hablemos de otras cosas que a día de hoy le cuestan la vida a gente sin... Sí, para tenernos entretenidos y... y...*

G. de D. nº 2, pág. 10

Una reflexión que donde más clara aparece es en el grupo rural, es la consciencia o inconsciencia de cómo muchos comportamientos sobre los que ni nos paramos a pensar pueden ser dañinos para el medio ambiente e incluso para nuestra salud. Este hilo está presente de fondo a lo largo de toda la reunión y en algunos momentos se evidencia y se convierte en la melodía principal para pasar luego a ser otra vez parte de la armonía del conjunto. Fundamental de cara a la estrategia de comunicación es este planteamiento de la no intención por parte al menos, del ciudadano de a pie, del perjuicio, unido claramente **al desconocimiento de los impactos de los propios hábitos y a la falta de información sobre buenas prácticas sostenibles.**

*M.- A título así personal, así yo lo que hacemos cada día, ¿que mal hago yo?, me pregunto...*

*M.- Muchas cosas, muchas cosas.*

*M.- ¿Cómo qué?*

*M.- Muchas cosas.*

*H.- Eso un poco cada uno, un poco por nuestra parte...*

...

*M.- ¡Nosotros no perjudicamos intencionadamente!(risas)*

M.- *¿Cómo lo vas a perjudicar intencionadamente? Pues sólo faltaría ya...*

M.- *Bueno, pues yo conozco...*

G. de D. nº 3, pág. 9

#### 4. Obstáculos para el cambio de actitudes y comportamientos

Muy unido a la responsabilidad que se otorga a los poderes públicos y a los intereses empresariales, aparece el **modelo de sistema productivo que nos condiciona fuertemente en nuestro comportamiento, así como la ideología de la sociedad de consumo**, absolutamente generalizada y pilar definitorio de nuestro modelo de sociedad.

H1.- *Dijiste que el 99% del consumo es superfluo. Yo..., yo creo que ahí está la madre del cordero... eh..., la gilipollez esa de que ahora me compro el MP4... Y, de hecho, la sociedad de consumo se nutre de..., de crearte necesidades. Es decir, este tipo de sobre-consumo, consumismo, lo..., lo crean las propias multinacionales para que puedan (murmullo), para que puedan mantener el sistema. Es verdad que..., entonces, mucho consumo que hacemos pues es muy poco crítico. O sea, es decir...*

G. de D. nº 2, pág. 23

Las reflexiones sobre el peso del sistema productivo y la sociedad de consumo fueron constantes, tanto implícita como explícitamente en todos los discursos.

M2.- *Pero una botella de agua da igual. Si a mí me dicen que tengo que reciclar, ¿no? Y yo me lo creo y estoy de acuerdo, porque, bueno, porque contamina, pero, sin embargo, me meten..., me meten, quiera o no quiera, los envases todo plástico. Las verduras...*

M3.- *¡Claro!*

M2.- *Las lechugas con su caja de plástico, o sea, que también es cierto lo que decía... Lo que decías.*

M2.- *Sobre los intereses también que hay montados, ¿no? Pero, bueno, que aunque sea así, aunque haya intereses montados algo tendremos que hacer.*

G. de D. nº 2, pág. 19-20

La **importancia del "rápido (estresante) ritmo de vida actual"** es también uno de los obstáculos fundamentales frente a la capacidad y voluntad de reflexión en torno a los temas ambientales. Es un obstáculo también para pro-

fundizar en estas problemáticas frente a la simplificación que se suele hacer de las mismas, necesaria por otra parte para su comunicación, en una sociedad llena de estímulos.

H.- *¡Oye!, y lo de las bandejitas, lo de las bandejitas que está todo en bandejitas (M- Sí) que sí que es muy útil, pero cuidado con lo que hacemos, porque...*

M.- *Pero por ejemplo ya estamos con el tiempo, yo he oído a mucha gente que no le gusta en bandeja pero es que no tienes tiempo, yo llego cojo y bueno, pues no me va a salir mala de todo y cojo y estoy cogiendo de eso y no porque te guste, la verdad sino porque llegas y no tienes por qué estar en la carnicería esperando.*

H.- *Porque es más rápido.*

H.- *Me has quitado las palabras de la boca, es que ¿quién se está una fila esperando a que te corten los bistés?*

G. de D. nº 3, pág. 47

H1.- *Yo creo, yo creo que hay un problema. Hoy en día todos vivimos muy aprisa, entonces la gente no tiene tiempo muchas veces de pararse y pensar, y entonces a lo mejor llegas de trabajar muy cansado, que la jornada son muchas horas, y tú lo que tienes que hacer el fin de semana o después de trabajar, es tu momento para descansar. Entonces no, no tienes la mente para poder pensar. Tienes la mente para ver algo que simplemente te divierta, porque llevas muchas horas trabajando. Y ese es un problema que hay hoy en día. Y la gente muchas veces vive la vida y no se para a pensar. Y hay mucha gente que a lo mejor ni siquiera es feliz con su vida, pero simplemente tira "pa adelante". ¿Entiendes?, y ese es el problema. Si no somos capaces de coger, pararnos a pensar y empezar a analizar las cosas, o no tenemos tiempo, y a lo mejor no somos capaces porque si nos paramos...*

M1.- *Nos tiraríamos de los pelos también... (risas).*

G. de D. nº 1, pág. 8

H.- *Si vivimos una vida tan rápida también hay que facilitar las cosas a la gente que no tiene tiempo. Porque realmente en la vida hay gente que no tiene tiempo para nada. O sea, tú imagínate esta gente que trabaja de lunes a sábado y a lo mejor trabaja diez horas al día. Que los hay.*

G. de D. nº 1, pág. 20

Aunque parezca imposible para quienes viven en ámbitos urbanos que los habitantes de nuestros pueblos tengan el mismo estrés que ellos, o al menos así lo vivan y perciban los interesados, se constata la importancia del rápido

ritmo de vida actual también en el discurso de este grupo. Aparece, como es normal, vinculado a actividades cotidianas, a espacios y tiempos concretos de vida, que debaten en torno al mayor o menor uso del automóvil como necesidad<sup>18</sup>.

H.- *Yo para 300 metros cojo el coche así que no te puedo criticar.*

H.- *Yo también.*

M.- *Pero también es una cuestión de tiempo, porque tú cuentas con los ritmos de un coche y ...*

M.- *¡Es que andamos estresados!*

H.- *Yo necesito el coche como el comer, o sea, antes de ir a trabajar dejas a las chicas en el cole y luego vas a hacer la compra y ¡tas! ¡tas! ¡tas!*

M.- *Como yo, si las llevas en coche ya...*

M.- *El tiempo.*

H.- *Yo creo que es **la comodidad**.*

M.- *No, es tiempo, es tiempo.*

G. de D. nº 3, pág. 29

Como obstáculos también aparecen valores dominantes actuales: la **individualidad** y la **comodidad**.

H.- *Lo que pasa es que el coche son también temas personales.*

M.- *Yo por ejemplo a él le comprendo, pero a éste no le comprendo porque no tiene niñas ni nada. Podría ir más...*

H.- *Pero es que si no, no tengo tiempo para nada, vas a coger a los chicos, haces la compra comes y los vas a llevar.*

M.- *Sí, pero llega el domingo y están siete coches o motos ahí, echando humo y gastando gasoil a lo tonto para nada, para dar saltitos, eso es lo que no entendemos.*

H.- *Pero es que yo vengo y cojo el coche y se quedan estas de cháchara y yo no puedo quedarme de cháchara (M- ¿Cháchara?, ¡oye! Que yo no me quedo de cháchara) es un ejemplo, es un...*

M.- *Nosotros somos seis trabajando de aquí y lleva cada una un coche.*

M.- *Sí que es verdad, hija, es que es exagerado.*

18 Por ejemplo, no es lo mismo centrar el objetivo de una campaña de comunicación en "no al coche" que en "qué tipo de coche y qué uso (abuso) del coche. Las conclusiones de este artículo conllevan numerosas reflexiones de este estilo.

H.- *Si es que es todo así.*

H.- *Yo creo que somos todos.*

H.- *Ahora mira que hemos venido los tres aquí, podíamos haber venido los tres en un coche.*

H.- *¡Claro!*

M.- *Pero es que ya te incomoda el decir, yo es que me ducho ahora, yo es que no estoy y hay que esperar a cada uno y es un lío, cada uno con su coche.*

M.- *Antes que no había ¡bien que nos organizábamos!*

H.- *Antes que había tres coches en todo el pueblo, unas pilas de gente haciendo dedo y se compartían coches, pero...*

H.- *Iban los coches llenos.*

H.- *Sí, siempre.*

M.- *Sí, e ibas al bar y no estaba lleno de coches.*

G. de D. nº 3, pág. 31

M.- *pues lo del coche... (risas)*

H.- *Es igual que el tabaco.*

M.- *Sí.*

M.- *No.*

H.- *Sabes que es perjudicial y se sigue fumando.*

H.- *Y se sigue fumando.*

H.- *Yo creo que también.*

H.- *Hasta que no te pones malo, malo no lo dejas.*

H.- *Eso es igual que el tabaco, es vicio.*

M.- *Sí, yo pienso que también.*

H.- *Yo pienso que es **costumbre**, yo si viviese en Valladolid y me acostumbran desde pequeño a ir en autobús, pues a lo mejor digo, ¡pues vamos a tal sitio! Y vamos en autobús.*

M.- *¡Perdona!, yo de pequeña no he ido en coche a ningún sitio y vivía en Cuéllar, y ahora es un pueblo más pequeño y no dejo el coche ni a sol ni a sombra.*

G. de D. nº 1, pág. 37-38

H.- *Más infraestructuras y más servicio, (M- Yo creo que también), para evitar tantos coches, pero (M- Si es que tenemos que empezar por nosotros mis-*

mos) pero es que la... **la mejor manera ya no es de concienciar a nosotros, a mí ya no me conciencian, tiene que ser obligación**, porque por ejemplo en Madrid, y que se fastidien los de Madrid, en tal zona prohibido pasar con transporte privado.

G. de D. nº 1, pág. 40-41

Aunque no es sólo la comodidad, es también el no querer ver, el no pensar realmente...

M2.-Las cosas están pasando ya. Que a lo mejor sí, que tienen que pasar cincuenta años para que la gente diga: Dios, no podemos más. No lo sé, pero **los efectos se están viendo ahora. O sea, se están viendo ahora. ¿Qué pasa?, que a la gente le es más cómodo no verlos. O sea, a mí me es más cómodo consumir todo lo que me salga de las narices, y hacer todo en plan cómodo, y coger el coche para ir al supermercado que lo tengo en la calle de abajo; y me es más cómodo. Entonces digo: va, yo no puedo hacer nada; que lo haga tal, no se qué...**, y la gente es muy cómoda, eso se ve. (silencio).

G. de D. nº 1, pág. 16

La **falta de conciencia**, aparece junto a los obstáculos que venimos apuntando, siendo también un aspecto recurrente y no exento, como casi todos los analizados, de **ambivalencia**. En no pocos momentos de los discursos se habla del aumento de la conciencia ambiental, vinculada en muchos casos a los hijos, y de los esfuerzos que se hacen por modificar hábitos.

H.- Ya, pero no se trata de..., vamos a ver, yo lo que te digo es que sí: hay gente que está más concienciada y gente que está menos. Pero yo lo que te digo es que realmente, es lo que dice ella, **si tuvieran los medios más cerca, mucha gente que no lo hace porque a lo mejor es más vaga, digámoslo así, o menos...**, a lo mejor lo haría, porque como lo tiene al lado dice: pues ya que lo tengo al lado, ¿qué me cuesta?

M2.-Yo creo que la gente no está concienciada. Y lo digo porque a ver, por ejemplo: ahora mi tía me está en mi casa y está todo el día: ¡Ay!, porque en el dos mil cincuenta mira cómo va a quedar la tierra, no se qué no se cuánto. Pero no hace nada, o sea, no te dice lo que, lo que, no te machacan con tienes que hacer esto, tienes que hacer esto, tienes que hacer esto. Sí, saben que hay un problema, saben que el tiempo cambió, pero..., no hace nada. Ella está preocupada porque en el dos mil cincuenta el tiempo, o sea, el planeta va a quedar de otra manera, y que no es normal este tiempo. Pero, no te dice hay que hacer esto, hay que hacer lo otro. Porque **no te lo machacan, no te conciencian en ese sentido**. Yo pienso que la gente es así.

*Saben que hay un problema: sí hay un problema, hay un problema, pero no hacen, no, no machacan en que hay que hacer esto hay que hacer tal. No, no machacan, **no conciencian a la gente bien.***

*M3.-Yo creo que la gente no relaciona lo que tienes que hacer...*

*M2.-Con el problema que hay.*

*M3.-(...) o sea, con qué vas a mejorar con lo que tienes que hacer.*

*M2.-O sea, ellos ven que hay un problema pero ellos no ven lo que hay que hacer.*

*H1.-ya, ya, estás viendo el problema y lo estás dejando pasar*

G. de D. nº 1, pág. 21

**La falta de información**, aunque por el devenir de los discursos hay cuestiones que sí las tienen claras, o al menos tienen opinión formada sobre las mismas, es otro de los temas que salen en todos los grupos. Es urgente generalizar una información veraz, inteligible, que esté accesible desde distintos emisores y formatos, y que sea útil, no sólo respecto al entendimiento del problema y sus causas, sino también respecto a las posibles medidas que se pueden y deben tomar individual y colectivamente. Los caminos por los que avanzar aparecen claramente.

*M3.-No, más que nada opino que la gente está desinformada en materias de, ...y, **sería muy importante que la gente estuviera más informada de lo que está. No solamente decir: es que hay un cambio climático, viene ahí, ahí viene. Sí, eso ya lo sabemos todos desde hace años...***

*M3.-Eso es un poco caótico porque algunos te dicen: no es que el calentamiento de la tierra no es que tal..., y al final pues no, no sabes muy bien. Yo estoy de acuerdo en que estamos muy mal informados.*

G. de D. nº 1, pág. 4 -7

Junto a la concienciación y la información, están claramente la gestión, y dentro de ésta **el cumplimiento de la ley**. Prohibición, además de concienciación, son las dos caras de una misma moneda, por las que se apuesta.

*H3.-Lo que pasa es que sería una obligación. Que te obligasen por ley. Pero tampoco lo van a hacer.*

...

*M3.-No hay dinero para vigilancia, no hay multas. Ni multas para el agua, ni multas para las fábricas que hacen deshechos...*

...



H3.- Pero de cualquier manera, o sea, si realmente ponen la norma y quieren disuadir a la gente de que no lo haga, tendrían que empezar a empapelar a la gente.

M3.- A ver, ¿por qué no aparca la gente en doble fila en Madrid ahora? ¿Por qué no sé qué, no sé cuánto? Porque en cuanto ponen multas la gente reacciona. Es que es así.

...

H2.- Pero en vez de sancionar, ¿por qué no premiar?

M2.- También.

M3.- Pues es lo que estoy diciendo yo: que te premien por no gastar luz, agua... (Risas). Si todo es económico (hablan a la vez).

M2.- Eso es España (hablan a la vez).

H3.- El planeta Tierra.

M3.- España, que nos parecemos a los italianos y a pocos más.

G. de D. nº 2, pág. 47-48

**La educación, desde pequeños** es fundamental para todos los participantes, y se ve claramente con la trascendencia de "los hijos", pero imprescindible y con efecto ejemplarizante, a nivel comunicativo, aparecen claramente la ley y su cumplimiento para todos.

M3.- Educación sobre todo.

H.- ¿Qué?

M3.- La educación tanto a mayores como a niños. Empezar desde la cuna.

M3.- Hasta que realmente la gente se vea que hay una colaboración total en ese sentido. No debe de echar el aceite en el monte, de vaciar el coche y esas historias porque le sale más barato. Y que la gente que se pilla realmente haciendo la infracción, castigarla. No digo con una pena de cárcel.

M2.- Claro, ¿y con las industrias qué hacemos? Porque no van a desaparecer todas porque sí.

M4.- A la persona le sale mucho más barato, o sea, una industria, le sale más barato contaminar, pagar la multa; que hacer la reforma que tenga que hacer para no dar esa contaminación. Y eso es de coña que no esté regulado a estas alturas.

G. de D. nº 1, pág. 23

## 5. Ambivalencia permanente

La ambivalencia es permanente, y como característica de nuestra modernidad líquida se detecta en los discursos, como se ha podido ir viendo a lo largo de estas páginas, en palabras de los participantes, y se debe asumir de cara a la comunicación: desarrollo sostenible/insostenibilidad del crecimiento; existe conciencia y falta conciencia; podemos hacer mucho/no se puede hacer mucho; no es tan difícil cambiar algunos hábitos/es difícilísimo cambiar ciertas costumbres; estamos dispuestos a sacrificarnos/no queremos dejar la comodidad. La ambivalencia, como algo transversal en todos los temas, posturas, discursos y comportamientos, no debe interpretarse como incoherencia. Lo hemos planteado como epígrafe concreto para evidenciar su importancia a nivel cognitivo.

*M3.-Yo estoy de acuerdo contigo en que es un círculo un poco vicioso, que para que un país se desarrolle tiene que...se desarrolle cada vez más deprisa y se tiene que usar las energías que más se...más contaminantes. Y además es un problema muy difícil de solucionar, porque cada...destruimos cada vez más la naturaleza y es más difícil arreglarlo.*

G. de D. nº 2, pág. 3

*M2.-Es que al final es muy curioso, porque al final acabamos repitiendo el modelo del que estáis hablando, del que nos estamos quejando que el gobierno ataca, estamos haciendo lo mismo. O sea, yo tengo más dinero, yo tengo más poder adquisitivo pa adquirir ciertas cosas que contaminen más, entonces, ¿cómo es que nos quejamos? O sea, yo soy de un país de la hostia, tengo mucho dinero, puedo consumir, por el tratado este compro no sé qué, compro no sé qué... para yo consumir, para yo contaminar lo que no pueden contaminar porque no tienen medios. ¿De qué nos estamos quejando si estamos actuando de la misma manera? (Hablan a la vez).*

G. de D. nº 2, pág. 32

## 6. Los hijos, un nexo clave para el cambio de actitud

y de conducta. La trascendencia de una adecuada socialización en valores a lo largo de la infancia

Los hijos marcan una ruptura con una etapa personal anterior que reconfigura todo, no sólo el uso de nuestro tiempo, sino fundamentalmente la visión que se adquiere de la vida. Ese eje es constante también en todos los discursos, con cuanto les rodea y con todo lo que significa para el sentido de la vida personal. Dos grupos especialmente, el de Madrid y el de Sanchoñuño, incidieron, más el rural que el urbano, en el papel de los hijos, tanto de forma explícita y directa como en no menos ocasiones de forma tangencial. En el

rural constantemente se hacía referencia a la comparación de la época de tus padres (antes) con la época de tus hijos (ahora y el futuro), incluso cuando sacan el ejemplo de un agricultor del pueblo que como no tiene hijos le da igual que en el futuro haya menos agua. El nexo con nuestros descendientes, nos ancla en el presente y nos vincula e incita constantemente a la seguridad en el futuro para ellos, es un eje fundamental para el discurso comunicativo, tanto explícito<sup>19</sup> como implícito.

*M1.-Entonces, mis hijos, yo pienso, el cambio climático será. O sea, yo, sea una gilipollez, yo a mis hijos enseguida cortan el agua, que yo se lo he enseñado y en el colegio. Mis hijos apagan las luces, jo, que gasta esto, jo. Mis hijos, yo soy de las que tengo cuatro bolsas en casa, reciclo todo: papel, plástico, eh..., vidrio y... Entonces, yo ya tengo enseñados a mis hijos. Yo tengo un folio por aquí y lo guardo, por si mañana tienen que dibujar y cosas de esas. Pero ya lo he hecho a conciencia. El otro día... Una charla, y en el colegio también están concienciando. Y un niño de 6 años y un niño de 10 años (no se entiende) a concienciarse en el colegio. Aún se está concienciando ahora. Y a tus padres y a los míos ya no les conciencia ni Dios. (Hablan a la vez). A mis padres concienciarlos es muy difícil, muy difícil. Yo lo intento, pero la gente que entra sabe que...*

G. de D. nº 2, pág. 9-10

*H3.-Lo de al Gore, de hecho, se lo han puesto a los niños en el colegio.*

*H3.-Pero eso es más antiguo, también. Yo que sólo tengo 31 tacos, y en el cole también nos daban la lata con lo del reciclaje. Recuerdo que hacíamos cosas con los periódicos (hablan a la vez).*

*H1.-Reciclaje.*

*H3.-También porque yo iba a un colegio un poco progre, a lo mejor era por eso. Que ya intentaban concienciarlos. Supongo que si nos pusieron ese video. Tú dices que los niños...*

G. de D. nº 2, pág. 45

*H.- Se está inculcando desde pequeños a los críos a economizar.*

*M.- Esa es la mejor solución.*

*H.- Mi hija me dice: ¡que tienes el grifo abierto! Es que me voy a enjuagar las manos. Te dicen: ¡hasta que no te enjabones no abras el grifo!*

*M.- O papá: ¿para que te estas lavando los dientes con el grifo abierto? Y luego ellos son los que más nos pueden enseñar.*

<sup>19</sup> Obsérvese la campaña actual de ENDESA, por poner un ejemplo. Dinámica que está aumentando en general en los últimos años. Véase también "RENFE, un tren de valores", etc.

*M.- Yo ya no tengo hijas pequeñas pero le digo: ¡Ramón, cierra el grifo!*

*H.- Sí pero yo creo que es desde esa base, la educación va hacer muchísimo.*

*M.- Son ellos los que luego se lo dicen a los padres.*

G. de D. nº 3, pág. 17

Fundamental para todo, y evidentemente para el tema que nos ocupa, es la primera socialización<sup>20</sup>. Quien eso reconoce en el discurso, poniendo el ejemplo de no soportar las luces encendidas donde no hay nadie, desde que era pequeño, es la misma persona, el joven a punto de entrar en la treintena, que cuenta con naturalidad, en otros momentos, cómo usa su piscina, y va con el coche o la moto a todas partes.

*M.- Yo hasta ahora, vamos a ver, hasta hace 10 años el papel albal del bocadillo es incapaz de tirarlo al suelo, ahora, cuando coja un par de años más y sea como estos...*

*H.- No, pues yo estoy convencido de que no, de que son hábitos.*

*M.- Sí, que sí, que lo tiran.*

*H.- Que son hábitos, si tú te acostumbras a algo.*

*H.- Si tú te acostumbras pues ya no.*

*M.- Son hábitos, hija.*

*H.- Yo desde pequeño no puedo ver una luz encendida sin que haya nadie en la habitación.*

*M.- Eso, ¿qué me decís de las luces de casa que no?*

*H.- Yo cuando estoy en casa de los demás pues voy apagando todas las luces, ¡hala, pumba, pumba, pumba! Vas a un piso por ahí y vas apagando todo, no me gusta.*

...

*M.- Yo digo cuando esta tenga un par de años más... porque mi sobrina que tiene doce, hace trece, tiró el otro día un papel digo: ¡Che! ¡Mónica, coge ese papel que has tirado! Y dice: ¡qué pasa! Y digo: ¡uy, estamos con la tontería ya! (H- Ya) y es que llega un momento que espero que luego vuelvan, cuando llega la edad un poco eso, que vuelvan a lo que te queda de pequeño.*

G. de D. nº 3, pág. 36

<sup>20</sup> Debemos considerar de cara a la comunicación y a las estrategias educativas, la importancia de la creación de rutinas sostenibles y saludables desde la infancia, pues aunque en la adolescencia se releguen a un segundo plano, generalmente se retoman, en etapas posteriores de la vida.

## 7. Aprender de las trayectorias: la cultura del reciclaje y del uso eficiente del agua

Este aspecto, al igual que todos los analizados hasta el momento, es un claro ejemplo de la importancia de la investigación cualitativa en cuanto a resultados no esperados y realmente trascendentes. Todas las problemáticas que se han ido abordando en torno a los mismos, los resultados de las evaluaciones de campañas de comunicación sobre ellos, y la mayor o menor eficiencia en aspectos de gestión y su relación con el cambio de hábitos, debieran servir como un conocimiento base del que nutrirnos.

*M.- Hombre, yo creo que algo..., se está haciendo.*

*H.- Ya, pero...*

*M.- Algo.*

*M.- Ya hay más cultura del reciclaje. O sea, hace diez años dime quién en casa separaba algo. Nadie.*

*H3.- No, eso es verdad.*

*M.- Y ahora sí que hasta el más pequeño sabe que las pilas, las medicinas, los cartones, el no sé qué... Tú vas por la calle y ya no ves a la gente tan fácilmente tirar las cosas a la calle...*

*H3.- Bueno, eso lo saben, pero habría que saber si lo hacen también.*

*M3.- Sí, sí, sí.*

G. de D. nº 1, pág. 18

Facilitar, evitar barreras, crear marcos de oportunidades, es algo constatado ya.

*M3.- Es..., es así y como eso pues habría muchas más, más cosas. En lugar de ponérmelo todo allí en el quinto pino, que la señora mayor que vaya con las bolsitas (risas), tiene que ir allí carretando y meterlo todo. Poner un poco más asequible a todo el mundo. Digo yo, no sé.*

*H.- Sí, sí, hay cosas que están muy..., por ejemplo, ir a echar las cosas a un punto limpio, mira a lo mejor donde te queda. En Coruña creo que hay uno o dos, si no me equivoco. Hay muy pocos.*

*M.- Sí, ahora en los pueblos también hay muchísima cultura de reciclaje que antes no había. Y, los muy remotos que tienen que desplazarse, a lo mejor llevar la basura en el coche para llevarla al contenedor, no como aquí en Coruña que estás acostumbrado a salir y tener el de cartón, el de vidrio, el de tal. Ahí hace poco teníamos que ir hasta la mitad del pueblo, y te hablo de Santa Cruz, para encontrar como separar la basura; cuando ya*

*te decían que era obligatorio y ya se tomaba, pues eso, muy en serio lo de reciclar.*

*H.- Pero tú mira eso relativamente, o sea: ¿cuánta gente no reciclaría si tuviera los medios más cerca? Hay mucha gente que no lo recicla porque a lo mejor pierde una cantidad de tiempo tremenda.*

*M.- Hombre, reciclar, tiempo no se pierde.*

G. de D. nº 1, pág. 19

En torno al tema-cultura del agua y los residuos se tejen todos los aspectos tratados en los diversos epígrafes: el papel de los gobiernos de diferente nivel en la gestión, la acción y omisión del conjunto de la gente, el antes y el ahora, lo local y lo más global... las posibles soluciones, la posibilidad de llevarlas a cabo o no...

*M.- Pues como sigamos así...*

*M.- Es que todavía no está concienciada la gente porque yo he ido de paseo hoy por un camino y había una cañería echando agua y no había allí nadie arreglándolo y lleva ya así tres días, o sea que no se conciencian de que hay que arreglarlo.*

*H.- Bueno, no...*

*M.- No, porque esa cañería la llevo yo viendo así tres días...*

*M.- ¡O en pleno verano regando a las 3 de la tarde! Regando todos los caminos...*

*M.- Yo pienso que debían enseñarnos a todos a ahorrar el agua.*

*M.- Sí, sí.*

*M.- Pero es que aquí como nunca nos había faltado no nos hemos dado cuenta,*

*H.- Es que de momento, la agricultura te pones a regar, porque mientras que no falte.*

*M.- Claro, mientras haya.*

G. de D. nº 3, pág. 4

Singular y muy significativo fue la relación entre la existencia y la libre disposición del recurso y el precio del mismo. La sorpresa de la hija de una participante nos remite a reflexionar sobre lo que damos por supuesto y se debería hacer ostensible. Tanto el grupo rural, como el de Madrid, sacaron a menudo

la importancia del coste económico, de cara a tener un comportamiento más sostenible que es paralelo al ahorro que conlleva<sup>21</sup>.

*M.- Pero es que como abrimos del grifo y sale, lo notaríamos si abriésemos el grifo y no saliera, entonces sería cuando nos mentalizaríamos.*

*M.- Pues fíjate hasta qué punto que, como os dije que os iba a contar una anécdota, que el otro día estaba yo mirando unos recibos y estaba mi hija al lado que tiene 15 años y no sé cómo salió el tema pero le dije pues ya ves tengo que pagar el agua tengo que pagar... y me dice: ¡pero mamá!, ¿el agua se paga? (M- ¿El agua se paga?) Le digo: ¡de toda la vida! (M- ¡Eso me ha preguntado a mí el otro día!), y se quedó con una cara, es que estos, son de abrir el grifito y luego cuando le dices: ¡que cuesta dinero! (M- ¡Cuesta caro!) es que cuesta dinero, cuesta todo, aquí, ¡hasta respirar!*

*M.- Esto es como el tabaco, quien se la pueda comprar...*

*H.- No es igual, el agua no es un vicio.*

*M.- Es igual, antes no se pagaba igual tampoco.*

G. de D. nº 3, pág. 17

## Algunas reflexiones, sugerencias, caminos

a recorrer...

Concluimos este artículo con algunas reflexiones surgidas a partir de los diferentes discursos analizados, entendiendo éstas como algo abierto que debiera ir asentándose con nuevas investigaciones, tanto de las representaciones existentes en torno al tema objeto de estudios en otros colectivos, como de los resultados de investigación y acción a partir de las diversas estrategias de comunicación que se llevan a cabo.

En los temas ambientales no se ha dado el salto a que se interiorice la interrelación de los problemas sociales, culturales, de salud y ambientales. Se sigue teniendo, en general, la imagen subconsciente del hombre como prioridad frente al medio. Conseguir esa representación compartida de la evolución de los temas y sus problemáticas y su relación con lo macro y lo micro de la organización sistémica, debiera ser uno de los objetivos de toda la comunicación ambiental. Reconstruir un imaginario que no llevase a minimizar la importancia de lo ambiental cuando se compara con otros temas económicos y sociales, es urgente.

Fundamental de cara a la estrategia de comunicación es el planteamiento de la no intención, por parte al menos, del ciudadano de a pie, del perjuicio.

21 Relación de éxito ya constatada en programas como "Hogares Verdes" y otros similares.

Es urgente aumentar la información sobre las pequeñas rutinas de cada día, en cada momento y contexto de acción, evitando proyectar una imagen de que todo es negativo. Importante incidir en refuerzos positivos. Con ejemplos concretos, como la costumbre tan generalizada de tener el coche encendido mientras se charla con alguien dentro o fuera del mismo, mientras se está esperando a alguien, etc.

Conviene tener en cuenta, por su significación, la relación entre las culturas ambientales más interiorizadas, la de residuos y agua, y el cambio climático. Por ejemplo, respecto al agua, se valora más cuando no se tiene, y se gestiona mejor; algo que falta identificar en cuanto al aire limpio, que cada vez se tiene menos y se debiera reaccionar contra ello. Por un lado se detecta la confianza en la adaptación ante circunstancias adversas, como algo normal y totalmente llevadero, como ellos implícitamente plantean al hablar de Almería y su gestión del agua ante la escasez del recurso. Por otro lado su discurso nos está hablando, trasladándolo al cambio climático, de lo necesario que sería “saber apreciar un aire limpio”, además de muchos otros temas, todos ellos, con especial incidencia en la salud.

Ellos mismos dan las pautas al evidenciar como obstáculos más cercanos a su persona, frente al cambio de hábitos, los valores dominantes, contradictorios o complementarios, en las actitudes, en los estilos de vida, en los aspectos que como sujetos nos identifican y son real y afectivamente importantes: el frenético ritmo de vida, como si fuera algo que nos domina, incluso en los pueblos, o la falta de información y comunicación, algo más fácil de afrontar, o lo más difícil de modificar como la comodidad, las adicciones. El símil con la adicción nos puede dar pistas sobre los procesos y condiciones para ir saliendo de ello. Considerar el conjunto de valores, los estilos de vida y los diversos ejes de construcción de identidad, es imprescindible de cara a una estrategia de comunicación y acción.

Otros obstáculos como la falta de información y comunicación son los que habría que atender más pronto que tarde. También es **urgente**, además de la concienciación, y la información, **una estrategia clara de gestión**, no sólo **de legislación**, que también, pero **especialmente de cumplimiento de la misma**.

Los discursos nos remiten implícitamente, y en varios momentos de modo explícito, a la importancia de la construcción social, a los actos que en cada momento cultural, en cada contexto espacio-temporal, otorgan estatus a las personas. Los cambios en este devenir son obvios, se van produciendo poco a poco hasta que en un momento dado todos somos conscientes de lo que ha cambiado. Antes daba estatus tener un cigarro en la boca y ahora es justo lo contrario; la presión social sobre esta práctica ha cambiado.

Sin buscarlo, los participantes ven ellos mismos, y nos indican latente-mente, lo que desde ámbitos más analíticos se ha planteado, aunque hoy por



hoy pueda verse como algo imposible. Si se trabaja en esa línea de modificación de estatus de los comportamientos agresivos para el medio ambiente y especialmente para la salud de los demás, en no mucho tiempo, y con no pocas reticencias (igual que con la ley del tabaco, y otros muchos ejemplos) y barreras, deberíamos llegar a una situación en la que respirar aire contaminado provocara lo mismo. Es decir, que en lugar de que ir por la ciudad con un potente automóvil, (todo terreno, etc.) dé estatus, provoque rechazo<sup>22</sup>. No sería tan difícil, si se trabaja de forma constante, claro está, y conscientes de que los grupos de presión harán contracampañas, llevar esta relación de salud<sup>23</sup> a temas ambientales que pueden parecer, todavía hoy, abstractos<sup>24</sup>, y que a nivel científico están claramente relacionados. La difusión de los mismos al conjunto de la población no tiene aún una estrategia de comunicación<sup>25</sup>. A este respecto es fundamental trabajar en todas las estrategias de comunicación una imagen que muestre las interrelaciones entre todos los ámbitos del desarrollo, donde cualquier ciudadano pueda percibir claramente e interiorizar cómo el desarrollo sostenible es inseparable del desarrollo social (si no hay desarrollo social, igual de género, edad... no hay desarrollo sostenible), del desarrollo económico (si hay personas que pasan hambre y no tienen lo básico para subsistir no puede haber desarrollo sostenible), del desarrollo cultural (todo el concepto de potencialidad del DHS del PNUD), del desarrollo político (si no hay libertad, si no hay democracia no puede haber desarrollo sostenible) y obviamente todo ello con un soporte claramente de conservación del planeta. Hay que profundizar mucho más en las interrelaciones de lo ambiental con la salud individual, con las hambrunas, los desplazamientos humanos, en definitiva con lo próximo, con lo que le importa en última instancia a la gente: vivir, tener salud, y que tus seres queridos no corran riesgos.

---

22 La última semana de mayo de 2008, en Madrid capital, un grupo de Ecologistas en Acción llevaron a cabo una protesta en este sentido, pitando a los conductores de vehículos de gamas altas que contaminan en exceso. Como estrategia de comunicación similar a la empleada desde hace años por Greenpeace, ocuparon, al igual que ellos, páginas de periódicos. Tendencias, pautas.

23 Si dicho así puede parecer excesivo, no olvidemos que, por ejemplo con el tabaco, se ha asumido legalmente el principio ético de que el derecho de uno acaba donde comienza el de los demás, y se ha antepuesto el derecho a la salud que todos tenemos. Las reivindicaciones del derecho a la libertad de los fumadores se ha concluido relegando a segundo plano el derecho individual a desarrollar comportamientos no saludables, y lo ha circunscrito a espacios privados o a espacios públicos acotados.

24 Aunque a los expertos en temas ambientales les parezca imposible que todavía haya población que no sea consciente de las relaciones.

25 Desde que el consenso científico vinculara claramente el tabaco a cánceres como el de pulmón o de próstata, hasta que su relación se ha comunicado a todos los niveles, la población y los poderes públicos no se han hecho eco de ella. Sólo entonces, y previa sensibilidad de los legisladores, la agenda política y legislativa de este país y de la comunidad internacional, lo ha tomado en consideración.

Hay que hacer visible lo que se está haciendo desde las administraciones públicas y desde las empresas para esto. No con un enfoque principal de comunicación-propaganda institucional o corporativa, sino con un enfoque de información, conocimiento, sensibilización, eficacia de los esfuerzos compartidos...

Se necesita mucho trabajo de sensibilización, en el sentido, en primer lugar, de hacer visibles con comportamientos concretos, las causas del aumento de emisiones, tanto a nivel de empresas, como de administraciones como de sociedad civil y de ciudadanos. A nivel abstracto y teórico parece estar más o menos claro, e incluso a nivel general de sistema global, pero hay un vacío al volcarlo a lo local, al verlo en aspectos concretos, próximos, entendibles y accesibles.

Los propios participantes sugieren la necesidad de que lo que se vaya consiguiendo se haga saber al conjunto de la población, buscando una estrategia ejemplarizante que incite a una mayor acción personal y empresarial. En definitiva crear, mantener y potenciar algo fundamental, la "confianza". Confianza en las instituciones, en el sistema, en que las acciones individuales sirven, en que todos, incluidas empresas como co-responsables en el problema, estamos trabajando conjuntamente por minimizar sus efectos. La importancia de la "confianza", a diferentes niveles, es un eje fundamental que en ciencias sociales está muy avanzado a nivel teórico y constatada su importancia práctica, en las teorías de capital social.

Fundamental para todo, y evidentemente para el tema que nos ocupa, es la primera socialización. Debemos considerar de cara a la comunicación y a las estrategias educativas, la importancia de la creación de rutinas sostenibles y saludables desde la infancia, pues aunque en la adolescencia se releguen a un segundo plano, generalmente se retoman, en muchos casos de forma inconsciente, en etapas posteriores de la vida.

## Breves propuestas para avanzar.

### Profundizar en el conocimiento y la acción...

No queremos concluir estas páginas sin plantear la necesidad de aumentar las investigaciones cualitativas, además de las cuantitativas, para conocer el imaginario, los discursos, los consensos y disensos, y las dificultades para la acción, de tres colectivos fundamentales: el ámbito empresarial; el ámbito político junto con los técnicos de las diferentes administraciones públicas que trabajan con ellos -más allá de los que tienen competencias en medio ambiente-; y todos los agentes del ámbito comunicativo, los creadores de opinión -periodistas, tertulianos... líderes de opinión-. Estos agentes sociales específicos, junto con un mayor conocimiento y segmentación de la sociedad civil, son fundamentales.

Por un lado lo que hagan va a ser lo visible que influya, directa e indirectamente, en la percepción de los ciudadanos y en el cambio de comportamiento real. Por otro lado son los que aparecen en la esfera pública, en las agendas de los medios de comunicación, incluso en las personales (blogs...) pues se hacen eco de ellas. Por lo tanto lo que digan y cómo lo digan contribuye a configurar el imaginario que los ciudadanos adquieren y transmiten. No podemos obviar tampoco que entre ellos se encuentran discursos más estructurados, y en no pocos casos detectados como negacionistas, si no del cambio climático tan claramente, sí de la urgencia e importancia del mismo, especialmente en referencia a otros que consideran más importantes.

Considera también necesario avanzar en el análisis de la comunicación existente (análisis de contenido) y de la recepción social de esos contenidos (análisis de recepción). Llegar a acuerdos (autocontrol o correulación) en el planteamiento e implementación de códigos de buenas prácticas con los agentes comunicadores, es algo que se debe abordar más pronto que tarde.

Paralelamente a conocer estos datos en torno a las representaciones sociales, se debería iniciar una reflexión conjunta que llevara a actuaciones concretas y eficaces en cuanto a estrategias de gestión y comunicación, incluyendo la evaluación de las mismas de cara a la mejora de su eficiencia.

## Referencias bibliográficas

- AGUILAR, S. y JORDAN, A. (2003): "Principio de precaución, políticas públicas y riesgo". En Revista *Política y Sociedad*, vol. 40, núm. 3, p. 61-79.
- ALONSO, L. E. (1998): *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- BAUMAN, Z. (2004): *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BAUMAN, Z. (2005): *Modernidad y ambivalencia*. Barcelona: Anthropos.
- BECK, U. (2002): *La sociedad de la información*. Madrid: Siglo XXI.
- BECK, U.; GIDDENS, A. y LASH, S. (1997): *Modernización reflexiva*. Madrid, Alianza.
- CASTELLS, M. (1997): *La era de la información. 2, El poder de la identidad*. Madrid, Alianza.
- CASTELLS, M. (2001): *La era de la información*. Madrid, Alianza.
- ELSTER, J. (2000): *Alquimias de la mente. Racionalidad y emociones*. Barcelona: Roure.
- ELSTER, J. (2001): *Sobre las pasiones. Emoción, adicción y conducta humana*. Barcelona: Paidós.
- INGLEHART, R. (2001): *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: CIS.
- LÓPEZ VÁZQUEZ, B. (2007): *Publicidad emocional. Estrategias creativas*. Madrid: ESIC.
- MEIRA CARTEA, P. (dir.) (2009): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española*. Madrid: Fundación MAPFRE.

