

125 MEDIDAS PARA
LA MITIGACIÓN
Y ADAPTACIÓN AL
CAMBIO CLIMÁTICO

ESTRATEGIA VALENCIANA
ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO
2008-2012



 **GENERALITAT VALENCIANA**
CONSELLERIA DE MEDI AMBIENT, AIGUA, URBSANISME I HABITADGE

PERCEPCIÓN SOCIAL DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA


UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Sumario

1. Contexto de la investigación

2. Objetivos

3. Finalidad

4. Metodología

5. Resultados

6. Conclusiones

1. Contexto del estudio



- Estrategia Valenciana ante el cambio climático

- Área de Actuación nº 5: Difusión y sensibilización.
Concienciación y cooperación ciudadana
11 medidas

- Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático

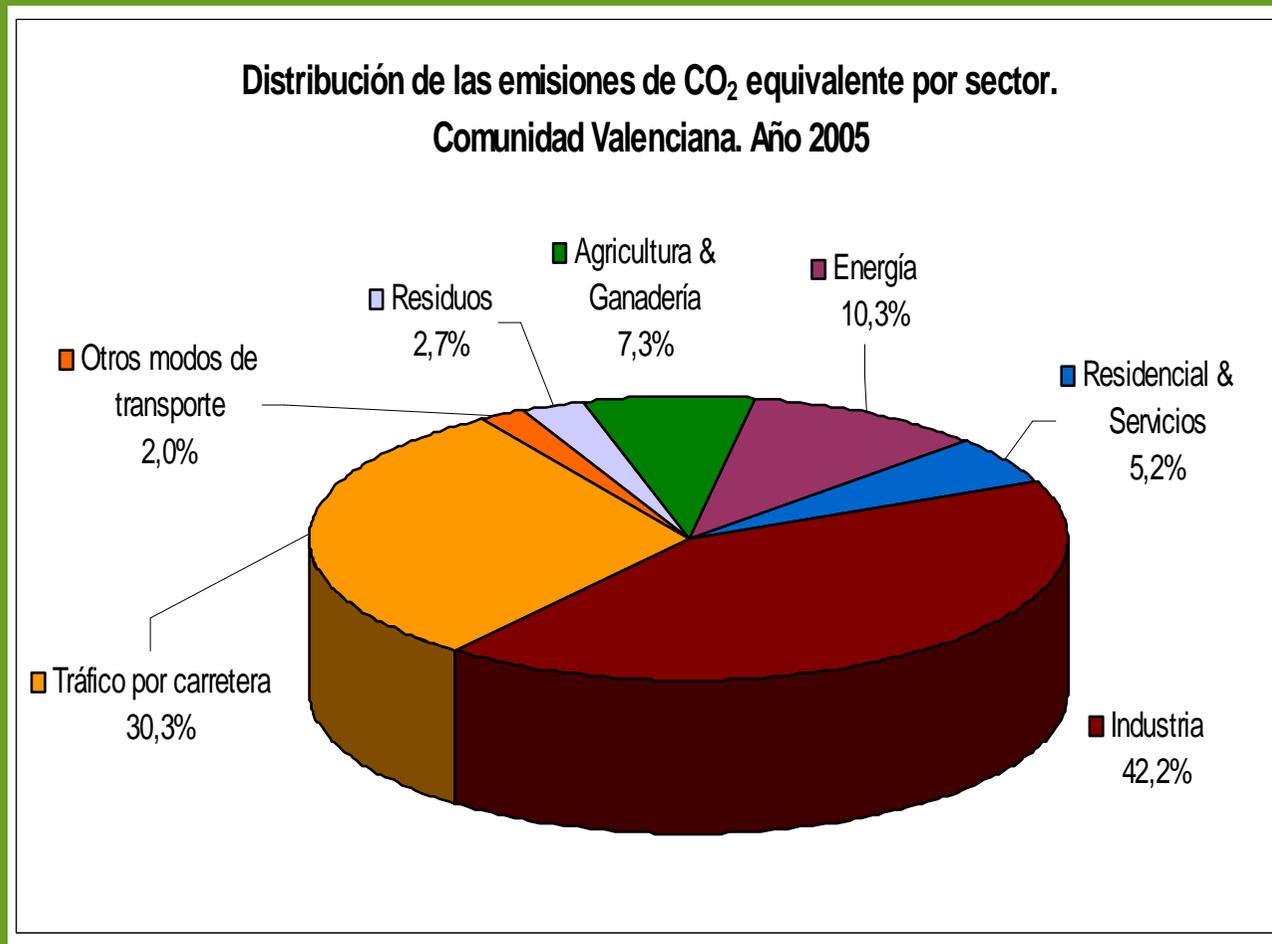
- Art. 6: Educación, formación y sensibilización del público

- Libro Blanco de la educación ambiental en España

- Instrumentos de EA: Investigación y evaluación

- Grupo de trabajo sobre comunicación y cambio climático

Sector residencial ha experimentado un crecimiento del 67% desde el año base
Tráfico por carretera : crecido un 105%



De las 125 medidas de la estrategia, 11 se destinan a actuaciones de concienciación, sensibilización ciudadana

Área	Número de medidas
1 Cooperación y coordinación institucional	9
2 Sectores Difusos	71
3 Sumideros	7
4 Captura y almacenamiento de CO ₂	2
5 Difusión y sensibilización: concienciación y cooperación ciudadana	11
6 Investigación, desarrollo e innovación tecnológica	7
7 Medidas horizontales	8
8 Medidas de adaptación	10

2. Objetivos

- Conocer para actuar, para informar y comunicar con mayor eficacia la necesidad de adoptar nuevas actitudes y comportamientos menos intensivos en CO₂. Partir de la elaboración social del fenómeno es condición necesaria para acertar.
- Aproximarnos a la construcción social del cambio climático. Conocer cómo el cambio climático –como fenómeno construido y percibido socialmente– es producto de distintas prácticas y narrativas culturales, tejidas a partir de percepciones, creencias y valores.
- Acercarnos a su articulación en el discurso para estudiar la manera en que el cambio climático se representa, ya que, esta representación condicionara las prácticas cotidianas.

2. Objetivos

- Cómo los valencianos perciben el cambio climático: cuáles son las representaciones globales de dicho fenómeno en la esfera de lo local y lo global.
- Estudiar las percepciones y creencias que atraviesan la construcción social del cambio climático y su concreción o no en las prácticas cotidianas.
- Trazar un mapa cognitivo que permita captar los elementos tangibles e intangibles (reales y simbólicos) que definen las categorías que atraviesan la edificación del cambio climático.
- Explorar de qué forma las transformaciones ambientales han condicionado o modificado las pautas y actitudes entre los habitantes de distintas zonas (distancia entre el plano real y el ideal) y la posible potencialidad de cambio de comportamiento que supone el cambio climático.
- Valorar cuáles son los agentes sociales implicados, cuáles las posibles medidas y políticas a implementar y cuál es (o debería ser) el papel de la sociedad frente a dicho fenómeno.

2. Objetivos

El análisis que presentamos habla de percepciones sociales, del modo en cómo la gente articula, vive y da sentido y significado al cambio climático producido por la acción humana a través de su experiencia.

Por tanto, se acerca a la construcción social del cambio climático como fenómeno social y nos aproxima a las distintas prácticas y comportamientos edificados a partir de creencias y valores en torno a este fenómeno.

El objeto final del estudio es ofrecer una aproximación general a las representaciones colectivas y a los elementos básicos que conforman las diferentes percepciones y expectativas sociales sobre el cambio climático.

3. Finalidad

- Disponer de una base sólida de conocimiento sociológico desde la que implementar políticas ante el cambio climático más eficaces, desde el conocimiento de cómo la población lo percibe y elabora.
- Este diagnóstico de las representaciones, percepciones y actitudes frente al cambio climático nos debe permitir diseñar una estrategia de comunicación eficaz, adecuada a la cultura existente respecto a este fenómeno.
 - ¿Qué comunicar?: Contenido de las informaciones/comunicaciones
 - ¿Cómo comunicar?: Modo de vehicular esos contenidos
 - ¿Cuándo...?
 - ¿Dónde...?
 - ¿A quien...?

4. Metodología

1ª. **Análisis del marco referencial:** revisión de estudios realizados sobre la percepción del medio ambiente y sobre la percepción del cambio climático.

2ª. **Fase cualitativa:**

Aproximación a la percepción, a partir de los discursos de los informantes de 6 Grupos de discusión, cuya composición refleja la población.

3ª. **Fase cuantitativa: Encuesta**

- **Universo :** población valenciana de 18 y más años.
- **Tamaño y distribución de la muestra:** 625 entrevistas, estratificadas por provincia/hábitat.
- **Error muestral:** $\pm 4 \%$, (nivel de confianza del 95,5% y $(p=q=50\%)$)

4. Metodología

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Localidad	Valencia	Valencia	Castellón	Castellón	Alicante	Alicante
Perfil informantes	Mujeres trabajadoras en casa	Estudiantes universitarios	Mujeres asalariadas	Jóvenes trabajadores sin estudios	Varones asalariados	Profesionales liberales
Nº informantes	8	8 4 m. 4 h.	8	8 4 m. 4 h.	9	8 4 m. 4 h.
Lugar de realización	Lab. Ciencias Sociales U.V.	Lab. Ciencias Sociales U.V.	Cámara Comercio	Cámara Comercio	Hotel NH CRISTAL	Hotel NH CRISTAL
Registro	Digital audio y DVD	Digital audio y DVD	Digital audio	Digital audio	Digital audio	Digital audio
Fecha y hora realización	15-10-2008 10.00 hrs	16-10-2008 12.00 hrs	22-10-2008 20.00 hrs	23-10-2008 20.00 hrs	29-10-2008 20.00 hrs	30-10-2008 20.00 hrs
Transcripción	20-10-2008	20-10-2008	27-10-2008	27-10-2008	03-11-2008	03-11-2008

4. Metodología

Ficha Técnica de la Encuesta

Ámbito	Comunidad Valenciana
Universo	Población de 18 y más años
Tamaño de la muestra	625 entrevistas
Afijación	Proporcional
Procedimiento de muestreo	Estratificado por provincia y tamaño de hábitat
Error muestral	nivel de confianza: 95'5% Hipótesis más desfavorable $P=q=0,5$ $\pm 4\%$
Fecha de realización	Noviembre 2008
Trabajo de campo	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)

5. Contenido del estudio

5.1. Informe cualitativo

5. Resultados fase cualitativa

1. Concepto Cambio Climático: Imprecisión
2. Conocimientos contradictorios: papel de los científicos
3. Pese a todo consenso: Hay Cambio Climático por la Acción Humana
4. Causas cambio climático
5. Raíces del problema: Crisis del sistema
6. Consecuencias
7. Principales agentes involucrados
8. Responsabilidad
- 9 Soluciones: normativas, formativas y técnicas
- 10 Soluciones individuales: medidas y obstáculos para su desarrollo
- 11 Falta de información

5.1. CONCEPTO CAMBIO CLIMÁTICO: IMPRECIACIÓN

En todos los grupos parece existir cierta unanimidad a la hora de hablar del cambio climático: **su enunciado se muestra impreciso**

La falta de concreción del término y la apreciación generalizada de no saber bien de que se está hablando, lleva a la **imposibilidad no sólo de situarlo en un plano concreto sino también de hablar del mismo** el CC es un término abstracto y vago.

Esta indefinición, crea **incertidumbre sobre el fenómeno**: *“yo he escuchado muchas cosas pero ninguna concreta” (G.2).*

Al ser difícil definirlo, al no tener referentes claros, su **compresión se muestra inalcanzable.**

5.1. CONCEPTO CAMBIO CLIMÁTICO: IMPRECIACIÓN

Además, si no se sabe qué es, no se puede hablar, en principio, ni de sus causas ni de sus consecuencias. Y lo que es más importante: no se pueden percibir ni los riesgos, ni la amenaza que supone.

El resultado de no tener claro o de no saber exactamente lleva a la exigencia tajante de: *“exigir un poco de claridad” (G.3)*.

La falta de información y la demanda de la misma se repite en todos los grupos.

5.2. CONOCIMIENTOS CONTRADICTORIOS: EL PAPEL DE LOS CIENTÍFICOS

La imprecisión a la hora de definir el cambio climático se acompaña de un segundo problema: la existencia de discursos científicos opuestos.

Estas contradicciones complican más si cabe su conceptualización:

- La falta de consenso científico hace que el tema se perciba con escepticismo. Si la ciencia es fuente de verdad y su discurso legitima numerosas prácticas, el que se muestre dubitativa y dividida hace cuestionar que el CC sea un fenómeno que se esté realmente produciendo.

5.2. CONOCIMIENTOS CONTRADICTORIOS: EL PAPEL DE LOS CIENTÍFICOS

Ahora bien, la existencia de discursos científicos encontrados es leída de dos formas diferentes:

- Se subraya los intereses que pueden haber detrás de ciertos datos o estudios.
- Se hace la lectura de que la complejidad del fenómeno impide a la comunidad científica saber con claridad qué está pasando.

Es interesante señalar que las contradicciones percibidas en el campo de lo científico son especialmente importantes:

- La ciencia se construye como 'verdad' y si la misma no se pronuncia de forma clara surgen dudas 'razonables'. No ocurre lo mismo con otro tipo de discursos, sobre todo, los que provienen del ámbito político. En estos casos, la apreciación de que los discursos están mediados por intereses económicos descalifica de forma directa sus argumentaciones.

5.4. PESE A TODO CONSENSO: HAY CAMBIO CLIMÁTICO POR LA ACCIÓN HUMANA

Pese a los dos problemas señalados -inconsistencia y contradicción en los discursos científicos-, existe un cierto consenso en reconocer que el CC motivado por la acción humana existe, o al menos, parece existir.

En gran medida, estas afirmaciones se sustentan en la idea clara de que la intervención del ser humano sobre el medio es cada vez mayor y con claras repercusiones negativas. La percepción generalizada de que el medio ambiente es un problema grave, que hay que resolver, permite:

- Dar veracidad al cambio climático por la acción humana
- Ubicarlo como problemático

En todos los grupos, se produce el mismo mecanismo: **hablar de CC es hablar de medio ambiente:**

- Si en el CC no hay consenso ni ideas claras, en lo referente al medio ambiente encontramos consenso y afirmaciones compartidas: el CC aparece como una manifestación más del deterioro medio ambiental, lo que facilita poder analizarlo.

5.4. PESE A TODO CONSENSO: HAY CAMBIO CLIMÁTICO POR LA ACCIÓN HUMANA

Si bien esta contextualización, su ubicación en la problemática medio ambiental, permite reconocerlo como problema y dejar de lado las inconsistencias, también dificulta el análisis del CC:

- porque diluye sus causas y consecuencias
- porque las medidas para atajarlo se engloban en buenas prácticas medio ambientales "genéricas" (p.e. el reciclaje).

5.5. CAUSAS CAMBIO CLIMÁTICO

La propia imprecisión del concepto y su desviación hacia el medio ambiente, en general, hace difícil poder señalar las causas del mismo.

El desconocimiento, “[lo que] no está tan claro es a qué se debe”, hace que los informantes no sepan, en muchos casos, situar sus causas. Entre estas se apuntan las que tienen que ver con la degradación medio ambiental en conjunto. Así, hacen una **lectura holista**, acompañada, como veremos, de una crítica a todo el sistema:

La enumeración de problemas ecológicos globales y locales es común en todos los grupos –contaminación generalizada, destrucción bosques, consumo irracional de recursos...–

5.5. CAUSAS CAMBIO CLIMÁTICO

En todos los grupos, la 'construcción', masiva y desordenada, se percibe como uno de los problemas medio ambientales más acuciantes en la Comunidad Valenciana.

Se sitúa como la agresión más directa al medio y se relaciona de forma directa, con el cambio climático.

Pero, quizás, la contaminación es el referente más claro tanto para el deterioro medio ambiental como para el cambio climático:

La contaminación asociada a las industrias es, en el imaginario social, la figura más contundente.

5.5. CAUSAS CAMBIO CLIMÁTICO

Los efectos de la contaminación -emisión de gases y el CO₂- se unen directamente con el deterioro de la capa de ozono y la capa de ozono con el cambio climático.

Junto con el deterioro de la capa de ozono, como causa del cambio climático, se sitúa el efecto invernadero.

5.5. CAUSAS CAMBIO CLIMÁTICO

En menor medida –en 2 grupos– aparece el metano, relacionado con los sistemas intensivos de ganado vacuno y el modelo energético, aunque de forma difuminada.

Dibujan un mapa difuminado sobre las causas del CC, sin saber a 'ciencia cierta' qué es realmente lo que acelera los procesos de cambio.

En todos los grupos, se reconoce que la raíz del problema está en el fracaso de nuestro modelo socioeconómico –pautas de consumo, estilos de vida, etcétera–

5.6. RAICES DEL PROBLEMA: CRISIS DEL SISTEMA

Denominador común: el actual sistema en el que vivimos, entendido como un todo, es el que fracasa.

De ahí, que surja la necesidad de replantarnos el modelo.

Se reconoce que el consumo desmedido es el mayor responsable de los problemas medio ambientales y, por ende, del CC.

La ideología del consumo y el derroche de recursos –*“la sociedad, ahora mismo, estamos sobreconsumiendo, estamos gastando más de lo que nos hace falta”* –*“* Se ven como los principales responsables de la degradación ecológica.

5.6. RAICES DEL PROBLEMA: CRISIS DEL SISTEMA

Del mismo modo que se considera que nuestro sistema político-económico nos lleva a la crisis medio ambiental por un consumo desmedido, la otra cara de este modelo se concreta en los valores: *"tanto tienes, tanto vales, tienes que tener un nivel de vida alto o no vales nada"* (G.3).

En todos los grupos se repite el mismo análisis, asistimos a una crisis de valores porque se han perdido los principios: *"la gente no tiene principios como se tenían antes"* (G.2).

Se muestra como evidente que la crisis ecológica lleva pareja una crisis de valores.

Además, la importancia que adquiere en el discurso la crisis de valores es significativa en cuanto que se asocia que los cambios que se requieren son complicados de llevarse a cabo puesto *"que es difícil porque la gente no tiene principios..."* (G.2).

5.6. RAICES DEL PROBLEMA: CRISIS DEL SISTEMA

De forma contundente, aparece, al cuestionar el modelo y relacionarlo con la pérdida de valores, la crisis de la idea de desarrollo.

El desarrollo que hoy tenemos *"no es un verdadero progreso"* (G.2).

En definitiva, se señala que el telón de fondo de todos los problemas ambientales se encuentra en nuestro estilo de vida y en los valores asociados al mismo.

De ahí, que se perciba la necesidad de un cambio urgente.

5.7. CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Si las causas del CC parecen desdibujarse, las consecuencias se establecen de manera más clara: Las consecuencias derivadas de la experiencia o de lo que se vive como experiencia son más fáciles de definir y expresar.

En este sentido, se comparte que los efectos del CC ya se pueden ver o sentir: *“es que es eso... el verano que acabe tan tarde...cuando antes ya... se va notando y cada vez más... yo creo que sí” (G.4).*

Las variaciones meteorológicas, los cambios bruscos del tiempo, se experimentan como ‘anormales’.

Y, precisamente, es esta construcción del tiempo como ‘anomalía’ lo que se percibe con más claridad.

5.7. CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Entre las transformaciones consideradas anormales se enumeran:

- Pérdida de estaciones
- Aumento y cambios de la temperatura
- Irregularidad en las precipitaciones

Y dichos cambios se basan en la experiencia vivida y en la memoria. Recordar que hablamos de percepciones, de cómo la gente otorga y da sentido y significado a la experiencia.

- En primer lugar, destaca la sensación de pérdida de las estaciones del año. Existe un consenso en reconocer que de las cuatro estaciones tradicionales hemos pasado a tener dos: *“pasamos de verano a invierno”*.

La variación de las estaciones es una de las imágenes más consensuadas y una de las consecuencias más visibles.

5.7. CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

- Destaca la percepción de que existen cambios bruscos de temperatura. Junto a esta variabilidad también existe la percepción de que ha habido un **aumento general de las temperaturas**: *"la temperatura, ¡si que ha subido la temperatura!" (G.1)*. Del mismo modo, las afirmaciones se sustentan en la experiencia acumulada, en lo vivido.
- Aparecen las variaciones en las precipitaciones. En este caso, se interpreta que hay un claro desequilibrio en el régimen de lluvias:
 - Bien porque las lluvias son más intensas, lo que conllevaría inundaciones y agresión al medio
 - o bien porque se ha pasado a un clima donde se alternan, de forma dicotómica, los periodos de sequía con los de lluvia torrencial.

5.7. CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Por otro lado, estas transformaciones meteorológicas aparecen relacionadas con lo que se construye como cambios climáticos globales:

Los tsunamis, ciclones e inundaciones han pasado de considerarse fenómenos puntuales y aislados, a ser percibidos ahora como fenómenos 'normales'.

De todas las representaciones, la imagen más clara de todos estos cambios la encontramos personificada en el deshielo de los polos:

*"[que] la temperatura aumente está ahí,
porque se ve que los polos se están
descongelando diariamente" (G.2).*

El deshielo y la consiguiente **subida del nivel del mar** se asumen como dos consecuencias evidentes del cambio climático por la acción humana.

5.7. CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Por último, hablan de las consecuencias indirectas de estos fenómenos que se concretan en la aparición de problemas de salud.

La relación entre la salud y CC, o de la salud y el medio ambiente, aparece en todos los grupos.

La construcción es sencilla:

si asistimos a desequilibrios medio ambientales (climáticos) estamos introduciendo anomalías en el medio y si el medio condiciona la salud, se da entrada a la enfermedad. Y la enfermedad representa, por excelencia, los desórdenes.

5.7. CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Entre las enfermedades que se relacionan con el CC destacan, fundamentalmente, dos:

Alergias: Su aumento y los problemas respiratorios derivados se conecta con las causas y consecuencias del fenómeno y se percibe con un problema del presente.

Cáncer: con todas las connotaciones sociales que tiene, sintetiza esa percepción de un riesgo real que se traduce en miedo: *"es que poco a poco llegará cuando... poco a poco, la frase es muy fuerte pero nos están matando"* (G.1).

El desorden climático, que lleva parejo la alteración del medio, se traduce en enfermedad. Y el cáncer, quizás represente, con contundencia ese desequilibrio.

5.8. PRINCIPALES AGENTES INVOLUCRADOS

Cuando se trata de señalar a los principales agentes causantes del CC en todos los grupos se produce el mismo esquema discursivo:

1. Se considera que las **industrias/empresas** son las que generan mayor impacto y las multinacionales se perciben como las más perjudiciales, tanto por su capacidad de contaminar como por su poder en el ámbito económico-político.
2. Una vez establecido un consenso alrededor de las industrias como principales agentes nocivos, aparecen las **administraciones públicas**. En este caso la culpa se establece a partir de dos motivos:
 - Son **culpables de condescender** en prácticas antiecológicas. Y, esta tolerancia, es vinculada con intereses políticos y económicos
 - Por no asumir la responsabilidad que les corresponde como gestores, por su **dejación de funciones**. En este sentido, al no desplegar políticas que eviten/minimicen el CC se sitúan como culpables del fenómeno.

5.8. PRINCIPALES AGENTES INVOLUCRADOS

Las culpas pasan a ser entendidas como un todo: *“en parte culpa de nosotros y culpa de la sociedad y culpa de las empresas y culpa un poquito de todo” (G.2)*. **Toda la sociedad es culpable de la situación.**

Esta culpabilización se articula, asimismo, de dos formas:

1. De una parte, todos somos culpables por las prácticas irresponsables que llevamos a cabo en el día a día.
2. De otra, toda la sociedad es culpable:

- porque tolera y consiente que las industrias sigan contaminando al comprar sus productos.
- porque no presiona a las instituciones políticas para que actúen frente a las prácticas antiecológicas.

En suma, porque se participa en algún grado, al no tomar medidas de presión frente a las empresas y el ámbito político.

5.9. RESPONSABILIDAD EN EL CAMBIO CLIMÁTICO

A la hora de otorgar las responsabilidades, en todos los grupos, encontramos, como en las culpas, una jerarquía y un consenso generalizado en torno a las mismas: *"hay unos más responsables que otros"* (G.6).

Observamos que hay un orden muy claro:

"jo crec que el que mes responsabilitat té es el que mes poder té" (G.3).

La responsabilidad se asigna en función de la posición que se ocupa, siendo ésta proporcional a la ubicación en una escala que se percibe de arriba abajo: *"yo pienso que los de arriba, para mi el gobierno"* (G.3).

En este sentido, se considera que mientras *'los de arriba'* no tomen cartas en el asunto será poco probable que cambien las cosas: *"tienen que ser los de arriba"* (G.2).

5.9. RESPONSABILIDAD EN EL CAMBIO CLIMÁTICO

La mayor responsabilidad recae en los **políticos** que son los que tienen poder.

"los responsables somos todos los habitantes del planeta pero la mayor responsabilidad es de aquel que controla los recursos..." (G.5).

Si los gobiernos –estatales, autonómicos y municipales– no adoptan las medidas necesarias, se ve imposible cambiar las cosas:

"abans estava diguent que mosatros podem fer coses però també n'hi han coses que se mos escapen de les mans, perquè son les grans empreses, els governs, els que s'estan passant i mosatros ahí sí que no podem entrar" (G.2).

Son ellos los que deben actuar frente a los que más contaminan...

"no es lo mismo el dueño de la papelera que está contaminando el río, que la señora de turno que no tira recicla las basuras" (G.6)

...porque son los que tienen capacidad para legislar.

5.9. RESPONSABILIDAD EN EL CAMBIO CLIMÁTICO

El problema de dejar la responsabilidad en manos de los políticos es que estos se perciben “contaminados” por los propios intereses económicos:

“pero el problema es de ellos (referido a los políticos) y quizá por las empresas que también... supongo que es el dinero que todo lo mueve, por la economía, por los intereses” (G.3).

Así, se entiende que en la agenda política *“l'ecologia queda en l'ultim plà...” (G.2).*

El CC se construye como un problema global, por tanto, es necesario que haya un consenso para la acción entre los distintos países.

El problema de la responsabilidad global es que se ve como ineficiente, o bien porque los compromisos no se adoptan o bien porque se buscan distintas estrategias para incumplirlos. Así, se constata una notoriedad del protocolo de Kioto, pero él mismo se percibe como insuficiente y, más hoy en día, que la crisis lo sitúa en un segundo plano.

5.9. RESPONSABILIDAD EN EL CAMBIO CLIMÁTICO

Por último, del mismo modo que hay un reconocimiento unánime de que todos somos culpables, la responsabilidad también se asume que es de todos. Así se reconoce que *"sociedad-administración, es un binomio..."* (G.2).

En definitiva, como sintetizaba un informante, los grupos consideran:

*"los dos problemas que hay en el medio ambiente son:
demasiada gente queriendo ganar dinero, mucho interés económico
y, sobre todo, la falta de concienciación individual y personal de cada uno"* (G.4).

5.10. SOLUCIONES: NORMATIVAS, FORMATIVAS Y TÉCNICAS

La complejidad del fenómeno y la implicación en el mismo de múltiples agentes hace que las soluciones se perciban como dificultosas.

Respecto las posibles medidas a tomar se considera que generarán costes y que implicarán cambiar hábitos:

“es que tenim que calfar-nos el cap per a buscar solucions que siguem menys traumàtiques per a tots i que siguem menys cares...” (G.3).

Pese a ello, encontramos un consenso generalizado en que las soluciones para frenar el CC se deberían articular a través de tres pilares:

- Normativo
- Educativo
- Tecnológico

5.10. SOLUCIONES: NORMATIVAS, FORMATIVAS Y TÉCNICAS

La responsabilidad asignada a los políticos se concreta en la demanda urgente de una legislación que impida las prácticas antiecológicas:

“la base principal es el gobierno que tiene que poner unas leyes y unas normas y evitar que eso pase” (G.3).

La exigencia va más allá de regular, se pide que esas normativas sean efectivas y se cumplan. De ahí que se demande no sólo la regulación sino también un control efectivo por parte de las instituciones.

El principio de que *'quien contamine pague'* se asume como el más necesario y eficaz:

“Responsabilidad, en el sentido, de que quien la haga que la pague” (G.6).

Se considera que las multas deberían ser ejemplarizantes y deberían funcionar como un sistema de contención, igual que sucede en otros ámbitos.

5.10. SOLUCIONES: NORMATIVAS, FORMATIVAS Y TÉCNICAS

Del mismo modo, se considera que se tendría que forzar a las empresas a través de sistemas no sólo de castigo sino también de premio para reforzar las buenas prácticas.

Los impuestos y las ayudas/subvenciones se ven como instrumentos necesarios para implementar políticas medio ambientales.

5.10. SOLUCIONES: NORMATIVAS, FORMATIVAS Y TÉCNICAS

5.10.2 Soluciones educativas/concienciación

En todos los grupos se apunta que existe una falta clara de concienciación.

Esta carencia se establece como una de las causas principales a la hora de no tomar partido en el problema.

Consideran fundamental dar a conocer el problema y proponer soluciones al mismo.

La educación de los más pequeños se construye como una solución y un campo de intervención fundamental, como un eje básico:

“se tendrá que mentalizar en las generaciones que tienen que venir” (G.1).

Insisten en que ellos ya han adoptado pautas insostenibles por el modelo de socialización aprendido y que deben ser los más pequeños sobre los que se empieza a trabajar, en una estrategia discursiva peligrosa al desplazar al futuro las responsabilidades del presente.

5.10. SOLUCIONES: NORMATIVAS, FORMATIVAS Y TÉCNICAS

5.10.3 Soluciones Técnicas

Las soluciones tecnológicas se dibujan como una esperanza hacia la adaptación a sistemas más sostenibles.

La fe en el progreso parece seguir funcionando como una solución desplazada, de nuevo, al futuro, aunque se reconoce que los cambios tecnológicos deberán ir acompañados por transformaciones en nuestro sistema de vida.

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Cuando hablan de llevar a cabo medidas que eviten el CC, hacen referencia, en todos los grupos, a buenas prácticas ecológicas generales.

Esto parece debido, en gran medida, a la falta de concreción de las causas y consecuencias del cambio climático y al deslizamiento en el discurso hacia los problemas medio ambientales.

Así, se reconoce de forma explícita que **no se sabe bien como actuar:**

“si reciclamos e intentamos reciclar... ¿Qué más se puede hacer? Porque yo reciclo pero más... pues no sé.... ¿Qué se puede hacer más para evitar ciertas cosas? (...) pues si a lo mejor tuviéramos más información de todas estas cosas pues... porque a mí no me cuesta nada hacer una cosa u otra...” (G.3).

Al reconocerse el cambio climático como un problema complejo y del que se tiene poca información les es difícil hablar de medidas para paliar sus efectos.

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Cuando se enumeran las posibles prácticas aparece, en primer lugar, la reducción del consumo.

Del mismo modo que los informantes asignan al modelo de 'sociedad consumista' la principal responsabilidad del CC, aparece, disminuida, la necesidad consumir menos.

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Pero, si hablamos de medidas concretas, la 1ª, y la más repetida en todos los grupos, es el reciclaje.

Pese a que ninguno de los grupos señala la relación entre el reciclaje y CC, dicha práctica es la más señalada.

En 2º lugar, aparece tanto el ahorro energético como el consumo moderado de agua. En general, la utilización racional de los recursos, en el consumo doméstico, se ve como fundamental.

En 3º lugar, aparece la discusión sobre la utilización del vehículo particular.

pese a que existe cierta unanimidad en que se debería utilizar menos, aparece una clara resistencia a dejar de hacerlo. En esta resistencia se culpa de forma directa a la administración por no ofrecer modelos alternativos de transporte

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Los obstáculos que se señalan son:

- Falta de conciencia respecto al problema lo que impediría la acción.
- 'Comodidad', ya que se presupone que cualquier medida que se lleve a cabo implicará un coste personal. En este sentido, se reconoce que

"hay algo ahí. Lo que pasa es lo que decimos: miramos a otro lado y no pasa nada" (G.4).

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Pese al **consenso general** en torno a la necesidad de asumir socialmente la responsabilidad, el papel del ciudadano se ve condicionado por distintos problemas.

Entre los motivos que se señalan para no asumir prácticas cotidianas es que se ven, en muchos casos, como carentes de sentido:

“lo poco que nosotros podamos hacer, no es nada” (G.4).

La lógica aplicada es clara si los mayores culpables (las empresas) y los mayores responsables (la administración) no toman medidas, las acciones cotidianas pierden sentido.

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Respecto a la administración los informantes se muestran, especialmente, reivindicativos.

- Por una parte, muchas de sus acciones se ven desarmadas por la propia administración lo que provoca desencanto y desánimo ya que no visibilizan las consecuencias de sus actos:

"...necesitamos ver como revierten los esfuerzos, los pequeños o grandes que hagamos, en cuestiones palpables. Si yo reciclo quiero saber donde termina y que se vea o se materialice en algo mi esfuerzo" (G.6).

- Por otra parte, se conciben contradictorias/incoherentes las políticas de la administración.

Por ejemplo, se pide una reducción del transporte individual pero se organiza un circuito de carreras urbano o se demanda menos consumo energético mientras los poderes públicos la derrochan. Este tipo de contradicciones, que aparecen reflejadas en todos los grupos, deslegitiman las posibles medidas a implementar.

3.11 SOLUCIONES INDIVIDUALES: MEDIDAS COTIDIANAS Y OBSTÁCULOS PARA LLEVARLAS A CABO

Otras dificultades:

- Al situarse el cambio climático como un problema global, el impacto de las acciones que se adopten se percibe que se diluyen y poco contribuyen. De ahí la importancia que adquiere que los informantes vean como ineficientes las políticas y los acuerdos internacionales.
- Junto con la ubicación espacial (la globalidad del problema) el eje temporal se sitúa también como un problema a añadir: *“Pues a lo mejor ahora no nos damos cuenta, pero a la larga si que nos va afectar. Ahora a lo mejor no lo notas pero dentro de un tiempo lo vamos a notar” (G.4).*

Las consecuencias se construyen como un problema de cara al futuro y esta percepción condiciona la decisión de asumir prácticas sostenibles en el presente.

En suma, pese a que se señalan medidas para llevar a cabo en el día a día se reconocen muchos problemas que impiden que la mayoría cambien sus prácticas. Y entre ellos la **falta de información se convierte en un escollo importante**

3.12 INFORMACIÓN: FALTA DE LA MISMA

La preocupación generalizada por los impactos sobre el medio ambiente y sus consecuencias sobre el clima parece no corresponderse con una información que permita tomar cartas en el asunto.

La idea la vemos sintetizada en esta expresión:

“Pero a la sensibilización que hay le falta canalización” (G.6).

En todos los grupos existe un consenso generalizado sobre esta carencia.

No disponer de información suficiente es percibido como un **problema de ocultación**. Así, la falta de información y su posible ocultación llega a interpretarse como una voluntad por no dar a conocer el problema por los posibles intereses generados.

Se reconoce que *“encontrar información objetiva es muy difícil” (G.2)*, no deja de ser significativo que se afirme que hay una estrategia para ocultar la problemática.

3.12 INFORMACIÓN: FALTA DE LA MISMA

En todos los grupos, hay una petición generalizada hacia la administración de contar con información clara y precisa sobre el CC:

“decir la verdad, porque no sabemos lo que nos vamos a encontrar, sólo sabemos que va mal, que va mal” (G.4).

Dicha petición la concretan en campañas que ayuden a conocer el problema para poder tomar partido en el mismo.

Sin conocer es difícil actuar. al no existir una comunicación efectiva y al no contar con información precisa sobre las posibles prácticas para mitigar el CC, se ve como imposible poder intervenir.

3.12 INFORMACIÓN: FALTA DE LA MISMA

Se culpa a la administración de **pasividad**: *"tienes que enterarte por tu cuenta pero no hay una campaña buena"* (G.6), entendiéndose que **no responde a las expectativas sociales** cuando, en realidad, la información no puede nunca ser dañina.

La información es vista en todos los grupos como fundamental:

"lo principal: información" (G.4).

Así, para poder llegar a cambios reales en los comportamientos que lleven de la preocupación a la acción: *"necesitamos mucha información"* (G.3).

Sin información y sin políticas que promuevan prácticas sostenibles se ve como difícil que haya una transformación en los valores.

6. Conclusiones

1. El cambio climático: Es percibido como un problema **IMPORTANTE Y GRAVE**
2. Existen dificultades para identificar el problema: **DESCONOCIMIENTO**
3. Los mensajes contradictorios/incoherencia provocan: **DESCONFIANZA**
4. El desconocimiento sobre el fenómeno lleva a la **DIFICULTAD DE SITUAR SUS CAUSAS Y CONSECUENCIAS**
 - 4.1 Causas difuminadas: la actividad humana
 - 4.2 Consecuencias difuminadas: impactos medio ambientales
5. La **DESINFORMACIÓN**, principal obstáculo para tomar decisiones
Es difícil actuar porque **NO SE SABE QUÉ HACER**

6. Conclusiones

6. La construcción social del cambio climático como un **PROBLEMA GLOBAL** y un **PROBLEMA FUTURO** dificulta la toma de iniciativas al desplazarse el problema espacial y temporalmente.
7. Las **SOLUCIONES** propuestas para el problema se resumen en tres: **NORMATIVAS, FORMATIVAS Y TÉCNICAS**
8. Existe una **DEMANDA/EXIGENCIA A LA ADMINISTRACIÓN DE INFORMACIÓN CLARA Y PRECISA**, sobre las causas, consecuencias y medidas a desarrollar.

6. Conclusiones

De la información extraída lo más positivo es que en todos los grupos existe **unanimidad** al reconocer la **necesidad** de poner en marcha **acciones y cambios** en las actitudes y comportamientos.

Todos son conscientes de la situación actual y la responsabilidad que ello implica:

“tenim la sensació de que algo ha de canviar de que algo estem fent malament” (G.3)

porque, en sus palabras,

“es como una bola de nieve que se tendrá que deshacer porque esto no lo vamos a poder soportar ni a nivel económico, ni ecológico ni a ningún nivel” (G.1).

6. Conclusiones

Conocer los valores y percepciones que atraviesan la construcción social del CC es fundamental para poder trazar estrategias de comunicación eficaces.

En este sentido, la finalidad de esta investigación era hacer una aproximación a la percepción del cambio climático (conocer) para luego poder intervenir.

El contar con un primer diagnóstico sobre la cultura medioambiental de los valencianos, en general, y del CC, en particular, debería permitir desarrollar estrategias políticas eficaces de respuesta al CC.

6. Conclusiones

En los resultados que hemos presentado se hace evidente que existe una **falta de información y una demanda de la misma** a las aa.pp. sobre el cambio climático de origen antrópico.

Pese a que la mayoría de los valencianos están de acuerdo en reconocer que **es un problema grave y que hay que solucionar**, la mayoría también declara que **desconoce qué es y qué hacer** para mitigar los impactos.

Por ello, desde nuestro punto de vista la estrategia comunicativa de la DG para el Cambio Climático debería ir encaminada, como objetivo prioritario, a **ofrecer una información clara y sencilla** a colectivos estratégicos.

6. Conclusiones

La información debería:

- Ofrecer de forma sintética qué es el CC por la acción humana
- Explicar las causas que provocan el CC de origen antrópico
- Explicitar las consecuencias del CC a corto, medio y largo plazo
- Presentar los posibles impactos locales y globales del cambio climático
- Dar a conocer su potencial peligro y la necesidad de tomar medidas inaplazables
- Proporcionar una guía de buenas prácticas para implementar en la práctica cotidiana
- Identificar las responsabilidades tanto colectivas como individuales

6. Conclusiones

La finalidad de la estrategia comunicativa debe encauzarse hacia la consecución de tres objetivos básicos articulados:

- conocimiento
- compromiso
- acción

Se trataría de conseguir:

- que la población asuma comportamientos y estilos de vida
- que impulse, participe y demande políticas alternativas que permitan actuar de manera conjunta para frenar el CC inducido por la acción humana.

Pero es evidente que **sino existe un conocimiento del problema**, de sus causas y consecuencias, es imposible actuar.

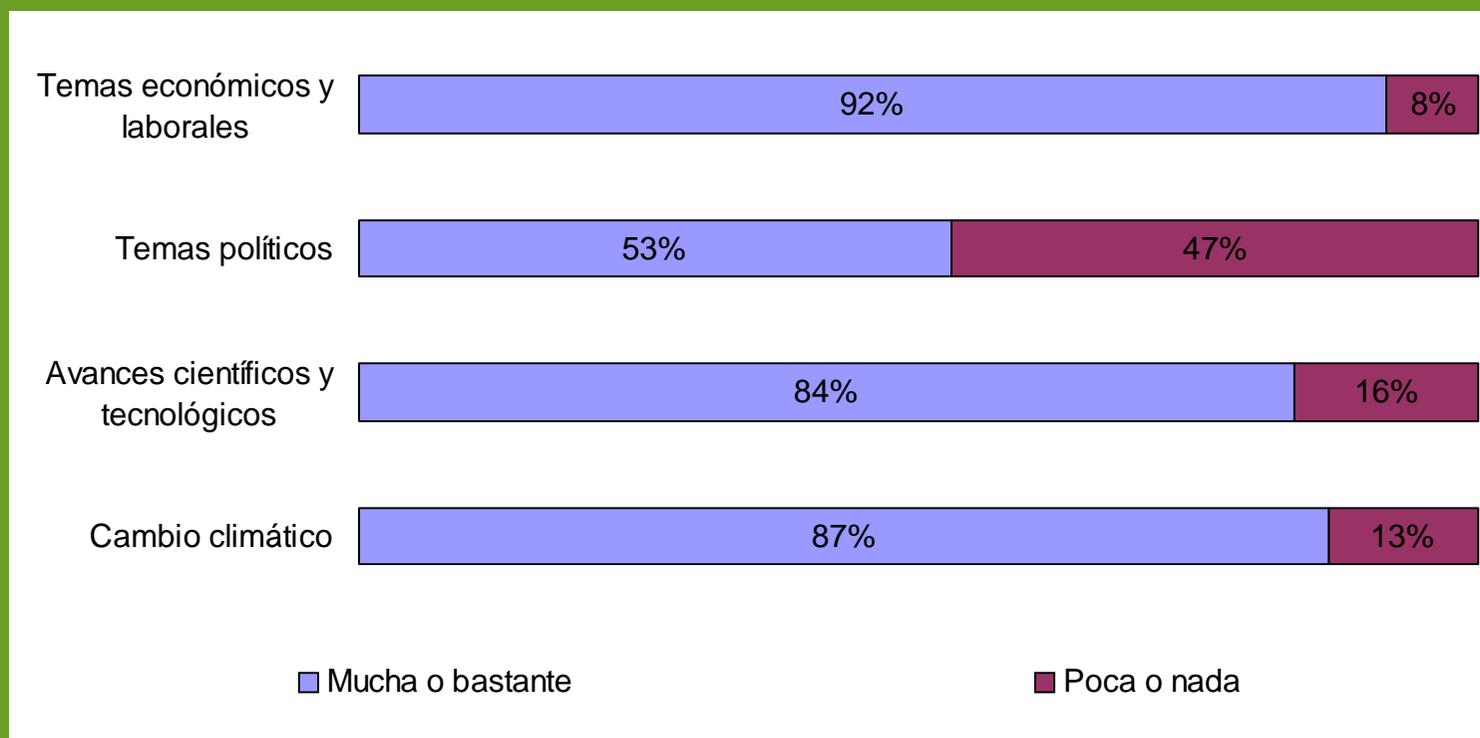
Esa imposibilidad de llevar acciones a la práctica viene determinada, de nuevo, por el desconocimiento de medidas paliativas que se pueden llevar a cabo en las prácticas cotidianas.

5. Contenido del estudio

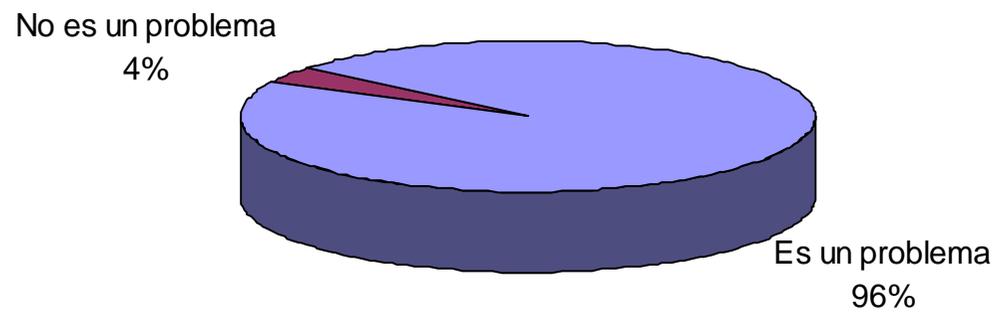
5.2. Informe cuantitativo

1. El cambio climático como un problema
2. Fuentes de acceso a la información
3. Potencial de amenaza
4. Papel de los poderes públicos
5. Papel de los ciudadanos
6. Falta de información

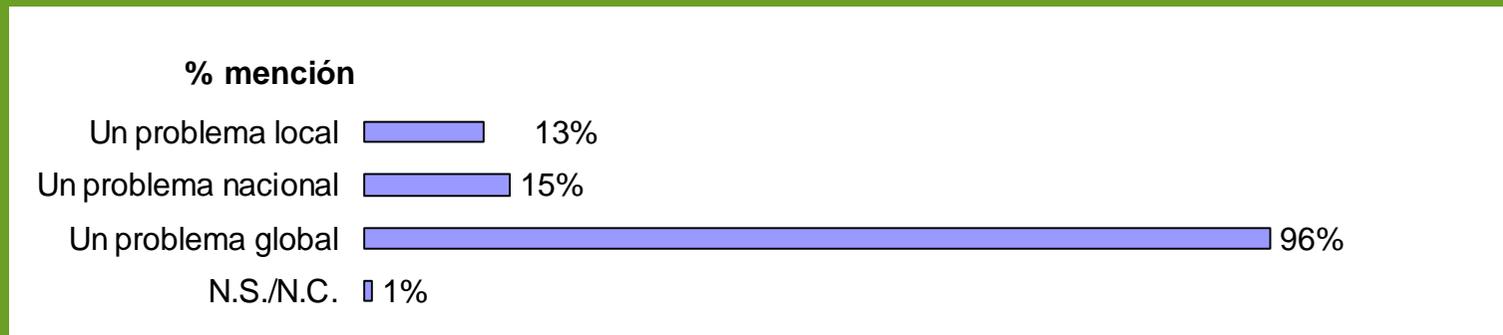
La mayoría de los consultados atribuye una gran importancia al cambio climático. En relación con otros temas de actualidad, la percepción de la importancia del cambio climático sólo es superada por los temas económicos y laborales



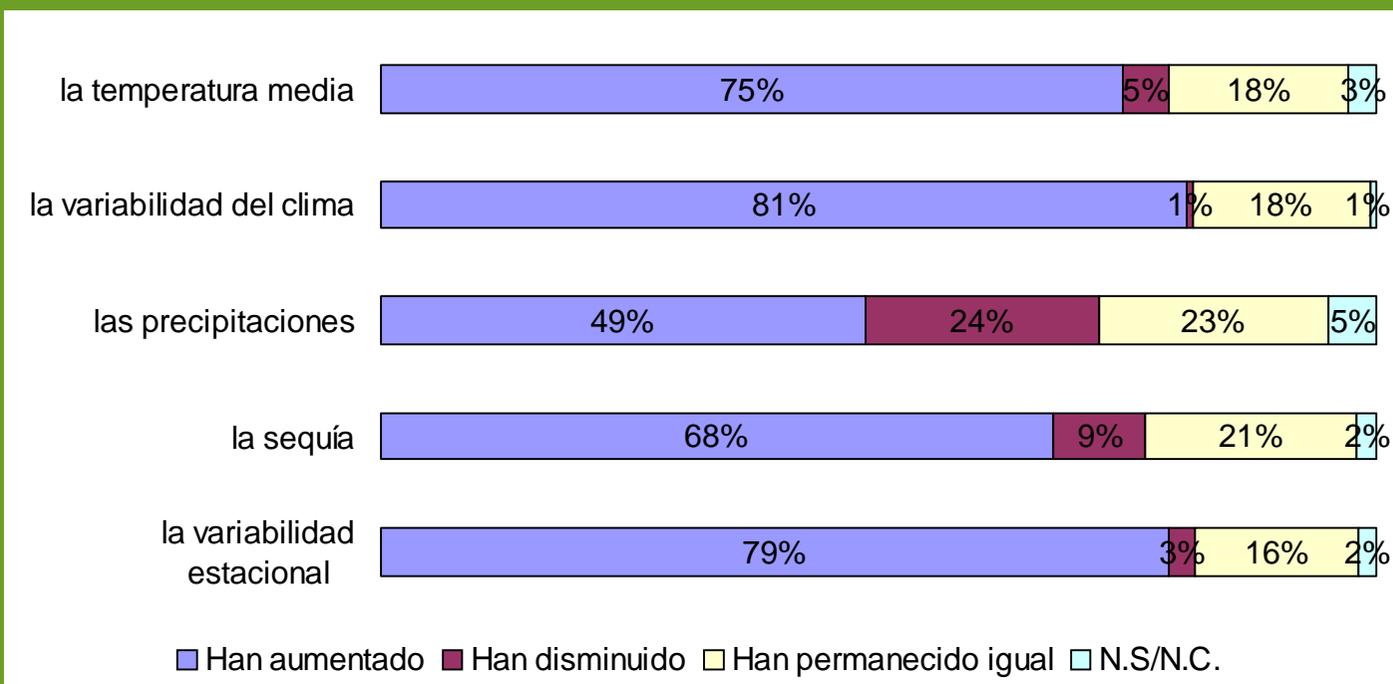
El 68% de los entrevistados opina además que es un problema urgente



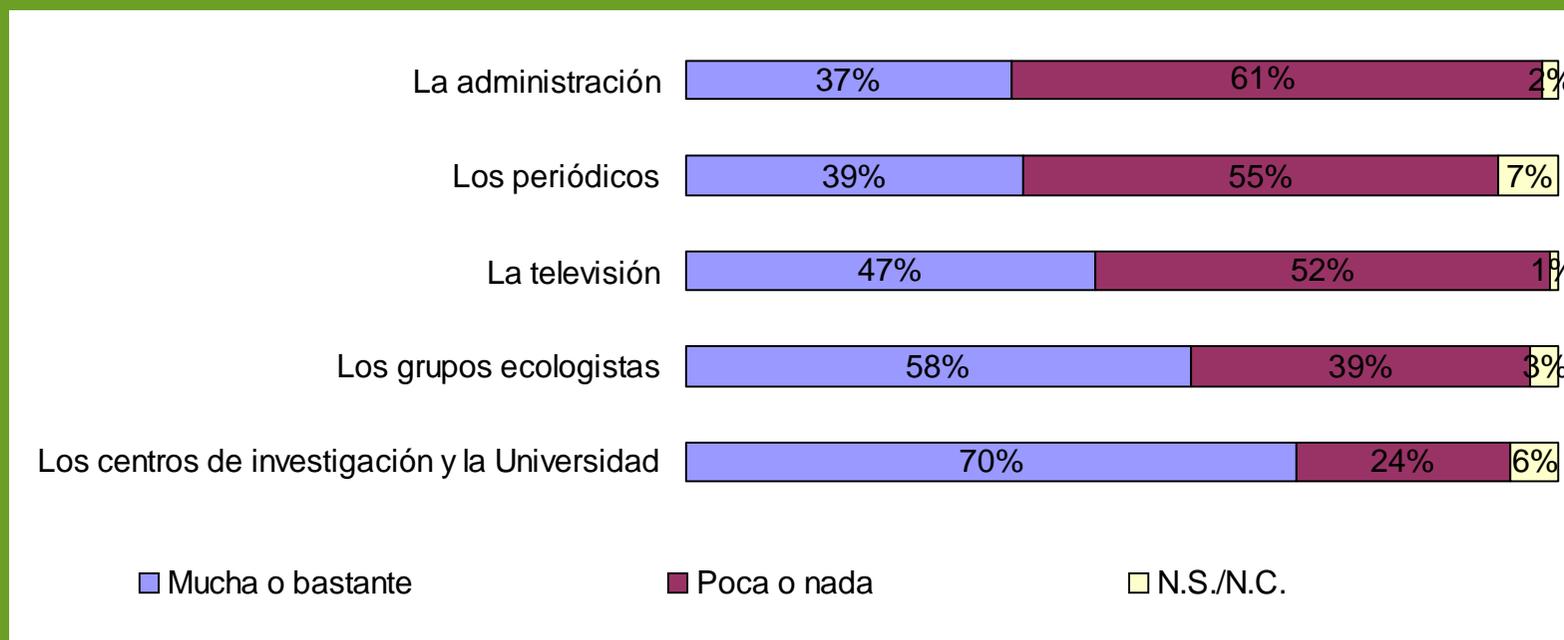
**De aquellos que piensan que es un problema la mayoría piensa que es
exclusivamente un problema global**



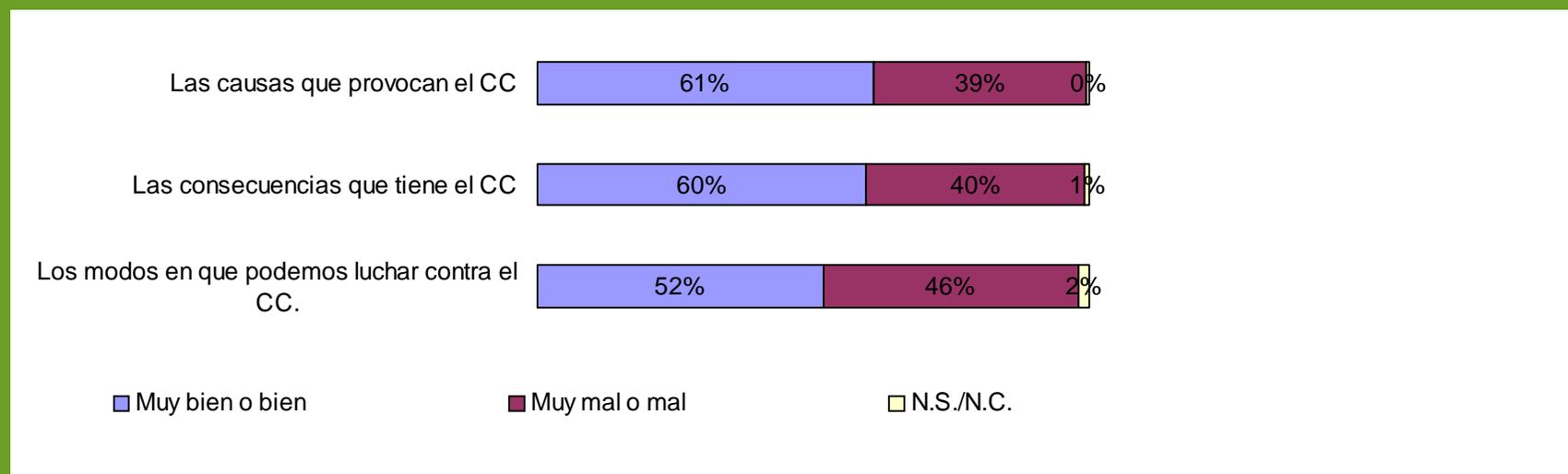
Pensando en la Comunidad Valenciana, los entrevistados perciben las consecuencias de la variación del clima y en especial las reflejadas en un aumento de la temperatura media (75% de los encuestados), un aumento de la variabilidad del clima (81%) y un aumento de la variabilidad estacional (79%).



La información sobre el cambio climático que le merece un mayor grado de confianza a los consultados es la procedente de los centros de investigación y la Universidad.

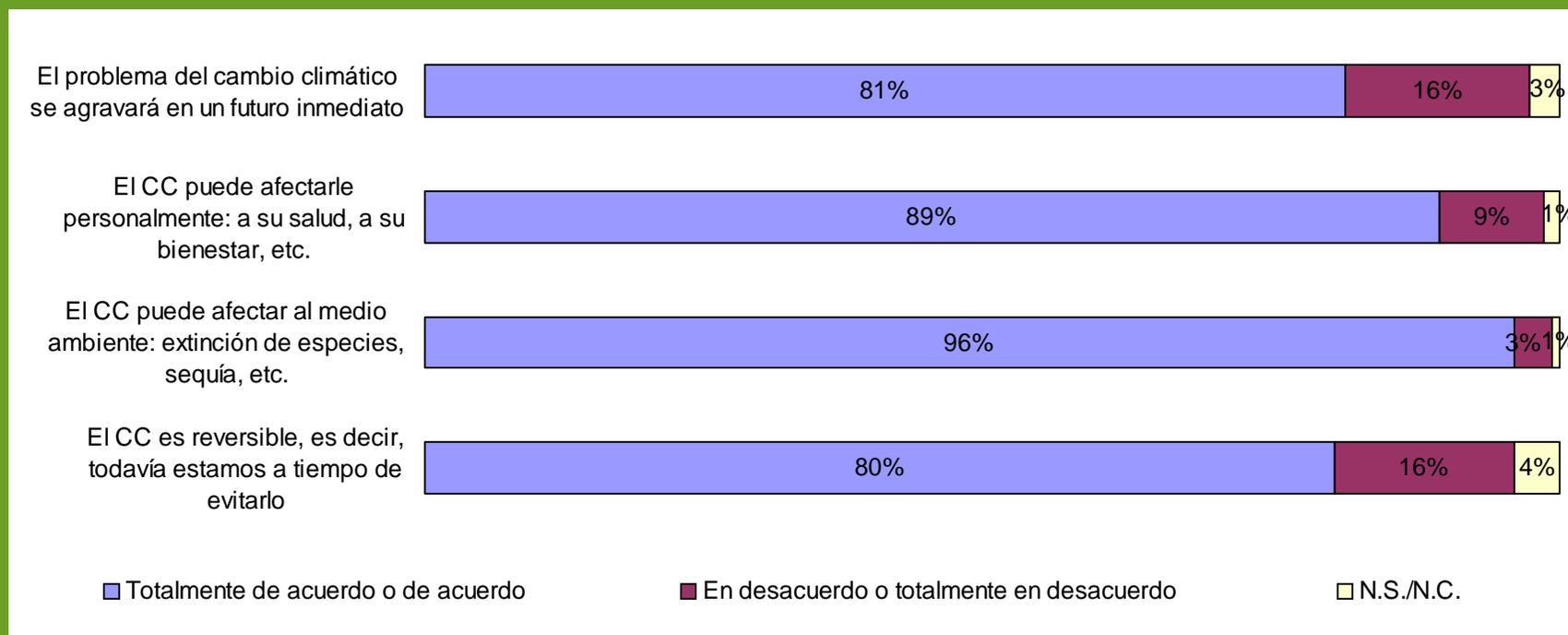


Un porcentaje elevado de encuestados se considera mal informado acerca del cambio climático y, en especial, acerca de los modos en que pueden luchar contra él.

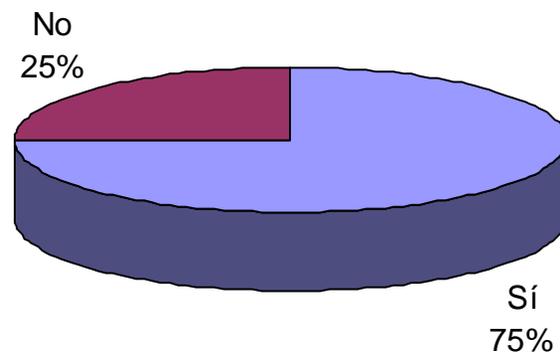


La mayoría de los consultados percibe el cambio climático como un fenómeno que se agravará en el futuro, pero que es reversible.

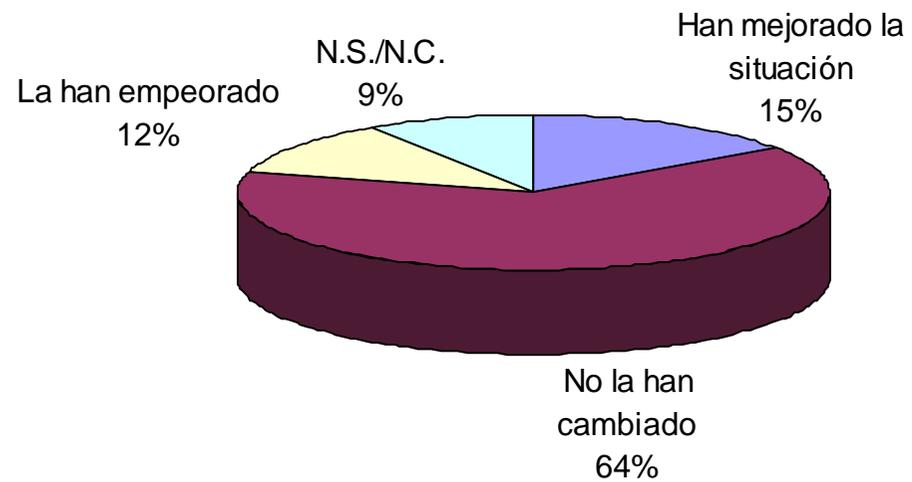
Un porcentaje muy elevado percibe que el problema puede afectarle tanto directamente (en su salud, bienestar, etc.) como indirectamente dañando el medio ambiente.



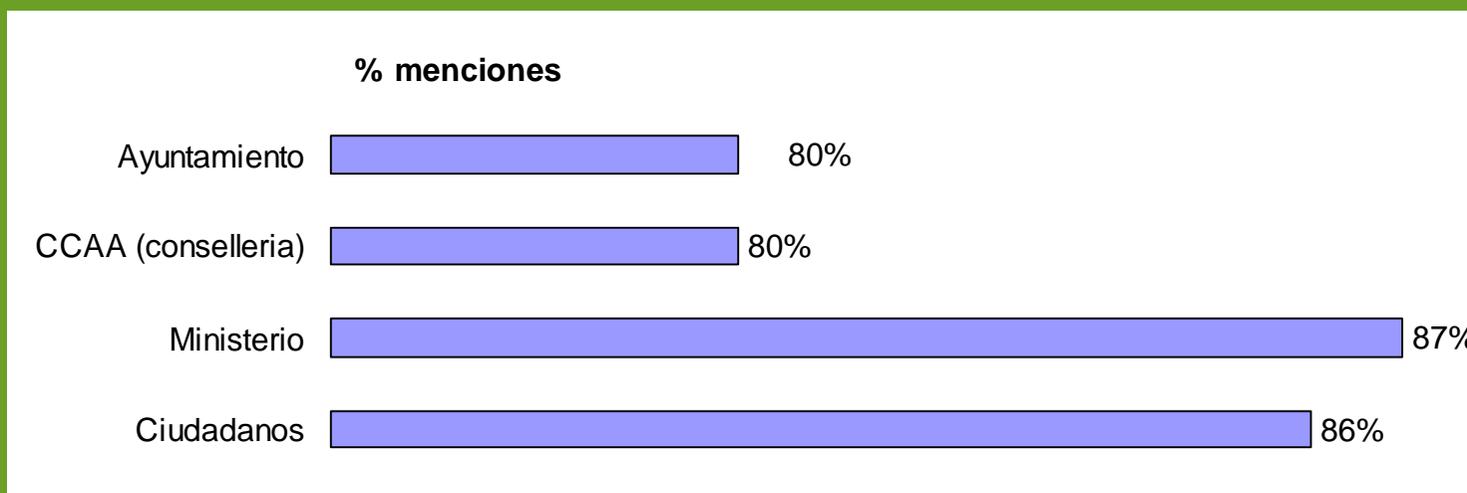
El 75% de los valencianos ha oído hablar de Protocolo de Kyoto



el 76% de los entrevistados opinan que los acuerdos internacionales no han ayudado a mejorar la situación



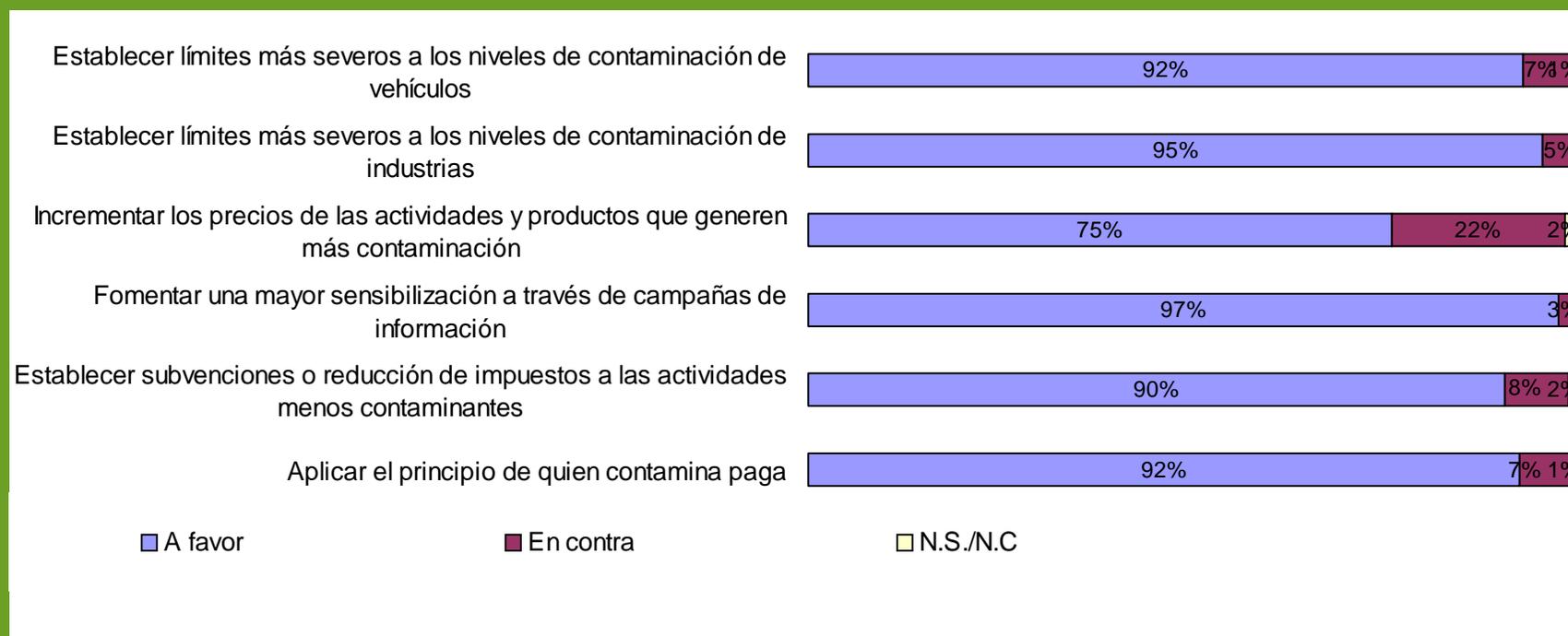
La mayoría de los encuestados opina que la lucha contra el cambio climático es responsabilidad tanto de los ciudadanos como de las instituciones públicas



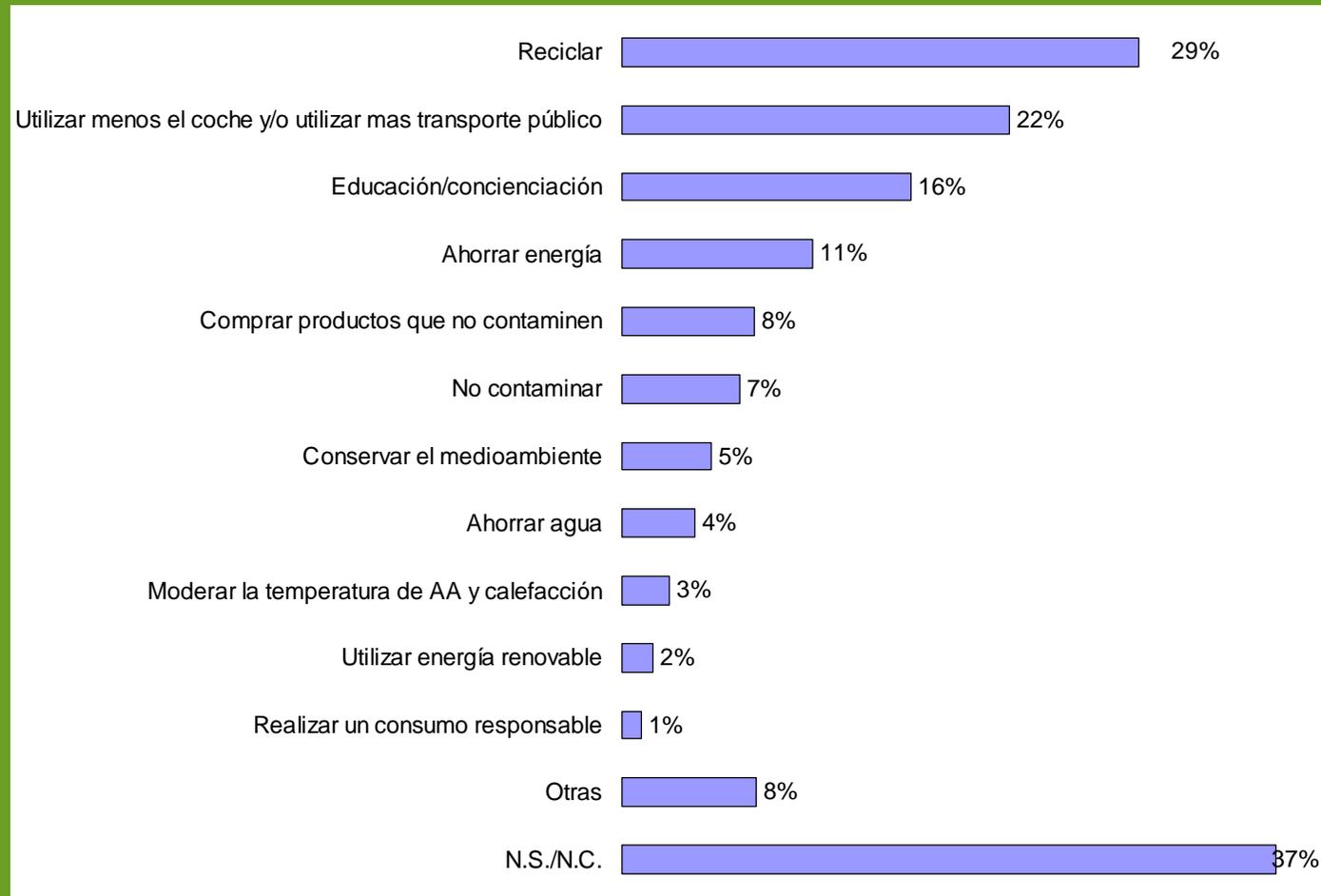
Existe división de opiniones respecto a si se deben asumir costes por la lucha contra el cambio climático



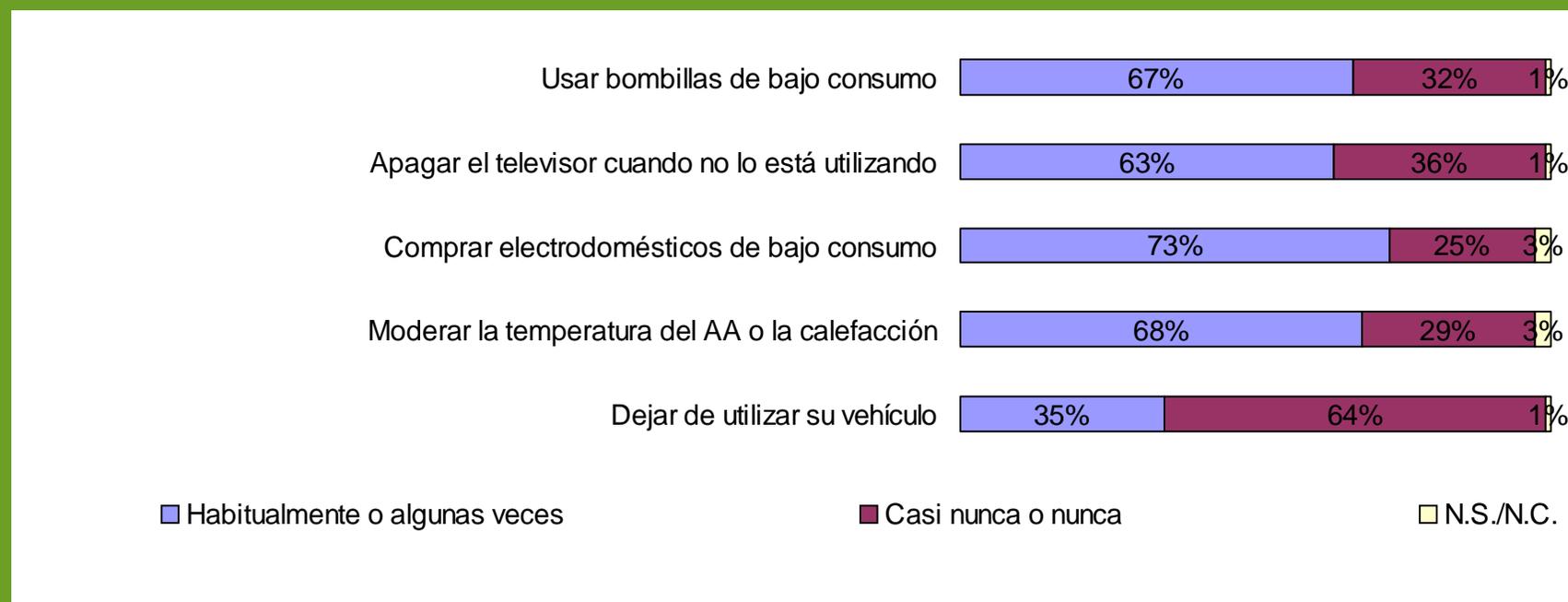
¿Quién o quienes de ellos están más concienciados?



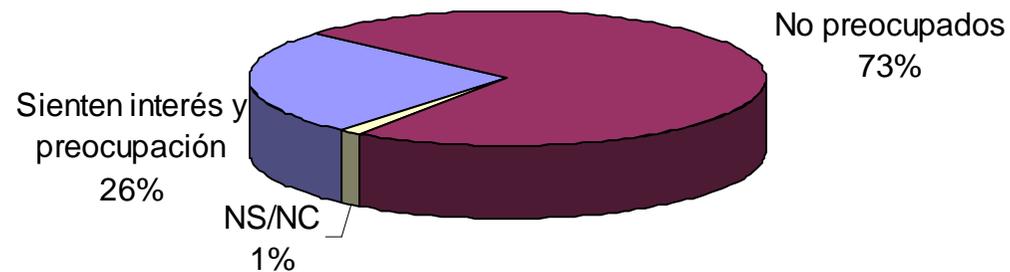
Casi 4 de cada 10 encuestados no responden y en un alto porcentaje de casos responden confundiendo medidas referidas al medio ambiente en general con



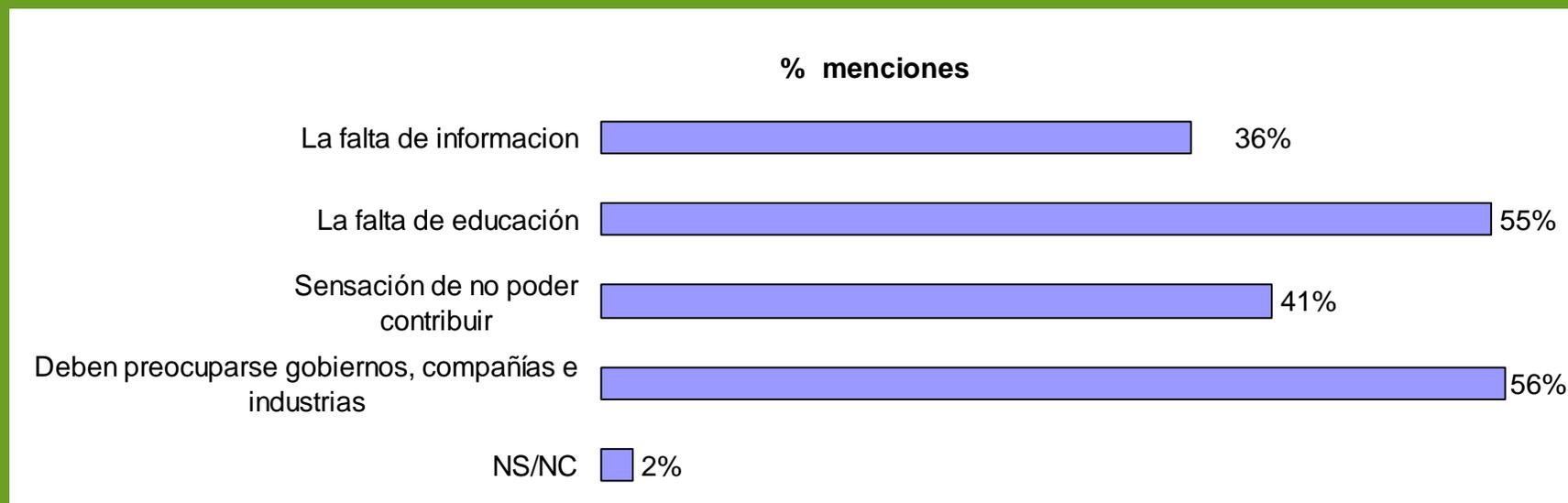
En la respuesta a la pregunta ¿Cree usted que en general los valencianos habitualmente, algunas veces, casi nunca o nunca, ponen en práctica **medidas** para combatir el CC como: ...?, los entrevistados reflejan un considerable nivel de implicación, a excepción de la medida que hace referencia a la utilización del vehículo.



A la pregunta ¿Cuál cree usted que es en general la **actitud** de los valencianos ante el CC? Casi la mitad de los entrevistados responde que muestran interés pero no preocupación y un 22% responde que muestran poco interés y preocupación



Aquellos que opinan que los valencianos tienen poco interés y preocupación o están interesados pero no preocupados, creen que se debe a:



3.12 CONCLUSIONES

Conocer los valores y percepciones que atraviesan la construcción social del cambio climático es fundamental para poder trazar estrategias de comunicación eficaz. En este sentido, la finalidad de esta investigación era hacer una aproximación a la percepción del cambio climático (conocer) para luego poder intervenir. El contar con un primer diagnóstico sobre la cultura medioambiental de los valencianos, en general, y del cambio climático, en particular, debería permitir desarrollar estrategias políticas eficaces de respuesta al cambio climático.

En los resultados que hemos presentado se hace evidente que existe una **falta de información y una demanda de la misma** a las administraciones públicas sobre el cambio climático de origen antrópico. Pese a que la mayoría de los valencianos están de acuerdo en reconocer qué es un problema grave y que hay que solucionar, la mayoría de los mismos también declara que desconoce qué es y qué hacer para mitigar los impactos. Por ello, desde nuestro punto de vista la estrategia comunicativa de la Dirección de Cambio Climático debería ir encaminada, como objetivo prioritario, a **ofrecer una información clara y sencilla** a colectivos estratégi

3.12 CONCLUSIONES

La información debería:

- Ofrecer de forma sintética qué es el cambio climático por la acción humana
- Explicar las causas que provocan el cambio climático de origen antrópico

Percepción social del cambio climático en la Comunidad Valenciana
101

- Explicitar las consecuencias del cambio climático a corto, medio y largo plazo
- Presentar los posibles impactos locales y globales del cambio climático
- Dar a conocer su potencial peligro y la necesidad de tomar medidas inaplazables
- Proporcionar una guía de buenas prácticas para implementar en la práctica cotidiana
- Identificar las responsabilidades tanto colectivas como individuales

3.12 CONCLUSIONES

En definitiva, la finalidad de la estrategia comunicativa debe encauzarse hacia la consecución de tres objetivos básicos articulados: conocimiento, compromiso y acción. Se trataría de conseguir, por un lado, que la población asuma comportamientos y estilos de vida y, por otro, que la población impulse, participe y demande políticas alternativas que permitan actuar de manera conjunta para frenar el cambio climático introducido por la acción humana. Pero es evidente que sino existe un conocimiento del problema, de sus causas y consecuencias, es imposible actuar. Además, esa imposibilidad de llevar acciones a la práctica viene determinada, de nuevo, por el desconocimiento de las medidas paliativas que se pueden llevar a cabo en las prácticas cotidianas. De ahí la necesidad urgente de diseñar campañas comunicativas sobre el cambio climático por la acción humana para mitigar los impactos ecológicos y sociales.

3.12 CONCLUSIONES

Conocer los valores y percepciones que atraviesan la construcción social del cambio climático es fundamental para poder trazar estrategias de comunicación eficaz. En este sentido, la finalidad de esta investigación era hacer una aproximación a la percepción del cambio climático (conocer) para luego poder intervenir. El contar con un primer diagnóstico sobre la cultura medioambiental de los valencianos, en general, y del cambio climático, en particular, debería permitir desarrollar estrategias políticas eficaces de respuesta al cambio climático.

En los resultados que hemos presentado se hace evidente que existe una **falta de información y una demanda de la misma** a las administraciones públicas sobre el cambio climático de origen antrópico. Pese a que la mayoría de los valencianos están de acuerdo en reconocer qué es un problema grave y que hay que solucionar, la mayoría de los mismos también declara que desconoce qué es y qué hacer para mitigar los impactos. Por ello, desde nuestro punto de vista la estrategia comunicativa de la Dirección de Cambio Climático debería ir encaminada, como objetivo prioritario, a **ofrecer una información clara y sencilla** a colectivos estratégi

3.8. PRINCIPALES AGENTES INVOLUCRADOS EN EL CAMBIO CLIMÁTICO POR LA ACCIÓN HUMANA

De forma contundente, aparece en todos los grupos, al cuestionar el modelo y relacionarlo con la pérdida de valores, la crisis de la idea de desarrollo. En todos se repite que el desarrollo que hoy tenemos “no es un verdadero progreso” (G.2).

En definitiva, en todos los grupos se señala que el telón de fondo de todos los problemas ambientales se encuentra en nuestro estilo de vida y en los valores asociados al mismo. De ahí, que se perciba la necesidad de un cambio urgente.

3.12 CONCLUSIONES

Conocer los valores y percepciones que atraviesan la construcción social del cambio climático es fundamental para poder trazar estrategias de comunicación eficaz. En este sentido, la finalidad de esta investigación era hacer una aproximación a la percepción del cambio climático (conocer) para luego poder intervenir. El contar con un primer diagnóstico sobre la cultura medioambiental de los valencianos, en general, y del cambio climático, en particular, debería permitir desarrollar estrategias políticas eficaces de respuesta al cambio climático.

En los resultados que hemos presentado se hace evidente que existe una **falta de información y una demanda de la misma** a las administraciones públicas sobre el cambio climático de origen antrópico. Pese a que la mayoría de los valencianos están de acuerdo en reconocer qué es un problema grave y que hay que solucionar, la mayoría de los mismos también declara que desconoce qué es y qué hacer para mitigar los impactos. Por ello, desde nuestro punto de vista la estrategia comunicativa de la Dirección de Cambio Climático debería ir encaminada, como objetivo prioritario, a **ofrecer una información clara y sencilla** a colectivos estratégi