UABDIVULGA
BARCELONA RECERCA I INNOVACIÓ

02/11/2020

Nuevo libro: ‘El cambio climático y sus metáforas’

Josep Espluga Trenc es profesor del Departamento de Sociología de la UAB e investigador del Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (IGOP). Ahora ha coordinado el libro 'El cambio climático y sus Metáforas', producto de una investigación realizada con investigadores la UAB, la URV, la UPF y el CIEMAT. Se trata de una obra dedicada a analizar las percepciones que tenemos del cambio climático, así como las metáforas y fórmulas narrativas mediante las cuales le damos sentido.

Se da la paradoja de que, aunque el cambio climático es uno de los principales riesgos ambientales del siglo XXI y sobre el que hay que actuar con urgencia, raramente tenemos una experiencia directa de este y el conocimiento de que disponemos lo adquirimos básicamente a través de las narrativas que la comunidad científica y política vehiculan a través de los medios de comunicación. Por ello, resulta pertinente preguntarse cómo se transmite mediáticamente la idea del cambio climático y cómo afecta esto a las percepciones de la población y, en consecuencia, a sus acciones o intenciones de acción.

El libro analiza los procesos sociales mediante los cuales la gente da sentido a los símbolos mediáticos sobre el cambio climático y qué narrativas reproduce y/o genera al respecto. Con este fin, se han analizado las metáforas con las cuales una muestra de prensa española define el cambio climático, y la forma en que una muestra cualitativa de población ha interpretado y redefinido aquellas metáforas. Mientras que el análisis de las metáforas se hizo a través de un análisis de prensa escrita, la interpretación de la población de estas metáforas se hizo mediante la aplicación del método STAVE a dos grupos de personas,

unas escépticas y las otras preocupadas por el cambio climático, en un proceso interactivo con deliberaciones de grupo periódicas y momentos de reflexión individual a lo largo de un período de tiempo.

Las metáforas identificadas en la prensa corresponden básicamente con cuatro dominios semánticos generales: metáforas bélicas, metáforas de movimiento o de hacer camino, metáforas lúdicas y deportivas, y metáforas tecnológico-constructivas. La imagen que se ofrece del cambio climático es la de una lucha, que se presenta como un juego o apuesta, sobre algo que está en movimiento y que hay que frenar, contener o poner bajo control. El análisis efectuado permite entender qué sentido da la población a estas metáforas, lo que da pie a diferentes interpretaciones.

Los resultados de la investigación muestran como las opiniones públicas sobre el cambio climático son muy frágiles, se basan principalmente en estereotipos que difícilmente resisten una deliberación sistemática, y revelan que se concibe como un problema ajeno a la vida cotidiana de la gente. Tal como lo han definido los medios de comunicación, el cambio climático raramente interpela a las personas, sino a entidades abstractas (y percibidas como lejanas) como países, estados, gobiernos, corporaciones, ONG internacionales, etc.

La población observa además una incongruencia de ritmos entre la urgencia con la que se plantea el problema y la lentitud de las respuestas políticas, lo que conlleva una cierta desconfianza respecto a su verosimilitud. Se observa también que intentar subrayar la urgencia definiendo el problema en términos de 'catástrofe' puede ser contraproducente y derivar en actitudes de fatalismo y pasividad entre la población. Se produce una situación que los estudios de percepción de riesgos han definido como de ignorancia activa, un concepto que remite a aquellas situaciones en las que la falta de capacidad para actuar, o la excesiva dependencia respecto de otros actores, hace que la gente prefiera no tener más información sobre un riesgo, desentenderse y asumir la exposición al riesgo como una fatalidad ante la que no vale la pena hacer nada.

Finalmente, lo que parece diferenciar más los dos grupos, escépticos y preocupados, es que estos últimos estarían dispuestos a cambiar de forma de vida, mientras que los primeros preferirían no hacerlo, ya que perciben los costes de esta transición como inasumibles en sus circunstancias actuales. Estas diferentes actitudes ante el cambio climático también podrían reflejar, en cierto modo, su respectiva adhesión a una determinada cosmovisión, a un determinado modelo socioeconómico o una determinada orientación ideológica.

En definitiva, el cambio climático supone un reto de envergadura en todos los ámbitos, ya que para afrontarlo se requieren formas de cooperación social inéditas, políticas innovadoras, nuevas tecnologías, y, sobre todo, nuevas formas de pensar y de actuar. Lo que está en cuestión es el modelo de desarrollo típico de la sociedad capitalista industrial y postindustrial y la cosmovisión que lo acompaña. Por ello, cualquier vía de solución requiere aprender a pensar de manera diferente, desarrollar conjuntamente nuevas narrativas (historias con sentido, mitologías modernas) que nos permitan redefinir nuestro lugar en el mundo, en el contexto de la humanidad y del planeta, con más resiliencia y de manera más justa y sostenible.

Josep Espluga Trenc
Departamento de Sociología.
Instituto de Gobierno y Políticas Públicas.
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

joseplluis.espluga@uab.cat

Referencias

Espluga Trenc, J. (coord.); Gonzalo, J.; Prades, J.; Capdevila, A.; Farré, J.; López, B.; Moragas-Fernández, C.; Prades, A., Gómez-Puertas, L. (2019). **El cambio climático y sus metáforas. Cómo dar sentido a las narrativas mediáticas sobre un riesgo global difuso e invisible**. Barcelona: Icària. ISBN: 978-84-9888-945-1

View low-bandwidth version