

Preguntas sobre la crisis climática en España

Cómo superar las barreras sociales y el escepticismo sobre la transformación socio-ecológica

Los resultados de la encuesta de la FES sobre la transición ecológica en España muestran que la protección del clima es un tema muy importante para los encuestados. Sin embargo, hay diferencias entre los distintos grupos sociales al considerar cuestiones específicas sobre cómo debería llevarse a cabo la necesaria transformación socio-ecológica. Ofrecemos recomendaciones de comunicación que pueden contribuir a convencer a los más escépticos.

De los siguientes temas, ¿cuáles son los más importantes de los que deberían ocuparse los políticos en España?

Temas políticamente relevantes

Vivienda adecuada y asequible	49
Ofertas de trabajo y salarios justos	49
Servicios públicos de Salud y cuidados	48
Inflación, caída del poder adquisitivo	44
Pensiones justas y planes de jubilación	37
Educación, escuelas y universidades	37
Más justicia social (lucha contra la pobreza y la desigualdad)	33
Protección del medio ambiente, la naturaleza y el clima	32
Suministro de energía seguro y precios de energía asequibles	30
Estado de derecho, lucha contra la corrupción	27
Criminalidad, seguridad interior	21
Desarrollo económico y competitividad	21
Migración e integración de inmigrantes	18
Política de paz y relaciones estables con otros países	5
Digitalización	3

Base: 1.200 casos, total muestra; cifras en %.

Fuente: SINUS, para la Fundación Friedrich Ebert

La relevancia del clima para la sociedad española

Una amplia mayoría de la población considera que el cambio climático es un tema muy importante para España: en una escala de 0: "completamente irrelevante" a 10: "absolutamente importante", el 63% de los encuestados elige entre 8 y 10. La media es 7,6. El 85% de los encuestados dijo temer las consecuencias del cambio climático. Sin embargo, el 31% cree que las consecuencias del cambio climático se están exagerando, una opinión que comparte el 37% de los hombres. La mitad de los encuestados ve problemas más importantes en España que el cambio climático.

Las diferencias entre los distintos grupos sociales ("Milieus") analizados por SINUS son aquí considerables. Los Consumidores-Materialistas son los que más comparten la opinión de que hay problemas más importantes que el cambio climático, dos tercios de los encuestados de este grupo lo afirma. También es especialmente alto el porcentaje del grupo más conservador de la Corriente mayoritaria convencional que está de acuerdo con esa frase. La mayoría del grupo de los Navegantes adaptativos también lo comparte, cuando se trata de un grupo con valores progresistas que debería ser más receptivo a las cuestiones climáticas, y que sin embargo se muestra mayoritariamente escéptico al respecto.

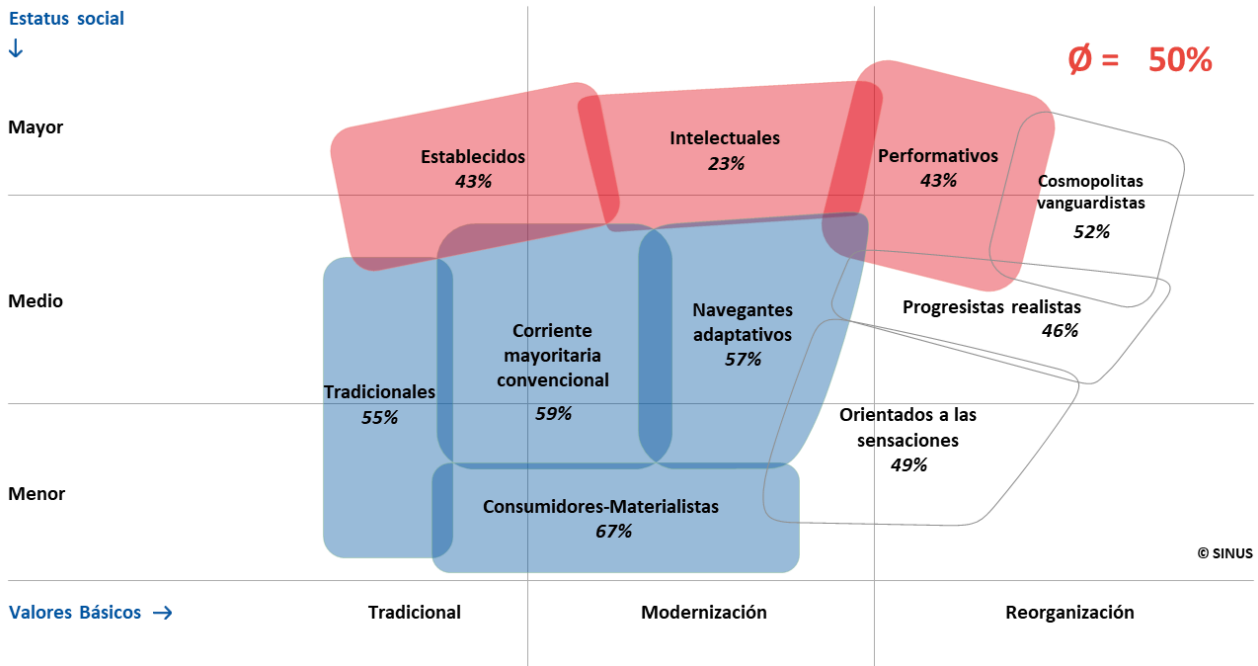
INFORMACIÓN SOBRE EL ESTUDIO

- Encuesta en línea estandarizada en 19 países entre abril y julio de 2023 (España: junio y julio de 2023).
- Población encuestada: de 18 a 69 años.
- La base total es de 22.823 casos, al menos 1.200 casos por país (España: 1.200 encuestados)

El informe completo se puede encontrar en el sitio [Web](#).

¿Hay temas más importantes en nuestro país que el cambio climático?

“Totalmente de acuerdo/algo de acuerdo”



Fuente: SINUS, para la Fundación Friedrich Ebert

Narrativas diferentes sobre las motivaciones para una conducta consciente del clima y el medio ambiente

¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

“Totalmente de acuerdo”

	Total	EST	INT	PER	COS	NAV	CMC	TRA	CMA	OSE	PRO
La protección ambiental es una cuestión de decencia y un deber cívico	56	63	73	58	61	30	51	55	46	64	71
Mayor protección ambiental también significa mayor calidad de vida y salud para todos.	55	60	80	63	62	24	49	50	44	60	72
Cada individuo tiene la responsabilidad de dejar un entorno habitable para las generaciones futuras.	51	60	76	63	42	21	45	48	47	56	67
Estar en la naturaleza mejora enormemente mi calidad de vida.	50	57	63	47	43	24	41	55	45	67	62
Los países industrializados tienen una responsabilidad especial en la protección del clima porque han sido la principal causa del cambio climático.	49	48	65	55	58	21	45	41	51	56	63
La economía debe volverse más respetuosa con el clima, de lo contrario existe el riesgo de que haya daños económicos.	43	51	67	45	56	18	36	35	26	57	58
Las políticas consistentes de protección del medio ambiente tendrán un impacto positivo en la competitividad de las empresas en el futuro.	39	41	55	44	47	12	30	32	30	57	51
Siento una fuerte conexión con la naturaleza.	36	44	47	45	35	17	18	44	24	50	46
Me siento mejor cuando compro productos que tienen menos impacto en el medio ambiente y el clima.	34	39	50	53	32	11	20	25	22	52	51
El cambio hacia productos y procesos de producción respetuosos con el medio ambiente y el clima ofrece grandes oportunidades de empleo.	29	28	44	37	33	14	17	27	20	39	38
Me siento personalmente responsable de la conservación de la naturaleza y el medio ambiente.	28	33	37	38	27	12	9	30	21	48	34

Base: 1.200 casos, total muestra; cifras en %.

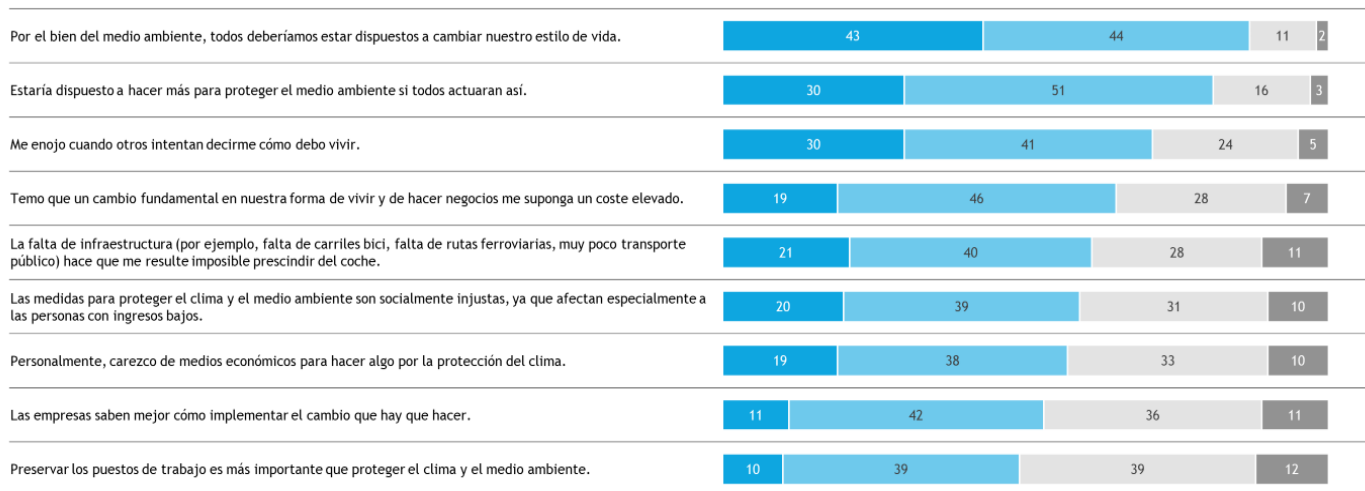
EST = Establecidos	CMC = Corriente mayoritaria convencional	■ muy sobrerrepresentados
INT = Intelectuales	TRA = Tradicionales	■ muy subrepresentados
PER = Performativos	CMA = Consumidores-Materialistas	■ Sobrerrepresentados
COS = Cosmopolitas vanguardistas	OSE = Orientados a las sensaciones	■ subrepresentados
NAV = Navegantes adaptativos	PRO = Progresistas realistas	

Fuente: SINUS, para la Fundación Friedrich Ebert

También aquí se advierten diferencias significativas entre los distintos grupos sociales (“Milieus”) analizados por SINUS. Los que comparten valores más avanzados y disponen de mayor estatus (como Intelectuales y Progresistas realistas) son los más favorables a las políticas de protección del clima y el medio ambiente. No obstante, los Navegantes adaptativos, un grupo situado en el centro del esquema con ideas modernas, son los que menos comparten ese tipo de políticas. Los Orientados a las sensaciones, un grupo que no destaca por su conciencia climática, se muestran sin embargo bastante a favor de las opiniones pro-ambientalistas, sobre todo las relacionadas con un impacto positivo de la política ambiental en la economía, lo que ofrece oportunidades para una comunicación eficaz con este grupo social de estatus socio-económico medio-bajo e ideas avanzadas.

Principales barreras para apoyar la protección del clima

¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?



Base: 1.200 casos, muestra total; cifras en %.

■ totalmente de acuerdo ■ bastante en desacuerdo
■ bastante de acuerdo ■ totalmente en desacuerdo

Fuente: SINUS, para la Fundación Friedrich Ebert

¿Cómo se puede convencer incluso a los grupos más escépticos de la política climática?

- No hay duda de que existe una fuerte conciencia climática entre la población española: a casi 8 de cada 10 personas les interesa el tema del cambio climático en España. Sin embargo, resulta también evidente la necesidad de reforzar la difusión de contenidos relacionados con el medio ambiente, dado que apenas la mitad de la población en España afirma conocer lo suficiente este tipo de cuestiones.
- La encuesta ofrece señales inequívocas de que hay un sesgo fundamentalmente de estatus socioeconómico en la percepción de la problemática en torno al cambio climático: los grupos sociales de menor estatus son los menos interesados en estas cuestiones, por lo que se debería atender prioritariamente a las implicaciones materiales de la transición ecológica a la hora de comunicar las medidas de política ambiental a aplicar, para atraer a estos grupos hacia esta temática.
- Una amplia mayoría de la población española, según la encuesta, cree que, por el bien del medio ambiente, habría que cambiar la forma de vida, aunque con condiciones: debería ser un cambio generalizado en la sociedad y, sobre todo, debería producirse a través de una transición justa.
- Existe un rechazo considerable, de más de dos tercios de los encuestados, a que se diga cómo ha de vivir cada cual, lo que indica que debe recurrirse al convencimiento frente a cualquier señal de imposición. La incentivación positiva, a través de ayudas públicas, es la solución que comparten masivamente los encuestados, para lo cual se advierte como necesaria una acción comunicativa más intensa en relación con el apoyo financiero público a la transición ecológica.
- En cuanto a la relación con la economía, ayudas y claridad regulatoria son los puntos fundamentales en los que la población cree que se debe apoyar la transición ecológica del sistema productivo.
- La mayor posibilidad de vencer la resistencia existente a los mensajes relacionados con la protección climática y ambiental se encuentra en dirigirlos prioritariamente a las capas medias de la sociedad. El de los Navegantes adaptativos sería el grupo social prioritario a la hora de reforzar la comunicación de contenidos y la información referida al cambio climático, dado que su posición central puede servir para permear las opiniones favorables a la transición hacia otros grupos ahora reticentes.
- Por tanto, la estrategia por parte de quienes defienden la transición ecológica, para tener éxito, debe consistir prioritariamente en ocupar el centro social, y extender desde allí el convencimiento de la necesidad de una transformación urgente de nuestra forma de vida y de nuestra economía.

Fundación Friedrich Ebert | Oficina Madrid

Persona de contacto: Covadonga Morales Bertrand, Coordinadora de Programas
Covadonga.morales@fes.de, Tel. +34 647 99 05 14

Informe completo:



21 de noviembre de 2024 | Este Factsheet se basa en las informaciones publicadas en „Preguntas sobre la crisis climática en España“