



Claudia Detsch

Preguntas sobre la crisis climática

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

– Informe comparativo entre países –

EUROPA

EUROPA

FES Just Climate

FES Just Climate actúa como grupo de reflexión sobre las tendencias actuales y futuras, y como asesor político en los debates en curso. Apoyamos a las oficinas de la FES en la región de la OSCE y a sus socios en la configuración de la revolución industrial de nuestro tiempo. Nos centramos en las políticas energéticas, industriales, estructurales y laborales, así como en los aspectos sociales y regionales del Pacto Verde Europeo. FES Just Climate colabora con socios políticos, sindicales y de la sociedad civil, así como con otros grupos de reflexión.

Aquí podrá encontrar más información sobre el proyecto:

<https://justclimate.fes.de/>

Friedrich-Ebert-Stiftung

Fundación Friedrich Ebert (FES) es la fundación política más antigua de Alemania, con una rica tradición que se remonta a su establecimiento 1925. Siempre se ha mantenido fiel al legado del político al que debe su nombre y defiende los valores fundamentales de la democracia social: libertad, justicia y solidaridad. Está estrechamente vinculada a la socialdemocracia y a los sindicatos libres.

La FES promueve el avance de la democracia social, en particular mediante:

- trabajo de formación política para fortalecer la sociedad civil
- asesoramiento político
- cooperación internacional con oficinas en el extranjero en más de 100 países
- promoción de estudiantes especialmente capacitados
- custodia de la memoria colectiva de la democracia social con, entre otros, archivos y bibliotecas

La autora

Claudia Detsch es la directora del Centro de Competencia para el Clima y la Justicia Social de la FES. Anteriormente, fue redactora jefe del *IPS Journal* en Berlín y directora de la revista Nueva Sociedad, con sede en Buenos Aires. De 2008 a 2012, dirigió la oficina de la FES en Ecuador y el proyecto regional de energía y clima de la Fundación en América Latina. Es socióloga y estudió en Hamburgo y Barcelona.

Agradecimientos

Me gustaría dar las gracias a mis compañeros Christian Denzin, Ludwig List y Stephan Thalhofer por su minucioso asesoramiento y revisión de la publicación, así como por su orientación general en el proyecto. También quiero dar las gracias a mis compañeros Silke Lang, Louisa Kanis y Johannes Strehler por los gráficos, la investigación y las traducciones. Por último, también me gustaría dar las gracias al Dr. Christoph Schleer y a Naima Wisniewski, del Instituto SINUS, por realizar la encuesta y analizar la gran cantidad de datos obtenidos.

Claudia Detsch

Preguntas sobre la crisis climática

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

– Informe comparativo entre países –

	INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA	2
I	COMPARATIVA ENTRE PAÍSES	5
	¿Quién teme al cambio climático y cuándo?	5
	Sin ilusiones, sin fe en la tecnología	8
	¿Predicar a los conversos? Falta de información, explicaciones y un enfoque específico de los grupos sociales	8
	¿Del cambio al deterioro? Es necesario centrarse en la dimensión social	9
	Financiación estatal esperada – medidas específicas	10
	¿Boom o fracaso para las empresas?	13
	El mercado laboral y la industria: apoyo y establecimiento de un marco	14
	Los modelos motivan, las prohibiciones desaniman	15
	¿Quién tiene el deber de actuar? Gobiernos y empresas en el punto de mira	16
	Participar para ganar: la ciudadanía quiere participar e implicarse.....	17
	¿Suenan bien los discursos de justicia intergeneracional y responsabilidad global?	18
II	CONCLUSIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN Y LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA	19
	Configurar el cambio de forma socialmente justa	19
	Promover el bien común, la cohesión social y la calidad de vida	19
	Implicar activamente a los ciudadanos, reducir las percepciones elitistas	20
	Comunicar mejor, despertar emociones positivas, reforzar las normas sociales	20
	Una política industrial y laboral activa para configurar el cambio estructural.....	21
	ANEXO: GRUPOS SOCIALES, SUS BARRERAS ESPECÍFICAS Y SUS POTENCIALES DE RESONANCIA	22

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

No se trata de una cuestión de falta de interés ni de concienciación. El clima importa, el cambio climático produce temor. Pero eso no garantiza que exista una amplia aceptación social de la política climática. ¿Cómo se debe traducir en términos concretos la transición a la neutralidad climática? Ese es el quid de la cuestión. ¿Qué temas encuentran resistencia? ¿Qué preocupaciones comparten los diferentes grupos sociales y cuáles se enfrentan a oposición? Para entender los conflictos relacionados con el clima es necesario entender sus causas. Para establecer la posibilidad de que las reformas de la política climática tengan un amplio apoyo, se deben conocer los factores subyacentes. En general, la elección de los medios es decisiva a la hora de crear posibles alianzas y obtener apoyo social. En otras palabras: si se eligen las herramientas equivocadas, no se podrán forjar mayorías, y la situación de pondrá difícil en el ámbito de la política climática.

Entonces, ¿qué pueden hacer los políticos y los agentes públicos para configurar con éxito una transición ecológica que logre la aprobación de una amplia mayoría de la población? La encuesta analizada en este informe trata de ofrecer respuestas a esta pregunta.

El centro de recursos especializado de la Friedrich-Ebert-Stiftung en Bruselas, FES Just Climate, encargó al SINUS la realización de una encuesta a la población de 19 países de Europa y Norteamérica: Alemania, Canadá, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía, Serbia, Suecia y Turquía. El diseño del estudio se basó en encuestas cuantitativas a una muestra representativa de cada uno de estos países, con al menos 1.200 personas de entre 18 y 69 años encuestadas en cada uno (22.823 encuestados en total). Se les preguntó qué percepciones, intereses y miedos asocian con la transformación socio-ecológica. Se ha buscado conocer los apoyos con los que cuenta y las barreras que impiden su desarrollo. Esto es lo que decidimos investigar más a fondo.¹

El objetivo de la encuesta no era solo trazar un mapa de una amplia gama de actitudes en materia de políticas climáticas según criterios sociodemográficos *Tradicional*, sino también analizar en qué medida y en qué condiciones los diferentes entornos sociales son receptivos a las medidas de política climática. Para ello, se integró en el diseño de la en-

cuesta el modelo de grupo objetivo Sinus-Meta-Milieu. De este modo, se incluyeron en la encuesta 29 preguntas adicionales sobre valores típicos que reflejaban diferentes realidades de la vida de los y las encuestados/as.

Los Milieus de Sinus se entienden como grupos sociales que comparten circunstancias socioeconómicas, valores culturales, actitudes cotidianas, formas de vida y objetivos vitales. El concepto combina diferencias verticales (ingresos, educación, ocupación) y horizontales (valores, actitudes cotidianas, forma de vida, objetivos vitales) que salen a la luz en los debates sobre la economía del clima, por lo que se presta especialmente a un análisis simultáneo de los conflictos distributivos y de valores.² Este enfoque analítico tiene en cuenta los valores, las visiones sobre la vida y los estilos vitales de diferentes grupos sociales, así como su estatus social. Sobre esta base es posible lograr una visión más completa y diferenciada de los retos sociales asociados a una transformación socio-ecológica. Los grupos sociales se pueden representar en un sistema de coordenadas (Figura 1), de manera que los grupos sociales («milieus») se clasifican verticalmente a lo largo de la dimensión de «estatus social» y horizontalmente a lo largo de la dimensión de «valores básicos»³:

Este análisis se basa en las siguientes áreas analizadas en la encuesta:

- Percepción de la importancia y relevancia del clima como asunto problemático
- Actitudes, motivos y barreras que caracterizan el comportamiento respetuoso con el clima y el medio ambiente
- Valoración del cambio de nuestro modo de vida y de hacer negocios y actitudes hacia el mismo, incluida la aprobación de las políticas o la oposición a estas
- Interés por la información y niveles de conocimiento sobre el clima y las políticas

¹ Todos los resultados y materiales extraídos de las encuestas se pueden consultar en: <https://justclimate.fes.de/survey-attitudes-towards-the-social-ecological-transformation.html>

² Reusswig, F./Schleer, C. (2021): Auswirkungen von Klimaschutzmaßnahmen auf Akteursgruppen im Hinblick auf Veto- und Aneignungspositionen. Literaturstudie zur gesellschaftlichen Resonanzfähigkeit von Klimapolitik im Auftrag der Wissenschaftsplattform Klimaschutz [Efectos de las medidas de protección del clima en los grupos de interesados con respecto a las posiciones de veto y apropiación. Estudio bibliográfico sobre la resonancia social de la política climática por encargo de la Plataforma Científica para la Protección del Clima]. Berlín, Potsdam.

³ A lo largo de este documento, el término «milieu» será traducido como «grupo social», debiendo entenderse en el sentido que aquí se explica.

Figura 1

Sistema de coordenadas de Sinus-Meta-Milieus sobre las dimensiones de estatus social y valores básicos
(reorganización significa una apertura a los cambios en las pautas de consumo y económicas edad: 18-69 años)

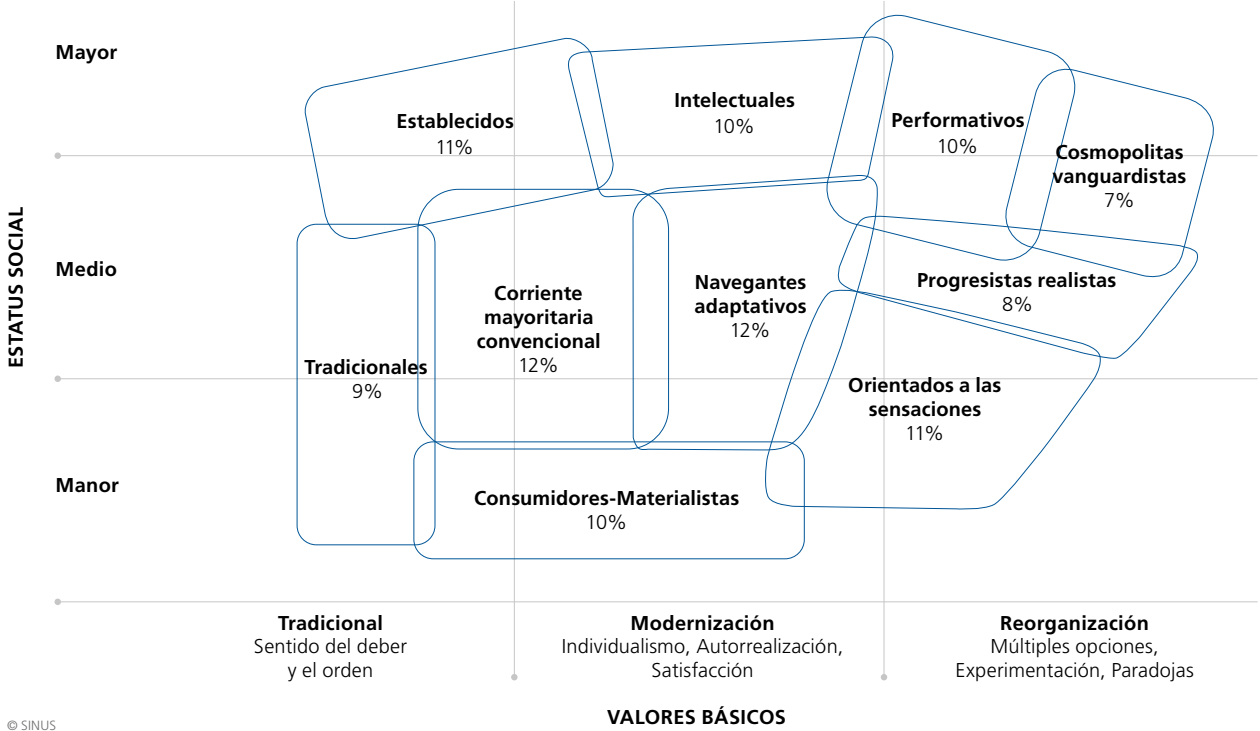


Figura 2

Breve descripción de los «Sinus-Meta-Milieus en los mercados establecidos»

Establecidos	Élite conservadora que da mucha importancia al estatus. Se caracterizan por un alto nivel de confianza en sí mismos, una ética tradicional sobre la responsabilidad y el desempeño, reclamación de exclusividad y aceptación del orden social.
Intelectuales	Élite académica con valores postmaterialistas. Valoran mucho el disfrute, la sensualidad, el arte y la cultura. Críticos con la globalización, defensores de la justicia y el bienestar público. Dan mucha importancia a la educación y disfrutan de una alta calidad de vida.
Performativos	Élite moderna de personas eficientes y orientadas hacia el progreso. Tienen una forma de pensar liberal, y globalista. Con un alto nivel de consumo, son amantes del diseño moderno y defensores de prácticas como la adopción. Muestran interés por la tecnología y lo digital, y viven abiertos al cambio.
Cosmopolitan Avantgarde	Vanguardia ambiciosa e individualista. Son cosmopolitas, urbanos y flexibles, muchos de ellos nómadas digitales. Se muestran contrarios al mainstream, desean destacar, disfrutan la vida y buscan el éxito
Progresistas realistas	Impulsores de la transformación social. Defienden una forma de vida sostenible, pero sin renuncias. Son progresistas y optimistas, aunque caen fácilmente en contradicciones. Afines a la fiesta y a la protesta, a la seriedad y al entretenimiento.
Navegantes adaptativos	Es la corriente mayoritaria moderna. Son pragmáticos flexibles, clase media moderna, con gran voluntad de adaptarse y hacer cosas. Tienen afinidad por lo digital, son responsables y leales, abiertos a cosas nuevas, pero comprobadas y verificadas.
Orientados a las sensaciones	Clase media-baja, materialista y orientada hacia el entretenimiento. Son hedonistas, centrados en el presente, con un consumo conspicuo, despreocupados y abiertos al riesgo. Son antiburgueses, aunque llevan un estilo de vida materialista, rechazan la corrección política y las convenciones. Buscan divertirse, la acción, el entretenimiento y la estimulación.
Corriente mayoritaria convencional	Viejas clases medias en busca de la armonía. Desean circunstancias seguras, temen perder lo conseguido, defienden la cohesión y la vida social. Desconfían de las élites y se sienten abandonados en favor de otros grupos. Tienen los pies en la tierra.
Tradicionales	Viejas generaciones amantes del orden. Pertenecen al mundo pequeñoburgués y a la cultura tradicional de la clase trabajadora. Buscan la armonía social. Se han desconectado voluntariamente de la forma de vida moderna y de la cultura digital, prefieren lo simple.
Consumidores-Materialistas	Clase baja que lucha por la validación. Tienen condiciones de vida precarias, una adaptación poco exigente a las necesidades, deseo de un nivel de consumo de clase media. Desafían la cohesión en su comunidad, temen quedarse atrás frente a los cambios.

Los Sinus-Meta-Milieus funcionan como «grupos de personas afines» más allá de las fronteras nacionales. Se estructuran como grupos de población internacionalmente comparables con orientaciones básicas y estilos de vida similares (cada uno adaptado a las circunstancias nacionales). Esto es útil en el análisis que sigue, dado que permite realizar afirmaciones comunes para los grupos sociales y sacar conclusiones sobre todos los países encuestados. Un enfoque basado exclusivamente en criterios sociodemográficos sólo lo permitiría hasta cierto punto.

COMPARATIVA ENTRE PAÍSES

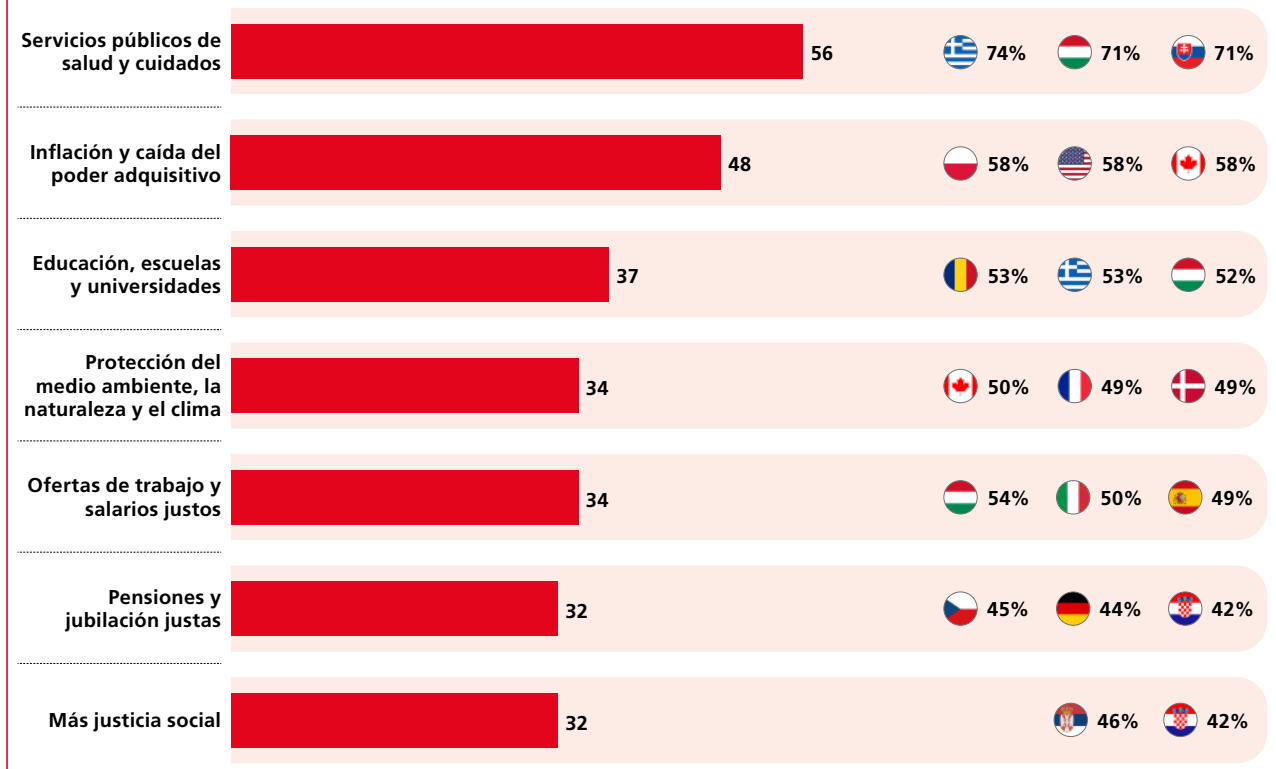
¿QUIÉN TEME AL CAMBIO CLIMÁTICO Y CUÁNDO?

Nuestra encuesta comienza identificando el conocimiento del problema. La primera pregunta clave de la encuesta hace referencia a **los temas más importantes que deberían abordar los políticos**. De media, la «protección del medio ambiente, la naturaleza y el clima» ocupa el cuarto lugar en todos los países; tema mencionado por el 34% de los encuestados (se podían dar hasta cinco respuestas de un total de 15 temas sugeridos). La lista la encabezan los «servicios públicos de salud y cuidados» (56%), «la inflación y caída del poder adquisitivo» (48%) y «la educación, escuelas y universidades» (37%). En quinto lugar se encuentran las «ofertas de trabajo y salarios justos» (34%).

En una comparativa entre países, los valores para el tema de la «protección del medio ambiente, la naturaleza y el clima» son considerablemente más bajos en el sudeste de Europa que en Europa occidental y Norteamérica. La península Ibérica, el Reino Unido, Suecia y, en menor medida, Polonia presentan valores cercanos a la media general. Si miramos más allá de las fronteras nacionales y comparamos las actitudes entre los distintos grupos sociales,⁴ aquellos con un estatus social bajo y medio conceden bastante menos importancia al tema (*Corriente mayoritaria convencional, Navegantes adaptativos, Orientados a las sensaciones, Consumidores-Mate-*

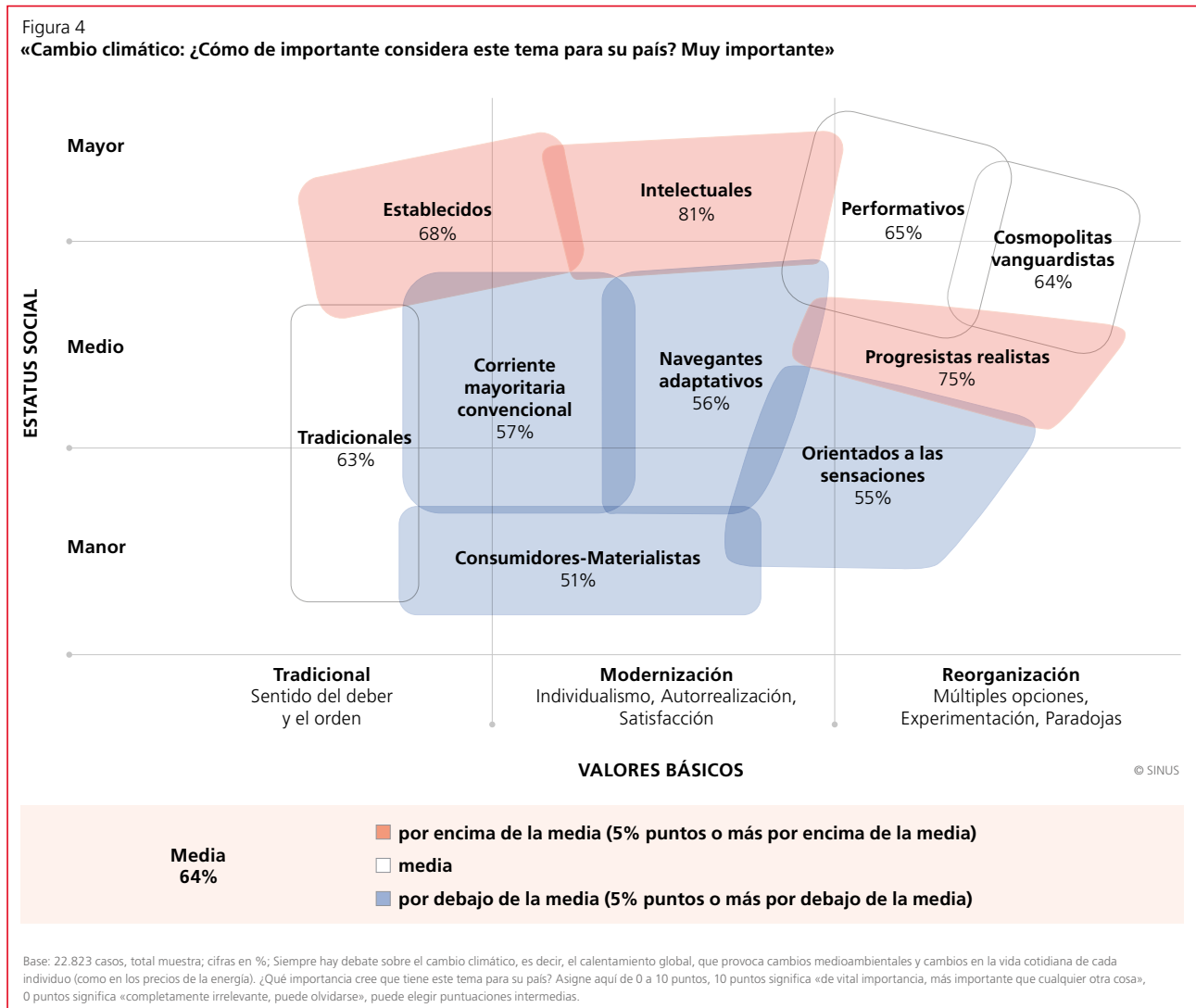
⁴ Como se puede observar arriba, la metodología Sinus-Meta-Milieu permite resumir los grupos sociales de varios países.

Figura 3
Temas más importantes que deberían abordar los políticos (se pueden elegir hasta cinco temas de 15)



mencionados con una frecuencia superior a la media en estos países

Bases: 22.823 casos, total muestra; cifras en %; En su opinión, ¿Cuáles de los siguientes temas son los más importantes que deberían abordar los políticos? Seleccione hasta 5 temas. (Presentación de las respuestas más frecuentes)

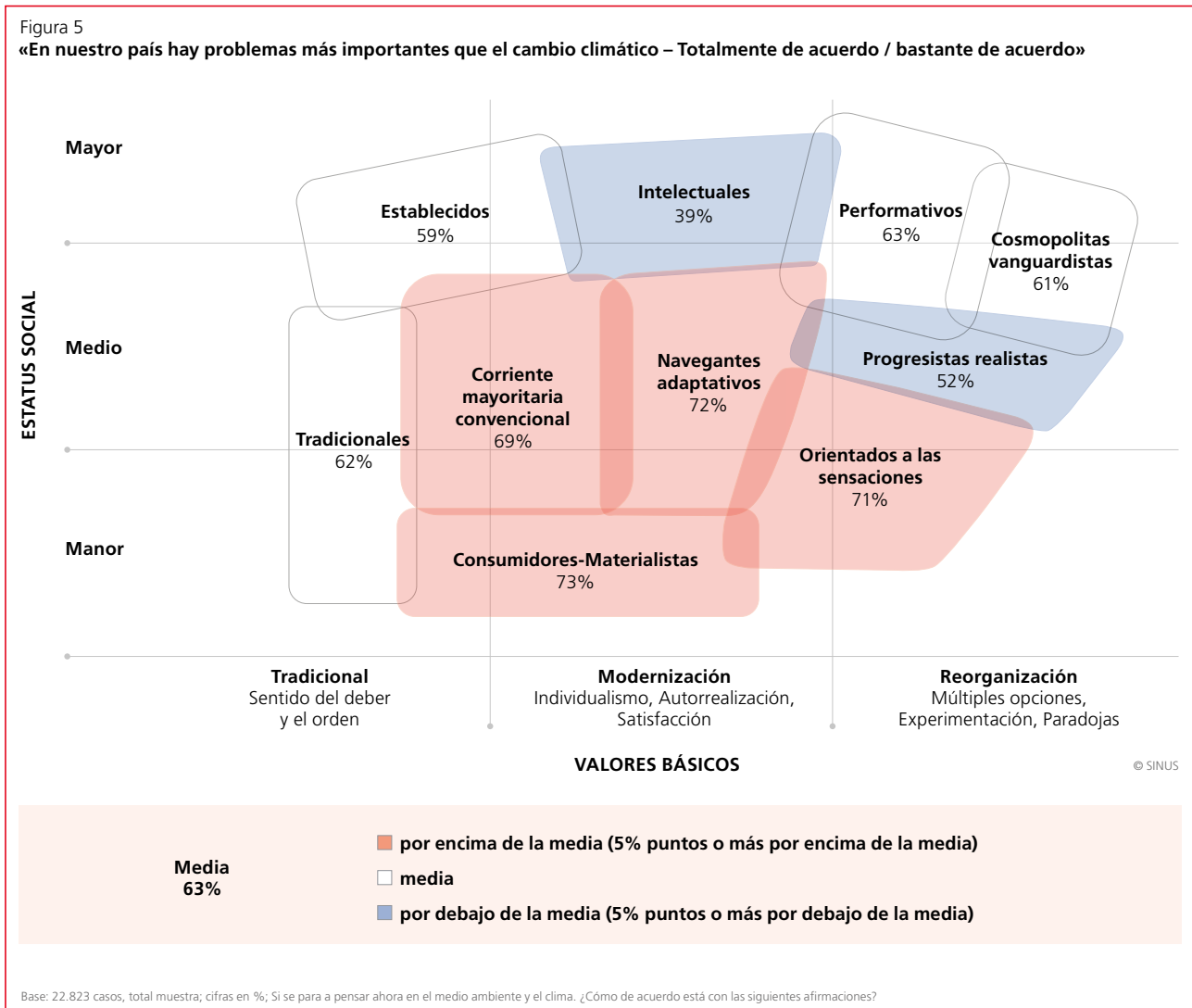


realistas) que los grupos sociales de estatus social más alto (*Intelectuales*, *Cosmopolitas vanguardistas*, *Establecidos*, *Performativos*). El tema del «suministro seguro de energía y precios asequibles de la energía» fue seleccionado por el 28% de los encuestados como uno de los cinco temas más urgentes que deberían abordar los políticos, lo que lo sitúa en el décimo lugar (de 15) de la clasificación internacional general. Sin embargo, el tema alcanzó una clasificación considerablemente más alta en Alemania (46%), Polonia (44%), el Reino Unido (42%), la República Checa (42%) y Eslovaquia (37%). Probablemente no sea casualidad que estos países, tradicionalmente dependientes de los recursos energéticos rusos, consideren más necesario actuar en este ámbito.

En respuesta a la **pregunta sobre los mayores retos que amenazan a la preservación de nuestros fundamentos de vida**, «el cambio climático y las emisiones perjudiciales para el clima» ocupó el segundo lugar, con un 52%, sólo superada por «la contaminación y la calidad del agua» (de nuevo, aquí se podían dar hasta 5 respuestas de un total de 11 temas). Sin embargo, estas respuestas en relación con el cambio climático se encuentran en un punto considerablemente más bajo de la clasificación en el caso de la República Checa, Eslovaquia, Rumanía, Serbia y Croacia. El grupo social de los *Intelectuales* sitúa mucho más alto el

cambio climático (73%), mientras que los demás grupos sociales no muestran grandes desviaciones respecto al valor medio del 52%.

El tema del «creciente consumo de energía y materias primas» fue considerado por el 34% como el mayor reto a la hora de proteger nuestro planeta (puesto 7 entre los 11 temas posibles), con Polonia (48%), Hungría (47%), Alemania (41%) y Turquía (41%) a la cabeza. **En torno a dos tercios de los encuestados están de acuerdo con la afirmación de que las energías renovables (solar, eólica, etc.) se han vuelto más importantes para ellos desde el estallido del conflicto entre Rusia y Ucrania.** Esta cifra es mayor en Turquía (90%), Dinamarca (83%) y Portugal (80%), y menor en EE. UU. (52%), la República Checa (53%) y Eslovaquia (54%). No obstante, los grupos sociales de estatus social alto se encuentran por encima de la media en su aprobación (en todas las orientaciones de valores), mientras que los tres grupos sociales situados en la parte inferior izquierda del sistema de coordenadas (estatus social bajo y valores *Tradicionales*) están por debajo de la media en este aspecto. La transición ecológica también viene justificada por los responsables políticos y otros partidarios en términos de ganancia de soberanía nacional, mayor fiabilidad del suministro y precios más estables para los hogares. Este argumen-



tario todavía no se ajusta de forma efectiva al mundo vital de los grupos sociales mencionados.

Cuando se aborda la **relevancia del cambio climático de manera específica para su propio país**, las diferencias de un grupo social a otro también son importantes. Una media del 64% considera que el tema es muy importante. Los *Consumidores-Materialistas*, los *Orientados a las sensaciones*, los *Navegantes adaptativos* y la *Corriente mayoritaria convencional* se sitúan considerablemente por debajo de la media, mientras que los *Intelectuales* y los *Progresistas realistas* se sitúan significativamente por encima. Al realizar una comparativa entre países, se observa que los países del sur y este de Europa e Italia se encuentran por encima de la media.

En torno al 80% de los encuestados **temen al cambio climático**; de manera más concreta, los fenómenos meteorológicos extremos preocupan a casi dos tercios. Después de la República Checa (19%), Alemania cuenta con el número más bajo de encuestados que afirman con rotundidad que temen las consecuencias del cambio climático (25%).

No obstante, casi dos tercios (63%) también coinciden en que **existen problemas más importantes que el cambio climático** (en la lista de los problemas más acuciantes

que se presenta arriba se observan los niveles de respuesta, véase también la figura 3). **Así, el ascenso de las temperaturas compite en importancia. Es muy probable que surjan conflictos cuando parece que las políticas climáticas agravan problemas que se perciben como más importantes. En el grupo social de los *Navegantes adaptativos*, el 72% de los encuestados está de acuerdo en que hay problemas más importantes. Según el Instituto SINUS, este grupo social de clase media, caracterizado por su juventud y modernidad, presenta gran importancia.** Tienen una mentalidad abierta, son decididos están bien formados, son flexibles, están dispuestos a adaptarse y, en general, abiertos a nuevas ideas, por lo que son realmente receptivos al objetivo de una sociedad sostenible. Si conseguimos convencer a la clase media moderna de la toma de medidas concretas, esto también repercutirá en los grupos sociales vecinos (véase el anexo sobre los grupos sociales y sus barreras específicas y su potencial de resonancia).⁵

5 Schleer, C. /Wisniewski, N. /Reusswig, F. (2024): Shaping the socio-ecological transformation: How social barriers can be overcome and how resonance potentials can be utilised. [Dar forma a la transformación socio-ecológica: Cómo superar las barreras sociales y aprovechar los potenciales de resonancia.] Instituto SINUS. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/bruessel/21136.pdf>

SIN ILUSIONES, SIN FE EN LA TECNOLOGÍA

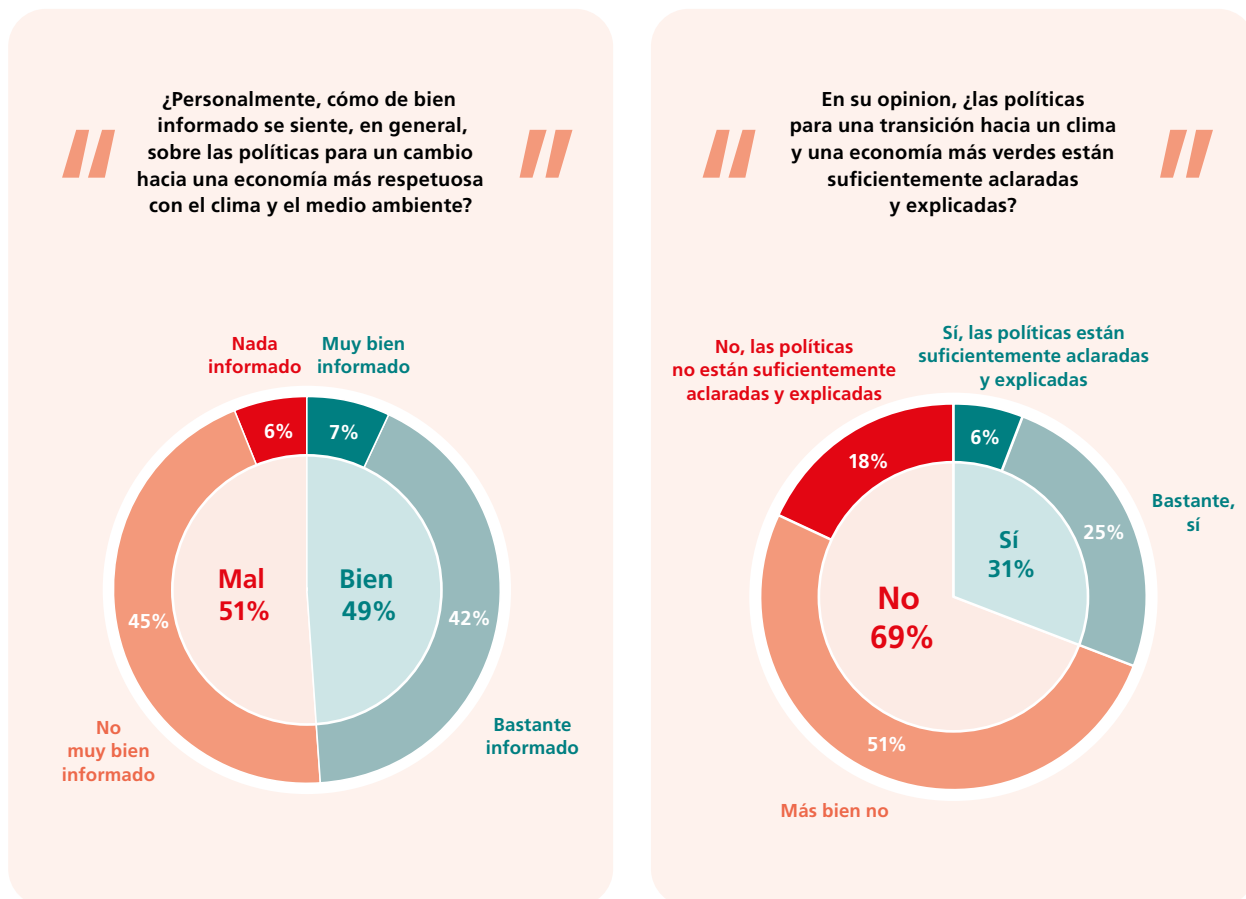
Alemania obtiene la puntuación más baja en la afirmación de que «**todos deberíamos estar dispuestos a cambiar nuestro modo de vida por el bien del medio ambiente**»: sólo el 78% está de acuerdo, mientras que la media de los 19 países es del 88%. También en este caso, las diferencias entre los grupos sociales son considerables, aunque se encuentran mucho más alejados si hablamos de aquellos que están «totalmente de acuerdo» (66% de los *Intelectuales* frente al 28% de los *Navegantes adaptativos*) que si nos referimos a un nivel de acuerdo más amplio. **No obstante, los elevadísimos índices de aprobación general no dejan lugar a dudas de que existe una voluntad fundamental de reaccionar ante el aumento de las temperaturas modificando el propio comportamiento.**

Los encuestados no se hacen ilusiones sobre el alcance del reto. Sólo algo más de un tercio de los encuestados está de acuerdo en que la ciencia y la tecnología resolverán el problema del cambio climático sin que tengamos que cambiar radicalmente nuestro modo de vida. Turquía está muy por delante en este aspecto (71%), pero Polonia también está por encima de la media, con un 46%. Sólo el 9% de todos los países está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Turquía (25%) y Estados Unidos (14%) obtienen las puntuaciones más altas. Los grupos sociales están muy alejados a este respecto, y de una manera bastante atípica. Los polos formados por los *Intelectuales* (17%) y los *Consumidores-Materialistas* (30%), normalmente bastante divergentes, muestran valores considerablemente inferiores a la media, seguidos por los *Tradicionalistas* y la *Corriente mayoritaria convencional*. Obviamente, los grupos sociales pueden clasificarse mejor en función de las orientaciones de valores coincidentes. A excepción de los *Progresistas realistas*, los grupos sociales con una orientación de valores en el sistema de coordenadas hacia la modernización y la reorganización muestran una confianza superior a la media. Aquí, es obvio que los valores fundamentales son mucho más importantes que el estatus social.

¿PREDICAR A LOS CONVERSOS? FALTA DE INFORMACIÓN, EXPLICACIONES Y UN ENFOQUE ESPECÍFICO DE LOS GRUPOS SOCIALES

Cuatro de cada cinco personas dicen estar interesadas en el tema del cambio climático. No obstante, existen importantes diferencias entre los grupos sociales: las personas con un estatus social más alto muestran mucho más interés en este tema. Si, por ejemplo, los *Consumidores-Mate-*

Figura 6
Nivel general de información y necesidad de explicación de las medidas políticas



Base: 22.823 casos, total muestra; cifras en %

realistas (39%) muestran menos interés, o ningún interés, en el tema, es más probable que perciban las medidas para combatir el cambio climático como una imposición, dado que no perciben o reconocen el cambio climático como un problema importante.

En este contexto, destacan los porcentajes referentes a la pregunta **en qué medida se considera personalmente bien informado acerca de las medidas políticas**. El 49% de los encuestados se consideran personalmente bien informados o bastante informados sobre las políticas que suponen un cambio hacia un clima y una economía más verdes. Los valores son más altos en Turquía (71%), Portugal y EE. UU. (60%) y más bajos en Serbia (35%) y Dinamarca (39%). En este punto, la distribución de los grupos sociales es interesante. **Los grupos sociales a favor de la reorganización, es decir, de una reestructuración de las empresas y la sociedad, se sienten más informados que la media, mientras que los grupos sociales más tradicionales, con un estatus social entre bajo y medio, se sienten menos informados que la media.**

Obviamente, las personas encuestadas que ya estaban interesadas en el tema están mejor informadas que los escépticos. **No obstante, para poder poner en práctica un programa de reforma en materia de política climática también será necesario dirigirse de manera más eficiente a aquellos que no están convencidos.** Esto no se puede hacer simplemente citando estadísticas y estudios o trazando escenarios futuros, dado que parecen interesar sobre todo a quienes ya están interesados. **Para convencer a los más escépticos o desinteresados, es necesario adoptar otros enfoques.**

Esto queda aún más claro cuando se plantea la cuestión de si las políticas para una transición hacia un clima y una economía más verdes están suficientemente claras y explicadas en opinión de los encuestados. El 69% afirma que no es así, mientras que el 31% está de acuerdo con la afirmación. Los niveles más altos de acuerdo se registran en Turquía (47%) y Norteamérica (45% cada uno), mientras que las puntuaciones más bajas corresponden a Serbia (16%), Croacia (18%) y la República Checa (20%). También en este caso, los valores son más altos en los grupos sociales abiertos a una reorganización de la economía y la sociedad (lado derecho del sistema de coordenadas). Los valores más bajos se encuentran en los tres grupos sociales situados en la parte inferior izquierda del sistema de coordenadas. **Los resultados de esta encuesta representativa indican que los políticos tienen la clara tarea de comunicar las políticas climáticas de forma más exhaustiva, explicar sus consecuencias prácticas y, a continuación, aplicarlas con un horizonte de planificación fiable y en pasos comprensibles.**

¿DEL CAMBIO AL DETERIORO? ES NECESARIO CENTRARSE EN LA DIMENSIÓN SOCIAL

Más de una quinta parte de los encuestados están de acuerdo en que **les preocupa la idea de un cambio fun-**

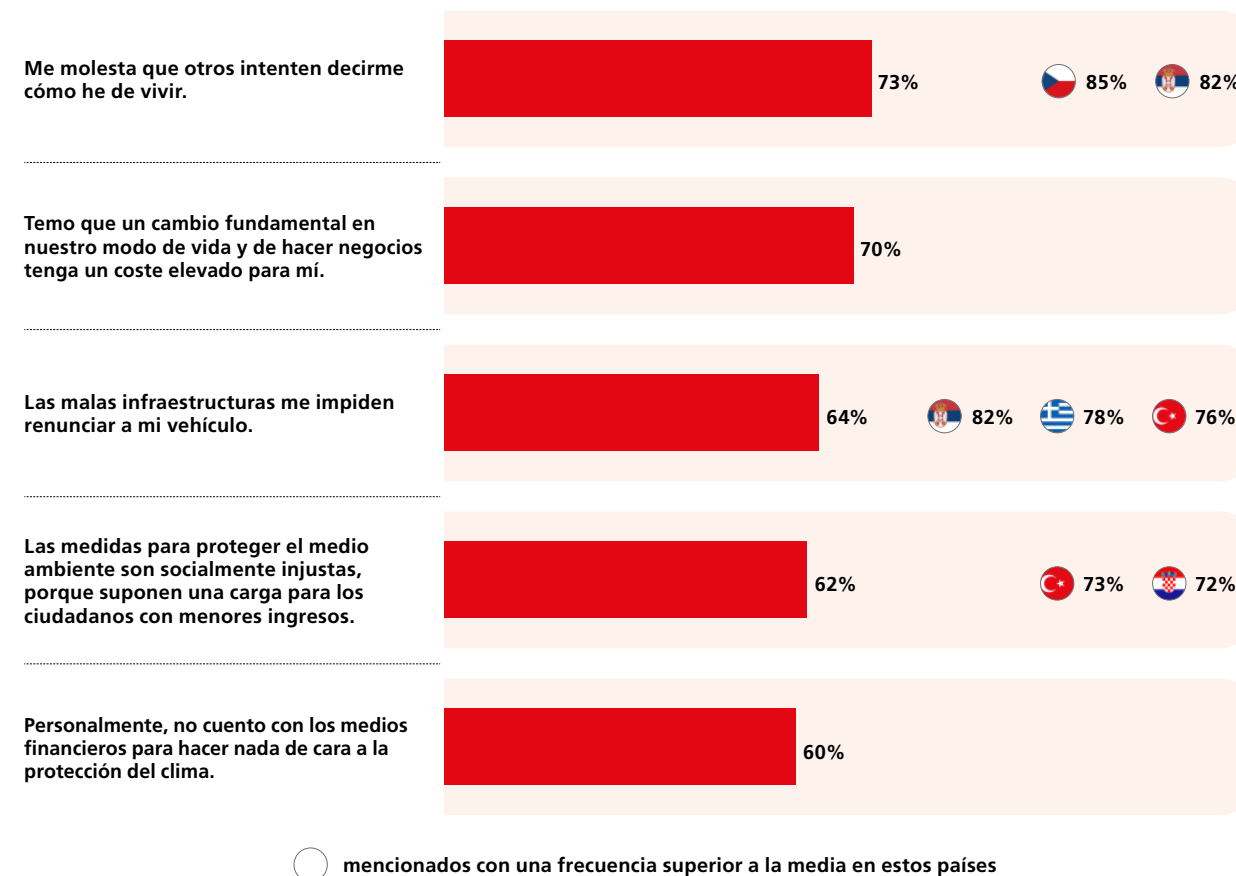
damental en nuestra forma de vivir y de hacer negocios, dado que saben por experiencia que muchos estarán peor después que antes. Curiosamente, estos valores son más bajos en el este de Europa que en Europa occidental, a pesar de que el este de Europa vivió una intensa experiencia de transformación tras la caída del telón de acero. La excepción de la región es Rumanía, donde el 30% está de acuerdo con esta afirmación, seguida de Estados Unidos. Los valores más bajos se encuentran en Serbia, Dinamarca y Suecia. Las diferencias entre grupos sociales son considerables en lo que respecta a esta pregunta. No sorprende que los *Intelectuales* y los *Cosmopolitas vanguardistas* tengan menos experiencias negativas con las transformaciones que los trabajadores industriales. En conjunto, casi uno de cada dos encuestados al menos tiende a estar de acuerdo con esta afirmación.

El 70% teme que un cambio fundamental en nuestro modo de vida y de hacer negocios tenga un coste elevado para ellos. Esta preocupación por el alcance y los efectos de una transformación fundamental está probablemente correlacionada con el siguiente pensamiento: «sería mejor centrarse en la adaptación a las consecuencias del cambio climático que en luchar contra este». Más de la mitad está de acuerdo con esta afirmación. Esta cifra es más alta en Francia (65%) y Grecia (62%), EE. UU. y Croacia (ambos 59%), y más baja en Polonia, la República Checa (ambos 46%), Portugal (47%) y Alemania (48%). Las diferencias entre grupos sociales son considerables: menos de un tercio de los *Intelectuales* (30%) están de acuerdo, frente a casi dos tercios de los *Navegantes adaptativos* (62%) y los *Orientados a las sensaciones* (64%). También en este caso es necesario convencer a estos grupos sociales de por qué sigue siendo importante luchar contra un nuevo aumento de las temperaturas, cuáles serían las consecuencias para su propia vida cotidiana y cuáles serían las consecuencias del cambio climático.

Preocupa especialmente el impacto en el equilibrio social. «Las medidas para proteger el medio ambiente son socialmente injustas, porque suponen una carga para los ciudadanos con menores ingresos»: más de **una quinta parte de los encuestados está totalmente de acuerdo y otro 40% está bastante de acuerdo.** Esta opinión está liderada por Alemania, donde casi un tercio de los encuestados está totalmente de acuerdo (29%, sólo superado por Turquía, con un 30%; en conjunto, el 73% está de acuerdo en Turquía y el 66% en Alemania). Esta preocupación es menor en Italia y el Reino Unido (16% totalmente de acuerdo) y en Norteamérica (17%). Como era de esperar, los grupos sociales con un estatus social más bajo muestran su acuerdo con mayor frecuencia.

Sin embargo, no puede decirse que los grupos sociales más acomodados simplemente intenten salirse con la suya; si se toman en serio su aprobación de un reparto justo de los costes, tendrían que asumir una parte considerable de los mismos. En general, casi el 90% de los encuestados afirman que estarían dispuestos a hacer más si los costes se repartieran equitativamente. Esta cifra es aún más baja en los grupos sociales con un estatus social más bajo.

Figura 7
Principales obstáculos para un comportamiento respetuoso con el clima y el medio ambiente



Base 22.823 casos, total muestra; cifras en %; Aquí puede ver algunas afirmaciones sobre el tema de la protección del medio ambiente y el clima. ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones? Categorías de respuesta «Totalmente de acuerdo / Bastante de acuerdo» (representación de las respuestas más frecuentes)

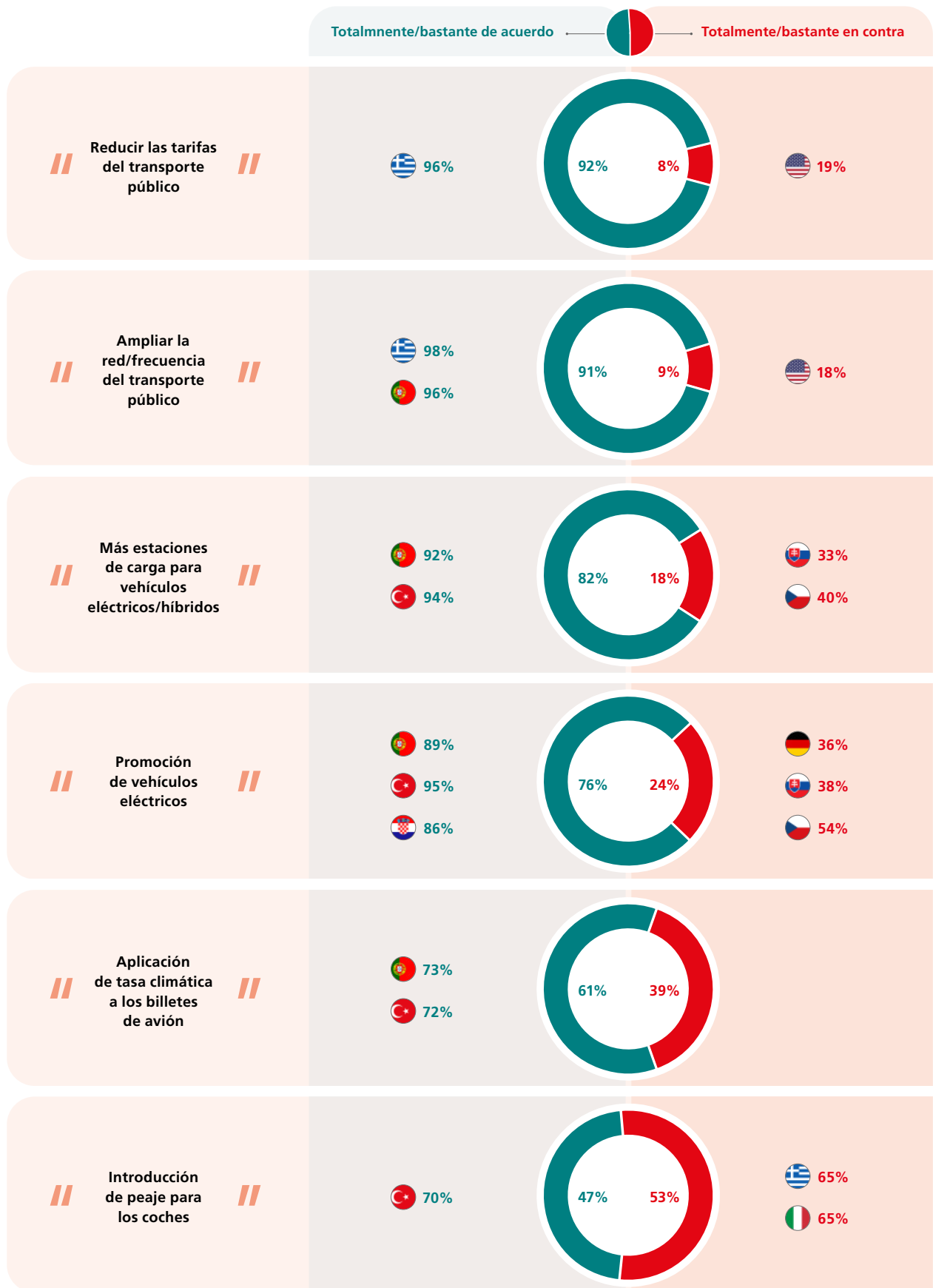
Así pues, no se trata sólo de una cuestión de justicia social, sino que las respuestas lo muestran claramente como una condición sine qua non. Tendrá que exigirse este compromiso individual por parte de los más acomodados económicamente. Los grupos sociales con un estatus social más bajo son conscientes de que su propia responsabilidad individual es menor. En consecuencia, vigilarán de cerca si los grupos económicamente más fuertes y la élite educada cumplen realmente con su parte (véase también el anexo, sobre los grupos sociales inseguros y críticamente reservados).

Otro 90% está de acuerdo con la afirmación de que los políticos deben esforzarse más por garantizar que la estructuración de nuestro sistema económico y modo de vida sea socialmente justa. Esto no sale barato: el 87% de los encuestados está de acuerdo en proporcionar un mayor apoyo financiero a las personas con bajos ingresos si los costes de la electricidad, la calefacción o la movilidad se incrementan a causa de las medidas de protección del clima (un 46% está totalmente de acuerdo y otro 41% bastante de acuerdo). Estas cifras son más altas en el sudeste de Europa. El 90% está de acuerdo con que los gobiernos apoyen reformas en los edificios para aislarlos térmicamente, y el 91% está de acuerdo con que se financien la calefacción y los sistemas de calefacción rentables (como las bombas de calor).

FINANCIACIÓN ESTATAL ESPERADA – MEDIDAS ESPECÍFICAS

En cuanto a los índices de aprobación de diversas medidas para fomentar la protección del clima y el medio ambiente, se observa claramente que son más altos cuando hay financiación estatal o cuando los propios encuestados no tienen que temer ningún coste directo adicional; por ejemplo, cuando se trata de ampliar el transporte público local (el 92% está de acuerdo en reducir las tarifas del transporte público). El 90% está de acuerdo en ampliar la red de transporte y la frecuencia del transporte público local. El 82% ve con buenos ojos más estaciones de recarga para vehículos eléctricos o híbridos, mientras que el 76% está de acuerdo con fomentar los vehículos eléctricos (por ejemplo, a través de desgravaciones fiscales y subvenciones). Existen diferencias considerables entre los distintos grupos sociales en lo que respecta a la promoción de los vehículos eléctricos y los puntos de recarga; los grupos sociales con un estatus social más alto y los *Progresistas realistas* (49%) están más de acuerdo que la media, mientras que los *Navegantes adaptativos* (28% totalmente de acuerdo), la *Corriente mayoritaria convencional* (31%) y los *Consumidores-Materialistas* (31%) están menos de acuerdo que la media.

Figura 8
Valoración de las medidas en el ámbito de la movilidad



○ mencionados con una frecuencia superior a la media en estos países

Base: 22.823 casos, total muestra; cifras en %; Existen varias propuestas para avanzar en la protección del clima y el medio ambiente. ¿En qué medida apoya las siguientes medidas?
 Categorías de respuesta «Estoy totalmente a favor» y «Estoy bastante a favor».

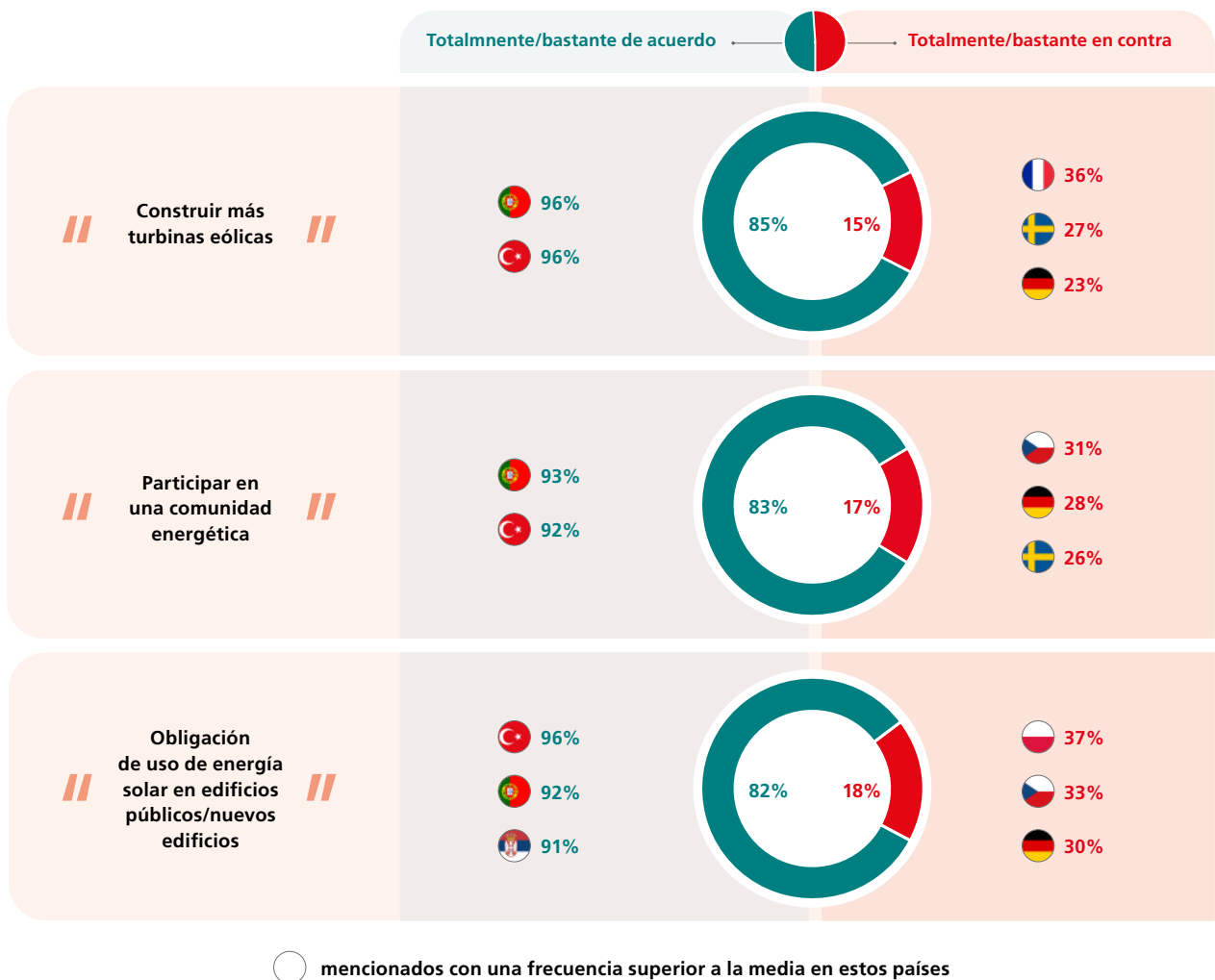
Casi la mitad de los encuestados está totalmente de acuerdo con que el gobierno ayude a los hogares particulares si utilizan energías renovables (para calefacción y generación de electricidad), otro 42% tendería a estar de acuerdo; sólo un 12% lo rechazaría (aunque esta cifra es del 25% en Dinamarca y del 21% en Suecia, la República Checa y EE. UU.). La oposición a este tipo de medidas en el ámbito de la **vivienda** es aproximadamente el doble de la media en EE. UU.; la situación es similar en la República Checa. Pero incluso allí, mayorías estables de al menos tres cuartas partes de los encuestados están de acuerdo con tales medidas.

Está muy claro que la reestructuración no tendrá un coste cero para el Estado. En vista del limitado margen financiero y de los considerables gastos adicionales en otros ámbitos políticos como la seguridad y la defensa o la asistencia y la educación, puede haber conflictos de intereses para el Estado. **Al mismo tiempo, los resultados dejan patente que para los encuestados no hay forma de evitar la amortiguación social y una política estructural apoyada por el Estado.**

Un total del 85% está de acuerdo con la normativa legal sobre eficiencia energética de los electrodomésticos (como la clasificación energética de los frigoríficos). En Alemania y Estados Unidos, esta cifra es del 73%; es inferior, pero sigue siendo alta. Menos de un tercio (29%) de los *Navegantes adaptativos* está totalmente de acuerdo, mientras que en el caso de los *Intelectuales*, más de la mitad está de acuerdo (55%). **Ayudar a los consumidores a tomar decisiones de compra mediante un etiquetado atractivo es, por tanto, aparentemente un enfoque normativo aceptado.**

La construcción de más parques eólicos recibe un apoyo del 85% (46% totalmente de acuerdo). El apoyo a la pertenencia a una comunidad o cooperativa energética es del 83% (31% totalmente de acuerdo) y la energía solar obligatoria para los edificios públicos y los nuevos edificios privados está respaldada por el 82% (42% totalmente de acuerdo). En Turquía y Portugal se registraron porcentajes considerablemente más altos (también en Croacia para la solar), pero los niveles fueron inferiores en Alemania, la República Checa y Suecia para

Figura 9
Valoración de las medidas en el ámbito de la energía



Base: 22.823 casos, total muestra; cifras en %; Existen varias propuestas para avanzar en la protección del clima y el medio ambiente. ¿En qué medida apoya las siguientes medidas?
Categorías de respuesta «estoy totalmente a favor» y «estoy bastante a favor»

ambas fuentes de energía, en Francia para la eólica y en Polonia para la solar obligatoria.

Casi 9 de cada 10 encuestados están de acuerdo con los programas de apoyo que ayuden a las empresas a cambiar a procesos de producción y productos respetuosos con el clima. El 92% está de acuerdo con un mayor apoyo al desarrollo de productos y tecnologías respetuosos con el clima; el 89% está de acuerdo con el etiquetado de productos respetuosos con el clima. **Esto demuestra que el camino emprendido hacia una economía circular, con la gran importancia de los productos sostenibles y una información generalmente accesible sobre los materiales y la transformación, cuenta con un alto nivel de aprobación entre la población.**

También se observa un alto nivel de aprobación de otras medidas de apoyo. El 92% está de acuerdo con **mejorar la educación medioambiental y de protección del clima en los colegios** (estas cifras son bastante más altas en el sur de Europa; Alemania tiene el índice de aprobación más bajo, con un 85%). **El 89% está a favor de «oportunidades de formación/reformación/recualificación para trabajadores en puestos de trabajo que ya no serán necesarios en el futuro».** Aquí, los índices de aprobación son considerablemente más altos en el sur de Europa y significativamente más bajos en la República Checa, Eslovaquia y Estados Unidos.

Si las medidas de protección del clima conllevan mayores costes, las afirmaciones empiezan a variar más en función del tipo de medida, el país y el grupo social. **El 65% está de acuerdo con encarecer los productos perjudiciales para el clima** (25% totalmente de acuerdo, 40% bastante de acuerdo). El apoyo es especialmente elevado en Turquía (86%) y Portugal (76%). Francia es el único país en el que la mayoría (58%) se opone a este aumento de los precios. Los grupos sociales de los *Consumidores-Materialistas* y la *Corriente mayoritaria convencional* presentan índices de aprobación por debajo de la media, mientras que los *Intelectuales*, los *Establecidos* y los *Progresistas realistas* tienen índices de aprobación por encima de la media. **El 60% sigue aprobando un impuesto sobre el carbono en los billetes de avión, mientras que sólo el 47% tendería a estar de acuerdo con un peaje para los coches («bastante de acuerdo») para que quien conduce mucho tenga que pagar más.** El grupo social de los *Intelectuales* es mucho más proclive a aprobar subidas de precios, como un impuesto sobre los billetes de avión y el peaje del coche. Por su parte, los *Navegantes adaptativos* están por debajo de la media en su aprobación de un impuesto sobre el transporte aéreo. Los tres grupos sociales de estatus social más bajo y que están, al menos en parte, tradicionalmente orientados (*Tradicionalistas*, *Corriente mayoritaria convencional* y *Consumidores-Materialistas*) están por debajo de la media en la aprobación de un peaje.

Hasta un 72% está de acuerdo con reducir las subvenciones perjudiciales para el clima (con un 30% totalmente a favor). Los índices de aprobación más bajos se registran en Croacia (50% totalmente de acuerdo o bastante

de acuerdo), Suecia (56%), Alemania (64%) y Francia y la República Checa (ambos 65%). La práctica ha demostrado que los distintos grupos de población y empresas no perciben de la misma manera la «reducción de las subvenciones»: las ayudas a los desplazamientos diarios al trabajo se valoran de forma diferente que las subvenciones a la industria. La cuestión del impacto social y las contramedidas sigue siendo pertinente también en este caso.

¿BOOM O FRACASO PARA LAS EMPRESAS?

Entre las supuestas consecuencias para las empresas, pueden encontrarse tanto las **barreras** como las **motivaciones** para una transformación climáticamente neutra: los encuestados más críticos señalan posibles consecuencias negativas para las empresas, por ejemplo debido al aumento de los costes y a cambios estructurales, mientras que los partidarios destacan la creciente competitividad resultante de la modernización ecológica. Este tema también se incluyó en la encuesta con la misma tónica.

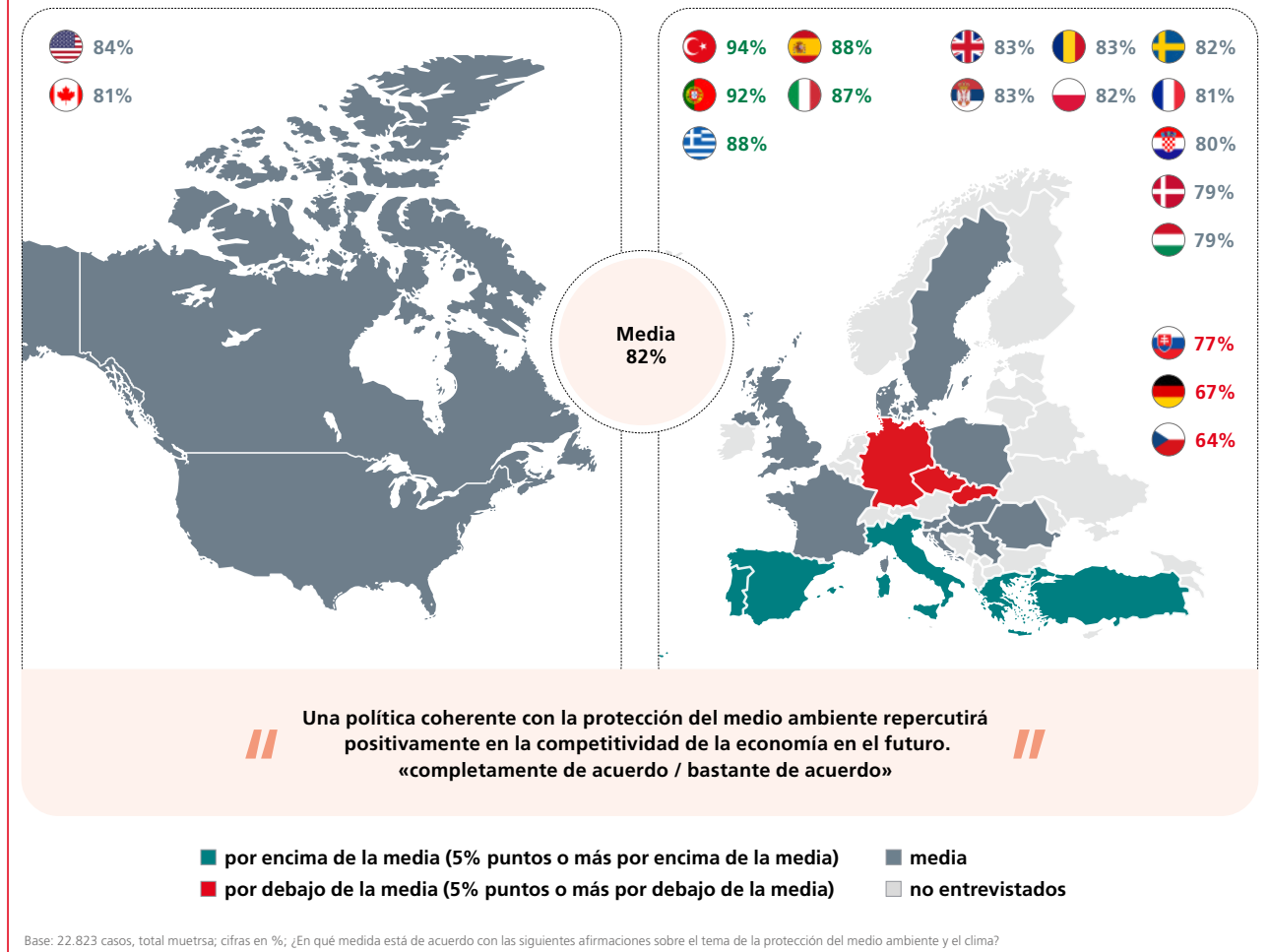
El 30% está totalmente de acuerdo y un 52% adicional está bastante de acuerdo con que una política ambiental adecuada tendrá un impacto positivo sobre la competitividad de la economía en el futuro. No es de extrañar que estas cifras se sitúen muy por debajo de la media en Alemania y la República Checa, dos países cuyas industrias se han visto sometidas a una enorme presión como consecuencia de la crisis de los precios de la energía.

Asimismo, el 85% está de acuerdo con la afirmación de que nuestra economía debe ser más respetuosa con el clima, dado que, de lo contrario, existe un riesgo de daño económico. El porcentaje de encuestados que están de acuerdo es mayor en el sur, especialmente en Turquía, Portugal, Italia y Grecia. Los porcentajes más bajos se encuentran en la República Checa, Alemania y EE. UU. No obstante, en general, estos altos niveles de acuerdo dejan patente que este discurso de una política económica respetuosa con el clima es muy popular entre la población.

Sin embargo, el 52% de los encuestados también declara que las empresas que necesitan mucha energía para su producción no pueden aplicar requisitos de protección climática estrictos. Estas respuestas se observan especialmente en la República Checa, Turquía y Hungría y menos en Dinamarca, Canadá, España, Portugal e Italia. Es evidente la necesidad de demostrar más claramente cómo pueden llevarse a la práctica soluciones viables para estas industrias.

El 67% afirma que los políticos se alinean excesivamente con la industria y las empresas. **El 83% cree que los políticos deben presionar más a las empresas y a la industria para que introduzcan métodos de producción respetuosos con el clima (37% totalmente de acuerdo, 46% bastante de acuerdo).** Esta cifra es inferior en Alemania (72%), la República Checa y EE. UU. (75% en cada uno). El mayor grado de acuerdo se registra en Italia (88%) y Portugal (93%). La tendencia está claramente impulsada por los

Figura 10
Impacto de la política medioambiental sobre la competitividad de la economía



grupos sociales de los *Intelectuales* (93%) y los *Progresistas realistas* (92%), con niveles de acuerdo muy superiores a la media. Por su parte, los grupos sociales de los *Consumidores-Materialistas* (75%) y los *Orientados a las sensaciones* (78%) se muestran algo más escépticos. Sin embargo, la tendencia general en todos los grupos sociales es clara.

Tanto los políticos como las empresas tienen la clara tarea de presentar sus propios esfuerzos de transformación de forma más creíble y de explicar los posibles obstáculos de manera amplia y comprensible; de lo contrario, se sospechará rápidamente de la existencia de grupos de presión y se tenderá a persistir, lo que podría minar la disposición de la población a realizar sus propios esfuerzos, por no mencionar el impacto que esto puede tener en las convicciones democráticas. Los sindicatos también tienen un papel clave que desempeñar aquí con su función de enlace entre la economía y la sociedad. Por un lado, es importante subrayar públicamente la importancia de una economía fuerte para el empleo y la prosperidad. Al mismo tiempo, hay que garantizar que las medidas de apoyo no generen principalmente beneficios inesperados, sino que sirvan a los objetivos de neutralidad climática y justicia social.

El 85% está de acuerdo en que **la economía necesita una dirección clara por parte del Estado** para ser neutra des-

de el punto de vista climático. Esta convicción es más destacada en Turquía, Croacia y Serbia, y más baja en la República Checa, Estados Unidos y Alemania. **Esto también se refiere a las condiciones marco y a la capacidad de planificación, un campo en el que reina actualmente una considerable incertidumbre.**

EL MERCADO LABORAL Y LA INDUSTRIA: APOYO Y ESTABLECIMIENTO DE UN MARCO

Los resultados de la encuesta indican el deseo de una política industrial y estructural ambiciosa y coherente que esté respaldada por las inversiones necesarias y ofrezca unas condiciones marco adecuadas. El 85% está de acuerdo con la afirmación de que deben fomentarse de manera proactiva nuevas industrias en las regiones y comunidades afectadas negativamente (por ejemplo, las regiones mineras del carbón, el gas natural y el petróleo) por la transición hacia energías renovables como la solar y la eólica; en el sur y el este de Europa, más del 90% está de acuerdo con esta afirmación.

Si no existen alternativas adecuadas para **los puestos de trabajo afectados por el cambio estructural**, el 76%

(con un 22% totalmente de acuerdo con esta afirmación) cree que **estos deben mantenerse** el mayor tiempo posible. Estas respuestas son más elevadas en el sur de Europa y en Francia, y más bajas en Suecia, Dinamarca, Canadá, la República Checa y Rumanía. El de los *Navegantes adaptativos* es el grupo social que presenta los índices de aprobación más altos, con un 82%. Todos los demás grupos sociales se encuentran mucho más cerca de la media en términos de aprobación.

No obstante, el 61% también declara que las medidas de cambio estructural deberían llevarse a cabo aunque se pierdan puestos de trabajo (el 17% está totalmente de acuerdo). El apoyo más bajo se registra en el grupo de Visegrado y Grecia, y el más alto en Turquía, Reino Unido y Estados Unidos. Estos resultados, que a primera vista parecen contradictorios, dejan claro que los encuestados no están en contra del cambio estructural en principio, pero que la preocupación por el empleo es una cuestión mucho más tangible. No sorprende que Suecia y Dinamarca tengan los niveles más bajos de apoyo cuando se trata de conservar los puestos de trabajo. **En estos países, el empleado está en el centro de todo, pero no el puesto de trabajo como tal.** Se considera normal cambiar de trabajo y existe un amplio apoyo a la reconversión profesional. Probablemente esta sea también una de las claves de estas delicadas cuestiones en torno a la modernización ecológica: **se necesitan perspectivas locales positivas y sostenibles y confianza en la seguridad social. Una reestructuración de la economía se percibirá entonces como menos ominosa.**

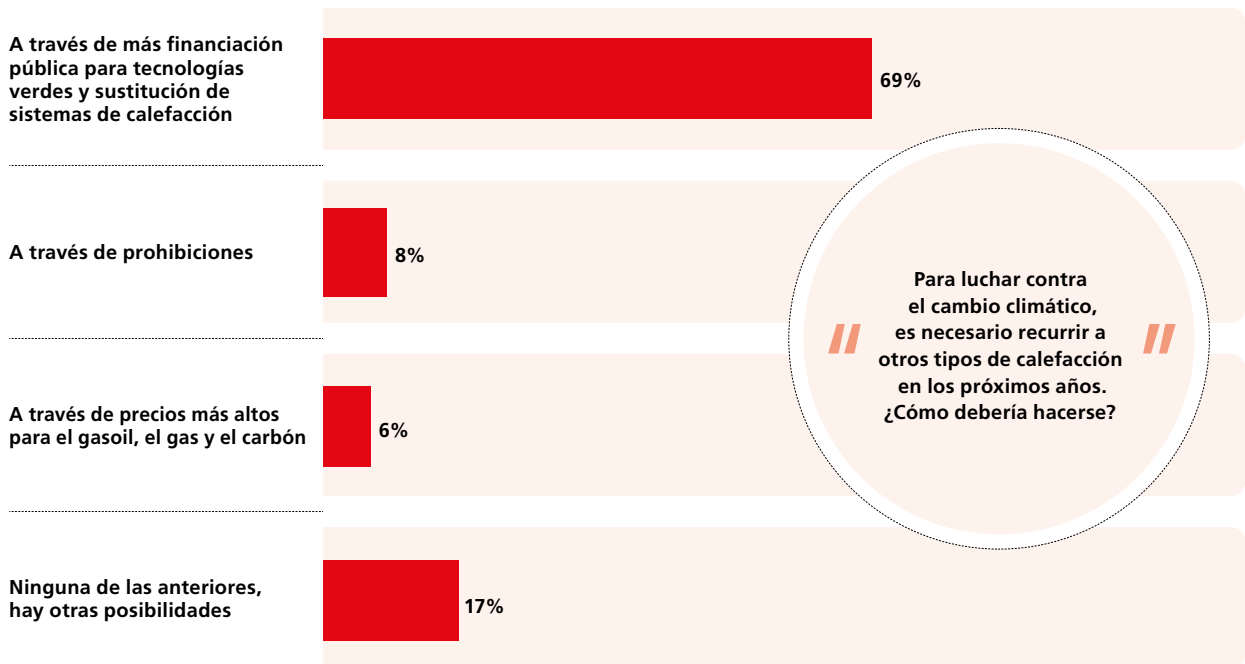
El 94% de los encuestados está a favor de apoyar a los empleados afectados por el cambio del suministro de electrici-

dad y calefacción a energías renovables (por ejemplo, en caso de pérdida de empleo), a través de formación para que puedan acceder a otros puestos de trabajo alternativos. El mayor grado de acuerdo se registra en Hungría (94%) y el menor en EE. UU. (80%). No obstante, aquí también se observan importantes diferencias de un grupo social a otro. Los *Navegantes adaptativos* (solo el 33% está totalmente de acuerdo) y los *Orientados a las sensaciones* (39%) son los más escépticos. Por su parte, el 67% de los *Intelectuales* está totalmente de acuerdo. 9 de cada 10 encuestados está de acuerdo con que en la transición hacia fuentes de energía renovables, como la solar, la eólica, etc. los empleados afectados (por ejemplo si pierden su puesto de trabajo) deberían recibir ayuda financiera, como prestaciones, indemnizaciones por despido, etc. Esto lo afirma plenamente el 45%, siendo esta respuesta más alta en el sudeste de Europa. En lo que respecta a los grupos sociales, los *Navegantes adaptativos* presentan la tasa de afirmación más baja, con un 37%. La implicación de los trabajadores en el diseño práctico del cambio estructural, los ambiciosos programas de formación y perfeccionamiento y la seguridad social para los trabajadores afectados negativamente son, por tanto, de vital importancia para la aceptación social.

LOS MODELOS MOTIVAN, LAS PROHIBICIONES DESANIMAN

Mientras que las ayudas económicas o compensaciones, ya sean para particulares o empresas, son muy populares, las prohibiciones o el aumento de los precios lo son menos. A la pregunta de cómo debería llevarse a cabo la transición de la calefacción, **sólo el 8% y el 6%**,

Figura 11
Aceptación de las medidas en el campo de la transición de la calefacción



Base: 22.823 casos, total muestra; cifras en %; Para combatir el cambio climático, en los próximos años será necesario cambiar la forma en que calentamos nuestros hogares. ¿Cómo hacerlo?

respectivamente, lo consideran el medio más adecuado para luchar contra el cambio climático. En cualquier caso, casi tres cuartas partes de los encuestados están de acuerdo con la afirmación de que les molesta que otros quieran decirles cómo han de vivir. Con un 73%, este tipo de paternalismo percibido es la principal barrera para un comportamiento en el que se tenga en cuenta el clima. La oposición es mayor en los estados de Visegrado, así como en Serbia y Croacia; es menor en Grecia, Rumanía, Canadá y Portugal. Los *Intelectuales* son los que menos de acuerdo están con esta afirmación (54% totalmente o bastante de acuerdo), mientras que los *Consumidores-Materialistas* son los que más de acuerdo están (82%).

La ciudadanía se siente más motivada a adoptar comportamientos respetuosos con el clima al ver lo que hacen los demás. Casi cuatro de cada cinco encuestados están de acuerdo con la afirmación de que estarían dispuestos a hacer más para proteger el medio ambiente si todo el mundo actuara de la misma manera. La mayor cifra se observa en Turquía (90%) y la menor en Alemania y Dinamarca (70%), seguidos de Grecia y Estados Unidos (71%). Curiosamente, en este punto los valores entre los distintos grupos sociales no están muy alejados. El único grupo en el que se observa una desviación 5% por encima de la media es el de los *Establecidos*, con un 85%. Esto coincide con los resulta-

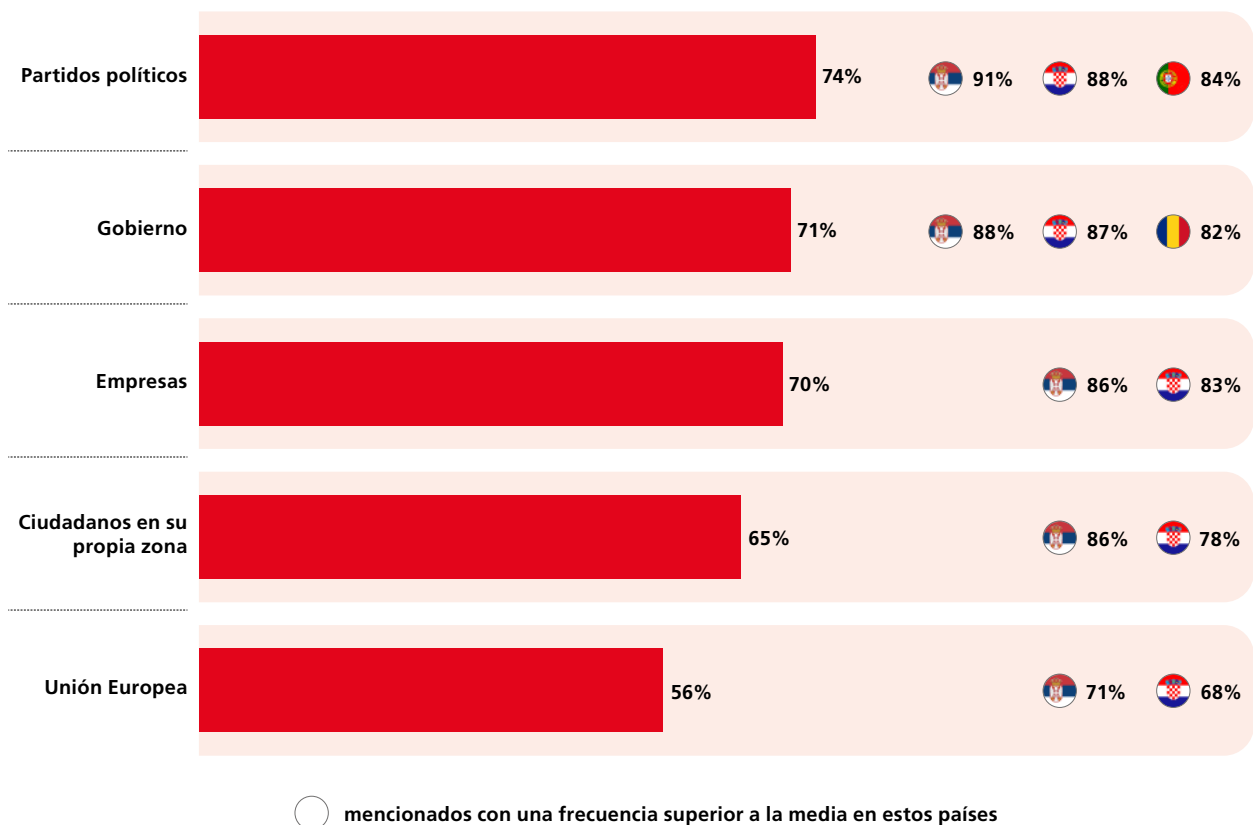
dos de la investigación sobre comunicación, según la cual los ejemplos positivos son mucho más eficaces que las simples prohibiciones o llamamientos morales.⁶ Los resultados de la encuesta transmiten el mismo mensaje.

¿QUIÉN TIENE EL DEBER DE ACTUAR? GOBIERNOS Y EMPRESAS EN EL PUNTO DE MIRA

También se plantearon preguntas sobre el mandato y la actuación real de los actores relevantes, como la UE, los gobiernos nacionales y las empresas. A la hora de asignar responsabilidades a los actores que están haciendo muy poco (o demasiado poco) para combatir el cambio climático, la UE ocupa el quinto lugar de la clasificación y, por tanto, sigue estando en un nivel medio. No obstante, el 56% de los encuestados opina que existe una falta de compromiso por parte de la UE. El papel de la UE se ve de forma más crítica en Serbia (71%), Croacia (68%) y Francia (66%).

6 Endres, A. (2023): Kommunal Klimaschutz zwischen Populismus, Polarisierung und Parteienstreit – ein Praxisbericht [La protección del clima a nivel municipal entre el populismo, la polarización y las disputas partidistas – un informe de campo]. <https://www.klimafakten.de/kommunikation/kommunaler-klimaschutz-zwischen-populismus-polarisierung-und-parteienstreit-ein>.

Figura 12
Atribución de responsabilidades: ¿Qué actores están haciendo demasiado poco para abordar el cambio climático?



Base: 22.823 casos, total muestra; cifras en %; ¿Qué opina usted? ¿Están haciendo demasiado o demasiado poco los siguientes actores para hacer frente al cambio climático? No se preguntó sobre la UE en Canadá y EE. UU. Opciones de respuesta «Demasiado poco» y «Muy poco».

Al mismo tiempo, también es importante la forma en que la UE hace política climática. Por ejemplo, el 69% afirma que le molesta que la política climática esté controlada por la UE, ya que no tiene suficientemente en cuenta las particularidades de su país (el 30% está totalmente de acuerdo). Esta opinión es más destacada en Grecia (82%), Serbia (78%), la República Checa y Eslovaquia (ambas 77%), y menos pronunciada en Hungría (56%). El nivel de acuerdo es superior a la media en los grupos sociales medios y bajos (con excepción de los *Progresistas realistas*), y muy inferior a la media entre los *Intelectuales*.

En general, la valoración de los partidos políticos (74%), los gobiernos nacionales (71%) y las empresas (70%) es peor que la de la Unión Europea en lo que respecta a su impacto actual en la crisis climática. Por ejemplo, el 74% de los encuestados cree que los partidos políticos están haciendo muy poco o demasiado poco para hacer frente al cambio climático. Esta cifra es la más alta en Serbia (91%), Croacia (88%), Portugal (84%), Italia y Rumanía (83% cada uno). La cifra más baja se registra en Estados Unidos (58%) y Alemania (59%). Sólo un 9% de media piensa que los partidos de su país hacen demasiado o mucho.

El 63% de los encuestados afirma que los sindicatos hacen muy poco o demasiado poco para hacer frente al cambio climático. Esta cifra es más alta en Serbia (86%), Croacia (81%), Rumanía (75%), Italia (74%) y Portugal (73%). Es comparativamente baja en EE. UU. (44%), Dinamarca (48%), Alemania, la República Checa y Suecia (49% cada uno).

Al mismo tiempo, los gobiernos son clasificados, con mucha diferencia (54%), como los actores que más pueden contribuir a superar la crisis climática y medioambiental (se podían elegir hasta tres respuestas). Esta cifra es considerablemente inferior en Francia (29%), la República Checa (34%) y Polonia (44%) y ampliamente mayor en el Reino Unido (70%), Portugal (65%) y Serbia (64%). Alemania (primer puesto: empresas), Francia y Polonia (ciudadanos locales) y la República Checa (ciencia) son los únicos países en los que los gobiernos no ocupan el primer lugar por su impacto en la crisis climática.

Las empresas (36%), los ciudadanos locales (34%) y la Unión Europea (33%) quedan muy por detrás como actores que más potencial tienen para contribuir. En Alemania, el 52% opina que este papel pertenece a las empresas. Le siguen Dinamarca (44%), Reino Unido y Hungría (ambos con un 43%); mientras que en Francia, en el otro extremo de la clasificación, los encuestados que eligieron las empresas son sólo del 18%. Sigue Rumanía, con un 20%. El papel de los ciudadanos locales se sitúa considerablemente por encima de la media en Polonia (47%), Croacia (41%), Francia y España (39% cada uno) y muy por debajo de la media en Suecia (22%), Dinamarca (24%), Hungría (27%) y el Reino Unido (28%). Un cuarto de los encuestados nombran a los gobiernos locales en su lugar de residencia, con mayores cifras en Serbia (35%), Croacia (34%) y Rumanía (30%) y menores en Dinamarca (15%), Alemania (17%), Hungría, Italia (ambos 18%) y España, Suecia y la República Checa (20% cada uno).

Alemania es, con creces, el país en el que las organizaciones no gubernamentales se sitúan más abajo en la clasificación. Tan sólo el 6% las sitúa entre los actores más influyentes para superar la crisis. Por otro lado, en Francia, casi uno de cada tres encuestados realiza esta afirmación. Los partidos políticos salen peor parados, dado que sólo un 8% de los encuestados los sitúan entre los tres actores más influyentes en Francia. En Rumanía, el papel de los partidos se puntúa igual de bajo. En último lugar, el 4% de los encuestados sitúan a los sindicatos entre los tres actores que más pueden hacer para abordar el cambio climático.

Al contrario que en la mayoría del resto de preguntas, en esta no se observan grandes diferencias entre los grupos sociales a la hora de asignar responsabilidades.

PARTICIPAR PARA GANAR: LA CIUDADANÍA QUIERE PARTICIPAR E IMPLICARSE

La implicación directa de la población en la transición hacia un futuro de neutralidad climática, ya sea en las empresas o en la generación local de energía, suele considerarse un prerrequisito importante para una aprobación social más amplia. Esto también lo hemos analizado. De hecho, existe un alto nivel de acuerdo en temas relacionados con la participación. **El 88% considera que en el cambio de la electricidad y la calefacción hacia fuentes de energía renovables, como la solar o la eólica, los ciudadanos deberían participar en la vida pública y política (por ejemplo, foros de ciudadanos, consejos consultivos de planificación) con el fin de ayudar a configurar la comunidad.** Estos valores son considerablemente más bajos, pero siguen estando a un nivel alto en la República Checa (79%), Dinamarca (80%), Suecia (81%) y Alemania (83%). No obstante, sólo el 28% de los *Navegantes adaptativos* está de acuerdo (la media es del 37%).

Solo algo menos de dos tercios de los encuestados puede imaginarse desempeñar un papel activo en la configuración energética de su comunidad. Estas cifras son mayores en el sureste de Europa y Portugal (Turquía se encuentra a la cabeza, con un 90%) y menores en la República Checa (46%) y Dinamarca (48%). Les siguen el Reino Unido (50%) y Alemania (55%). Las diferencias en los grupos sociales también son importantes en este punto. Los estatus sociales altos están relacionados con una aprobación considerablemente mayor.

El 75% de los encuestados podrían imaginarse generando su propia energía y un 7% ya lo hacen. De nuevo, estos valores son más altos en el sureste de Europa y Portugal y más bajos en Polonia, el Reino Unido, Norteamérica, Francia y Alemania. Asimismo, aquí la aprobación aumenta con el incremento de la renta. No obstante, los *Progresistas realistas* presentan el mayor nivel de acuerdo.

El 64% opina que sería bueno construir un parque solar en su comunidad si los beneficios resultantes repercutieran en la misma. Estos valores son más altos en los países de los Balcanes (73-76%) y más bajos en la Repú-

blica Checa (45%) y Francia (51%). Un 31% más aceptaría esta afirmación. Tan solo un 5% se opone a estos proyectos de construcción con participación local en los beneficios. Esta respuesta alcanza los dos dígitos en la República Checa y Estados Unidos. Los parques eólicos se enfrentan a mayores dificultades. Pero incluso aquí, una mayoría del 53% estaría a favor de estos proyectos de construcción en su comunidad si se compartiesen los beneficios. En Francia, la cifra es de tan solo un 29%. Tampoco se observa una mayoría que defiende esta idea en la República Checa, Suecia, Norteamérica o Alemania. En Francia, un tercio de los encuestados se opone a la construcción incluso aunque se compartan los beneficios (tan solo un 12% realiza esta afirmación de media en todos los países).

¿SUENAN BIEN LOS DISCURSOS DE JUSTICIA INTERGENERACIONAL Y RESPONSABILIDAD GLOBAL?

El 87% de los encuestados está de acuerdo en que **los países industrializados tienen una responsabilidad especial en la protección del clima** dado que han sido una de las principales causas del cambio climático. El menor nivel de acuerdo se observó en EE. UU. (79%), seguido de la República Checa (81%) y Alemania, Canadá y el Reino Unido, con un 82%. Aquí, las diferencias entre los grupos sociales son pequeñas comparativamente.

Uno de cada dos encuestados está de acuerdo con la afirmación de que «para mantener un entorno en el que valga la pena vivir para nosotros y las generaciones futuras, todos debemos actuar y comenzar a cambiar nuestra forma de vida» y un 41% está bastante de acuerdo. Alemania, Hungría, la República Checa, Eslovaquia, Dinamarca y el Reino Unido presentan los niveles de acuerdo más bajos, mientras que Serbia, Portugal y Grecia presentan los más altos. Las diferencias entre los grupos sociales son más significativas que las diferencias entre países, con 40 puntos porcentuales que separan a los *Intelectuales* (74% totalmente de acuerdo) de los *Navegantes adaptativos* (34%). Los *Consumidores-Materialistas*, los *Orientados a las sensaciones* y la *Corriente mayoritaria convencional* también se encuentran por debajo del 45%.

No obstante, uno de cada cuatro está de acuerdo con la afirmación de que no ve sentido a cambiar su comportamiento hoy para algo que puede ocurrir en el futuro. Para estos escépticos, apelar a la justicia intergeneracional tiene tan poco efecto como citar estudios científicos. Las diferencias entre los distintos grupos sociales son considerables: los *Orientados a las sensaciones* se sitúan en el 46%, los *Navegantes adaptativos* en el 40% (los *Intelectuales* se encuentran en el otro extremo de la escala, con un 6%).

Queda patente que intentar convencer a quienes no están ya convencidos con los discursos habituales no es un camino seguro hacia el éxito. En consecuencia, los futuros argumentos sobre la transición de la política climática deberían estar más en consonancia con el mundo vital de estos grupos sociales.

II

CONCLUSIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN Y LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

A pesar de la urgente necesidad de que la mayoría de la población reconozca el cambio climático y sea consciente del mismo, la aplicación práctica del cambio socio-ecológico desencadena un amplio abanico de emociones, dudas y protestas. Estas van desde el malestar general ante el cambio, los temores ante el creciente paternalismo y las cargas financieras personales, así como la preocupación por las recesiones económicas y los trastornos sociales, hasta las dudas fundamentales sobre la viabilidad de una transformación ecológica y los crecientes temores ante el futuro.

¿Cómo deberían reaccionar los políticos y la ciudadanía?

CONFIGURAR EL CAMBIO DE FORMA SOCIALMENTE JUSTA

En algunos grupos sociales, la cuestión ecológica se percibe como una amenaza para el nivel de vida alcanzado. Muchas personas experimentan actualmente una sensación general de crisis, ya que el futuro parece cada vez más impredecible. La transición ecológica alimenta aún más este sentimiento. Este sentimiento se une a la preocupación por la pérdida de los modos de vida *Tradicionales* y el miedo a no poder mantener la propia prosperidad, alcanzada con tanto esfuerzo. Existe un gran temor a acabar peor que antes. Por eso, la idea de un cambio fundamental en nuestra forma de vida y de hacer negocios va de la mano de una creciente inquietud y temor al declive social.

Por consiguiente, no se puede eludir la cuestión de los costes si se quiere incluir a los grupos escépticos o incluso opositores o, al menos, limitar su impacto en el centro de la sociedad. Por cierto, no se trata sólo de los grupos sociales de menor estatus; incluso en los grupos sociales de estatus medio, la reorganización de la sociedad y la economía se percibe ampliamente como una amenaza para el nivel de vida alcanzado. Esto es aún más cierto allí donde se agrupan y convergen desigualdades o condiciones marco desfavorables. Por ejemplo, para las personas con ingresos bajos o medios que viven en zonas rurales, en casas mal aisladas con calefacción de gasóleo o gas, la cuestión de los costes adquiere rápidamente dimensiones existenciales. La resistencia al cambio crece proporcionalmente, ofreciendo un terreno fértil para que lo exploten las fuerzas populistas. **La cuestión del reparto equitativo de las cargas y los costes de la transición es insoslayable. La configuración de una política**

climática socialmente justa es clave para superar las barreras sociales y minimizar los conflictos sociales.

Igualmente importante en este contexto es la exigencia diferenciada y variable de esfuerzo y sacrificio individual. Cabe señalar de nuevo que los grupos sociales acomodados suelen provocar muchas más emisiones. Los grupos sociales con un estatus social más bajo son muy conscientes de ello. Un impuesto sobre el carbono para los viajeros frecuentes es una forma de abordar esta cuestión. También debería fomentarse la expansión de las energías renovables en las regiones urbanas para evitar la impresión de que las zonas rurales deben asumir unilateralmente las consecuencias y los costes de la transición energética.

PROMOVER EL BIEN COMÚN, LA COHESIÓN SOCIAL Y LA CALIDAD DE VIDA

El discurso dominante de la política climática es que hay que reducir las emisiones porque, de lo contrario, el mundo será cada vez menos habitable. En la práctica, la política climática se asocia principalmente con el sacrificio y la pérdida de modos de vida familiares que se perciben como positivos. Este discurso es arriesgado, dado que fomenta temores y resistencias. **Los políticos sólo pueden contrarrestarlo haciendo hincapié en los beneficios sociales de una transformación socio-ecológica y en las consecuencias positivas para el bien común.** Lo que se necesita es un discurso que enfatice los beneficios de una sociedad climáticamente neutra.⁷ Los enfoques en este sentido también pueden identificarse en función del grupo social: centros urbanos limpios, verdes y más habitables, mayor calidad de vida gracias a un menor tráfico, mejor salud gracias a una menor contaminación atmosférica o más infraestructuras de movilidad para las personas mayores son sólo algunos ejemplos. Pero la lista es más larga: mejor calidad de los alimentos producidos localmente, naturaleza intacta disponible para el ocio local, que sirva como activo cultural y como oportunidad para identificarse con la propia ciudad o región de origen, espacios verdes en el centro de las ciudades como contribución a la adaptación climática y a la mejora de la propiedad inmobiliaria urbana, etc. **Además, las políticas climáticas también cuentan con el apoyo de los gru-**

⁷ Reusswig, A. /Schleer, C. (2021). p. 60.

pos sociales más escépticos si son compatibles con la vida en una sociedad de consumo moderna y ofrecen beneficios personales adicionales directos. Si la sostenibilidad es posible sin costes adicionales y aumenta la propia calidad de vida en lugar de disminuirla, estos grupos sociales también serán más receptivos. También se derivarán efectos positivos si estos nuevos productos se asocian a un aumento de prestigio, por ejemplo en el caso de los productos ecológicos de alta tecnología y la joyería sostenible.

Del mismo modo, este planteamiento deja margen para mejoras individuales. Los grupos sociales con un estatus social más bajo suelen orientarse mucho hacia la cuestión de qué medidas concretas les benefician. Los argumentos eficaces a favor de un comportamiento de ahorro energético o la compra de electrodomésticos respetuosos con el medio ambiente, por ejemplo, se traducen en ahorro de costes, modernidad y eficiencia (como menores costes de los servicios públicos gracias al aislamiento térmico). Esto es aún más cierto cuando las inversiones financieras se amortizan al cabo de poco tiempo. Es necesario disipar la percepción de contrapartidas (por ejemplo, «la protección del clima conlleva perjuicios económicos y pone en peligro los puestos de trabajo»), eliminar las dudas sobre la viabilidad de las medidas necesarias y (además de los aspectos de bienestar público, como se observa más arriba) hacer hincapié en los beneficios personales adicionales directos.⁸

IMPLICAR ACTIVAMENTE A LOS CIUDADANOS, REDUCIR LAS PERCEPCIONES ELITISTAS

Las cuestiones materiales ocupan un lugar central, pero no son en absoluto los únicos factores decisivos a la hora de aceptar o bloquear las medidas climáticas. El debate sobre la reestructuración socio-ecológica también tiene mucho que ver con el reconocimiento de las diferentes formas de vida y el sentimiento de injusticia cuando se niega reconocimiento a los logros individuales. Los cambios culturales reclamados y promovidos por la llamada élite culta suelen ser percibidos como invasivos por otros grupos sociales. Asimismo, muchas personas sienten que simplemente se ignoran sus propias experiencias vitales y sus retos cotidianos. **La ira y el cansancio ante el cambio son percibidos con mucha más intensidad por los grupos sociales más bajos. Esto se debe abordar desde un punto de vista político: las oportunidades y los beneficios de la modernización ecológica deben distribuirse de forma que puedan alcanzar mayorías.**⁹ Esto es posible, por ejemplo, ampliando las oportunidades de codeterminación y participación, a través de consejos de ciudadanos o consejos de transformación a nivel de empresa, así como la participación en la creación de valor. Por ejemplo, en parques energéticos o a través de modelos cooperativos.

Si los ciudadanos participan en la toma de decisiones para el diseño de las políticas climáticas y se les da la oportunidad de contribuir a configurar los procesos de cambio, aumenta la aceptación de la protección del clima y la confianza en el sistema político. El viaje es la recompensa. El simple hecho de contar con la oportunidad de aportar la propia opinión hace que las decisiones obtengan a menudo apoyo, aunque al final no se satisfagan plenamente los propios intereses. Aunque, en realidad, no todo el mundo tiene el objetivo de participar activamente en un consejo ciudadano o en una cooperativa, la mera posibilidad de poder opinar aporta a los ciudadanos la sensación eficaz de que se están escuchando sus intereses.

Por eso, las soluciones suelen encontrarse en el ámbito local. Un suministro eléctrico basado en energías renovables es mucho más descentralizado y de menor escala que el basado en combustibles fósiles. Esto lo hace más independiente y fomenta un uso más generalizado. No obstante, esto también permite o requiere la participación de muchos individuos en la generación y el uso inteligente de la electricidad. Los ciudadanos pueden generar electricidad ellos mismos, por ejemplo, en sus propios tejados o perteneciendo a una cooperativa o comunidad energética. Los ingresos producidos pueden utilizarse a nivel local o distribuirse entre los miembros.

Esta participación individual crea soluciones prácticas. Además, ofrece una imagen potente de participación democrática de la población. El papel de los actores progresistas consiste en garantizar que tales modelos también estén abiertos a los estratos económicamente más débiles de la población y no sólo reservados a la clase media alta. Más concretamente, los grupos sociales de estatus social más bajo necesitan ofertas que combinen eficazmente la justicia social, la protección del clima y la oportunidad de utilizar sus propias capacidades. El grupo social de los *Orientados a las sensaciones* suele caracterizarse por una mentalidad bastante práctica, por ejemplo. Si los miembros de este grupo social se sienten directamente afectados, quieren opinar e implicarse y también hacerse un nombre. Muchos podrían imaginarse desempeñando un papel activo en el suministro energético de su comunidad, haciéndose miembros de una cooperativa energética, siempre y cuando (también) conozcan allí a personas con ideas afines y se sientan bienvenidos y aceptados. No se trata de discusiones abstractas con élites que se perciben como distantes y desconectadas, sino de acciones prácticas.¹⁰

COMUNICAR MEJOR, DESPERTAR EMOCIONES POSITIVAS, REFORZAR LAS NORMAS SOCIALES

Los resultados de nuestra encuesta multinacional indican que muchas personas desearían disponer de más información sobre las políticas climáticas y, sobre todo, que esta información fuera más fácil de entender. **Una comunica-**

⁸ Schleer, C. /Wisniewski, N. /Reusswig, F. (2024).

⁹ Mau, S. /Lux, T. / Westheuser, L. (2023): Trigger Points/ Triggerpunkte Consensus and Conflict in Contemporary Society. [Puntos desencadenantes / Consenso y conflicto en la sociedad contemporánea] Suhrkamp Verlag.

¹⁰ Schleer, C. /Wisniewski, N. / Reusswig, F. (2024). p. 27.

ción clara, honesta y atractiva es esencial para el éxito del programa de reformas para la neutralidad climática. Los políticos no deberían restar importancia a los retos que plantea la transición ecológica, sino comunicar la magnitud y duración de la tarea de forma honesta. Para ello, no pueden basarse únicamente en hallazgos científicos y datos estadísticos. Los populistas de derechas apelan a las emociones, que es lo que les hace tener tanto éxito. Las emociones de la población también deben desempeñar un papel más importante en la comunicación de los partidos progresistas cuando se aborda el clima. No se trata de crear emociones como en la publicidad; las emociones ya están en juego. Es necesario abordar los miedos y las frustraciones, la ira y las dudas. Los potenciales grupos objetivo de los partidos progresistas son muy amplios, y el campo de las emociones es igualmente amplio. No se pueden dejar de lado sin más, negando el derecho a expresarlas. Se pueden desarmar desviando la atención hacia soluciones prácticas que inspiren esperanza, en las que todos participen y de las que podamos sentirnos orgullosos.

Tanto el reto como la solución están en nuestras manos, y deben mostrarse y debatirse en consonancia. **Las encuestas muestran que muchas personas valoran muy positivamente su propia voluntad de cambio con respecto a cuestiones climáticas, pero la valoración que dan a la voluntad de sus vecinos es mucho más baja.¹¹ Esta supuesta falta de iniciativa por parte de sus vecinos puede inhibir sus propios esfuerzos. En cambio, los ejemplos positivos de la propia región, del sector empresarial local, acercan a los ciudadanos la idea de que algo está ocurriendo.** Esto reduce el sentimiento de impotencia que a menudo prevalece entre muchas personas cuando se aborda el cambio climático.

Los políticos no deberían aprovechar el discurso del cambio «radical», ya que esto alimenta los temores de pérdida, dado el nivel de prosperidad alcanzado en los países industrializados.

Además, es necesario un mejor plan a medio y largo plazo, con objetivos claros y etapas intermedias, así como una aplicación fiable en pasos gestionables. Las reservas y los temores de la población surgen sobre todo cuando prevalece la impresión de que faltan conceptos y estrategias para abordar los problemas. Si a esto se añade la impresión de que los cambios se realizan como resultado de una toma de decisiones errática bajo una gran presión externa o sin una estrategia bien fundamentada, es decir, «de un día para otro», y

aparentemente sin tener en cuenta las exigencias de la vida cotidiana, aumentan la ansiedad y la resistencia. Para eliminar la falta de información y evitar la incertidumbre, es necesario explicar las medidas de política climática de forma comprensible, comunicar los objetivos y metas y demostrar tanto los efectos como los éxitos.

Los ciudadanos no deben verse como víctimas pasivas de la ambiciosa transición energética. Además, no quieren que se les sermonee; es más eficaz aportar ejemplos positivos de su propio grupo de iguales.

Personas con intereses similares, actitudes parecidas y condiciones de vida similares han cambiado su comportamiento y lo están consiguiendo. Este mensaje es mucho más eficaz que un dedo acusador. Los llamamientos ahuyentan a la gente; la etiqueta social, en cambio, se impone. La gente sigue las normas socialmente reconocidas; quiere pertenecer a ellas.

UNA POLÍTICA INDUSTRIAL Y LABORAL ACTIVA PARA CONFIGURAR EL CAMBIO ESTRUCTURAL

Los resultados de la encuesta obtenidos en el ámbito de la economía y el empleo parecen a primera vista francamente contradictorios. Por un lado, existe la convicción de que las empresas no pueden ignorar la modernización ecológica si quieren mantener su competitividad, o de que incluso se beneficiarán de ella. Al mismo tiempo, también existe un fuerte temor al impacto del aumento de los precios de la energía y de los ambiciosos estándares de producción en la economía nacional en general y en el empleo en particular. **En este sentido, está claro que la población no es crítica ni se opone abiertamente al cambio estructural en sí, sino más bien a sus posibles efectos secundarios negativos para las empresas locales y el mercado laboral.** Del mismo modo que la amortiguación social de la transformación es indispensable para los hogares privados si se quiere conseguir la aceptación social del plan de reformas, el apoyo por parte del Estado a la economía también es esencial. Esto implica tanto unas condiciones marco fiables, planificadas y comunicadas con suficiente antelación, como la seguridad financiera y la financiación necesarias para el cambio estructural, junto con la formación y el perfeccionamiento adecuados para los trabajadores. Al mismo tiempo, aspectos como una comunicación clara y una implicación suficiente de la población local, así como de los interlocutores sociales con las empresas, los sindicatos y los trabajadores, desempeñan un papel clave.

¹¹ Véase, por ejemplo, Banco Europeo de Inversiones (2022). The EIB climate survey – Citizens call for green recovery – Calls for a green recovery. [La encuesta climática del BEI – Los ciudadanos piden una recuperación verde.] Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://data.europa.eu/doi/10.2867/414948>; o Leviston, Z. / Uren, H. V. (2020). Overestimating one's "green" behavior: Better-than-media bias may function to reduce perceived personal threat from climate change. [Sobreestimar el propio comportamiento «verde»: Un sesgo mejor que la media puede funcionar para reducir la percepción de amenaza personal por el cambio climático.] *Journal of Social Issues*, 76(1), 70-85. <https://doi.org/10.1111/josi.12365>

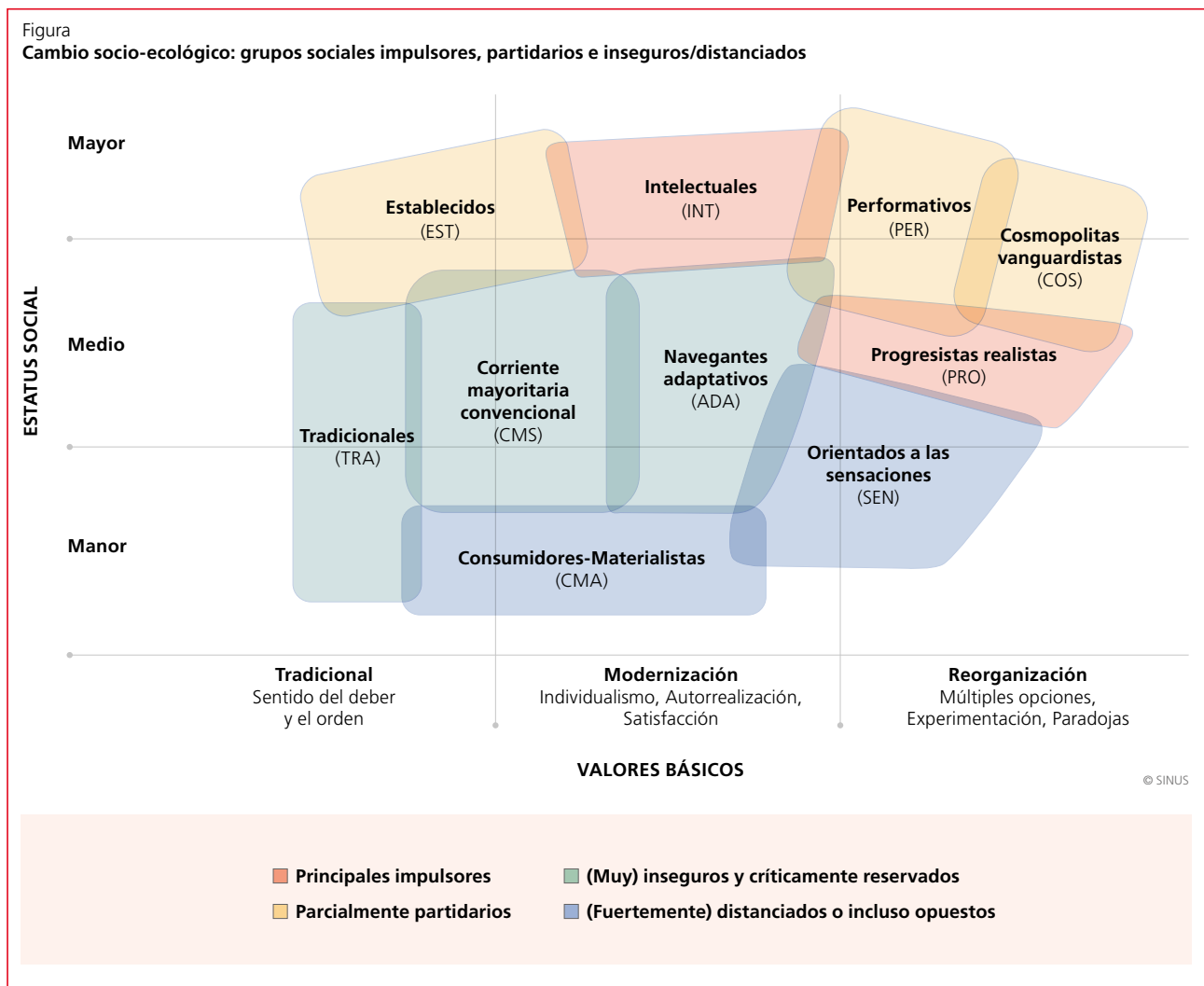
ANEXO: GRUPOS SOCIALES, SUS BARRERAS ESPECÍFICAS Y SUS POTENCIALES DE RESONANCIA

El resumen y los pasajes de texto que figuran a continuación son una recopilación de citas directas del informe final del Instituto SINUS sobre esta encuesta de población encargada por la Friedrich-Ebert-Stiftung.¹² Según los autores, en lo que respecta a la transformación socio-ecológica, son cuatro los grupos sociales que se pueden clasificar en las siguientes categorías:

- La vida cotidiana de los *Intelectuales* posmaterialistas y de los *Progresistas realistas* conscientes de su misión hacen que se les pueda considerar los principales grupos

sociales que impulsan el cambio. Ambos se caracterizan por una especial sensibilización ante los riesgos del cambio climático. En su opinión, la transformación socio-ecológica es un requisito básico para superar la crisis climática. En vista de la premura del tiempo, piden a los políticos que promuevan de forma más consecuente la conservación de la naturaleza, la protección del medio ambiente y la acción por el clima (los *Progresistas realistas* son especialmente «ruidosos» en este sentido). Se muestran explícitamente de acuerdo con la distribución equitativamente los costes y las cargas del cambio. Al mismo tiempo, existe una gran disposición a configurar la propia forma de vida de manera más sostenible en favor del medio ambiente. Esto no excluye en algunos casos los comportamientos incoherentes, pero los miembros de estos grupos sociales también hacen autocrítica a la hora de reconocer las incoherencias, y las ven como un incentivo para seguir mejorando.

12 Schleer, C. /Wisniewski, N. /Reusswig, F. (2024): Shaping the socio-ecological transformation: How social barriers can be overcome and how resonance potentials can be utilised. [Dar forma a la transformación socio-ecológica: Cómo superar las barreras sociales y aprovechar los potenciales de resonancia.] Instituto SINUS. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/bruessel/21136.pdf>



- La élite conservadora de los *Establecidos* puede considerarse un medio de apoyo parcial. Los miembros de este grupo social muestran una actitud abierta hacia los cambios necesarios, pero temen sufrir daños económicos si los objetivos de protección del clima son demasiado ambiciosos. También son reacios a cambiar su propio estilo de vida, a veces exclusivo (condiciones de vida privilegiadas, viajes de larga distancia, etc.). La élite económica moderna de los *Performativos* también está de acuerdo con el objetivo de la neutralidad climática. No obstante, están menos convencidos (especialmente en comparación con los grupos sociales impulsores) de que se necesita una legislación estricta y coherente para conservar la naturaleza y el medio ambiente. En cambio, están a favor de la tecnología y el progreso, y del carácter voluntario de las políticas climáticas. Aunque el grupo social de los *Cosmopolitas vanguardistas* es afín a un estilo de vida muy individualista y antiideológico, puede seguir considerándose un entorno partidario, debido a su cosmopolitismo urbano, su interés por las tendencias ecológicas (moda vintage, reutilización creativa, etc.) y su apreciación general de la sostenibilidad, que también se traduce en cierta medida en el posicionamiento político y las orientaciones profesionales. En la vida cotidiana, el comportamiento sostenible se apoya sobre todo allí donde el replanteamiento ecológico promete un aumento de la calidad de vida (por ejemplo, nutrición sostenible, movilidad respetuosa con el medio ambiente).
- Los grupos sociales (muy) **inseguros y críticamente reservados** incluyen a la generación de más edad de los *Tradicionalistas*, que busca la estabilidad, a la *Corriente mayoritaria convencional*, que busca la armonía, y a la clase media joven y moderna de los *Navegantes adaptativos*. La incertidumbre se extiende cada vez más en estos grupos sociales ante la percepción de la intensificación de la crisis y las llamadas al cambio asociadas, que se perciben como difusas. La necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos es aquí indiscutible, pero la conciencia de la urgencia del problema climático es más bien escasa. Aunque la ciudadanía expresa su temor a las consecuencias del cambio climático, muchos también creen que existen problemas más importantes en su propio país (como la provisión de pensiones/pobreza de las personas mayores, la inflación/caída del poder adquisitivo, los empleos justos y los puestos de trabajo bien remunerados). Como la ciudadanía cree que después estará peor que antes, la idea de una «gran transformación» crea crecientes temores de declive social y con respecto al futuro. Están decepcionados con los políticos y el Gobierno, ya no sienten que sus intereses estén (suficientemente) representados y se molestan con respecto a las «élites ricas» que quieren decir a los demás cómo deben vivir en el futuro a raíz de la crisis climática.
- Por su parte, los grupos sociales de clase media (*Corriente mayoritaria convencional*, *Navegantes adaptativos*) y los *Tradicionalistas* muestran una alta sensibilización con respecto a la cuestión de la neutralidad climática.

Aquí es donde se produce el deslinde con los grupos que están (fuertemente) **distanciados o que incluso se oponen** a la cuestión ecológica. En el grupo social de los *Orientados a las sensaciones*, materialista y orientado al entretenimiento, la neutralidad climática prevista se percibe, sobre todo, como una imposición que se asocia con el sacrificio, las restricciones personales y la pérdida de la alegría de vivir. Los miembros de este grupo social viven en el «aquí y ahora». Esta fuerte concentración en el presente va en contra de los principios de la sostenibilidad. Aunque no se pueden ignorar las amenazas medioambientales, se presta poca atención a los riesgos y las consecuencias. Los *Consumidores-Materialistas*, preocupados por la participación, también consideran el cambio climático un problema secundario. Muchos viven en circunstancias precarias (desempleo, problemas de salud, circunstancias familiares difíciles), se sienten «abandonados» y socialmente desfavorecidos. En vista de ello, las medidas de política climática se perciben como injustas y como una amenaza adicional a su propia situación social. En consecuencia, se sienten abandonados por el Estado y temen quedarse aún más rezagados.

La clasificación aquí realizada en función del grado de apoyo a la transformación necesaria no debe ocultar que se trata de una aprobación y una oposición específicas para cada tema y situación en cada grupo social, que pueden abordarse. Incluso los factores relacionados con el estilo de vida y las orientaciones de valores que en un principio obstaculizan la transformación hacia la neutralidad climática pueden utilizarse para lograr cambios respetuosos con el clima.

[...]

CÓMO LLEGAR A LA CLASE MEDIA MODERNA DE LA SOCIEDAD

Las personas viven en colectivos sociales que pueden influir mucho en sus actitudes y comportamientos y modificarlos. Copiando y comparando, imitando e identificándose, los individuos desarrollan ciertas pautas de comportamiento que expresan una conexión personal con la comunidad. Esto crea una sensación de unión, un sentimiento de compromiso con unos valores compartidos.¹³

No obstante, no se requieren mayorías en la población para poner en marcha procesos de cambio social. Para el «punto de inflexión» basta con un subgrupo amplio, comprometido, creíble y, sobre todo, que se muestre favorable al cambio.¹⁴ En consecuencia, el éxito de la transición ecológica

¹³ Schleer, C. (2014): Corporate Social Responsibility und die Kaufentscheidung der Konsumenten. Wann und warum berücksichtigen Konsumenten CSR-Kriterien bei ihren Kaufentscheidungen? [Responsabilidad social corporativa y decisiones de compra de los consumidores. ¿Cuándo y por qué tienen en cuenta los consumidores los criterios de RCE a la hora de tomar decisiones de compra? Berlín: Springer Gabler. p. 58.

¹⁴ Centola, D. et al. (2018). Experimental evidence for tipping points in social convention. *Science*, 360 (6393), pp. 1116–1119; Gladwell, M.

depende en gran medida de ganarse a los grupos sociales impulsores y partidarios de políticas climáticas concretas. Aunque existe un amplio consenso entre estos grupos sobre cuestiones fundamentales, las opiniones sobre el ritmo y las medidas concretas pueden diferir en gran medida [...]. Dependiendo de la situación (interés), se expresan críticas, por ejemplo en relación con los déficits en la aplicación y la falta de coherencia (insuficiente consideración de las cuestiones de conservación de la naturaleza). Sin embargo, a menudo se actúa por iniciativa propia, como es el caso de las iniciativas personales, empresariales o municipales. Los grupos sociales impulsores de los *Intelectuales* y los *Progresistas realistas* son especialmente proclives al cambio. Con sus actividades, tanto en la esfera privada como en la pública, tienen el potencial de influir en los grupos sociales que los apoyan, dado que comparten el deseo de asumir un papel pionero en la sociedad: los *Establecidos* como élite de las acciones responsables, los *Performativos* como «pioneros» orientados al progreso y los *Cosmopolitas vanguardistas* como ambiciosos creadores de tendencias.¹⁵

Sin embargo, la transformación no puede tener éxito como «proyecto de élite». Para minimizar la resistencia y las reacciones contrarias, necesita un apoyo más amplio de la sociedad. En este sentido, el entorno del Navegante Adaptativo desempeña un papel fundamental.¹⁶ Se trata de un grupo social de mentalidad abierta, decidido, bien formado, flexible, dispuesto a adaptarse y, en general, abierto a nuevas ideas, por lo que «suele» ser receptivo al objetivo de una sociedad sostenible. Si conseguimos convencer a la clase media moderna de medidas concretas, esto también repercutirá en los grupos sociales adyacentes (especialmente en la *Corriente mayoritaria convencional*, para la que los *Navegantes adaptativos* son importantes fuentes de orientación).

No obstante, a pesar de estar fundamentalmente abierta a las cuestiones climáticas, la joven clase media moderna actualmente ve menos las ventajas sociales de una sociedad sostenible y más las desventajas personales del cambio inminente. Para la política climática, esto significa que hay que reducir las percepciones de contrapartidas («la protección del clima conlleva perjuicios económicos y pone en peligro los puestos de trabajo»), disipar las dudas sobre la viabilidad de las medidas necesarias y, además de los aspectos de bienestar público (véase más arriba), hacer hincapié en las ventajas personales adicionales directas (argumentos de eficiencia, modernización y costes, como puntos extra por utilizar el transporte público o bicicletas de alquiler baratas).

(2006): The Tipping Point. How little things can make a big difference. [Pruebas experimentales de puntos de inflexión en las convenciones sociales. *Science*, 360 (6393), pp. 1116-1119; Gladwell, M. (2006): El punto de inflexión. Cómo las pequeñas cosas pueden marcar una gran diferencia.] Hachette Book Group USA.

- 15** No obstante, al final no habrá más remedio que abordar las grandes huellas ecológicas de los grupos sociales de estatus alto; no pueden abordarse únicamente en términos de sus aspectos ecológicos positivos sin volverse poco fiables. Si la transición ecológica implica inevitablemente un momento de renuncia (véase Lepenies, P. (2022): *Verbot und Verzicht. Politik aus dem Geiste des Unterlassens* [Prohibición y restricción. Política a través de la omisión]. Berlín: Suhrkamp), entonces son precisamente los grupos sociales de estatus alto los que tendrán que prescindir. Por tanto, también será importante desarrollar una cultura civil del conflicto y el debate. Esta debe arrancarse del populismo, que en realidad la socava.
- 16** Véase también Barth, B. /Molina, C. (2023): *Transformation und Beharren. Aktuelle Einstellungen zu Umwelt- und Klimaschutz, differenziert nach den Sinus-Milieus* [Transformación y resistencia. Actitudes actuales hacia la protección del medio ambiente y el clima, diferenciadas según el grupo social]. En: Fritz, J. y Tomaschek, N. (eds.): *Partizipation. Das Zusammenwirken der Vielen für Demokratie, Wirtschaft und Umwelt* [La participación. La cooperación de muchos por la democracia, la economía y el medio ambiente]. Volumen 12, p. 147-158; and Borgstedt, S. (2023): *Die Sinus-Milieus als Instrument für Transformationsforschung und evidenzbasierte Politikberatung* [Los Milieus de Sinus como herramienta de investigación para la transformación y asesoramiento político basado en pruebas]. En: Barth et al. (eds.): *Praxis der Sinus-Milieus. Gegenwart und Zukunft eines modernen Gesellschafts- und Zielgruppenmodells* [La práctica de los Milieus de Sinus. Presente y futuro de un modelo social y de grupos objetivos modernos]. 2ª edición. p. 305–316.

NOTAS LEGALES

Fundación Friedrich Ebert

C/Manuel Silvela, 7. Bajo dcha.

28010 Madrid

<https://madrid.fes.de/>

Responsables de la publicación:

Luise Rürup, Representante de FES en España y Portugal

Covadonga Morales Bertrand, Coordinadora de Programas FES Madrid

Pedidos / Contacto: info.madrid@fes.de

Las opiniones expresadas en este documento no son necesariamente las de Friedrich Ebert e. V. No se permite el uso comercial de las publicaciones de la Fundación Friedrich Ebert (FES) sin el consentimiento previo por escrito de la FES. Las publicaciones de la Fundación Friedrich Ebert no deben utilizarse con fines electorales.

Design/Typesetting: [pertext](http://pertext.de), Berlin | www.pertext.de

Cover photo: [picture alliance](#) / [Westend61](#) / [Sandra Roesch](#)

