

Los derechos humanos como herramienta para la acción climática: una propuesta comunicativa

ANA GARCÍA JUANATEY (COORD.), ILARIA DE VITA Y BETTINA STEIBLE



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

Coordinación

Ana García Juanatey

Equipo de investigación

Ana García Juanatey

Ilaria De Vita

Bettina Steible

Maquetación

Nadia Sanmartin

Ilustraciones

Ilaria De Vita

Agradecimientos

Este trabajo se ha beneficiado de una ayuda postdoctoral para la investigación otorgada por el programa sobre Bienestar Planetario de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) en 2019. Además, para la elaboración de la revisión de literatura en la que se basa, la coordinadora de este trabajo realizó una estancia de investigación en el grupo Persona-Ambiente de la Universidad de Coruña (UDC) durante el verano de 2020. Por ello, las autoras de este texto agradecen su apoyo a la UPF y a la UDC, así como a todas las personas que amablemente revisaron este texto: Almudena Díaz Pagés, Najaibi Noelia Hernández Granillo, Ricardo García Mira, Anne Marelle, Lela Melon, Águeda Mera Mirayes, Isabel Lema Blanco y Luca Volpi.



Cómo citar este texto

García Juanatey, A. (coord.), Steible B., y De Vita, I., “Los derechos humanos como herramienta para la acción climática: una propuesta comunicativa”, UPF Planetary Wellbeing, julio de 2022.

Resumen

Este trabajo explora la aportación de los derechos humanos a una comunicación más efectiva sobre la emergencia climática, en la forma de una propuesta en formato divulgativo dirigida a activistas y personas interesadas. Esta propuesta surge de la constatación de que, a pesar de la evidencia de que la emergencia climática debe ser prioritaria en la agenda de los Estados y demás organizaciones políticas, hasta el momento ha resultado difícil convencer a la población general para que se una a la lucha por una acción climática urgente. Por lo tanto, es necesario construir este consenso social, movilizándolo todo el conocimiento relevante sobre cómo debemos comunicar la emergencia climática y sobre cómo construir los tipos de narrativas más efectivos para ampliar esa base social. Para contribuir a este objetivo, esta propuesta pretende, por un lado, presentar de manera clara y divulgativa un análisis de la literatura más relevante y reciente en el ámbito de la psicología social y ambiental, en concreto en relación al uso de las emociones y los valores en la comunicación climática, que ayudan a explicar las resistencias que impiden que las personas modifiquen sus hábitos de vida y se impliquen en la acción climática; por otro, este trabajo procura también, a partir de esa literatura, examinar el potencial de narrativas derivadas de los movimientos a favor de los derechos humanos, basados en valores como la igualdad, la justicia y la protección de grupos en situación de vulnerabilidad, para superar esas resistencias. La propuesta defendida es que estas narrativas pueden contribuir a traducir el miedo justificado a un futuro sombrío en acciones significativas y esperanzadoras, ayudando a poner el tema de la justicia en el centro del debate y, contribuyendo, al mismo tiempo, a conectar las agendas de los movimientos ambientales y las de otros movimientos sociales.

Índice 1/2

Introducción	6
---------------------	---

1 La emergencia climática como problema comunicativo	9
1.1. La construcción del problema y sus características	11
a. Un problema complejo	11
b. Un problema científico-técnico con impactos inciertos	12
c. Un problema global	12
1.2. La comunicación climática: principales suposiciones sobre la inacción de la sociedad	13

2 Algunos conceptos útiles para una mejor comunicación climática: las narrativas y los marcos mentales	16
2.1. Las narrativas sobre cambio climático	17
a. El concepto de narrativa	17
b. La aportación del concepto de narrativas a la comunicación climática	18
2.2. Los marcos mentales y el cambio climático	19
a. El concepto de marcos mentales	19
b. La aportación del concepto de marcos mentales a la comunicación climática	20

3 El papel de las emociones en la comunicación climática	22
3.1. Las emociones en los discursos sobre la emergencia climática: fomentar una conexión emocional con el problema	24
3.2. Las emociones negativas como motivadoras de acción climática: un debate en curso	25
3.3. La utilidad de las emociones positivas	27

4 Una comunicación climática basada en valores	29
4.1. La teoría de los valores y la emergencia climática	30
a. Los sistemas de valores y su relación con las motivaciones de las personas	31
b. Las implicaciones de la teoría de los valores en la comunicación climática	32
c. Algunos apuntes sobre la relación entre valores e identidad	34
4.2. Promoviendo estilos de vida sostenible: el rol de los valores	34
a. Fomentar los estilos de vida bajos en carbono	34
b. Reducir el consumo superfluo: la promoción de valores como la suficiencia y la frugalidad	35

Índice 2/2

5	Una aproximación a la emergencia climática desde los derechos humanos	38
5.1.	La relación entre los derechos humanos y el cambio climático	39
a.	Una introducción a los derechos humanos: un enfoque basado en la protección de la dignidad humana	40
b.	El impacto del cambio climático en los derechos humanos	41
5.2.	La contribución de los derechos humanos a la lucha climática: las herramientas legales	43
a.	Una serie de principios y de derechos	43
b.	El concepto de obligaciones	45
5.3.	Un marco basado en la justicia y la equidad: la justicia climática	46
a.	Situando la desigualdad en el centro del debate: los impactos	47
b.	Un marco basado en la justicia climática: las responsabilidades	48
5.4.	Las ventajas y desventajas de aplicar un enfoque basado en derechos humanos a la emergencia climática	49

6	Una propuesta de comunicación climática basada en los derechos humanos	52
6.1.	Una serie de recursos narrativos: víctimas, responsables y agentes de cambio	54
6.2.	Un uso adecuado de las emociones: la empatía y la esperanza	56
6.3.	Los valores: dignidad, igualdad justicia y solidaridad	57
6.4.	Unas respuestas basadas en la justicia climática	58
6.5.	Una visión de sociedad futura	59

7	Conclusiones	62
----------	---------------------	----

Introducción

La emergencia climática es uno de los mayores retos de nuestro tiempo. El último informe publicado en 2022 por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) destaca que el calentamiento global es ya un proceso irreversible, cuyas consecuencias se perpetuarán durante milenios. A la vez, advierte de la urgencia de reducir inmediata y drásticamente las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI en adelante). Por tanto, las medidas que ponga en marcha el conjunto de las sociedades humanas en el siguiente lustro serán cruciales para mitigar sus peores efectos.

No obstante, a pesar de la contundencia de la evidencia y de la magnitud de este desafío, en el momento actual se percibe una generalizada falta de ambición en las respuestas de los Estados y sus poblaciones. Si en el Acuerdo de París, firmado en 2015, los países acordaron el compromiso global de reducir las GEI para mantener el cambio climático dentro del umbral de 1,5 y 2 grados, las previsiones actuales—en base a los planes que los propios países firmantes han presentado—alcanzaría una subida de tres grados en dos décadas. Este escenario sería catastrófico para buena parte de los asentamientos humanos del planeta, por ejemplo para la cuenca mediterránea, una de las regiones que se está viendo ya más afectada por el aumento de temperaturas.

La magnitud del desafío es enorme: luchar contra la emergencia climática de manera efectiva implica la necesidad de transformar radicalmente nuestras sociedades, ampliamente dependientes del hiperconsumo de energía, en especial de combustibles fósiles. Asimismo, existe un problema añadido, el que aporta el calificativo de **emergencia**: la reducción de emisiones implica la transformación rápida del estilo de vida de buena parte del planeta, en concreto del norte global y de las élites del sur global, los segmentos de población mundial con mayor **huella de carbono**. Para hacer frente a esta emergencia debemos modificar sustancialmente los comportamientos asociados al potencial de reducción de emisiones—por ejemplo, a través de un menor uso del vehículo privado y del avión, de una reducción drástica de las demandas energéticas vinculadas a las viviendas, de una dieta más local y con menor ingesta de productos de origen animal—hábitos que están muy arraigados y que son difíciles de modificar. Ante estos obstáculos, la inercia se impone, lo que se traduce en inacción.

De manera paradójica, esta falta de acción y ambición contrasta con una amplia preocupación social en relación con la emergencia climática y sus impactos. En el caso de la UE la mayoría de la población piensa, efectivamente, que el cambio climático es un desafío de primera magnitud y que hay que actuar en consecuencia: según el [Euro-barómetro del 2021](#), el 93% de la ciudadanía de la UE considera que el cambio climático es un problema grave y el 78% lo caracteriza como “muy grave”. Sin embargo, esta preocupación no se traduce en una acción relevante, sea a través de un cambio significativo de hábitos de vida o de apoyo a opciones políticas con propuestas sensatas que estén en línea con la mejor evidencia científica disponible.

Las razones que subyacen a esta falta de ambición en las respuestas a este desafío son múltiples. Por un lado, la inacción climática se explica parcialmente por una problemática de naturaleza epistemológica: la magnitud y la complejidad del cambio climático es difícil de comprender y percibir por la población general. En efecto, el cambio climático se ha presentado a menudo en la literatura especializada como un “problema retorcido” en base a dos de sus características: que sus consecuencias específicas son inciertas y que la peor parte del cambio se notará en el futuro (aunque parece que este es cada vez más cercano y tangible). Por otro lado, hay otras razones que explican este desajuste entre preocupación y acción, entre estas, la inexistencia de condiciones estructurales que hagan posible un cambio de conductas; por ejemplo, es difícil dejar de usar el coche para reducir emisiones si el modelo de vida actual fomenta la necesidad de desplazamientos y no existe una buena red de transporte público.

Sin dejar de lado estas problemáticas, este trabajo parte de la constatación de que a la falta de acción relevante ante la emergencia climática subyace también un **problema comunicativo**. En las últimas décadas ha habido un relevante cuerpo de literatura académica que se ha ocupado de analizar críticamente cómo narramos la emergencia climática, teniendo en cuenta los discursos que surgen de los medios de comunicación, las personas activistas, la academia y la ciudadanía. Esta literatura ha llamado la atención sobre algunas de las características que comparten la mayoría de los discursos sobre el reto climático: un **catastrofismo** que pretende movilizar apelando al miedo a un futuro distópico y el predominio de la **información científica**, que intenta convencer a la población general a base de datos y evidencias.

Por un lado, se ha dicho con frecuencia que el inevitable discurso catastrofista sobre los impactos del cambio climático—plenamente justificado, en cierto modo, por las predicciones basadas en la mejor evidencia científica disponible—no parece la mejor manera de empujar a la población general a demandar medidas más ambiciosas, puesto que puede provocar comportamientos escapistas, en los que las personas prefieren no afrontar información incómoda o que les genera malestar y preocupación. Por otro, se ha destacado que en la comunicación sobre la emergencia climática¹ han prevalecido los datos sobre las emociones, lo que facilita la desconexión emocional del público con este problema. En palabras del escritor y divulgador Andreu Escrivá: “el cambio climático es una historia humana hasta la médula, quizá la más apasionante del mundo, y la hemos contado como si fuera un prospecto de un medicamento” ([2020: 60-61](#)).

Para superar estos problemas comunicativos, en los últimos años se han planteado varios paradigmas alternativos, basados en un uso adecuado de emociones como la esperanza ([Gomez y Coombes, 2019](#); [Fredrickson, 1998](#); [Salama y Aboukoura, 2018](#); [Council of Europe, 2017](#); [EU Fundamental Rights Agency, 2018](#)) y de una apelación a valores compartidos ([Corner et al, 2014](#); [Hornsey et al., 2016](#); [Crompton y Lennon, 2018](#)). Además, se ha reflexionado en profundidad sobre aspectos vinculados a la comunicación climática, como el uso de técnicas narrativas ([Arnold, 2018](#); [Gomez y Coombes, 2019](#); [Rodrigo-Alsina, 2020](#)). Algunos elementos comunes de

¹ En este trabajo se usan las expresiones “comunicación sobre la emergencia climática” y “comunicación climática” de forma intercambiable.

estos enfoques son utilizar una comunicación más humana, centrada en los impactos en las comunidades y los ecosistemas que las sostienen.

Ante esta abundante literatura, este trabajo pretende examinar algunos aspectos concretos de la comunicación climática que han sido debatidos y señalados en los últimos años como particularmente prometedores: el potencial de los **recursos narrativos**; la importancia de un mejor conocimiento de los **mecanismos de defensa y las barreras** que impiden la acción climática; un uso más intensificado y apropiado de las **emociones**; y las ventajas de utilizar marcos comunicativos basados en **valores**. La idea que subyace a este reto es trasladar un conocimiento que a menudo se queda en los círculos académicos a la sociedad, en particular a **activistas y personas interesadas** del norte global².

Asimismo, después de esta revisión, este trabajo pretende también contribuir a estos debates a través de una propuesta: la del uso de los derechos humanos como herramienta comunicativa. Los movimientos de **derechos humanos** han logrado grandes avances en los últimos 70 años, a través del fomento de emociones como la empatía y la compasión por otras personas y de promover valores como la igualdad y la solidaridad. Basándose en esta experiencia, en las últimas dos décadas cada vez más organizaciones y activistas preocupadas por la emergencia climática han comenzado a utilizar las herramientas legales y políticas que aporta un enfoque basado en derechos humanos, como muestran muchos de los cada vez más frecuentes casos de litigio climático a nivel nacional ([UNEP, 2021](#)). Sin embargo, desde el punto de vista de las autoras de este texto, el potencial comunicativo de este marco no ha sido explorado en su totalidad. Por tanto, una contribución específica de este trabajo es hacer una propuesta concreta de nuevas estrategias para una comunicación basada en los valores y en las emociones que subyacen a la lucha por los derechos humanos y, que contribuya, por tanto, a trascender un marco comunicativo basado principalmente en las ciencias ambientales para poner en el centro de este desafío a las personas, apelando a nuestra empatía y a nuestro sentido de la responsabilidad.

Esta propuesta se estructura en seis partes: la primera aborda la emergencia climática como problema comunicativo, prestando atención a las características que dificultan transmitir adecuadamente este reto a la población; la segunda parte examina algunos conceptos útiles para una mejor comunicación climática, como las nociones de narrativas y de marcos mentales; la tercera estudia el papel de las emociones en la comunicación climática, tanto las negativas, como el miedo o la culpa, como las positivas como la empatía o la esperanza; la cuarta parte examina las bases de una comunicación climática basada en valores y aborda la cuestión crucial de qué valores deberían transmitirse para poder convencer a nuestras audiencias de la importancia de actuar urgentemente; la quinta se aproxima a la emergencia climática desde los derechos humanos, examinando qué herramientas específicas aporta este enfoque, tanto políticas como jurídicas; y, finalmente, la sexta presenta una propuesta de comunicación climática basada en los derechos humanos. En las conclusiones, para terminar, resumimos las principales contribuciones de este trabajo y marcamos algunas vías futuras de investigación y activismo.

² Para los y las comunicadoras del sur global, se ha publicado en 2019 la guía: “Comunicando el cambio climático: Una guía para profesionales. Perspectivas de África, Asia y América”, disponible en https://cdkn.org/sites/default/files/files/Communication-Manual-2019-Spanish_Web_final.pdf

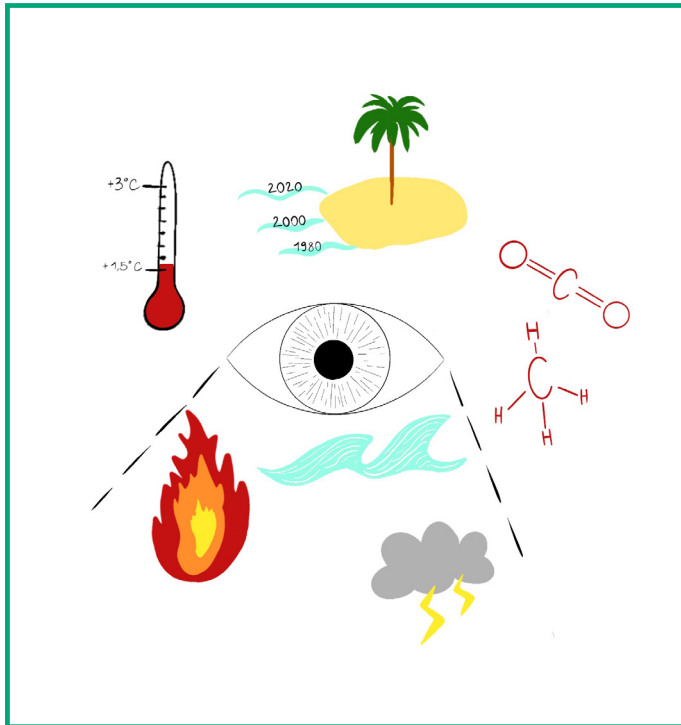
1

La emergencia climática como problema comunicativo

El cambio climático ha sido principalmente analizado y explicado desde una perspectiva basada en las ciencias naturales. Desde esta óptica, podemos afirmar que hoy en día existe ya un amplio **consenso científico** sobre el origen humano del cambio climático en el que nuestro planeta está inmerso y que afecta ya a millones de personas y a otras especies. Además, este consenso ha llegado a la población: en el caso de España, según el [Barómetro del CIS de enero de 2020](#), un 84% de la población cree que se están produciendo cambios imprevistos en el clima debido a las acciones humanas sobre el medio ambiente y la naturaleza, mientras que solo un 10% de la población duda del cambio climático o de su origen antropogénico.

Pero, como se verá en esta sección, más allá de este consenso es importante señalar y fomentar la comprensión de la **naturaleza político-social**, así como **económica**, de este problema: en su origen está el modo en el que vivimos los seres humanos y, además, sus consecuencias impactarán de manera masiva en las vidas humanas, en particular en las de las personas en situación de mayor vulnerabilidad. Por ello, para empezar, una identificación de las peculiaridades del cambio climático como problema social, político y económico es necesaria para enfocar adecuadamente las estrategias de sensibilización y de comunicación sobre este tema.

1.1. La construcción del problema y sus características



Uno de los principales problemas de la construcción del cambio climático como problema comunicativo es el hecho de que se trata de un **fenómeno diferido**: las predicciones de los mayores desastres son proyectadas en el futuro, y hay entonces un desfase entre sus causas—las emisiones de GEI—y sus múltiples efectos. Esto dificulta la percepción del problema y la disposición de las personas a actuar en consecuencia. Asimismo, mientras es más fácil percibir los impactos de los desastres y los fenómenos meteorológicos extremos, los cambios graduales como la subida de la temperatura o el aumento de los niveles del mar, son menos perceptibles a nuestros ojos (Meira Cartea, 2008: 72). Por tanto, la resistencia al cambio urgente e inmediato es alimentada por la impresión por parte de la mayoría de la población de que se trata de un **fenómeno abstracto, lejano y atemporal**.

11

Sobre esta cuestión, exploramos algunas de las características de la emergencia climática que dificultan un abordaje efectivo de este problema, en particular su **complejidad**, la **incertidumbre** que rodea las predicciones sobre sus impactos y su **naturaleza global**.

a. Un problema complejo

La **complejidad** del fenómeno también juega un rol importante en la percepción del público. Algunas de las principales complejidades son las siguientes: por un lado, el sistema biofísico del cambio climático se caracteriza por ser enormemente intrincado al estar compuesto de numerosos sistemas biológicos y físicos distintos que interactúan entre sí. Asimismo, existen todavía muchas lagunas en el estudio de estos sistemas y de cómo se relacionan entre ellos. Por otro lado, su complejidad se refleja también en su dimensión político-social, sobre todo en lo referente a quiénes son responsables y a quiénes sufrirán más sus impactos. Por ejemplo, si prestamos atención a los países, vemos que su responsabilidad histórica es profundamente diferente: según algunos análisis, los países del norte global son responsables del 92% del exceso de emisiones de GEI a la atmósfera desde la revolución industrial (Hickel, 2020), mientras que el sur global es responsable del 8% restante. Igualmente, las consecuencias del cambio climático, directas o indirectas, afectan a la población mundial de manera heterogénea, y aquí es el sur global el que, a pesar de ser mucho menos responsable de las emisiones, se lleva la peor parte, ya que, previsiblemente, sufrirá en mucha mayor medida sus impactos. Entonces, tanto las políticas de reducción de emisiones como las acciones de mitigación y de adaptación al cambio climático tienen que ser planeadas a diferentes niveles, tanto local como global, y de manera colaborativa entre países que tienen responsabilidades y presentan categorías de riesgo muy diversas.

Asimismo, esta complejidad se percibe también en los obstáculos a un cambio de modelo en el **modelo energético** actual: mientras es necesario dejar la dependencia global de los combustibles fósiles en el menor tiempo posible, las implicaciones tecnológicas, políticas y sociales de esta transición hacen que sea prácticamente imposible hacerlo **sin modificar radicalmente el modelo económico actual**. Esto implicaría una gran complejidad en el terreno político y social, cambios en los modos de producción y consumo necesarios: entonces la urgencia de la transición choca con la **inercia** del sistema actual y con las numerosas **resistencias** al cambio, tanto individuales como institucionales. Sobre esta cuestión, tenemos que destacar también un problema de economía política: la mirada de las personas dedicadas a la economía y la política suele centrarse en el corto plazo, mientras que la rentabilidad tanto económica como política de reducir las emisiones se verá en el medio y largo plazo. La mayoría de estas personas, además, no perciben la complejidad de la cuestión y frecuentemente confunden los limitados recursos naturales por activos financieros infinitamente disponibles.

b. Un problema científico-técnico con impactos inciertos

La incertidumbre es un factor que juega un rol importante en los discursos sobre el cambio climático. Desde hace ya décadas, la gran mayoría de las personas que estudian el clima están de acuerdo en que la actividad humana es la causa del calentamiento global y del cambio climático, así como en sus causas específicas (como la quema de combustibles fósiles, la reducción de sumideros de carbono a través de procesos como la deforestación, etc.). No obstante, como se recoge en el informe [Manual de la incertidumbre: Una guía práctica para comunicadores del cambio climático](#) (Corner et al., 2014), a pesar de este consenso, la incertidumbre sigue siendo inherente al conocimiento del cambio climático por diferentes razones. Una de estas es que las ciencias naturales que estudian las mutaciones climáticas se basan en **predicciones y proyecciones** de escenarios y efectos posibles, lo que puede ser difícil de comprender para una parte de la población.

12

Sobre esta cuestión, se ha destacado la importancia de distinguir entre lo que se sabe que está sucediendo ahora y lo que podría ocurrir en los escenarios prospectivos, puesto que las incertidumbres sobre el futuro se confunden fácilmente con el conocimiento científico del estado actual. Por ejemplo, si bien no podemos saber con certeza cuánto va a subir el nivel del mar en los próximos 20 años, sí que podemos proyectar un rango de posible aumento y, además, sabemos ya cómo está impactando esta subida en las poblaciones del Pacífico, que están viendo cuestionados sus sistemas de vida. Prestar atención a estos aspectos es relevante, puesto que la incertidumbre que se tiene sobre el tema del cambio climático se utiliza a menudo como justificación para aplazar la toma de decisiones.

c. Un problema global

La globalidad de la emergencia climática es otro elemento de complejidad, puesto que requiere una **acción concertada**, una estrategia a nivel mundial. Sobre esta cuestión, la aprobación del Acuerdo de París en 2015 reforzó las creencias en la posibilidad de que exista una acción concertada efectiva sobre esta materia. Sin embargo, la falta de ambición de los planes que han presentado los países para reducir las emisiones—en base a sus compromisos con este Acuerdo—están muy lejos de la reducción de emisiones necesarias para mantener el calentamiento global por debajo de 1,5 grados. En efecto, las previsiones actuales vaticinan una subida de 3 grados en dos décadas, lo que tendría efectos catastróficos para millones de personas, sobre todo las que viven en el sur global y las comunidades costeras. Por tanto, aunque ahora ya existe un consenso en las grandes fuerzas políticas y en la mayoría de países de que es necesario actuar con urgencia a través de políticas, falta que las que se están poniendo en marcha se traduzcan en una reducción de las emisiones de manera drástica en el corto plazo.

Esta percepción de falta de ambición y de acción significativa por parte de los Estados y otros actores poderosos refuerza la sensación de que los cambios reales sean casi imposibles de implementar, y que no sea suficiente actuar de manera individual o local. Esta sensación de “**sobrepasamiento**” ha sido señalada como una de las principales barreras a la acción climática: la magnitud de la amenaza, su globalidad y su complejidad pueden generar el sentimiento de que la acción individual sea inútil o que no tenga ningún efecto positivo (Meira Cartea, 2008: 61). Junto al sobrepasamiento, la sensación de **impotencia** ante la crisis climática es muy común, y lleva a que las acciones individuales sean a menudo abandonadas.

Hasta aquí se han analizado algunas de las peculiaridades que hacen que el cambio climático sea un problema retorcido y difícil de entender. Estos factores son importantes a tener en cuenta para una comunicación eficaz sobre el tema y entender cuáles son los principales desafíos que esta presenta.

1.2. La comunicación climática: principales suposiciones sobre la inacción de la sociedad

Como hemos visto, la complejidad, la incertidumbre y el carácter global de la emergencia climática dificultan una acción efectiva. Sin embargo, una comunicación adecuada puede contribuir a superar algunas de estas barreras. En este sentido, desde los años 90, personas de los ámbitos de la psicología, sociología y las ciencias sociales en general han investigado sobre **cómo conseguir que la gente piense y actúe en respuesta a la crisis climática** (Webster y Marshall, 2019) mediante el análisis de los procesos que intervienen en la construcción social del problema del cambio climático, así como los componentes emocionales y las reacciones del público.

13

A este respecto, como evidencian Moser y Dilling (2012), autores de un estudio sobre cómo comunicar el cambio climático que hace un repaso de la literatura académica sobre el tema, desde que esta cuestión entró en la agenda pública en los años 90, la mayoría de los y las comunicadoras asumieron unas *suposiciones sobre la inacción de la sociedad*, en buena medida erróneas. Estas suposiciones son principalmente tres: la creencia de que la información es suficiente para generar preocupación y acción; la centralidad del miedo como emoción motivadora; y la idea de que un mismo mensaje puede convencer y motivar a todo tipo de públicos.

En primer lugar, la creencia de que la **información lleva a la acción** parte de la idea de que la principal razón que explica la inacción climática es la falta de información, por lo que se asume que la comprensión del fenómeno es la condición necesaria para que las personas actúen; el corolario de esta afirmación es que una comunicación basada en dar más datos y mejores explicaciones sobre este problema serviría para aumentar la acción social. Esta creencia ha llevado a enfatizar la necesidad de **ecoalfabetización**, que hace alusión a la formación sobre los sistemas naturales y sus interacciones.

Sobre esta cuestión, se ha demostrado que, aunque la ecoalfabetización es relevante, no es suficiente para generar acción climática. Más concretamente, se reconoce que es importante tener un mínimo de conocimiento sobre los sistemas naturales y los fundamentos de la ecología, pero siempre teniendo en cuenta que este conocimiento no implica necesariamente que la gente vaya a actuar en consecuencia (Peacock, 2006). La forma en la que las personas adoptan cambios en sus conductas depende de la interacción de varios factores, entre otros: los valores incorporados, la jerarquía de necesidades, el contexto situacional, las estructuras sociales, los costes percibidos y la presión social (Meira Cartea, 2008: 67).

En segundo lugar, la siguiente suposición parte de la idea de que el **miedo** frente a las catástrofes y los potenciales desastres puede motivar la acción. No obstante, como se discute en la tercera parte de este trabajo, las apelaciones basadas en el miedo pueden ser contraproducentes y contribuir a la apatía y la inacción climática.



En tercer lugar, existe una creencia en la **comunicación de masas como la más eficaz** para la movilización masiva. Sin embargo, los medios de comunicación tienen una capacidad limitada a la hora de adaptar los mensajes a audiencias particulares, y esa comunicación unidireccional puede ser percibida como excluyente. Por el contrario, se ha destacado que la comunicación interpersonal o la adaptada a grupos específicos, que sea cara a cara o a través de internet, puede ser más persuasiva.

En consecuencia, una combinación creativa de mensajes específicos para el público o "**comunicación al por menor**" (del inglés *retail communication*)

ha sido señalada como más rentable que la comunicación masiva que no se dirige específicamente a nadie (Moser y Dilling, 2012). Por tanto, una mejor comprensión de la audiencia y una adaptación de los mensajes a los diferentes públicos, proceso denominado **segmentación**, puede ayudar a identificar los mensajes más apropiados que resonarán con más fuerza en diferentes personas.

Para superar estas suposiciones, en la última década se han propuesto varios paradigmas alternativos. En concreto, como se ha mencionado anteriormente, se han planteado modelos de comunicación climática basados en el uso de **técnicas narrativas** (Arnold, 2018; Gomez y Coombes, 2019; Rodrigo-Alsina, 2020), en **emociones positivas** (Fredrickson, 1998; Salama y Aboukoura, 2018; Gomez y Coombes, 2019) y en una apelación a **valores compartidos** (Corner et al., 2014; Hornsey et al., 2016; Crompton y Lennon, 2018). Algunos elementos comunes de estos enfoques son utilizar una comunicación que ponga a los datos y las predicciones un rostro humano, más centrada en los impactos concretos en las comunidades y los ecosistemas que las sostienen. A continuación examinaremos algunas de estas propuestas, concretamente en la segunda, tercera y cuarta parte de este trabajo, respectivamente.

PUNTOS CLAVE:

- El cambio climático ha sido tratado principalmente desde una óptica científica, aunque es también un problema de naturaleza económica, política y social;
- Las características del cambio climático (fenómeno lejano, atemporal, complejo, de dimensión global) hacen que su comunicación y su percepción sean complejas también;
- Hasta hoy, en el ámbito de la comunicación climática se han asumido tres principales suposiciones sobre el público y la inacción de la sociedad frente al cambio climático, que han hecho que la comunicación del problema no fuera efectiva: que la información lleva automáticamente a la acción; que el miedo puede empujar a la población general a actuar; y que la comunicación de masas es la más eficaz.
- Para una comunicación climática más efectiva es necesario un cambio de paradigma hacia el uso de técnicas narrativas, de emociones positivas y de valores.

2

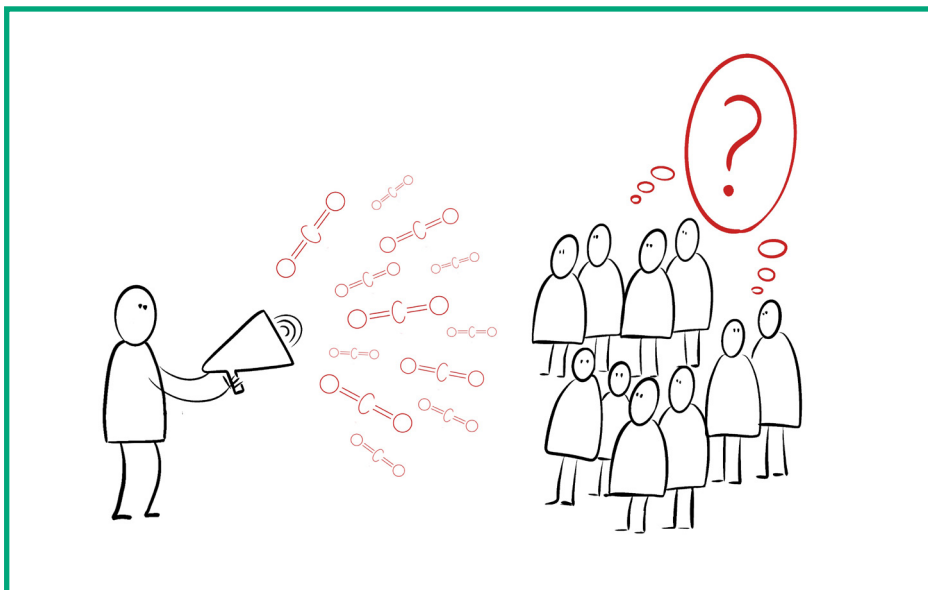
Algunos conceptos útiles para una mejor comunicación climática: las narrativas y los marcos mentales

En esta sección nos aproximamos a dos conceptos clave para mejorar la comunicación climática: el de narrativas, que pone el acento en cómo articular el relato que queremos transmitir, y el de marcos mentales, que enfatiza la importancia de reflexionar sobre cómo nuestra audiencia va a recibir e incorporar en su pensamiento y en su discurso nuestro mensaje o relato.

2.1. Las narrativas sobre cambio climático

a. El concepto de narrativa

Como apuntábamos en el apartado anterior, uno de los problemas de la comunicación climática predominante hasta el momento es que se ha basado en determinados discursos, centrados en un enfoque científico-técnico del problema y en emociones negativas como el miedo. Para poder superar los elementos problemáticos de estos discursos, un concepto que puede ser de utilidad es el de **narrativa**.



NARRATIVA: la forma en que historias o eventos conectados se cuentan y se presentan para formar un entendimiento de “sentido común” de los fenómenos (Gomez y Coombes, 2019).

Esta definición se basa en el principio de que toda la realidad humana es una realidad comunicativa y, por tanto, hay que diferenciar su sustrato real de lo que contamos o narramos. Como se ha destacado ya, uno de los problemas de la comunicación sobre la emergencia climática es cómo se ha contado, en relación con el conocimiento acumulado sobre esta realidad en el ámbito científico. Por tanto, es necesario distinguir entre la realidad de primer orden, en este caso el conocimiento disponible sobre el cambio climático, y las narrativas o realidades de segundo orden, que son los discursos o narrativas que interpretan esas evidencias o datos (Rodrigo-Alsina, 2020: 103).

Para la mayoría de las personas no expertas, el discurso sobre el cambio climático (que sería la realidad de segundo orden, por tanto puede estar o no fundada en la evidencia disponible) es el que más influencia ejerce sobre sus opiniones. Por ejemplo, las interpretaciones sobre la emergencia climática que diseminan los medios de comunicación o las personas que se dedican a la política es en general más importante para el público que lo que diga la comunidad científica que estudia este fenómeno. Las narrativas que emanan de estos actores—o de otros con trascendencia pública—son muy relevantes, ya que contribuyen a construir el **significado social y público** relativo a la emergencia climática.

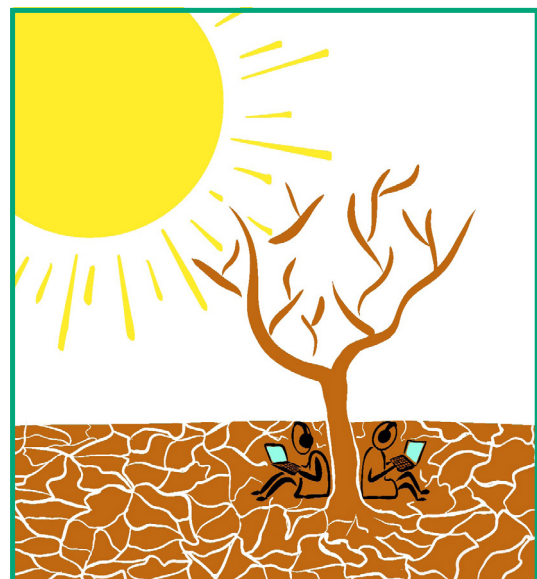
Según algunas voces, hasta el momento las narrativas sobre cambio climático no han sido suficientemente exitosas para convencer a todos —o al menos a una mayoría significativa de los grupos sociales— y **precisan de un cambio de paradigma** para ser eficientes y activar cambios hacia la sostenibilidad en la conducta de un sector más amplio de la población (Daniels y Endfield, 2009). Algunos de los problemas de cómo se han configurado estas narrativas hasta el momento son, como hemos visto, su cientificismo, su apelación al miedo y la creencia que la información por sí sola puede generar cambios de comportamiento.

b. La aportación del concepto de narrativas a la comunicación climática

Ante este panorama, la importancia de estas narrativas en la comunicación climática viene dada, principalmente, por tres factores: por su contribución al análisis de los problemas que presentan las narrativas actuales sobre la emergencia climática y en quiénes son sus responsables y cuáles son las soluciones preferidas; por el uso de recursos narrativos como los componentes habituales de los cuentos, y por su capacidad de proponer mundos alternativos y visiones de futuro.

En primer lugar, como las historias utilizadas para comunicar el conocimiento sobre el cambio climático dan forma a las **opiniones y preferencias**, el análisis de tales narrativas puede ayudar a explicar cómo se construyen y cómo nos influyen a escala personal y social. Por ejemplo, de narrativas dominantes en la actualidad como el **optimismo tecnológico** se derivan unas determinadas opciones de políticas frente a la crisis climática.

El optimismo tecnológico puede definirse como una narrativa que mira a la innovación tecnológica como la principal solución al problema del cambio climático; el problema principal de esta narrativa es que lleva a la idea de que “un día se acabará encontrando una solución” y, por tanto, aumentando las resistencias a cambiar nuestros estilos de vida asociados con el bienestar y el progreso (Dumitru y García Mira, 2017: 16).



En segundo lugar, utilizar una perspectiva basada en lo narrativo permite identificar la presencia o ausencia de **componentes típicos en una historia**, como una situación inicial, un conflicto o una complicación, reacciones, una resolución y un desenlace, e identificar diferentes actores o personajes narrativos (héroes y heroínas, villanos y villanas, víctimas) (Fløttum y Gjerstad, 2016). Sobre este tema, Arnold (2018) ha estudiado cómo las diferentes narrativas pueden generar cambios positivos en las maneras de comunicar la crisis climática. Según su estudio, al presentar el elenco de personajes de la narrativa y su evolución temporal, es importante que las fronteras entre los roles sean permeables y que se permita, por tanto, la evolución de un papel a otro. De esta manera, en vez de señalar su condición como inamovible, tanto las víctimas como los villanos y villanas deben poder convertirse en héroes y heroínas a través de la acción climática.

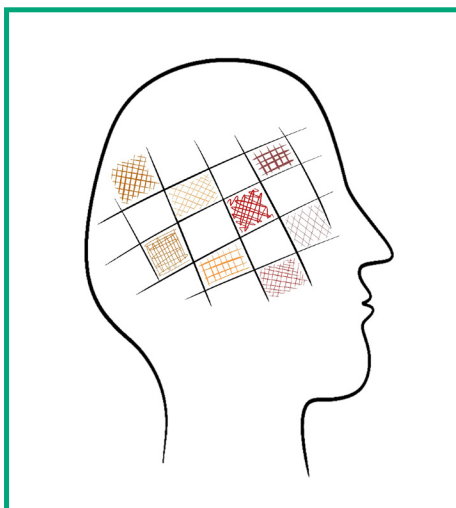
En tercer lugar, estas narrativas son relevantes por su **capacidad de proponer mundos imaginativos** poderosos en forma de escenarios pasados, así como perspectivas futuras. Este es un aspecto fundamental para superar el componente reactivo que tiene a menudo el activismo climático: no solo debemos reaccionar a las narrativas negacionistas o que no dan suficiente importancia al cambio climático, sino que también debemos ser capaces de proponer respuestas y presentar alternativas viables, proponiendo escenarios futuros positivos en casos de acción climática.

2.2. Los marcos mentales y el cambio climático

a. El concepto de marcos mentales

Las narrativas son percibidas por las personas de forma diferente. Las audiencias interpretan los discursos a través de sus propias lentes, del prisma de sus propias emociones, ideas y preconcepciones (Gomez y Coombes, 2019: 15). Estas estructuras cognitivas han sido denominadas como **marcos mentales**.

MARCOS MENTALES: estructuras que organizan el pensamiento humano, a través de las cuales damos coherencia y significado a cualquier información verbal o visual (Moernaut et al., 2017).



Con el tiempo, estos marcos se integran en nuestro pensamiento y en nuestro discurso a través de la exposición repetida en nuestro entorno, en los discursos culturales y en los medios de comunicación. De este modo, estos marcos funcionan como “**atajos comunicativos**” (PIRC, 2011), que nos permiten reducir el esfuerzo de comprensión de la realidad, pero también nos dificultan pensar en explicaciones alternativas y en dimensiones complejas.

El conocimiento de cómo funcionan estas estructuras de percepción puede ayudar a diseñar unas mejores estrategias comunicativas. Para maximizar el impacto de los mensajes, es posible aplicar conscientemente determinados marcos, visibilizando unos aspectos concretos de las realidades de primer orden y ocultando otros. De esta manera, cuando contamos un fenómeno a través de una

narrativa, estamos aplicando, de manera más o menos consciente, un marco determinado a través de una determinada elección de **palabras, metáforas, imágenes, o analogías**, para encuadrarlo en un contexto específico.

b. La aportación del concepto de marco mental a la comunicación climática

La teoría de los marcos mentales es importante en el contexto de la comunicación climática. Entre otras cosas, nos puede ayudar a identificar las **intenciones y motivaciones** detrás de cada manera de abordar el problema; a cambiar el **enfoque** a través del proceso de enmarcado; y a adaptar mejor el discurso a nuestro público utilizando un ángulo y un lenguaje que capte su atención, aunque sin descuidar la necesidad de transmitir nuestros **valores y visiones del mundo**, utilizando herramientas como las emociones.

En primer lugar, al abordar la comunicación sobre el cambio climático, es relevante “desvelar” los marcos mentales a los que apelan las narrativas dominantes sobre el cambio climático, sacando a la luz los **intereses y los relatos** que se esconden detrás de las narrativas propuestas. Siguiendo con el ejemplo del optimismo tecnológico, detrás del uso de un marco centrado en la tecnología como solución al cambio climático están los intereses de actores que pretenden transmitir el mensaje de que no hace falta cuestionar nuestro modelo económico, ya que en cualquier caso la tecnología nos salvará.

En segundo lugar, igualmente, una adecuada reflexión sobre las funciones que desempeñan los marcos mentales en la comunicación climática nos puede llevar a desarrollar la habilidad de “**empaquetar**” conscientemente la información que queremos transmitir para que sea más eficaz en convencer a nuestro público, entre otras cosas a través de una cuidadosa selección del lenguaje. Este proceso, que se suele describir como encuadramiento (del inglés *framing*), puede ser muy provechoso en la comunicación climática.

En tercer lugar, optar por un determinado marco al comunicar un asunto o problema nos puede ayudar a adaptarlo convenientemente a cada público específico, aunque siempre intentando consolidar los valores y visiones del mundo que se quieren transmitir. Según un metaestudio realizado en 2020, los marcos más comunes a la hora de comunicar el cambio climático son el **científico, el económico y el ambiental**; sin embargo, otros marcos como el de la **salud pública, los desastres y el de la moralidad/ética** también están ganando más atención académica en los últimos años ([Badullovich et al., 2020](#)). Por tanto, los marcos de cambio climático son numerosos y, según la literatura mencionada, pueden tener diferentes rendimientos según el país y el contexto sociopolítico, por lo que a menudo se tiende a adaptar el discurso al público que lo recibe.

No obstante, aunque podamos adaptar nuestro discurso a cada público intentando conectar con sus temas de interés, hay que tener en cuenta que, dependiendo del marco utilizado, estaremos afirmando **unos u otros valores**. Como subraya el filósofo y lingüista estadounidense George Lakoff, si queremos convencer a nuestro público debemos utilizar los marcos basados en los **valores y la propia visión del mundo** ([Lakoff, 2008](#)).

LA IMPORTANCIA DE ELEGIR LAS PALABRAS ADECUADAS: Como explicaba el lingüista Lakoff en una entrevista en 2010, el uso de la expresión “cambio climático” fue generalizado por personas del Partido Republicano en EE.UU. en una campaña en 2004: como “calentamiento global” alarmaba a muchas personas, optaron por utilizar la palabra “cambio”, ya que era un término más positivo. Hoy en día, aunque el concepto cambio climático está ya muy arraigado, es más recomendable usar expresiones como “emergencia” o “crisis” climática.

Asimismo, además de promover unos determinados valores en línea con nuestra cosmovisión, Lakoff destaca también la importancia de utilizar las **emociones** a la hora de comunicar y enmarcar los problemas que queremos abordar. Como hemos visto, la comunicación basada en datos no es suficiente para convencer a las personas. Esto se explica también por el denominado “efecto rebote”: si la información sobre unos determinados hechos no coincide con los valores de la persona que la recibe, esta persona rechazará dicha información y no le prestará atención ([Lakoff, 2004: 17](#)). Sin embargo, un adecuado uso de emociones puede ayudar a conectar mejor con las personas y a evitar este efecto. En consecuencia, desencadenar emociones como la **esperanza** y la **empatía** en la audiencia en función de los marcos mentales debería ser una estrategia política utilizada por progresistas y ecologistas.

Finalmente, desarrollar nuevas estrategias basadas en narrativas y marcos alternativos pasa por una comprensión también de disciplinas como la lingüística cognitiva y la neurociencia, así como de cuáles son las historias que llevan a la acción climática ([Gomez y Coombes, 2019: 17](#)). Igualmente, como indican Lakoff y otros, es fundamental hablar de **valores**, no sólo de hechos y de datos, y apelar a las **emociones**. En las siguientes dos secciones, examinamos precisamente el rol que las emociones y los valores pueden jugar en la comunicación climática.

PUNTOS CLAVE:

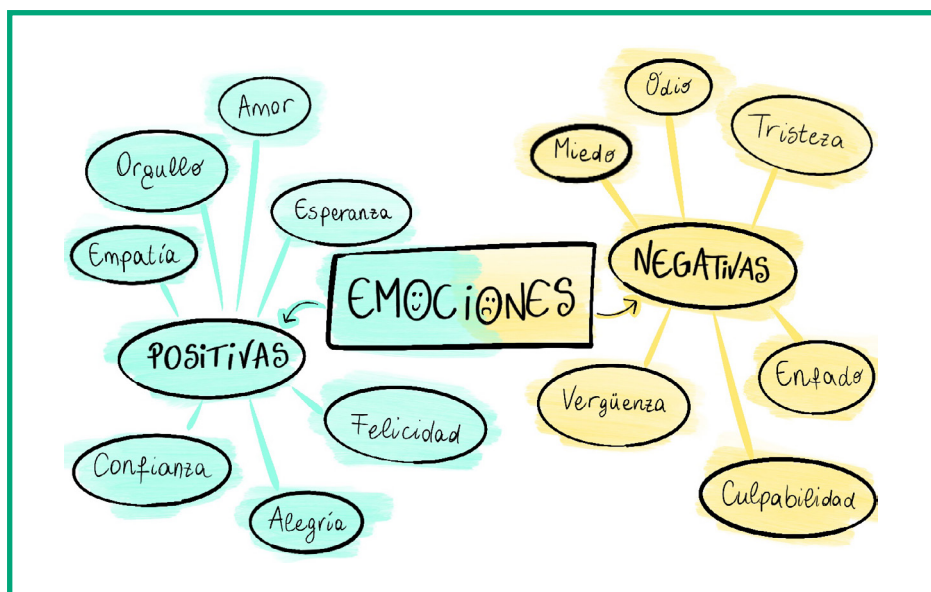
- Las narrativas sobre cambio climático tienen mucha importancia en el proceso de mejorar su comunicación, y necesitan un cambio de paradigma. La importancia de estas narrativas en la comunicación climática viene dada, principalmente, por tres factores: por su contribución al análisis de los problemas que presentan las narrativas actuales sobre la emergencia climática y en quiénes son sus responsables y cuáles son las soluciones preferidas; por el uso de recursos narrativos como los componentes habituales de los cuentos; y por su capacidad de proponer mundos alternativos y visiones de futuro.
- La teoría de los marcos mentales es también relevante en el contexto de la comunicación climática. Entre otras cosas, este concepto nos puede ayudar a identificar las intenciones detrás de cada manera de abordar el problema, a cambiar el enfoque a través del proceso de enmarcado y a transmitir nuestros valores y visiones del mundo, utilizando herramientas como las emociones.

3

El papel de las emociones en la comunicación climática

En este tercer apartado abordaremos la importancia de las emociones en la comunicación climática. Como hemos mencionado anteriormente, uno de los problemas de la comunicación climática hasta el presente ha sido el predominio de los datos y las evidencias sobre las **emociones**. Igualmente, en los casos en los que se han utilizado emociones en la comunicación climática, ha preponderado el uso del **miedo** a un futuro distópico, lo que según algunas voces puede ser contraproducente. Por ello, es relevante prestar atención al rol que pueden tener las emociones para lograr una comunicación climática más efectiva.

Para afrontar esta compleja cuestión, una premisa básica es que las emociones son fundamentales en la toma de decisiones. Aunque pensemos que la toma de decisiones es racional, existe abundante evidencia que cuestiona esta idea y que enfatiza el rol de la parte emocional del sistema cognitivo en estos procesos. Según Damasio (1994), entre otras voces, las **emociones** son en efecto, **un ingrediente central en casi todas las decisiones humanas**.



LAS EMOCIONES: se definen como un **estado complejo de sentir que resulta en cambios físicos y psicológicos y que influencia el pensamiento y el comportamiento** (Myers, 2004).

Conectando con esta teoría, las emociones sirven también de marcos que utilizamos para interpretar la información futura (Nabi, 2003). En este sentido, si un determinado tema como la emergencia climática nos evoca una emoción negativa –como, por ejemplo, el miedo– es probable que evitemos las noticias, informaciones o conversaciones sobre este tema.

A continuación, examinaremos el papel que pueden jugar las emociones en los discursos sobre la emergencia climática, en concreto, la importancia de fomentar una **conexión emocional** con el problema; igualmente, nos adentraremos en el complejo debate relativo al rol de las **emociones negativas y las positivas** como motivadoras de la acción climática.

3.1. Las emociones en los discursos sobre la emergencia climática: fomentar una conexión emocional con el problema

En los últimos años, se ha prestado creciente atención al rol que desempeñan las emociones en cómo las personas reaccionan a la información sobre el cambio climático. Esta idea está conectada con el hecho de que hasta el momento la comunicación climática se haya centrado, como hemos visto, en el **consenso científico**. Al fin y al cabo, en los entornos científicos no está bien visto utilizar emociones, por lo que la transmisión de este tipo de conocimiento suele estar caracterizado por su supresión. Este enfoque ha sido cuestionado en los últimos años: Marshall (2014), por ejemplo, sostiene que la **falta de voluntad de este colectivo de mostrar sus emociones** relacionadas a la emergencia climática es **contraproducente para movilizar el público**, puesto que es más difícil implicarse en una causa si las personas expertas parecen distantes del tema.

24

De hecho, según algunas voces, las emociones podrían ser el “**eslabón perdido en la comunicación efectiva**”, puesto que estas son necesarias para entender el **impacto moral** que pueden tener los riesgos del cambio climático, para instigar a la motivación y, en consecuencia, a la acción (Salama y Aboukoura, 2018). Según estos autores, deberíamos reconocer el papel primordial que juegan **las emociones y los sentimientos** en la manera en que entendemos la emergencia climática: es importante saber qué motiva a la audiencia a comportarse de ciertas maneras y qué podría inspirarla a cambiar su comportamiento, manejando con cuidado la provocación de emociones y teniendo en cuenta que estas podrían llevar hacia una dirección opuesta a la pretendida.

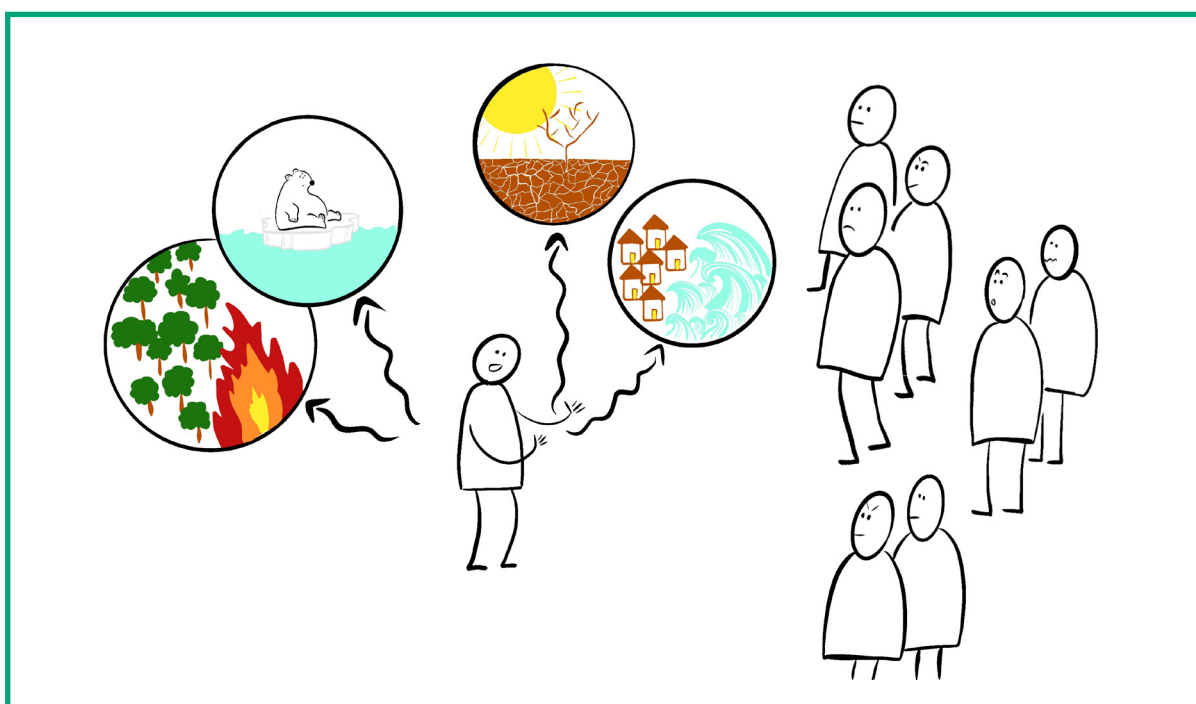
Precisamente por su naturaleza abstracta, en la comunicación sobre el cambio climático es particularmente conveniente fomentar una **conexión emocional** con el problema (Abbasi, 2006). Esta conexión puede fomentarse utilizando los vínculos que tienen las personas con los lugares que valoran y que podrían verse afectados por el calentamiento global. Según Scannell y Gifford (2013), las personas que tienen un fuerte sentido de conexión emocional con el lugar en el que viven, en particular las mujeres, muestran mayor receptividad a los problemas del cambio climático; por ello, según las conclusiones de este investigador y esta investigadora, los mensajes centrados en **impactos locales** suelen ser eficaces y parecen mejorar la comunicación de los impactos climáticos negativos. En efecto, el **decálogo de recomendaciones para informar** del Observatorio Nacional de la Comunicación Mediática del Cambio Climático refleja también esta idea y propone estrategias que **conecten el fenómeno del cambio climático con realidades cercanas**. En la misma línea, los resultados de un estudio de Weber (2006) sugieren que debemos encontrar formas de evocar **reacciones viscerales** hacia el calentamiento global, tal vez mediante simulaciones de sus consecuencias futuras concretas para el hogar de las personas u otras regiones que las personas visitan o valoran.

No obstante, para entender bien esta cuestión es central entender también las barreras emocionales que pueden obstaculizar la acción climática, como, por ejemplo, el apego emocional a identidades y culturas que podrían verse amenazadas por las políticas climáticas. Sobre este tema, la investigación de [Norgaard \(2011\)](#) acerca del rol que desempeñan las emociones en moldear las actitudes de respuesta ante la emergencia climática cuestiona las bases de la comunicación sobre el cambio climático dominante en la actualidad. Según esta autora, existe una negación del cambio climático “socialmente organizada”, que se explica por la existencia de **normas culturales, emociones y una economía política** que impiden una acción climática relevante. Según ella, antes de abordar cualquier estrategia de comunicación es imprescindible reflexionar sobre los desafíos que la acción climática plantea a las identidades y a las culturas, si se quiere hacer frente a reacciones como, por ejemplo, las que emergen en respuesta a las propuestas de reducción del consumo de carne ([Macdiarmid et al., 2016](#)), a menudo virulentas entre parte de la población.

3.2. Las emociones negativas como motivadoras de acción climática: un debate en curso

Existe también un debate en relación al rol que emociones negativas, como el miedo o la culpa, pueden tener en la comunicación climática. Como hemos mencionado anteriormente, la intensificación de las emociones negativas en la comunicación climática puede ser contraproducente, puesto que el miedo y la ansiedad conducen a los comportamientos **evasivos y a la negación defensiva** ([Salama y Aboukoura, 2018](#)). Los seres humanos tendemos a evitar las emociones que nos hacen sentir mal y utilizamos una variedad de estrategias para tratar de hacer frente a tales amenazas. En efecto, varios estudios empíricos han evidenciado la existencia de una amplia gama de **mecanismos de defensa**, comúnmente usados por las personas en respuesta a sentimientos como la ansiedad y culpa, a menudo generados por problemas ambientales como la emergencia climática ([Crompton y Kasser 2009](#)). Estos mecanismos incluyen ignorar o evitar hablar del tema o quitarle importancia.

25



Muchas veces los discursos que surgen del activismo climático pueden reforzar el uso de estas emociones y, en consecuencia, tener la consecuencia indeseada de intensificar estos mecanismos de defensa. Por ejemplo, se ha destacado que las predicciones catastróficas suelen desincentivar la acción climática ([Salama y Aboukoura, 2018](#)). La explicación más frecuente es que, como destacan [Smith y Leiserowitz \(2014\)](#), el **miedo es un indicador débil** de apoyo a medidas de acción climática, ya que prepara a las personas para amenazas inmediatas y está relacionado con asuntos relacionados con el corto plazo; por el contrario, emociones como la **preocupación**, que está relacionada con aspectos situados en el largo plazo (la salud, el trabajo o la familia) o la **esperanza**, predisponen más el apoyo a las políticas de acción climática.

Algo similar ocurre con la **culpa**: hay estudios que afirman que las audiencias suelen rechazar los llamamientos basados en el miedo o la culpa por considerarlos manipulativos ([Moser, 2007](#)). Igualmente, según [Randall y Brown \(2017\)](#), autor y autora del *Carbon Conversations Handbook*, la culpa es a menudo una emoción paralizante y, por tanto, no recomendable para incitar a la acción.

Sin embargo, a pesar de este relativo consenso, una vez se examina con cierto detalle la literatura sobre esta cuestión, el asunto del uso de las emociones en la comunicación climática se presenta como más complejo y enmarañado de lo que parece a primera vista. Según algunas visiones, las emociones **negativas**, como el enfado o el miedo, nos hacen estar alerta y, por tanto, más pendientes de los temas que nos generan estas emociones, lo que nos puede llevar también a buscar más información ([Baron et al., 1994](#)). Estas emociones también tienen un papel relevante en transformar la apatía o la indiferencia en importancia percibida y, por tanto, pueden contribuir a empujarnos a la acción.

Así pues, algunos estudios señalan que las apelación al miedo pueden dar rédito con determinados tipos de público, en particular si están combinadas con otras emociones como la esperanza o la indignación. Por ejemplo, [Kleres y Wettergren](#) abordan en un estudio de 2017 la cuestión de cómo las personas activistas actúan en función de diferentes **combinaciones de emociones**. Su estudio se basa en los testimonios de personas activistas en el ámbito de la emergencia climática, originarias tanto del norte como del sur global. Sus conclusiones identifican diferencias sustanciales entre el desarrollo de emociones según el origen de las personas entrevistadas: por un lado, para las personas activistas del norte global el miedo puede ser motivador, pero solo si se combina con narrativas que abren la puerta a la **esperanza**, por ejemplo, las basadas en respuestas factibles y en plantear escenarios positivos; sin embargo, el sentimiento de **culpabilización** es considerado desmovilizador. Por otro lado, las personas activistas provenientes del sur global combinan la **esperanza**, que reside también en la acción colectiva, con la **rabia** por la atribución de responsabilidad al norte global.

Por tanto, parece que hay públicos que pueden sentirse efectivamente motivados por el miedo a un futuro climático distópico, siempre y cuando tengan esperanza en que su acción puede tener impacto en evitarlo. Otro ejemplo puede ser el impacto de la activista climática **Greta Thunberg**, que generó un movimiento internacional de jóvenes por el clima con un discurso centrado en desencadenar esta emoción, como se resume en una de sus frases más repetidas: “Quiero que actuéis porque nuestra casa está ardiendo”. En este caso, su discurso se combinó con otra emoción: la **indignación**. Según [Knops \(2021\)](#), esa emoción es central en el discurso de Greta Thunberg y del movimiento de *Fridays For Future*; en concreto, según este autor, esta emoción produce tres narrativas que están relacionadas: la de falta de eficacia de la política, la del abuso económico y la de la supervivencia humana. Este estudio sugiere que la indignación ante las injusticias que subyacen a la falta de acción climática y la **compasión** con las personas afectadas pueden ser emociones con capacidad de movilización.

En consecuencia, es preciso reconocer la existencia de un debate académico sobre el rol de las emociones positivas y negativas en generar predisposición a implicarse o a apoyar políticas climáticas. Por un lado, existe suficiente evidencia para afirmar que, en general, el **uso intensificado de emociones negativas** como el miedo o la culpa en la comunicación climática **refuerzan los mecanismos de defensa** existentes ante este problema. Igualmente, se ha destacado que un **foco excesivo en los impactos, sin presentar soluciones**, también contribuye a desincentivar cambios de comportamiento en la audiencia ([Moser y Dilling, 2012](#)). Pero, por otro, parece que el miedo puede ser útil para movilizar algunos tipos de público, en concreto si se combina con la esperanza u otras emociones como la indignación.

3.3. La utilidad de las emociones positivas

Un uso adecuado de emociones e historias positivas puede contribuir a superar la desmotivación y el sobrepasamiento que genera en las personas la emergencia climática. En línea con [Harré \(2011\)](#) y [Burke \(2015\)](#), podemos tener más éxito en promover cambios hacia comportamientos más sostenibles, como los estilos de vida bajos en carbono, cuando encontramos historias cargadas emocionalmente que generan **emociones positivas**. Según Burke, estas historias nos hacen sentir bien y, por eso, las queremos difundir.

Igualmente, [Markowitz y Shariff \(2012\)](#) sugieren una serie de estrategias comunicativas interrelacionadas que reiteran que la acción climática es un imperativo moral. Entre ellas, se destaca como más efectivo el uso de emociones positivas como **la esperanza, el orgullo y la gratitud**, en vez de emociones negativas como la culpa, la vergüenza y la ansiedad. De manera similar, [Randall y Brown \(2017: 13\)](#), destacan que hay emociones más movilizadoras que la culpa, como por ejemplo: “la empatía por las otras personas, un sentimiento de relación con el resto del mundo natural y un sentido proporcionado de la responsabilidad”. Así pues, hay que tener en cuenta el uso de las emociones positivas a la hora de involucrar a las personas en causas que las interpelan y, en consecuencia, en los **movimientos sociales** que las promueven.

En este sentido, varios estudios subrayan la importancia de las emociones en la percepción pública del riesgo y en la implicación en los movimientos sociales. Por ejemplo, según la teoría de **ampliación y construcción de emociones positivas** ([Fredrickson 1998](#)), este tipo de emociones—como la alegría, el interés o el amor—a menudo inician un ciclo de más emociones positivas, volviendo a las personas más receptivas para el desarrollo de aptitudes, redes, recursos y capacidades que promueven el bienestar y la realización. La idea detrás de esta teoría es que las emociones negativas, como el miedo o la ansiedad, asociadas a la función de supervivencia, promueven una visión túnel, es decir, limitan la visión de las personas sobre las acciones que pueden llevar a cabo en una situación concreta, mientras que las emociones positivas amplían su campo de acción y contribuyen a generar bienestar emocional. Este bienestar puede, además, vincularse con el **activismo climático**: cultivar emociones positivas puede expandir la conciencia de las conexiones con los sistemas vivos de la Tierra, y aumentar la capacidad de las personas de afrontar de manera y creativa los problemas ambientales ([Salama y Aboukoura, 2018: 138](#)).

Por tanto, existe abundante literatura que señala la utilidad de las emociones positivas como la esperanza en la comunicación climática. Sin embargo, es preciso destacar que las apelaciones a emociones positivas, en particular la esperanza, no deben de caer en el denominado *hopium* ([Salamon y Gage, 2020](#)); este concepto es un neologismo que combina las palabras esperanza y opio en inglés, y que expresa la problemática de confundir la esperanza necesaria para iniciar cualquier acción con la fe ciega en que la tecnología u otras soluciones aparecerán y nos

salvarán, lo que puede actuar metafóricamente como una droga y adormecernos. Por ende, es importante aclarar que la esperanza tiene que configurarse como una emoción emancipatoria, que nos empuje a la acción climática.



A modo de conclusión sobre este complejo asunto, podemos afirmar que probablemente la clave para un uso adecuado de emociones en la comunicación climática es adaptar adecuadamente los componentes emocionales de nuestro discurso a cada tipo de público. Ante este debate, la dificultad, por tanto, es saber qué narrativas y qué emociones movilizan a qué audiencias. Sobre esta cuestión, los análisis sobre las consecuencias del discurso de Greta Thunberg nos pueden dar algunas pistas: por ejemplo, se ha señalado que su impacto ha sido más fuerte en personas con una ideología compartida (Sabherwal et al., 2020). Esto nos lleva a que, para entender el rol de las emociones en la comunicación climática, es preciso prestar atención también al rol que desempeñan los valores en cómo recibimos los mensajes sobre el clima. En la siguiente sección abordamos esta cuestión.

PUNTOS CLAVE:

- Por la naturaleza abstracta del cambio climático, es muy importante fomentar una conexión emocional con este fenómeno para lograr que la audiencia lo perciba de manera más cercana.
- Antes de abordar cualquier estrategia de comunicación, es imprescindible reflexionar sobre los desafíos que la acción climática podría plantear a diferentes identidades y culturas, para desarrollar una comunicación adaptada a las prioridades y a las emociones de la audiencia presente;
- Los mensajes centrados en los impactos locales, actuales o futuros, por ejemplo relacionados a los lugares de origen de la audiencia, suelen ser eficaces para evocar reacciones viscerales hacia los riesgos del cambio climático;
- Hay un debate en la literatura sobre el rol de las emociones positivas y negativas en generar predisposición a la acción climática: por un lado, el uso intensificado de emociones negativas como el miedo o la culpa, o un foco excesivo en los impactos del fenómeno del cambio climático, pueden reforzar los mecanismos de defensa existentes ante este problema; por otro, el miedo puede ser útil para movilizar algunos tipos de público, combinándolo con la esperanza o la indignación.
- La esperanza es una emoción importante para promover la acción climática, pero su uso puede ser contraproducente si cae en el hopium: la creencia reconfortante de que algo o alguien nos salvará.

4

Una comunicación climática basada en valores

A demás de las emociones, en la comunicación climática tienen un rol fundamental los valores, ya que son uno de los aspectos que explican la movilización y las actitudes ante este desafío. En efecto, según [Hornsey et al. \(2016\)](#), junto con las visiones del mundo y las afiliaciones políticas, los valores están entre los principales determinantes de las respuestas de las personas ante el cambio climático.

VALORES: principios que caracterizan algo que tiene importancia para una persona o un grupo social; se puede referir a intereses, gustos, preferencias, obligaciones morales, deseos, objetivos, necesidades, aversiones, atracciones, etc. (...) Los valores sirven como normas o criterios para guiar no sólo las acciones sino también el juicio, la elección, la actitud, la evaluación, el argumento, la exhortación, la racionalización y, en algunos casos, la atribución de causalidad ([Rokeach M., 1979](#)).

A continuación prestamos atención al rol que pueden jugar los valores en la comunicación climática, examinando qué nos puede aportar el conocimiento sobre los sistemas universales de valores y su relación con la promoción de estilos de vida más sostenibles.

30

4.1. La teoría de los valores y la emergencia climática

Varios estudios afirman que la actitud y el comportamiento de la gente en relación con el medio ambiente y la emergencia climática están profundamente influenciados por sus valores. Los comportamientos orientados a reducir el impacto ambiental personal o comunitario, que denominaremos “proambientales”, a menudo tienen una **motivación altruista**, ya que no benefician a los intereses individuales a corto plazo, sino a otras personas o al medio ambiente. Por ejemplo, utilizar menos el automóvil para reducir la huella de carbono puede presentar desventajas, como la disminución de la comodidad en los desplazamientos o el aumento de los tiempos de viaje. Sin embargo, hay personas que deciden dejar de lado estas desventajas porque creen que es lo que tienen que hacer en línea con su sentido de la responsabilidad o del deber. El comportamiento proambiental implica, entonces, actuar sobre consideraciones basadas en valores y en lo que consideramos que es correcto o incorrecto hacer ([Thøgersen, 1996](#)). En efecto, como veremos, la relación entre valores y comportamientos proambientales

ha recibido mucha atención en el campo de la psicología, incluido en relación al cambio climático ([Stern, 1992](#); [Weber, 2006](#); Sánchez-Marño et al., 2014). Para aproximarse a esta literatura, es útil comenzar con la idea de que los valores responden a una serie de motivaciones y que, además, no existen o se generan de manera aleatoria o azarosa, sino que están organizados, integrados y jerarquizados en sistemas.

a. Los sistemas de valores y su relación con las motivaciones de las personas

Existe una serie de valores que tienen carácter universal, es decir, forman parte de las diferentes culturas humanas. Así pues, voces como la de cómo [Schwartz \(1992\)](#) han identificado hasta 10 tipos diferentes de **valores básicos universales**: benevolencia, poder, universalismo, individualidad, hedonismo, tradición, seguridad, conformidad y estimulación. Estos valores están presentes en todas las sociedades, aunque existen diferencias en cómo se jerarquizan, es decir, en qué importancia otorgan las diferentes culturas y las personas a unas u otras.

Asimismo, estos valores universales están vinculados estrechamente con los tipos de **motivaciones** que explican los comportamientos de las personas ([Schwartz, 1994](#)). A modo de ejemplo, las personas cuya motivación principal es la auto-promoción –perpetuar las estructuras sociales y mantener sus posición y estatus dentro de ellas– darán más importancia a valores como la seguridad, la tradición o la conformidad con las reglas del grupo. Por el contrario, personas que están más preocupadas por la auto-trascendencia –es decir, por ir más allá de sus propios intereses personales y buscar el bienestar psicológico a través de hacer lo que consideran correcto– se identificarán más fuertemente con valores como la benevolencia o el universalismo, que aspira a un mundo con mayor justicia social e igualdad.

Otra teoría similar de [Deci y Ryan \(2002\)](#) se basa igualmente en la organización de una serie de valores considerados universales en dos tipos de motivaciones: intrínsecas y extrínsecas. Según estos autores, las personas movidas por motivaciones **intrínsecas** tienden a priorizar aspectos subjetivos en su comportamiento, como la satisfacción de las necesidades psicológicas básicas, y se relacionan con valores como el **crecimiento personal, la conexión social y la contribución a la comunidad**; por otro lado, las personas movidas por incentivos **extrínsecos** están motivadas por aspectos externos, a menudo materiales, y que requieren de la admiración y el reconocimiento de los otros, como el **éxito, la popularidad o la belleza**.

Una amplia gama de estudios ha demostrado que los valores y los objetivos en la vida están relacionados con varios aspectos del comportamiento de las personas, como sus **orientaciones políticas**, con la voluntad de participar en **movimientos sociales**, en sus sentimientos de **bienestar personal** y también en sus **actitudes hacia el medio ambiente**, por ejemplo, la preocupación hacia el impacto de su huella ecológica ([Schwartz, 2011](#)). Por tanto, estas teorías basadas en la distinción entre diferentes sistemas de valores también pueden ser útiles para entender cuáles son los valores que afectan a la disposición a actuar ante la emergencia climática ([Jia et al., 2017](#)).

Para estudiar ahora la relación entre los valores y los comportamientos proambientales como la acción climática, podemos organizar estos sistemas de valores en dos polos opuestos, como se muestra en la siguiente ilustración: por un lado, los valores **auto-trascendentes/intrínsecos**, y, por otro, los valores que podemos denominar de **auto-promoción/extrínsecos** ([Crompton y Lennon, 2018](#)).



Imagen: elaboración propia a partir de [Crompton y Lennon \(2018\)](#).

De estos dos polos, la categoría de valores que más influye positivamente en la acción climática y el activismo ambiental es la de los valores **auto-trascedentes/intrínsecos**, como el universalismo o la benevolencia ([Brown y Kasser, 2005](#); [Jia et al., 2017](#)), que están también en la base de otros movimientos, como el que defiende los derechos humanos. Las personas que se identifican con las motivaciones intrínsecas y los valores auto-trascedentes son más propensas a preocuparse por el destino de otros seres humanos y por la emergencia climática, así como a actuar en consecuencia. Al contrario, las personas que presentan visiones más jerárquicas e individualistas –y, por tanto, se identifican con valores de **auto-promoción/extrínsecos**– otorgan menor importancia a los riesgos ambientales y a sus impactos en las personas y comunidades ([Corner et al., 2014](#)).

En resumen, aquellas personas que priorizan valores y metas como el logro de dinero, poder, estatus e imagen, tienden a tener actitudes más negativas hacia el medio ambiente y a preocuparse menos por el destino de otras personas. En consecuencia, es menos probable que participen en acciones proambientales y es más previsible que usen los recursos naturales de manera insostenible ([Crompton y Kasser, 2009: 10](#)).

b. Las implicaciones de la teoría de los valores en la comunicación climática

Existen varios estudios que demuestran que un tipo de comunicación climática orientada a reforzar los **valores auto-trascedentes/intrínsecos**—resaltando, por ejemplo el valor intrínseco de la naturaleza—frente a comunicaciones basadas en valores extrínsecos—que subrayan, por ejemplo, el valor monetario de los servicios ambientales—son más eficaces a la hora de generar comportamientos proambientales ([Crompton et al., 2014](#)). Hay también evidencia que apoya la idea de que los valores de las personas y las comunidades pueden cambiar a través de la exposición a narrativas promovidas en su entorno. Así pues, hay estudios que muestran que exponer repetidamente a las personas a unos determinados valores—por ejemplo a través de sus compañeros y compañeras en la universidad o de

los medios de comunicación—puede generar una mayor conformidad con los mismos ([Crompton y Kasser, 2009](#)). Igualmente, se han documentado transformaciones desde valores basados en motivaciones extrínsecas hacia las intrínsecas en periodos concretos de la vida, particularmente durante la juventud ([Sheldon, 2005](#)).

Sobre cómo promover estos valores, lleva años trabajando la fundación [Common Cause](#). En concreto, su misión es promover los valores basados en motivaciones intrínsecas en un mundo dominado por las extrínsecas. Entre sus múltiples publicaciones, se ha abordado la cuestión de los límites de las campañas ambientales basadas en valores como **el dinero, la imagen y el estatus**; según su enfoque, es más probable que las personas que están expuestas a mensajes que plantean la importancia de valores como el dinero continúen priorizando estos valores en detrimento de otros. En consecuencia, sugieren que las acciones comunicativas deberían reforzar los valores auto-trascendentes/intrínsecos.

Sobre esta cuestión, esta organización publicó en 2015 una [Caja de herramientas comunicativas](#) (en inglés) en la que hay abundantes ejemplos de campañas basadas en estos valores (pp. 65-98). Asimismo, en esta publicación se proponen algunas preguntas que cada persona debería plantearse cuando diseña una campaña o una comunicación concreta, como, por ejemplo, si la comunicación es consistente en apelar a los valores auto-trascendentes/intrínsecos y lo hace de manera original, y/o si está orientada a evitar los valores de auto-promoción/extrínsecos.

EJEMPLOS DE CAMPAÑAS BASADAS EN MOTIVACIONES INTRÍNSECAS

El siguiente ejemplo de campaña se basa en la evidencia de que simplemente pedir a las personas que reflexionen cuidadosamente sobre lo que valoran en la vida tiende a orientarlas hacia motivaciones más intrínsecas, profundizando en la preocupación por los problemas sociales y ambientales como la emergencia climática. Este tipo de reflexiones puede cambiar y aumentar la motivación para participar en diversas formas de acción cívica ([Common Cause, 2015: 91](#)).



Otro ejemplo se puede encontrar en una [campaña](#) de la plataforma *Stay Grounded* (que significa “quedarse en tierra”) contra el rescate público de la industria de la aviación, centrada en las desigualdades e injusticias que esto implica, y que invita al público a “salvar personas, no aviones”.



A modo de resumen, utilizar los valores auto-trascendentes-intrínsecos puede reforzar la comunicación climática. Como decía George Lakoff, los marcos que usemos al comunicar deben estar orientados a apuntalar nuestros valores. En la misma línea, [O'Brien y Wolf \(2010\)](#) sugieren que una **nueva interpretación de los valores** es necesaria en los discursos sobre el cambio climático. Esto implicaría pasar de utilizar conceptos económicos y monetarios (utilidad, eficiencia, etc.), a basar los discursos sobre la emergencia climática en otro tipo de valores, más subjetivos e inmateriales ([Corner et al., 2014](#)).

c. Algunos apuntes sobre la relación entre valores e identidad

Además de la importancia de comunicar valores intrínsecos, diferentes estudios muestran cómo tener una **relación con el mundo natural y con otras especies** fomenta comportamientos ambientales. [Schultz \(2000\)](#), por ejemplo, sugiere que la preocupación por el medio ambiente está ligada a la **identidad**, es decir, la noción que las personas tienen de sí mismas, en particular en relación al grado en el que estas se definen como independientes, interdependientes con otras personas, o interdependientes con todos los seres vivos. Desde esta perspectiva, la preocupación por las cuestiones ambientales es vista como una extensión de la interconexión entre dos personas: si te preocupas por los otros seres humanos, de alguna manera esta preocupación se extiende al resto del mundo animal.

Según este enfoque, no solo la conexión con la naturaleza sería entonces relevante de cara a promover estilos de vida sostenibles, sino también la sensación de conexión con otros seres, humanos y no humanos. En este sentido, según [Crompton y Kasser \(2009\)](#), hay un *continuum* entre la indiferencia hacia el sufrimiento de animales individuales y la indiferencia ante la pérdida de especies enteras o la destrucción de ecosistemas. En conclusión, a la hora de comunicar la emergencia climática, puede ser relevante tener en cuenta la preocupación no solo por el destino de los seres humanos, sino también por el de otras especies.

4.2. Promoviendo estilos de vida sostenible: el rol de los valores

Como hemos visto, una aportación de interés de la teoría de valores es ver el impacto que estos tienen en motivar la acción y en generar cambios de comportamiento. Por tanto, esta teoría nos puede ayudar a explicar la inacción climática y a plantear maneras de superarla. Para ello, a continuación, entraremos en más detalle en cómo los valores pueden contribuir a fomentar la acción climática, en particular a través de la promoción de estilos de vida bajos en carbono.

a. Fomentar los estilos de vida bajos en carbono

Un paso previo a promover la acción climática es entender los porqués de la inacción. Según [Escrivà \(2020\)](#), el conocimiento de la emergencia climática genera en las personas intensos **dilemas**, que a menudo se resuelven poniendo excusas que justifican la inacción; según él, estas excusas van desde el negacionismo hasta la creencia de que “vale, existe, pero no me va a afectar”. Otras excusas frecuentes que señala son: “es demasiado tarde para hacer nada”, “no sabemos suficiente para actuar”, “lo que yo haga no importa”, “algo inventarán”, o “costará demasiado dinero y hay otros asuntos más urgentes”.



La organización [Climate Outreach](#), referente en este ámbito, lleva años investigando cómo superar estas excusas. En un informe de 2019 (en inglés), se afirmaba la importancia de los **valores** y la **identidad** de las personas en generar cambios de vida hacia **estilos de vida bajos en carbono** ([Climate Outreach, 2020](#)). Según esta organización, los valores de las personas (principios que guían sus vidas) y su sentido de la identidad (cómo se definen a sí mismas) son cruciales para la forma en que se involucran

con el cambio climático. De esto se deriva la importante conclusión de que es más efectivo promover cambios de comportamientos convenciendo a las personas de que es lo correcto, más que utilizando la coerción. Por tanto, los llamamientos a reducir las emisiones serían más efectivos cuando las acciones son percibidas como una **elección libre** que cuando aparecen como imposiciones; además, este informe también destacaba que estas acciones deben de ser vistas como **coherentes y no como actos aislados**.

35

Igualmente, en una publicación de 2020, esta organización aporta algunas claves relativas a cómo popularizar maneras de vivir bajas en carbono. Sobre esta cuestión, esta publicación señala que, al comunicar sobre los cambios de estilo de vida, es crucial reconocer la interacción constante entre la vida cotidiana de las personas y las **condiciones sociales, culturales, políticas y los sistemas económicos** en los que viven y a los que ayudan a dar forma ([Climate Outreach, 2020](#)). En consecuencia, a la hora de comunicar la necesidad de un cambio hacia estilos de vida bajos en carbono, es fundamental tener en cuenta también las **barreras** que las personas encuentran en su día a día a la hora de intentar reducir sus emisiones como, por ejemplo, la falta de transporte público. Por tanto, no hay que olvidar que, además de empujar cambios de comportamiento individuales, hay que impulsar también a las personas a que se movilicen para eliminar estas barreras y facilitar de ese modo los estilos de vida bajos en carbono.

En conclusión, a la hora de comunicar, parece recomendable presentar la acción climática como una elección libre y como una forma de vivir de manera coherente con nuestros valores, pero también, que está limitada por una serie de barreras estructurales que debemos derribar a través de la acción colectiva para lograr unas condiciones que faciliten la transición a formas de vida más sostenibles.

b. Reducir el consumo superfluo: la promoción de valores como la suficiencia y la frugalidad

Otra manera de promover cambios en los estilos de vida es difundir otro tipo de valores subjetivos e inmateriales de los que no hemos hablado hasta el momento: **la suficiencia, la frugalidad y la austeridad**. En

los sistemas de valores que hemos mencionado, este nuevo grupo se situaría en el lado opuesto de los valores extrínsecos y materialistas, por tanto del lado de los valores auto-trascendentes/intrínsecos. El interés de estos valores, orientados a reducir el consumo superfluo en los países del norte global, es que puede ser una vía hacia una transición energética viable, ya que reducirían las elevadas demandas vinculadas al modelo actual de consumo. Asimismo, como veremos, sabemos que es posible hacerlo sin que disminuya el bienestar subjetivo de las personas.

El concepto de **consumo superfluo** centra la atención en los patrones de consumo insostenibles dentro de unas sociedades obsesionadas con maximizar el crecimiento económico, ignorando los límites ambientales, y propone la necesidad de un cambio del mundo económicamente más desarrollado hacia **niveles de consumo reducidos** como requisito previo para la transición a una sociedad más sostenible. Hoy en día, los estilos de vida de la mayoría de las personas que viven en el norte global –junto con los de las clases más adineradas de los países del sur global– están vinculados a una gran **voracidad energética y de recursos materiales**, y, por tanto, a una enorme huella de carbono. Aspectos como un gran consumo de ropa y tecnología, viajes de avión a lugares lejanos o una dieta internacionalizada y con alto consumo de carne son aspectos centrales de los estilos de vida de los países del norte global, con un gran impacto en términos de emisiones. Por ello, reducir significativamente este consumo podría ser una vía clave para reducirlas.

El escritor y divulgador climático George Monbiot apoya esta idea de priorizar la reducción del consumo superfluo en el norte global. Según él, para una acción climática efectiva a nivel individual no sirve ser bienintencionado, o utilizar dinero para consumir bienes considerados como proambientales: “en la prevención del colapso climático, lo que cuenta no es lo que haces sino lo que dejas de hacer” (Monbiot, 2019). Su premisa es la evidencia que afirma que los ingresos son el factor determinante más importante del impacto ambiental (Nässén et al., 2014). Por ello, lo más radical que se puede hacer a nivel individual y colectivo es limitar nuestras aspiraciones materiales: eso significa decidir qué entendemos por “suficiencia”, y saber cuándo la hemos logrado, siguiendo un enfoque basado en valores como la frugalidad o la simplicidad voluntaria.

FRUGALIDAD: en el contexto de la sostenibilidad, se basa en dos concepciones (Alcott, 2008; Roiland, 2016):

- comportamiento de restricción: consumir lo necesario en vez de lo que es posible, evaluando las necesidades y disminuyendo así la forma convencional del consumo;
- uso ingenioso de recursos como consecuencia directa de la anterior conducta de restricción.

Sobre esto, la buena noticia es que es posible reducir los niveles de consumo superfluo sin reducir el bienestar subjetivo. En efecto, la gran mayoría de estudios en psicología coinciden en que priorizar valores materialistas se asocia negativamente con el bienestar subjetivo de las personas (Pandelaere, 2016). Igualmente, según Brown y Kasser (2005), las personas orientadas hacia motivaciones intrínsecas suelen tener un mayor bienestar emocional, tanto si son menores de edad como adultas.

Por ello, de cara a la comunicación de estos valores, voces como la de Escrivá apuntan que deberíamos promover “la **austeridad** como relato positivo, la renuncia como andamio y no ariete del propio bienestar” (2020: 145). Sin embargo, nos encontramos con un gran obstáculo: el hecho de que en nuestras sociedades observamos una clara contradicción entre los valores de frugalidad y suficiencia—que deberían subyacer a un cambio hacia hábitos de consumo más sostenible—y el sistema económico actual, basado precisamente en el consumismo exacerbado

y creciente de bienes y servicios. En este sentido, mecanismos como la publicidad siguen insistiendo en la relación entre hiperconsumo y bienestar. Esta exposición genera una **disonancia cognitiva** entre las demandas hacia un cambio de hábitos y un sistema que nos empuja a seguir consumiendo, que es difícil de resolver.

Ante este escenario, puede ser conveniente visibilizar los aspectos del sistema económico vigente que están en la raíz de esta disonancia. En un Ted Talk de 2017 sobre cómo generar acción climática en las personas, el economista [Ted Stokes](#) apuntaba que esta disonancia cognitiva se va resolviendo a medida que se modifican las normas sociales. Para modificar estas normas, es preciso poner en el centro del debate los aspectos del sistema económico vigente que, como la publicidad, dificultan una acción climática efectiva. Sobre esta cuestión, para comunicar el valor de suficiencia, es importante también vincular la reducción de emisiones con el concepto de **necesidades humanas básicas**, ya que es necesario establecer un umbral mínimo de suficiencia bajo el cual ninguna persona debería caer.

Para operacionalizar el concepto de necesidades humanas básicas, y por tanto el concepto de suficiencia, puede ser útil prestar atención al concepto de derechos humanos. Así pues, a continuación se presenta una propuesta de comunicación climática que parte de la idea del potencial del constructo de derechos humanos que, entre otras cosas, nos ofrece algunas herramientas para una operacionalización útil y universal del concepto de necesidades humanas.

PUNTOS CLAVE:

- Un tipo de comunicación climática orientada a reforzar los valores auto-trascendentes/intrínsecos es más eficaz para generar comportamientos proambientales;
- Las indicaciones para actuar por el medio ambiente tienen más impacto en las personas cuando las acciones son percibidas como una elección libre en concordancia con sus valores, más que cuando aparecen como imposiciones;
- La construcción de una identidad ambiental, o de una conexión con la naturaleza y con otras especies, es importante para generar acción climática;
- Una comunicación basada en proponer valores como la frugalidad y la suficiencia puede ser efectiva a la hora de propiciar estilos de vida sostenible.

5

Una aproximación a la emergencia climática desde los derechos humanos

Aunque la emergencia climática ha sido abordada principalmente desde un punto de vista científico-técnico, hay otro modo de encuadrar este desafío: desde el punto de vista de su impacto en los derechos humanos. Igualmente, como veremos, estos derechos pueden aportar también herramientas concretas que permitan construir un **pacto social justo** entre las necesidades humanas actuales y las futuras. A continuación, examinamos en qué consiste aproximarse a la emergencia climática desde los derechos humanos.

5.1. La relación entre los derechos humanos y el cambio climático

Desde que se concretan en la [Declaración Universal de los Derechos Humanos](#) (1948) después de la Segunda Guerra Mundial, los derechos humanos se han configurado como herramientas clave para mejorar las condiciones de vida de las personas y las comunidades. Asimismo, los movimientos por los derechos humanos en todo el mundo se han caracterizado por su carácter universal, demostrando que es posible movilizar al público para proteger causas que se alejan de sus realidades más cercanas. Por ello, este enfoque puede ser útil para movilizar a las personas ante los impactos del cambio climático en los sistemas de vida, tanto en un entorno cercano, como en otras partes del planeta.

Sin embargo, el interés internacional en los vínculos entre el cambio climático y los derechos humanos es un fenómeno relativamente reciente. Solo ha sido desde principios de los 2000 que, ante la lentitud del progreso en abordar el cambio climático, se ha comenzado a poner en marcha una serie de procesos orientados a comprender, resaltar y aprovechar esos vínculos ([Limon, 2009](#)). Desde ese momento, grupos afectados por los impactos climáticos en todo el mundo comenzaron a usar estos derechos, utilizando creativamente el conjunto de **herramientas jurídicas y políticas** que aportan, basadas en la idea de proteger la **dignidad humana**.

a. Una introducción a los derechos humanos: un enfoque basado en la protección de la dignidad humana

Existen dos maneras de acercarse a los derechos humanos, desde el denominado *derecho objetivo* y desde el *derecho subjetivo*. La primera se refiere a considerar los derechos humanos como derechos contenidos dentro de las normas jurídicas. La segunda considera los derechos humanos como las **expectativas de acción u omisión** que un sujeto de derecho tiene con respecto a otro.

En esta propuesta partimos de una definición amplia de derechos humanos, que incluye su definición tanto como *derechos objetivos* y como *derechos subjetivos*, es decir, como expectativas que se forman las personas y comunidades humanas en relación con la acción u omisión de los Estados, las empresas, los poderes fácticos y del resto de las personas respecto a ciertos bienes primarios constitutivos de lo que se considera la dignidad humana ([Serrano y Vázquez, 2011](#)).

El principio de **dignidad humana** tiene un papel especial en la configuración del sistema de protección de los derechos humanos, ya que no solo es un derecho sino que sustenta el sistema de derechos humanos al constituir un parámetro interpretativo a la luz del cual se deben desarrollar los demás derechos. Por tanto, ningún derecho se puede utilizar para atentar contra la dignidad de algún tercero. En base a esta consideración, los derechos son universales e inalienables, es decir, pertenecen a todas las personas y no se puede despojar a nadie de ellos. Por tanto, los valores que promueven los derechos humanos—**la dignidad de la vida humana, la igualdad entre los seres humanos**, y la búsqueda de **justicia y solidaridad**—surgen de las ideas de universalidad y de humanidad compartida por todas las personas. Esta idea está en línea con los valores auto-trascendentales/intrínsecos, como la benevolencia o el universalismo.

40

No obstante, para matizar, estos derechos no incluyen cualquier tipo de expectativa, sino solamente las que se refieren a los bienes primarios socialmente reconocidos como elementos básicos de la dignidad humana, tanto en su dimensión simbólica como de satisfacción de las necesidades materiales; es decir, se refieren al conjunto de derechos que forman parte del Derecho internacional de los derechos humanos: los **civiles**—como el derecho a la vida, la prohibición de la tortura o el principio de no discriminación—; los **políticos**—como el derecho de voto, a la libre asociación, de reunión pacífica o a una tutela judicial efectiva—; los **económicos**—como el derecho al trabajo—; los **sociales**—como el derecho a una vivienda digna, a la salud o a la educación—; y los **culturales**—como el derecho a participar en la vida cultural, especialmente de las minorías y de los pueblos indígenas—. A pesar de esta clasificación, todos los derechos humanos son indivisibles, interdependientes y están interrelacionados ([Declaración de Viena, 1993](#)).

También cabe señalar que los derechos humanos establecen umbrales mínimos que se deben cumplir. El Derecho internacional de los derechos humanos marca unos estándares universales que se deberían de asegurar en el mundo, pero no aporta indicaciones sobre unos máximos. Ello se debe a que esta rama del Derecho internacional debe de poder ser aplicable a escala global, independientemente de las culturas jurídicas, sociales y culturales donde opera. Asimismo, los sistemas regionales de protección de los derechos humanos—como el sistema derivado del Convenio Europeo de Derechos Humanos (CEDH)—requieren que los mínimos reconocidos en los textos regionales y en la jurisprudencia sean garantizados en sus territorios respectivos, pero los Estados pueden asegurar niveles de protección más elevados en su normativa y práctica interna.

UN EJEMPLO DE CÓMO LOS DERECHOS HUMANOS PUEDEN APORTAR UMBRALES MÍNIMOS DE PROTECCIÓN: EL DERECHO AL AGUA

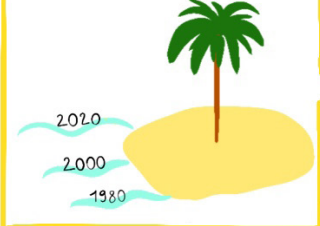
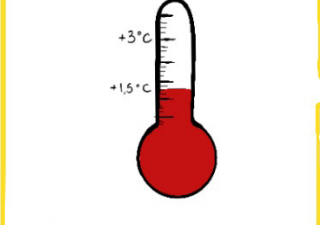

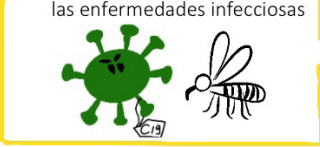
El 28 de julio de 2010, a través de la Resolución 64/292, la Asamblea General de las Naciones Unidas reconoció el derecho humano al agua. El contenido de este derecho reconoce que el abastecimiento de agua por persona debe ser suficiente y continuo para el uso personal y doméstico. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), son necesarios entre 50 y 100 litros de agua por persona y día para garantizar que se cubren las necesidades más básicas relacionadas con la alimentación y la higiene en el hogar.



Si bien existe un núcleo duro de derechos humanos que son absolutos (como la prohibición de la tortura, la prohibición de la esclavitud, o la libertad de religión), la mayoría de los derechos humanos son relativos, y pueden por tanto ser restringidos. Dependiendo de las circunstancias, estas limitaciones al ejercicio de los derechos humanos pueden ser justificadas por otros derechos (por ejemplo, si el ejercicio de la libertad de expresión vulnera la intimidad o la dignidad de una persona). En esta situación, se ha de realizar una **ponderación** entre los derechos afectados.

b. El impacto del cambio climático en los derechos humanos

El cambio climático y la degradación ambiental afectan de manera significativa a las posibilidades de disfrute de este conjunto de derechos. Según una reciente [resolución del Consejo de Derechos Humanos de la ONU \(8 de octubre de 2021\)](#): “los daños ambientales tienen repercusiones negativas, tanto directas como indirectas, en el disfrute efectivo de **todos los derechos humanos**”. En el caso específico del cambio climático, como describe la siguiente tabla, sus **fenómenos asociados**, como la subida del nivel del mar, el aumento de temperatura, los fenómenos climáticos extremos y las modificaciones en los patrones de precipitaciones, desencadenan **impactos** en las comunidades humanas que afectan significativamente a las posibilidades de realización de sus derechos.

IMPACTO CLIMÁTICO	IMPACTOS HUMANOS	DDHH IMPLICADOS
<ul style="list-style-type: none"> Subida del nivel del mar 	<ul style="list-style-type: none"> Pérdida de terreno Falta de agua limpia, enfermedades Daños en infraestructuras costeras, viviendas y propiedades Pérdida de tierras agrícolas Amenaza para el turismo, pérdida de playas 	<ul style="list-style-type: none"> Autodeterminación Vida Salud Agua Nivel de vida adecuado Vivienda Cultura Propiedad
<ul style="list-style-type: none"> Aumento de la temperatura 	<ul style="list-style-type: none"> Propagación de enfermedades Reducción de la biodiversidad marina Amenazas para el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> Vida Salud Nivel de vida adecuado
<ul style="list-style-type: none"> Fenómenos meteorológicos extremos 	<ul style="list-style-type: none"> Deslocalización de poblaciones Contaminación del suministro de agua Daños a infraestructuras Angustia psicológica Mayor transmisión de enfermedades Daños a tierras agrícolas Interrupción de los servicios educativos Daños al sector turístico Daños materiales masivos 	<ul style="list-style-type: none"> Vida Salud Agua Nivel de vida adecuado Vivienda Educación Propiedad
<ul style="list-style-type: none"> Cambios en los vectores de las enfermedades infecciosas 	<ul style="list-style-type: none"> Brotos de enfermedades Agotamiento de los suelos agrícolas Pérdida de la transmisión de conocimientos tradicionales 	<ul style="list-style-type: none"> Vida Salud Nivel de vida adecuado

Elaboración propia, basada en la tabla contenida en: Limon, M. (2009: 439).

Aunque el cambio climático afecta de una u otra manera a todos los tipos de derechos humanos, podemos afirmar que, por su impacto masivo en los ecosistemas de los que depende la economía, las sociedades humanas y sus culturas, éste impacta enormemente en las posibilidades de realización de **los derechos económicos, sociales y culturales**. Por tanto, y según la resolución citada más arriba, la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático “contribuyen al bienestar humano y al disfrute de los derechos humanos y promueven ambos”, en particular en relación a “los derechos a la **vida**, al más alto nivel posible de **salud** física y mental, a un **nivel de vida** adecuado, a una **alimentación** adecuada, a la **vivienda**, al **agua** potable y el saneamiento y a la participación en la **vida cultural**, para las generaciones presentes y futuras”. En consecuencia, el calentamiento global afectará de manera especialmente intensa a las posibilidades de realización de estos derechos.

5.2. La contribución de los derechos humanos a la lucha climática: las herramientas legales

Si la emergencia climática es una crisis de derechos humanos, estos deben también ser parte de la solución, como han reconocido ya importantes organizaciones ambientales como [Greenpeace \(2018\)](#). Así pues, estos derechos pueden contribuir de manera significativa a una acción climática más efectiva, a través de una serie de mecanismos establecidos desde hace décadas como parte del Derecho internacional y los derechos estatales, así como del trabajo de una serie de organizaciones internacionales y de ONG.

En primer lugar, las **normas de derechos humanos** consagradas en los tratados internacionales se han incorporado a las constituciones nacionales y se aplican a través de los sistemas judiciales nacionales; esto permite utilizar estos sistemas, entre otras cosas, para plantear demandas que conecten los impactos de la emergencia climática con las violaciones de esas normas. En segundo lugar, los **órganos de seguimiento** de estos tratados se han desarrollado dentro de las Naciones Unidas y a nivel regional, ofreciendo también mecanismos internacionales que permiten denunciar los efectos de la emergencia climática en los derechos humanos. Y, en tercer lugar, la proliferación de **ONG y de organizaciones de la sociedad civil** han permitido que los Estados rindan cuentas de su historial de derechos humanos a través de mecanismos políticos basados en señalar y avergonzar (del inglés, *naming and shaming*) ([Nicholson y Daniel Chong, 2011](#)), que también pueden utilizarse para denunciar a los que más emiten.

Asimismo, desde la ONU, distintos actores, como el Consejo de Derechos Humanos, la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de la ONU (ACNUDH) o el Relator Especial sobre derechos humanos y medio ambiente, han defendido en varias resoluciones e informes un **enfoque que haga frente al cambio climático basado en los derechos humanos**. En este sentido, cabe destacar los “[Principios Marco sobre los Derechos Humanos y el Medio Ambiente](#)” elaborados por el Relator Especial de la ONU sobre los derechos humanos y el medio ambiente, y que recoge los instrumentos jurídicos ya existentes en la materia.

Igualmente, desde hace varias décadas, el movimiento ambientalista y por la acción climática, entre otros, ha prestado atención a la contribución que las **herramientas legales** que pueden aportar los derechos humanos a esa lucha. Las principales herramientas son una serie de **principios** y de **derechos** y la noción de **obligaciones positivas**.

a. Una serie de principios y de derechos

El uso de un enfoque basado en los derechos humanos aporta una serie de principios de Derecho internacional. Como se indica en el documento *Los derechos humanos y la reducción de la pobreza: Un marco conceptual* ([OACDH, 2004](#)), un enfoque de derechos humanos implica el reconocimiento explícito del marco normativo de los derechos humanos nacionales e internacionales. De este modo, los **principios** que inspiran el régimen internacional de los derechos humanos, tales como el principio de **igualdad y no discriminación**, el de **participación pública en la toma de decisiones** y de acceso a la justicia y a recursos jurisdiccionales, se pueden aplicar también a la lucha para frenar el cambio climático.

Estos principios se concretan en una serie de **derechos** concretos. De hecho, en base a algunos de estos principios, desde la Conferencia de Estocolmo de 1972 –la primera cumbre internacional sobre los impactos humanos en el medio ambiente– hasta mediados de los años noventa, una gran parte de la comunidad ambiental presio-

nó para el reconocimiento de una serie de derechos procesales, específicamente, el **acceso a la información ambiental**, la **participación pública en la toma de decisiones** y el **acceso a la justicia y a recursos jurisdiccionales** en casos de daño ambiental, los cuales se percibían como una condición básica para una adecuada protección del medio ambiente. Desde ese momento han sido incluidos satisfactoriamente en el Derecho internacional del medio ambiente; de hecho, desde principios de los 90 todos los tratados ambientales globales y regionales incluyen al menos alguna mención al reconocimiento del derecho de acceso a la información pública o al acceso a los recursos jurisdiccionales.

EL DERECHO A UN MEDIO AMBIENTE SANO

En octubre de 2021, el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas –cuya misión es promover y proteger los derechos humanos en todo el mundo– aprobó una resolución histórica, aunque no vinculante, que reconoce el acceso a un medio ambiente saludable y sostenible como un derecho universal. Anteriormente, este derecho al medio ambiente había sido reconocido universalmente en 1990 en una resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas –también sin carácter vinculante– que afirmaba que “todos los individuos tienen derecho a vivir en un medio ambiente adecuado para su salud y bienestar”.

A nivel regional, ha sido incluido en diferentes instrumentos regionales que sí son vinculantes, tales como el *Convenio sobre acceso a la información, participación del público en la toma de decisiones y acceso a la justicia en materia de medio ambiente* (Convenio de Aarhus), el *Protocolo de San Salvador* y la *Carta Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos* (también conocida como Carta de Banjul), entre otros.



Estas herramientas son particularmente relevantes para los **grupos marginalizados**, que pueden hacer uso de ellas para forzar una acción climática más eficaz (Nicholson y Daniel Chong, 2011). Así pues, además de reconocer este marco internacional, el enfoque basado en los derechos humanos está inspirado en otras tendencias como los movimientos sociales de las mujeres, de los pueblos sin tierra y de las personas indígenas, que incluyen las demandas de **participación** en las decisiones que afectan a sus vidas (Eyben, 2003). En este sentido, la utilización de este enfoque ayuda a destacar los efectos diferenciales de los impactos climáticos, poniendo el foco en los **grupos en situación de mayor vulnerabilidad** y exigiendo su participación en la toma de decisiones.

Un caso paradigmático son los **niños y niñas** y las **personas jóvenes**. Según el enfoque de derechos humanos, este colectivo, que según las previsiones actuales sufrirá en su vida adulta los impactos del cambio climático debería de estar incluido en la toma de decisiones, tanto a nivel internacional, por ejemplo en la discusión de los acuerdos sobre el clima en las Naciones Unidas, como a nivel nacional. Esta participación se sustenta además en el derecho a la participación y a ser escuchados, contenido en la Convención de Derechos del Niño (art. 3).

b. El concepto de obligaciones

Como hemos dicho ya, el Derecho internacional de los derechos humanos, principalmente a través de una serie de tratados internacionales, genera **obligaciones** para los Estados. En concreto, este marco les obliga a *respetar* estos derechos, es decir, a abstenerse de realizar actividades que afecten negativamente a su realización; a *protegerlos*, evitando que otras personas y grupos los vulneren; a *facilitarlos*, aplicando políticas, leyes y programas que promuevan su realización; y, finalmente, a *garantizarlos*, brindando apoyo a las personas o grupos cuyos derechos hayan sido vulnerados.

Igualmente, el enfoque basado en los derechos humanos también requiere identificar quiénes son las personas **titulares** de los derechos vulnerados, y quiénes son los correspondientes **garantes**. En este sentido, los Estados son los primeros garantes y deben asumir las principales obligaciones para asegurar el respeto y la plena realización de los derechos humanos en relación con el cambio climático.

En base a estas obligaciones, una de las vías actualmente en desarrollo consiste precisamente en plantear casos ante los tribunales por vulneraciones de los derechos humanos derivadas del cambio climático, que pueden también utilizarse para exigir a los Estados una acción climática más ambiciosa.

LOS DERECHOS HUMANOS Y EL LITIGIO CLIMÁTICO

En los últimos años ha habido interesantes intentos de vinculación entre cambio climático y la afectación de derechos humanos en diversos casos de litigio climático en diferentes sistemas judiciales de ámbito nacional, sobre todo en contra de Estados, aunque también contra empresas.

Un caso de referencia en contra de un Estado es el de **Urgenda**, en los Países Bajos. El 20 de diciembre de 2019, el Tribunal Supremo neerlandés obligó al Estado a reducir las emisiones de CO₂ al menos 25% a finales de 2020, en comparación con 1990. Como fundamento de dicha sentencia histórica ([aquí en inglés](#)), este tribunal se basó en los artículos 2 (derecho a la vida) y 8 (derecho al respeto a la vida privada y familiar) del **CEDH**, considerando que el Estado está obligado a alcanzar dicha reducción de CO₂ debido al impacto del cambio climático sobre las vidas y el bienestar de las personas residentes en los Países Bajos.

Siguiendo la estela que ha dejado este caso, la ciudadanía de otros países ha emprendido acciones legales parecidas, como muestran casos en Irlanda, Bélgica, Canadá, Colombia, Francia, Alemania, India, México, Nueva Zelanda, Nepal, Pakistán, Perú, República de Corea, Suiza, el Reino Unido, o Estados Unidos ([UNEP, 2021](#)).

Sobre esta cuestión, el Informe mundial sobre litigios climáticos (Revisión Global 2020), publicado por la ONU en enero de 2021 ([UNEP, 2021](#)), constata el rápido aumento de este tipo de litigios que se ha producido en los últimos años en todo el mundo. Solo entre 2017 y 2020 el número total se había duplicado, llegando a una cifra de al menos 1.550 casos en curso presentados en 38 países en 2020. Este informe presenta además cuáles son las estrategias que han funcionado mejor, basándose en la experiencia de varios países.

CÓMO HACER QUE TU GOBIERNO RINDA CUENTAS SOBRE LA EMERGENCIA CLIMÁTICA

La publicación de Greenpeace *Holding your Government Accountable for Climate Change: A People's Guide* (2018), en inglés, incluye recomendaciones prácticas para diseñar **demandas** judiciales y campañas climáticas basadas en derechos humanos. Uno de los primeros pasos para presentar una demanda sería identificar los derechos legalmente exigibles afectados por la inacción climática del gobierno del país en el que se quiera presentar, así como los requisitos necesarios para que la demanda sea admitida (p. 70). Con respecto a cómo desarrollar una **campaña** que acompañe a la demanda, esta guía se basa en las recomendaciones de la *Change Agency*, que ha elaborado una caja de herramientas de utilidad para diseñar estrategias de cambio social. En este caso, se recomienda que los casos de litigio vayan acompañados de una campaña de sensibilización sobre los impactos del cambio climático en los derechos humanos, en particular los de grupos en situación de mayor vulnerabilidad como los niños y las niñas.

Además de los Estados, según algunas voces, otros actores como las **empresas** también podrían considerarse responsables de las vulneraciones de los derechos humanos relacionadas con el cambio climático. En 2018, un equipo internacional de personas expertas publicó los *Principios sobre las obligaciones climáticas de las empresas* ([aquí en inglés](#)), un documento no vinculante que propone una serie de obligaciones que deberían cumplir estos actores en virtud del Derecho internacional.

46

5.3. Un marco basado en la justicia y la equidad: la justicia climática

Desde hace más de una década, varios grupos de activistas han comenzado a utilizar estratégicamente las **instituciones, prácticas y discursos de derechos humanos** en los debates sobre el cambio climático, bajo el paraguas conceptual de la **justicia climática**.

Según los *Principios de la Justicia Climática*, proclamados por la [Mary Robinson Foundation \(2020\)](#), este concepto vincula los derechos humanos con la sostenibilidad para lograr un enfoque ético y político del fenómeno del cambio climático, salvaguardando los derechos las personas y las más vulnerables, aproximándose a sus daños, beneficios, y soluciones de manera equitativa y justa.

Por tanto, el concepto de justicia climática ha sido definido como la garantía de los derechos humanos ante el desafío del cambio climático, particularmente para los grupos infrarrepresentados en la política. De hecho, como hemos visto, son las personas que están en situación de mayor vulnerabilidad—que son también quienes menos han contribuido al problema—las que están sufriendo desproporcionadamente sus efectos. Sin embargo, a través de esta lucha por la justicia climática, las personas están reclamando poder y se están volviendo participantes activas en la acción climática, utilizando, entre otros, su derecho a un recurso judicial efectivo ([Greenpeace, 2018: 44](#)).

En consecuencia, la justicia climática ofrece un marco integrado entre los derechos humanos y la acción climática. Asimismo, ha sido destacado cómo este tipo de análisis basado en derechos se puede aprovechar para construir más **coaliciones políticas efectivas y una mayor presión para la acción** ([Nicholson y Daniel](#)

(Chong, 2011), siendo capaz de unir en una única lucha diferentes movimientos sociales. En concreto, se ha subrayado que este marco proporciona un conjunto de **principios morales básicos** que colocan las desigualdades de poder y la injusticia en el centro del debate sobre el cambio climático, en particular en relación a dos cuestiones fundamentales: la desigual distribución de los **impactos** y de las **responsabilidades**.

a. Situando la desigualdad en el centro del debate: los impactos

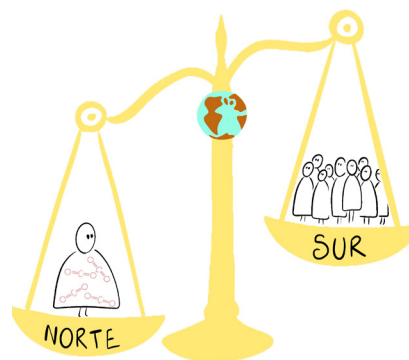
El movimiento por la **justicia ambiental** surge en los años 70 en los Estados Unidos de la mano del movimiento por los derechos civiles, ante la constatación de que la localización de actividades ambientales dañinas (por ejemplo, los vertederos de desechos tóxicos) solían coincidir con los lugares donde vivían las personas más desfavorecidas, en particular las comunidades negras de clase trabajadora. Este movimiento, por tanto, puso de manifiesto que los impactos ambientales estaban desigualmente distribuidos, y que, a menudo, las personas que los sufrían eran las que menos se beneficiaban de las actividades que los generaban.

En el caso de la **justicia climática** se denuncia el mismo proceso: que los **impactos** del cambio climático están desigualmente distribuidos y que las comunidades que más los sufren suelen ser las que menos han contribuido al problema. Como ha sido destacado de nuevo por una [resolución del Consejo de Derechos Humanos de la ONU](#), determinados colectivos son mucho más vulnerables a los efectos negativos del cambio climático, en concreto, debido a “factores como la **situación geográfica**, la **pobreza**, el **género**, la **edad**, la condición de **indígena o minoría**, según proceda, el **origen nacional o social**, el **nacimiento** o cualquier otra condición, y la **discapacidad**”.

¿CÓMO COMUNICAR LA JUSTICIA CLIMÁTICA?

El PIRC ha publicado en 2020 una serie de recursos sobre comunicación, centrados en el concepto de justicia climática. Además de una propuesta de [mensajes a transmitir](#), se ha publicado también un [compendio de investigación](#) (en inglés) sobre cómo enmarcar los mensajes sobre justicia climática, centrado en el caso del Reino Unido. Según este compendio, la gente en este país no suele entender el cambio climático como una cuestión de justicia global sino como un fenómeno físico y ambiental que nos afectará a todas las personas. Sin embargo, se destaca también que la gente tiende a estar de acuerdo con la afirmación de que “las personas con menor responsabilidad, serán las más afectadas”. Por tanto, se recomienda a los y las comunicadoras que construyan sobre este mensaje a la hora de construir sus narrativas.

A pesar de ello, las conclusiones de este estudio destacan también que proponer cuestiones como las **reparaciones climáticas** (de los países del norte global a los países del sur que sufren con más virulencia los impactos climáticos) puede ser contraproducente; las personas pueden sentirse desbordadas por el problema y, además, pueden generarse respuestas del tipo “deberíamos de cuidar de nosotros primero”. En este sentido, se recomienda que se afronten las cuestiones de justicia global como parte de la solución a la emergencia climática de manera cuidadosa, destacando que los **impactos locales** serán también tenidos en cuenta.



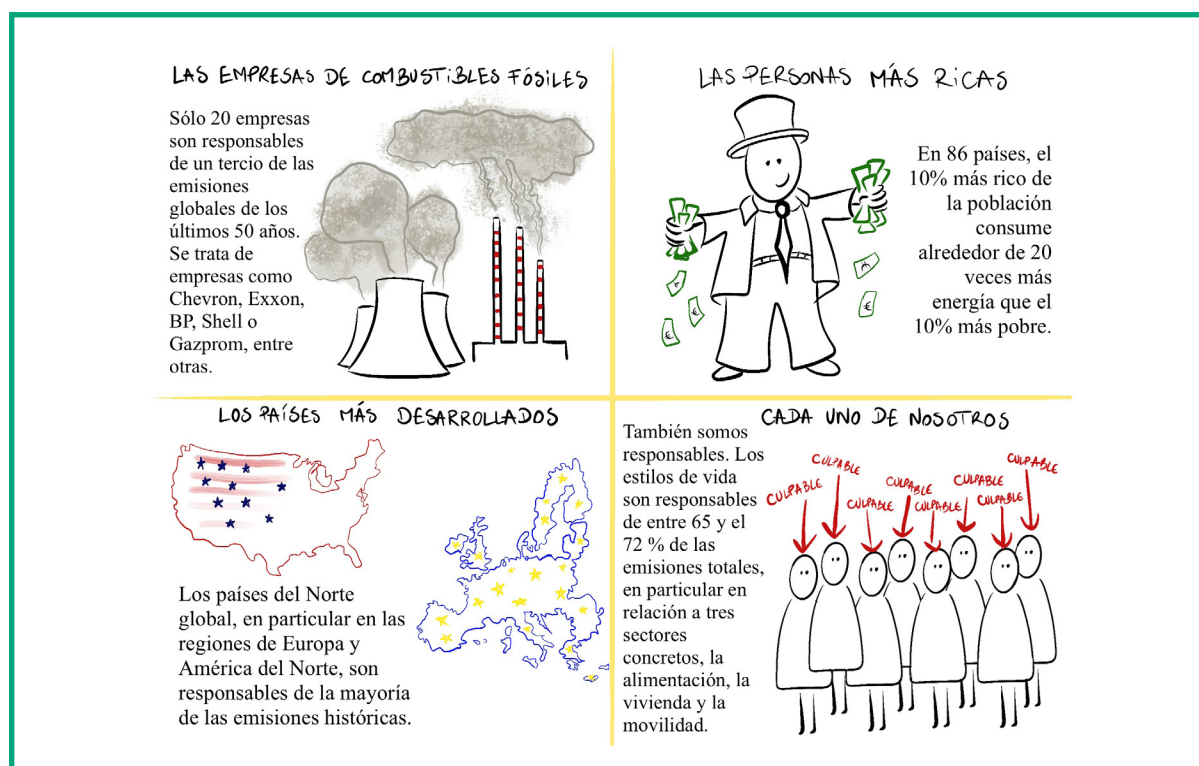
Igualmente, este enfoque está en línea con los principios de derechos humanos y da prioridad a los daños a las personas a la hora de analizar los impactos y de diseñar políticas, prestando atención también a las cuestiones relacionadas con los repartos de las cargas, por ejemplo ante cuestiones como la transición energética. Sobre este tema, hay que tener en cuenta que a menudo son las personas en situación de mayor vulnerabilidad las que acaban asumiendo los mayores costes que se asocian a las políticas ambientales y climáticas, como por ejemplo, a través del pago de mayores costes en los productos básicos debido a impuestos ambientales o mediante la pérdida del trabajo debido al cierre de empresas contaminantes.

b. Un marco basado en la justicia climática: las responsabilidades

Ante estas situaciones, los principios de derechos humanos pueden arrojar luz sobre una **distribución desigual del poder global** que permite a los actores más responsables del cambio climático escapar en gran medida de la responsabilidad de su producción y sus peores efectos. Esto nos conduce al segundo principio que aporta el enfoque basado en la justicia climática: el que subraya la gradación de responsabilidad que tienen los diferentes actores sociales ante el calentamiento global.

El cambio climático, como cualquier otro problema, tiene sus responsables –o por lo menos algunos actores que son más responsables que otros–. No obstante, dado el nivel de complejidad del fenómeno, atribuir esta responsabilidad a un grupo, unas entidades, o unas instituciones específicas es, a menudo, un asunto complejo.

Ante esta cuestión, el marco de la **justicia climática** pone el acento en cómo la responsabilidad está desigualmente repartida a nivel global y dentro de cada sociedad en concreto; como vemos en la siguiente ilustración, la principal responsabilidad está en algunos actores empresariales, en los países ricos y en las clases más adineradas de todos los países.



Fuentes: [Climate Accountability Institute, 2020](#); [Oswald, 2020](#); [Marshall, 2014: cap.9](#)

Por tanto, aquellos actores que buscan una acción sobre el cambio climático más ambiciosa han comenzado a aplicar argumentos políticos que ponen el acento en la cuestión central de la responsabilidad, que abarca desde las empresas de combustibles fósiles hasta cada uno de nosotros y nosotras. Igualmente, desde una perspectiva basada en países y regiones globales, el uso de un enfoque basado en la justicia climática implica también, necesariamente, un adecuado reparto de responsabilidades entre el norte y el sur global, donde es el primero el que tiene que realizar los esfuerzos más enérgicos para reducir emisiones; desde una perspectiva basada en emisiones per cápita, este enfoque también conlleva realizar vínculos entre las emisiones y las necesidades básicas de las personas.

5.4. Las ventajas y desventajas de aplicar un enfoque basado en derechos humanos a la emergencia climática

Hasta ahora, hemos visto algunas ventajas de aplicar un enfoque basado en derechos a la lucha climática. En efecto, además de aportar conceptos como los de derechos y obligaciones, este enfoque destaca que los derechos humanos **priorizan los daños a las personas** (ICHRP, 2008) y, a la hora de diseñar políticas, ponen encima de la mesa cuestiones relacionadas con los **repartos de las cargas**, por ejemplo, qué personas sufren más los costes de la transición energética. Del mismo modo, se ha destacado como una orientación política basada en los umbrales de los derechos humanos ofrece potencialmente una plataforma para un diálogo de base amplia, además de que es un enfoque “modesto, alcanzable y justo, [que] utiliza un lenguaje al que pocos se pueden oponer” (ICHRP, 2008: 7).

No obstante, aplicar el marco de derechos humanos a la lucha climática puede presentar también **desventajas**. Por un lado, se ha destacado que un foco en los derechos pueden acentuar los conflictos sociales, ya que se pondrían de manifiesto **pugnas entre derechos**. Las políticas de cambio climático necesariamente deben generar elecciones sobre la distribución de costos y beneficios, por lo que hay que esperar que la invocación de los derechos humanos produzca luchas y enfrentamientos entre grupos de interés. Por ejemplo, los actores económicos también son titulares de derechos, por lo que podrían invocar el derecho humano a la propiedad o al goce de sus bienes para prevenir determinadas políticas climáticas (ICHRP, 2008: 5). Otras reivindicaciones de derechos humanos, como las que tienen que ver con la cultura, la libertad de religión o la reunión familiar, también podrían llevar a las personas a observar con recelo las políticas de cambio climático.

Sobre esta cuestión—y como se reconoce en el propio informe que hace la crítica—esta objeción puede deberse a una visión *excesivamente legalista* de los derechos humanos, que anteponga el reconocimiento formal de ciertos derechos—como el derecho a la propiedad— a la satisfacción de otros derechos fundamentales—como el derecho a la vida—. En relación a eso, utilizar adecuadamente un marco de derechos humanos implica una adecuada *ponderación* de los derechos reconocidos. El reconocimiento del carácter fundamental de algunos de estos derechos—como el derecho a la vida o el derecho a estar libre de hambre— demuestra que en el Derecho internacional de los derechos humanos se reconoce que algunos de estos derechos se sitúan en posiciones jerárquicamente superiores a otros, lo cual puede ser útil en un contexto de transición energética (García Juanatey, 2022). En consecuencia, avanzar hacia una visión centrada en el interés público y en umbrales mínimos puede contribuir a solucionar esos problemas: casi todos los derechos pueden ser limitados para el bien público, aunque se pueden esperar luchas sobre exactamente dónde debe trazarse la línea en cada caso (ICHRP, 2008).

Por otro lado, el enfoque basado en derechos humanos ha sido criticado también por considerarse **antropocentrista**—al centrarse en las consecuencias de los impactos ambientales en los seres humanos, dejando de lado el destino de otras especies—y por ser excesivamente presentista, preocupándose sólo del destino de las personas actualmente vivas y no de las generaciones futuras. En este sentido, en su influyente teoría sobre la equidad intergeneracional, [E. Brown Weiss \(1989\)](#) señala que la preocupación contemporánea con las **externalidades ambientales** se centra principalmente en los costos que las presentes generaciones deben soportar, por ejemplo, cuando se contamina el aire, el agua o el suelo por la expansión industrial, la deforestación y otros aspectos del desarrollo económico. Esta visión es compartida por la doctrina de los derechos humanos, que históricamente solo ha tenido en cuenta el medio ambiente cuando las externalidades antes mencionadas incidían en los derechos de las actuales generaciones de seres humanos, sin tener en cuenta otros seres vivos o las generaciones futuras ([García Juanatey, 2018](#)).

En esta línea, también hay que señalar que hay posiciones de compromiso que tratan de reconciliar los derechos humanos con aspectos como el reconocimiento significativo del **valor intrínseco de la naturaleza**. Por ejemplo, [Shelton \(1991\)](#) sugiere que un cierto grado de antropocentrismo es necesario para la protección ambiental y la acción climática, basándose en la idea de que la humanidad es la única especie dotada de conciencia para reconocer y respetar la moralidad de los derechos y porque los seres humanos son ellos mismos parte de la naturaleza. Ante estas legítimas críticas, voces como la de [Kotzé \(2014\)](#) apuestan por la necesidad de reconceptualizar estos derechos en el contexto del Antropoceno. Este concepto es una propuesta terminológica que pretende designar la era geológica actual, caracterizada por los daños irreversibles ocasionados por el consumo excesivo de recursos naturales por parte de la humanidad, entre los que se encuentra la quema de combustibles fósiles. Según él, los derechos humanos pueden jugar un papel crucial, ya que tienen el potencial de “humanizar” el Antropoceno, adoptando un enfoque hacia el ecocentrismo. No obstante, para ello es necesario alejarse del modelo de derechos humanos heredado de la Modernidad para adoptar un enfoque que incluya también la perspectiva ecológica, y que permita asegurar el bienestar de los seres humanos, a la vez que se respetan los límites planetarios y la integridad de las especies no humanas.

50

Aunque el concepto de límites planetarios es ajeno al discurso clásico de los derechos humanos, ha habido intentos de reconciliar estas dos ideas. Una propuesta interesante en este sentido que viene del campo de la teoría económica es el modelo de *Doughnut economics*, en el que la economista [Kate Raworth \(2017\)](#) plantea un modelo con forma de rosquilla. Su propuesta redefine la concepción clásica de la economía para situar **toda actividad económica dentro de unos límites marcados por la consecución de unos retos sociales y de derechos humanos, y el respeto de unos límites ambientales**. Para orientarse hacia un desarrollo humano más sostenible, el modelo pretende cumplir dos requisitos: garantizar una base de satisfacción de las necesidades básicas para todas las personas, definidas en términos de derechos humanos, y limitar la presión sobre los recursos naturales y los sistemas vitales de la Tierra.

Este modelo, además, pone en relación los países del norte con los del sur y propone una clara reducción de las emisiones de los países más ricos, para que los pobres puedan garantizar su desarrollo. Sobre esta cuestión, es de interés la distinción entre “emisiones de lujo” (*luxury emissions*) y “emisiones de subsistencia” o “supervivencia” (*subsistence emissions*) presentadas por primera vez en 1991 por el Centro para la Ciencia y el Medio Ambiente de la India, y consolidado por el filósofo político Henry Shue ([ICHRP, 2008](#)). Esta diferenciación se basa en que, en un planeta donde las emisiones totales deben ser limitadas, en lugar de asumir que todo el mundo tiene el mismo derecho a emitir GEI, se distingue entre el uso de combustibles para satisfacer las **necesidades humanas básicas** de un uso asociado al consumo superfluo, vinculado por tanto a la perpetuación de estilos de vida insostenibles.

En la misma línea, aquí se propone que los derechos humanos deberían tomarse principalmente como herramientas de **satisfacción de necesidades básicas reales**, en línea con el modelo propuesto por Kate Raworth, sin que eso implique dejar de lado la protección de otras especies y de los ecosistemas. Para ello, es preciso dejar claro que la satisfacción de estos derechos debe realizarse dentro de unos límites planetarios que garanticen la existencia de los ecosistemas que soportan la vida de las personas y otros seres vivos. Este modelo permite, además, justificar en un contexto de transición energética un cierto nivel de emisiones de subsistencia, dejando claro que deberíamos de poner el foco en reducir las emisiones de lujo.

En consecuencia, siguiendo lo que sucedió después de la Segunda Guerra Mundial, los derechos humanos tienen el potencial de remodelar el marco legal vigente para integrar los límites planetarios en el derecho y la gobernanza global (Kotzé, 2014). Debemos, por tanto, superar las visiones más antropocéntricas de los derechos humanos y resituarlos como herramientas para satisfacer necesidades mínimas dentro de un planeta finito y en proceso de cambio climático.

PUNTOS CLAVE:

- El cambio climático y sus consecuencias amenazan, de manera directa e indirecta, los derechos humanos. No obstante, también se puede ver este fenómeno al revés: el marco de derechos debe ser parte de la solución a la emergencia climática;
- Los derechos humanos aportan varias herramientas legales a la lucha climática: estas se concretan en una serie de principios (igualdad, no discriminación, participación pública en la toma de decisiones, acceso a la justicia y a recursos jurisdiccionales) y obligaciones (de los Estados a respetar estos derechos, a protegerlos, a facilitarlos, y a suministrarlos). Estos son de particular importancia para las luchas de los grupos en situación de vulnerabilidad;
- La justicia climática ofrece un marco integrado entre los derechos humanos y la acción climática que aporta herramientas de interés: da prioridad a los daños a las personas a la hora de analizar los impactos y de diseñar políticas, prestando atención también a las cuestiones relacionadas con los repartos de las cargas y a la responsabilidad de los diferentes actores en relación a la crisis climática;
- Enfocar los discursos en los derechos humanos tiene ventajas y desventajas—como crear conflictos entre diferentes derechos y su excesivo antropocentrismo y presentismo. Para superar estas desventajas, es necesario reconceptualizar los derechos humanos, situándolos como herramientas para cubrir las necesidades básicas de las personas en el contexto de un planeta finito.

6

Una propuesta de comunicación climática basada en los derechos humanos

Como hemos indicado anteriormente, las narrativas sobre cambio climático **precisan de un cambio de paradigma** para ser eficientes y activar cambios hacia la sostenibilidad en la conducta de un sector más amplio de la población ([Daniels y Endfield, 2009](#)). En esta sección, examinamos de qué manera los derechos humanos pueden aportar a este debate y a este cambio de paradigma.

Sobre esta cuestión, es preciso destacar que el régimen de derechos humanos no solo proporciona una arquitectura legal e institucional para aquellos actores que buscan políticas climáticas más ambiciosas, sino también aporta un **lenguaje** y una serie de **marcos mentales** determinados que se pueden utilizar para movilizar el apoyo para un nuevo tipo de política climática: una política que reconoce y que busca adaptarse plenamente al hecho de que las naciones y comunidades tradicionalmente marginalizadas están sufriendo, y seguirán sufriendo los peores impactos del cambio climático ([Nicholson y Daniel Chong, 2011](#)). Como veremos, y en base a lo examinado anteriormente en este documento, las narrativas deben fundamentarse en marcos basados en los **valores y en las emociones, así como en las soluciones** ([Gomez y Coombes, 2019](#)).

Para ello, la siguiente propuesta comunicativa se basa en una concepción de los derechos humanos como umbrales mínimos de protección de la dignidad humana en un planeta con límites biofísicos y está organizada en **cinco principales aportaciones**: en primer lugar, unos recursos narrativos; en segundo lugar, una serie de valores, como la dignidad, justicia, la solidaridad y la suficiencia; en tercer lugar, el uso de emociones como la empatía, con otros seres humanos y otras especies; en cuarto lugar, un marco para presentar respuestas políticas basado en la justicia climática; y, en quinto lugar, una visión de futuro más justa para todas las personas.

6.1. Una serie de recursos narrativos: víctimas, responsables y agentes de cambio

Las **narrativas basadas en derechos humanos** establecen una visión del mundo y de la sociedad fundamentada en la **dignidad humana y la igualdad** ([ACNUDH, 2019](#)), que permite tanto identificar las injusticias contra las que luchar como empoderar a la ciudadanía como agentes del cambio. Además, este tipo de narrativas busca promover los valores y principios inspirados en los derechos humanos de forma transversal ([CoE, 2018](#)). En este sentido, tanto los fines como los medios usados deben respetar los valores derivados de los derechos humanos, como la dignidad de la vida humana, la igualdad entre los seres humanos, y la búsqueda de justicia y solidaridad. Según el [Consejo de Europa \(CoE\)](#), una narrativa basada en los derechos humanos debe:

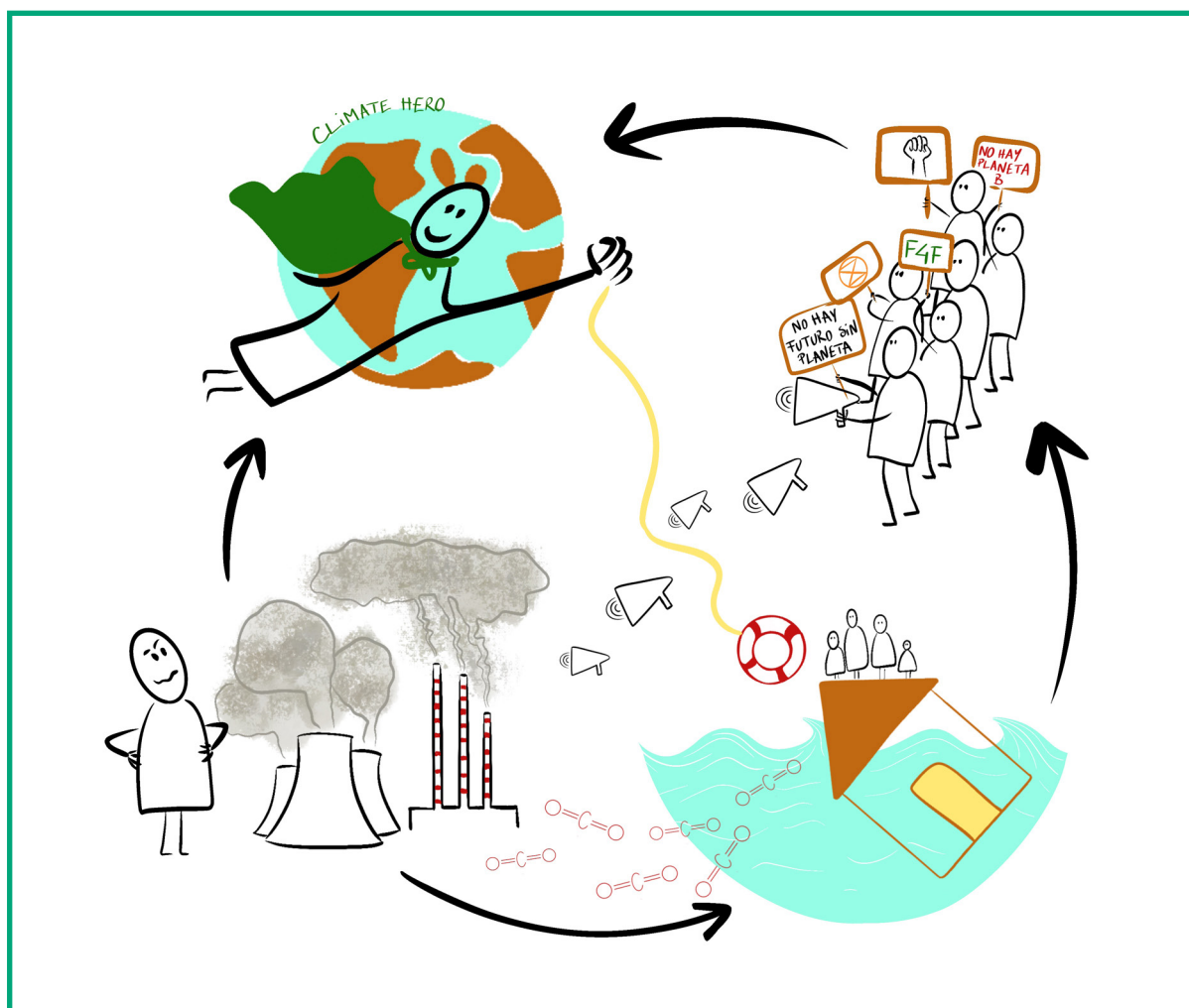
- No incluir odio, violencia o discriminación;
- Promover la igualdad, el respeto y la solidaridad;
- Promover la comprensión del principio de dignidad humana;
- Promover el pensamiento crítico, el diálogo justo y la información correcta.

Este tipo de narrativas presentan algunas características de interés a la hora de comunicar sobre el cambio climático. Como explicamos en la segunda parte de este trabajo, la aportación de las narrativas a la comunicación climática viene dada, principalmente, por tres factores: por su contribución al análisis de los problemas que presentan las narrativas actuales, por el uso de recursos narrativos como los componentes habituales de los cuentos, y por su capacidad de proponer mundos alternativos y visiones de futuro (que veremos en el punto cinco de esta sección).

Por un lado, este tipo de narrativas pueden contribuir a superar la percepción del cambio climático como un fenómeno alejado de las realidades de las personas, al enmarcarlo como una **historia de sufrimiento humano** y de **pérdida de culturas y de ecosistemas** de los que depende la vida. Las narrativas basadas en los derechos humanos se centran en los seres humanos, sus experiencias, sus necesidades y las posibles acciones para hacer frente a las amenazas a sus sistemas de vida ([NESRI, 2015](#)). Cuentan historias humanas con las que las personas receptoras pueden identificarse y con las que puedan empatizar. Al contrario que algunas narrativas ambientalistas basadas en la idea de “salvar el planeta”, aquí se pondría de manifiesto que los impactos de la emergencia climática son un problema principalmente humano, pero sin perder de vista los impactos sobre otras especies y sobre los ecosistemas, en línea con el necesario giro ambientalista que deberían mostrar estos derechos en el marco del Antropoceno. Sobre esta cuestión, es importante presentar el activismo climático como una búsqueda de justicia que tiene por objetivo garantizar la dignidad humana y el equilibrio de los ecosistemas de los que depende la vida de las personas y de otras especies, defendiendo en paralelo el valor intrínseco de la naturaleza, más allá de los recursos que esta nos proporciona.

Para ello, es central contar historias humanas que conecten nuestras audiencias con realidades cercanas o con situaciones con las que puedan empatizar. Según los autores y autoras del *Manual de la incertidumbre: Guía práctica para comunicadores del cambio climático*, una manera eficaz de superar la incertidumbre vinculada a la emergencia climática es efectivamente contar historias sobre la gente afectada por la emergencia climática (y cómo esa gente está actuando para hacerle frente), pasando de tratar el cambio climático como una realidad científica a tratarlo como una **realidad social** ([Corner et al., 2015](#)). Esta propuesta también se hace eco de las estrategias comunicativas elaboradas por [Webster y Marshall \(2019\)](#), en las cuales destacan la necesidad de contar historias, así como de explicar las acciones realizadas para hacer frente a la emergencia climática para dar ejemplo.

Por otro lado, como indicamos anteriormente, utilizar una perspectiva basada en lo narrativo permite identificar la presencia o ausencia de los **componentes típicos en una historia**, como una situación inicial, un conflicto o una complicación, reacciones, una resolución y un desenlace, e identificar diferentes actores o personajes narrativos (héroes y heroínas, villanos y villanas, víctimas) (Fløttum y Gjerstad, 2016). Sobre esto, como destaca Arnold (2018), es importante que las fronteras entre los roles sean permeables y que se permita, por tanto, la evolución de un papel a otro. De esta manera, tanto las víctimas como las personas señaladas como villanas pueden convertirse en héroes y heroínas a través de la acción climática.



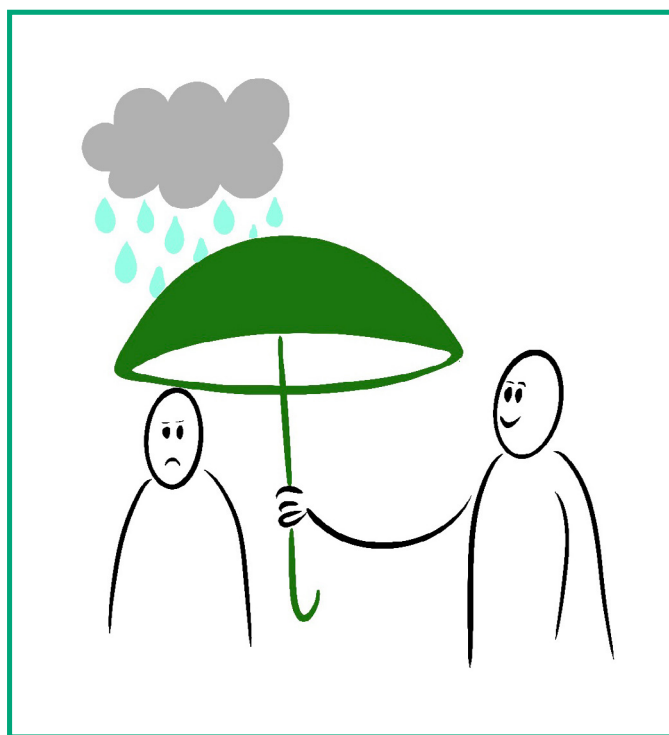
En relación a sus protagonistas, las narrativas basadas en los derechos humanos buscan transformar la sociedad, convirtiendo a la ciudadanía en **agentes de cambio** (NESRI, 2015). Las personas se ven empoderadas en su calidad de **titulares de derechos** y esto les permite actuar para reclamarlos y pedir cuentas a las autoridades. Las personas no son solo víctimas, sino que son también el motor del cambio. Así pues, la existencia de valores compartidos asentados en una visión común de una sociedad justa puede unir a la gente en una acción colectiva que busca remediar las injusticias existentes en un sistema determinado (NESRI, 2015). Sobre esto, fomentar la **participación de las personas**, elemento central en el enfoque de derechos humanos, es fundamental: la participación, la discusión y la contribución a la formulación de respuestas pueden hacer también que el problema se perciba de una manera más cercana de lo que es actualmente (Moser y Dilling, 2012).

Finalmente, enfatizar un núcleo de valores común como elemento constitutivo de la acción colectiva permite fomentar el sentimiento de pertenencia a una **comunidad**, por lo que no es necesario ser una víctima directa para tomar acción. Los derechos humanos constituyen pues herramientas a disposición de cualquier persona que desee mejorar la actual situación ([Gomez y Coombes, 2019](#)). En este sentido, también se trata de apoyar a las personas defensoras de los derechos humanos o a las personas que se encuentran en una situación de mayor vulnerabilidad. Según las conclusiones de un estudio experimental sobre narrativas de derechos humanos, las narrativas más exitosas y duraderas se basan en los ejemplos de personas que han peleado por los derechos humanos ([Gomez y Coombes, 2019](#)). Por ello, es crucial visibilizar las luchas de quienes batallan, tanto por lograr políticas ambiciosas que hagan frente a la emergencia climática, como por proteger los derechos humanos en un contexto de cambio ambiental global y de transición energética.

Así pues, las narrativas sobre derechos humanos tratan de **utilizar los derechos en su dimensión activa, como instrumentos que permiten realizar el cambio deseado** ([Gomez y Coombes, 2019](#)) –por ejemplo, realizando protestas, planteando casos ante los tribunales, apoyando a otras personas activistas, etc.

6.2. Un uso adecuado de las emociones: la empatía y la esperanza

En el contexto de la comunicación sobre cambio climático, el enfoque de los derechos humanos resulta entonces especialmente útil para **poner rostro** a las víctimas, concretizar sus **impactos en las vidas cotidianas** de las personas, e *in fine*, transmitir **emociones** positivas como la empatía o la esperanza.



En efecto, los derechos humanos están basados, tanto empírica como conceptualmente, en la capacidad natural que tienen los seres humanos para la **empatía** ([von Harbou, 2014](#)). La empatía es una emoción central en el discurso de los derechos humanos, que, por su carácter universal, se preocupa por las violaciones de derechos de todas las personas del planeta. Igualmente, al movimiento por los derechos humanos subyace la **esperanza** por un mundo mejor.

Además, en los últimos años, ante desafíos como los movimientos populistas autoritarios, los grupos y organizaciones de defensa de los derechos humanos se han reorientado hacia técnicas de **comunicación positiva, fundamentada en la esperanza** ([Gomez y Coombes, 2019](#)). Al igual que la situación que impera en la comunicación sobre cambio climático, la comunicación positiva no es evidente en el ámbito de los derechos humanos, puesto que se trata de denunciar injusticias y abusos, como muestra la herramienta más utilizada de señalar y avergonzar.

Sin embargo, según esta autora y este autor, en el contexto mediático actual, y ante el envite de los movimientos populistas autoritarios, el enfoque tradicional de denuncia y descrédito resulta ineficaz. Por ello, frente a las narrativas de esos movimientos, basadas en fomentar un clima de controversia, proponen responder con narrativas basadas en derechos humanos centradas en fomentar la esperanza en un mundo mejor a través de la **cultura, la cooperación y la comunidad**. Pero, como hemos visto, una comunicación que apela a la esperanza no debe caer en el *hopium*: la esperanza pasa por actuar urgentemente contra el cambio climático y por la movilización social.

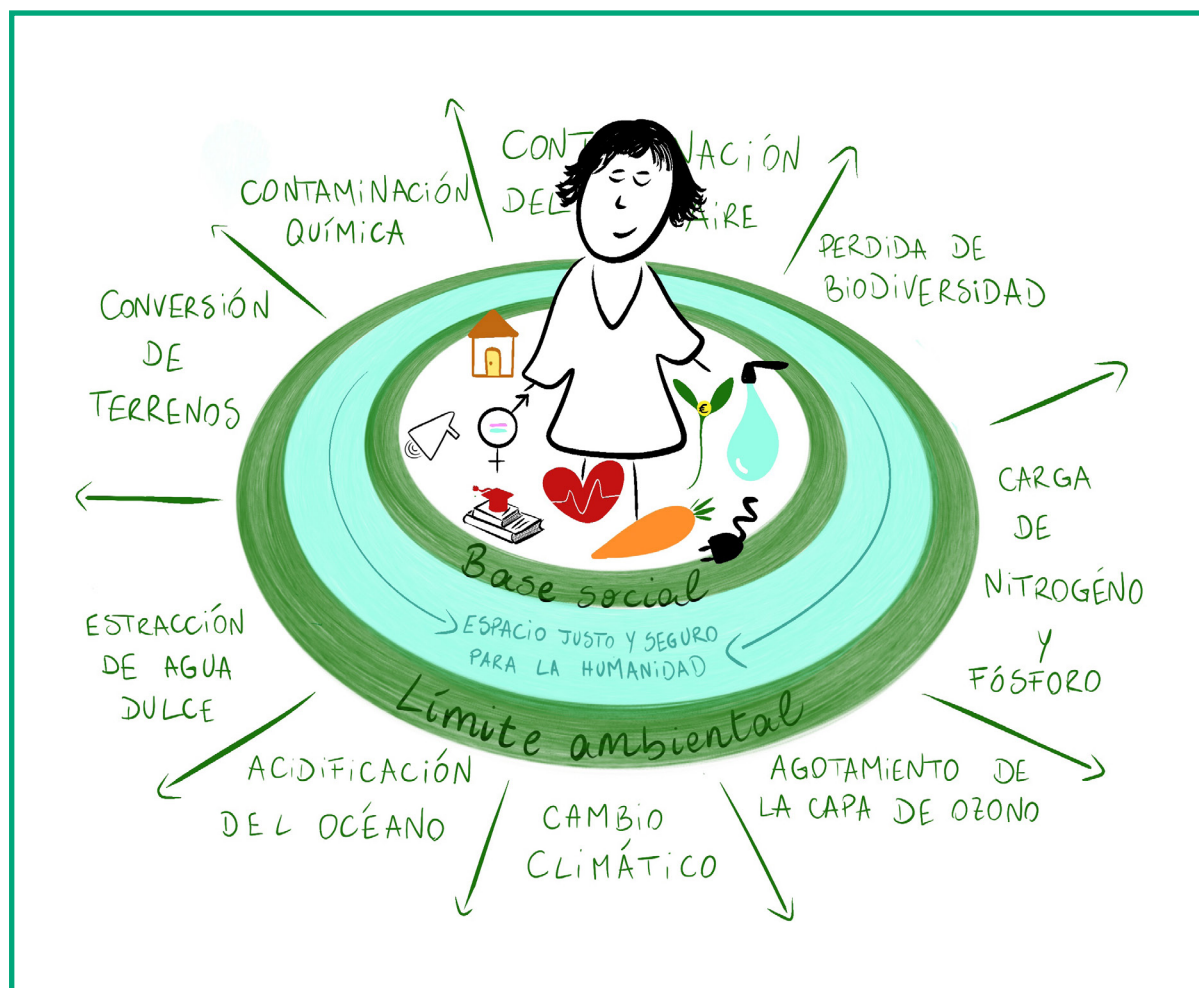
Del mismo modo, si bien es buena idea basar nuestra comunicación en emociones positivas como la empatía y la esperanza, esto no quiere decir que tengamos que eliminar por completo la evocación de emociones negativas. Como hemos visto ya, la clave en la utilización de las emociones es combinarlas adecuadamente y poder adaptar su uso a cada público, ya que, a veces, emociones negativas como el **miedo o la indignación** pueden contribuir también a motivar la acción. De hecho, la indignación es una emoción que subyace también a los movimientos por los derechos humanos, desde el mismo origen del proceso de internacionalización de los mismos, que emerge efectivamente de la indignación que produjo el descubrimiento de los crímenes cometidos durante la Segunda Guerra Mundial.

Para terminar, en relación con la **culpa**, mejor que fomentarla en nuestras audiencias por no estar haciendo lo suficiente ante la emergencia climática, puede ser más fructífero centrarnos en el concepto de **responsabilidades**. Así pues, autores como Escrivà (2020: 87) destacan que es más deseable hacer llamamientos a un comportamiento responsable que no intentar que la audiencia se sienta culpable. Igualmente, según él es preciso delimitar la culpa, la responsabilidad y el deber moral, señalando a los colectivos que tienen una mayor responsabilidad por su impacto en términos de emisiones, sean Estados específicos, grupos particulares de personas o actores organizados como las empresas. De nuevo, el marco de derechos humanos puede ayudarnos a señalar a los actores que, al no reducir sus emisiones, son **responsables** de las violaciones de derechos humanos que genera el cambio climático, subrayando además sus **obligaciones**.

6.3. Los valores: dignidad, igualdad justicia y solidaridad

Las narrativas basadas en los derechos humanos pretenden asentar una visión del mundo sustentada en unos valores compartidos, que permita originar un cambio transformativo (NESRI, 2015). Los valores que promueven los derechos humanos surgen de las ideas de universalidad y de humanidad compartida por todas las personas: **la dignidad de la vida humana, la igualdad entre los seres humanos**, y la búsqueda de **justicia y solidaridad**. Este conjunto de valores constituyen un núcleo que trasciende las fronteras y con el cual las personas pueden sentirse identificadas en cualquier sitio del mundo.

Igualmente, a nivel conceptual, los derechos humanos expresan un estándar mínimo de moralidad, lo que implica una motivación altruista (von Harbou, 2014). Así pues, estos valores son compartidos por los grupos que se identifican con **valores intrínsecos y auto-trascendentes**, que, como se ha mencionado anteriormente, influyen positivamente en la correspondiente toma de acción en la lucha contra el cambio climático (Corner et al., 2014). Por consiguiente, este **núcleo de valores comunes** se debe tomar en consideración a la hora de impulsar estrategias de comunicación sobre cambio climático más eficaces, que integren una perspectiva de derechos humanos.



Pero, más allá de reafirmar los valores intrínsecos, es preciso plantear un cambio de valores que empuje a las sociedades de consumo a la **suficiencia**. Los derechos humanos también pueden ser útiles para esto: en concreto, los derechos económicos, sociales y culturales establecen unos estándares mínimos que pretenden cubrir las **necesidades básicas** para la supervivencia de las personas, como la alimentación, el agua limpia, una vivienda, asistencia sanitaria y educación. También cubren asuntos sociales y culturales relacionados con la participación en el lugar de trabajo, los servicios públicos y el desarrollo adecuado de la vida familiar y cultural. Del mismo modo, los derechos expresan que las personas deben de ser protegidas por sus gobiernos. Según el modelo de Kate Raworth de la economía de la rosquilla, estos derechos conforman el anillo interior, el **umbral mínimo de necesidades básicas** cubiertas bajo el cual ninguna persona debería de situarse.

6.4. Unas respuestas basadas en la justicia climática

La única manera de reducir los impactos del cambio climático es reducir drásticamente los GEI a través de políticas efectivas y ambiciosas. Ante esta realidad, es crucial partir de una definición de la emergencia climática que resalte su naturaleza política y económica y que ponga encima de la mesa las opciones a disposición de los operadores políticos. En consecuencia, una comunicación climática efectiva debería proponer **respuestas**

urgentes, y no centrarse únicamente en los problemas. La idea sería “proponer políticas audaces, soluciones inteligentes de derechos humanos que activen el debate, y mostrar lo que se logrará con la transformación deseada” ([Gomez y Coombes, 2019](#)).

Sobre esta cuestión, es preciso destacar que en la actualidad, al menos en el contexto europeo, nos encontramos en un momento en el que se ha superado el negacionismo climático clásico, que simplemente negaba la importancia o el origen antropogénico del problema, pero dónde están emergiendo con fuerza otras formas de negacionismo. Estos discursos se podrían calificar de **obstruccionistas o retardistas**, y su objetivo no es negar el cambio climático, sino obstaculizar o retrasar la puesta en marcha de **medidas efectivas** contra la emergencia global. Estas actitudes son a menudo difundidas desde empresas a gobiernos, pero también están muy extendidas en la población del norte global, muy resistente al cuestionamiento de su modelo de consumo.

Ante este contexto, las narrativas sobre derechos humanos pueden ofrecer respuestas basadas en la **justicia climática y el interés público**, tanto dentro de los países como a nivel internacional, en relación a las diferentes responsabilidades del norte y el sur global. Por un lado, la perspectiva de la justicia climática –y ambiental– desenmascara cuestiones éticas y políticas, exigiendo **estrategias climáticas que garanticen la protección equitativa de toda la ciudadanía**. Asimismo, como hemos visto, cualquier política de reducción de emisiones o de mitigación de los efectos del cambio climático debe partir del respeto y garantía de los umbrales mínimos de protección que establecen los derechos humanos. Por ello, deben priorizarse la reducción de emisiones vinculadas al consumo superfluo, en línea con un reparto adecuado y justo de las cargas que implica la transición energética.

Por otro, si los derechos a la vida, a la alimentación, al agua y a la vivienda se ven amenazados por el cambio climático, y si los recursos de los países en desarrollo afectados son limitados, el norte global tiene una clara obligación, basada en el Derecho internacional de los derechos humanos, de proporcionar respuestas ([Nicholson y Daniel Chong, 2011](#)). Esta es una condición que está en línea con las nociones más básicas de **equidad e igualdad** incorporadas en la tradición de los derechos humanos. Por ejemplo, el Artículo 2 (1) del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales requiere que los Estados: “tomen medidas, individualmente y mediante la asistencia y cooperación internacional, especialmente económicas y técnicas, hasta el máximo de sus recursos disponibles” para lograr todos los derechos contenidos en el mismo.

Para terminar, el marco de derechos humanos destaca la importancia de la participación de todos los actores en el diseño de las respuestas, en particular el de las personas más afectadas, como son las mujeres, las minorías y la juventud. La participación, la discusión y la contribución a la formulación de respuestas pueden hacer que el problema se perciba de una manera más cercana de lo que es actualmente ([Moser y Dilling, 2012](#)). Sobre esta cuestión, son de especial interés las **asambleas ciudadanas por el clima**, que tienen el objetivo de implicar a la ciudadanía en la propuesta de medidas eficaces para reducir las emisiones.

6.5. Una visión de sociedad futura

Como indicamos anteriormente, las narrativas son relevantes por su **capacidad de proponer mundos imaginados** poderosos en forma de escenarios pasados, así como perspectivas futuras. Además del énfasis en soluciones justas, es crucial crear una narración colectiva en la cual merezca la pena intentar reducir las emisiones ([Escrivà, 2020: 107](#)).

Los derechos humanos están basados en una determinada visión del mundo, más justa e igualitaria, que se usa como ideal a alcanzar y predispone a la toma de conciencia. De esta manera, los derechos humanos tienen el potencial de “unir a las personas en solidaridad”, generando un **sentimiento de pertenencia** “que transforma una causa en algo histórico, trascendental e inevitable” (Gomez y Coombes, 2019). En este sentido, la acción colectiva se organiza en torno a una visión de lo que debería ser una **sociedad justa**, y no lo que es políticamente posible; este **horizonte de justicia** permite entonces pasar de unas reivindicaciones defensivas hacia reivindicaciones proactivas, que buscan crear un espacio político para el cambio (NESRI, 2015). Respecto al cambio climático, significa promover narrativas que proponen un horizonte donde la reducción de emisiones no solamente es posible, sino que además **beneficia al conjunto de la sociedad**.



Por ello, las narrativas sobre derechos humanos enfatizan las **necesidades humanas** que requieren una actuación por parte de las autoridades con el fin de conseguir una acción colectiva, teniendo como objetivo a largo plazo una sociedad justa (NESRI, 2015). En el contexto del cambio climático, significa subrayar los impactos del cambio climático en los derechos humanos, como el derecho a la vida de las generaciones presentes y futuras, el derecho a la salud, a la alimentación, al agua o a la vivienda. También supone resaltar las necesidades especiales de los **grupos en situación de mayor vulnerabilidad** con respecto a los efectos negativos del cambio climático, desde una perspectiva de justicia social y global.

A este respecto, el uso de narrativas sobre derechos humanos en el ámbito de la crisis climática permite **conectar con otros movimientos sociales**, que se movilizan por valores comunes (igualdad, la solidaridad, la justicia) como podrían ser los movimientos feministas o en defensa de la igualdad y la no-discriminación. El uso de estas narrativas que trascienden el marco ambientalista facilita la difusión del mensaje, ya que cuando estos otros movimientos sociales se han apropiado del mismo y lo difunden en sus respectivas plataformas, es posible alcanzar sectores más amplios de la población. El elemento común de las luchas de estos movimientos es mantener las condiciones del clima estables para que todas las personas y, en particular, las comunidades en situación de mayor vulnerabilidad –sean mujeres o grupos discriminados por diferentes razones– puedan continuar con sus luchas y mejorar sus condiciones de vida.

7

Conclusiones

Este trabajo surge con la voluntad de buscar explicaciones a la inacción climática y de encontrar vías para superarlas a través de una mejor comunicación. Para ello, explora la aportación de las narrativas basadas en los derechos humanos a una comunicación más efectiva sobre la emergencia climática, adoptando el formato de una propuesta dirigida a activistas y a personas interesadas. Por supuesto, la acción climática es un problema que trasciende el ámbito comunicativo: las resistencias de la población y los actores políticos y económicos son múltiples y tenaces. Sobre esta cuestión, no podemos soslayar la cuestión fundamental de que una acción climática efectiva que redujese drásticamente y rápidamente las emisiones de GEI implicaría la total transformación de nuestro sistema económico, basado en una voracidad energética sin precedentes en la historia de la humanidad.

Asimismo, en un contexto caracterizado por el retardismo climático, donde una gran variedad de poderosos actores presionan para demorar las respuestas ante esta emergencia, la comunicación climática se produce en un ambiente comunicativo cargado de mensajes contradictorios e información interesada. A pesar de este contexto, es fundamental comunicar la urgencia de actuar de manera decisiva, así como la factibilidad de las respuestas. El desafío no es baladí: la ventana de oportunidad se está cerrando y las decisiones que tomemos en el próximo lustro podrían determinar impactos que se sentirán en las comunidades humanas y en el resto de seres vivos del planeta durante generaciones.

Para contribuir a este objetivo, este trabajo pretende, por un lado, presentar de manera divulgativa un análisis de algunos sectores de la literatura más relevante en el ámbito de la psicología social y ambiental, que ayudan a explicar las resistencias que impiden que las personas modifiquen sus hábitos de vida y se impliquen en la acción climática. Por otro lado, esta propuesta pretende también, a partir de esa literatura, examinar el potencial de narrativas basadas en derechos humanos, construidas desde valores como la igualdad, la justicia y la protección de los grupos en situación de vulnerabilidad, para superar esas resistencias.

De este ejercicio han surgido algunas claves que pueden ser de utilidad, pero también es preciso reconocer que algunos de los aspectos examinados generan más dudas que certezas. En primer lugar, abordar la comunicación climática presenta varios **desafíos**: la complejidad, la incertidumbre y el carácter global de la emergencia climática dificultan una acción efectiva. Por ello, cualquier tipo de intervención comunicativa sobre la emergencia climática debería partir de una reflexión profunda sobre cuál es la mejor manera de trasladar el conocimiento a nuestras audiencias.

En segundo lugar, a nivel conceptual, para superar estos desafíos, es conveniente que las personas comunicadoras estén familiarizadas con los conceptos de narrativas y de marcos mentales. Como hemos visto, por un lado, las **narrativas** pueden aportar una serie de recursos narrativos que pueden ser útiles para “empaquetar” mejor la información climática; por otro lado, la teoría de los **marcos mentales** contribuye a entender cómo las personas reciben y procesan la información climática, aumentando la comprensión de las barreras y de cómo superarlas.

En tercer lugar, podemos destacar algunas constataciones sobre el papel de las **emociones** en la comunicación climática: por ejemplo, es obvio que es necesario ir más allá de un discurso basado en datos y en predicciones científicas, incluyendo emociones que generen reacciones viscerales en nuestras audiencias y que las empujen a dar el paso a la acción climática. Un ejemplo pueden ser las historias de activistas que un día dicen basta y se suman a la acción climática, como muestra el caso de Greta Thunberg, entre otras. También parecen claros los beneficios de fomentar una conexión emocional con la naturaleza, sobre todo con los entornos y paisajes que conocemos, y con las personas y otros seres vivos afectados por los cambios en el clima.

No obstante, el uso de las emociones es una cuestión delicada y hay que ser prudentes con las generalizaciones: aunque hay abundante evidencia que desaconseja las apelaciones excesivas a emociones negativas como el miedo, se ha visto que con ciertos públicos también pueden contribuir a motivar la acción. Algo parecido sucede con emociones como la esperanza: parece ser un ingrediente importante para motivar a la audiencia, pero, como pone de manifiesto el concepto de *hopium*, no debe tampoco contribuir a dulcificar los devastadores efectos para la vida en el planeta si no pegamos un volantazo y cambiamos el rumbo. Cabe resaltar que, para que no sea contraproducente, es preciso construir la esperanza a través de acciones significativas y radicales que logren reducir las emisiones.

En cuarto lugar, los **valores** también parecen jugar un rol importante en la comunicación climática. Sobre esta cuestión, parece clara la necesidad de que los mensajes comunicativos promuevan las motivaciones intrínsecas de las personas, basadas en la preocupación por el bienestar de los demás seres humanos y otros seres vivos, y que promuevan valores como la justicia, la igualdad y el universalismo. Igualmente, parece conveniente fomentar valores que afirmen el valor intrínseco del mundo natural y la interconexión entre los seres humanos con otros seres vivos. Asimismo, en el contexto económico actual, donde priman las motivaciones extrínsecas como el consumismo y el materialismo, es también prioritario promover valores relacionados con la reducción del consumo y la simplificación voluntaria de los estilos de vida, como la suficiencia, la frugalidad y la austeridad en relación con lo material.

En quinto lugar, en este trabajo se propone también explorar de qué manera un marco basado en **derechos humanos** puede hacer a una comunicación climática más efectiva. Aunque utilizar un enfoque de derechos humanos no soluciona los múltiples problemas de la comunicación climática y de la construcción de estrategias de acción eficaces, hemos visto cómo algunos de los conceptos y procesos que subyacen a este enfoque pueden ser útiles para hacer frente a algunas de estas cuestiones. Así pues, además de una serie de herramientas jurídicas,

los derechos humanos aportan también una serie de **conceptos, emociones y valores** que pueden resultar de interés para la comunicación climática. En este sentido, parece crucial comunicar los impactos actuales y previstos en términos humanos, visibilizando las consecuencias que los efectos asociados a la catástrofe climática tendrán en la capacidad de las personas de mantener sus sistemas de vida y sus culturas. Tenerlos en cuenta es también fundamental para poder proponer respuestas justas y basadas en la responsabilidad, como subyace al enfoque de la justicia climática.

No obstante, ese trabajo también se hace eco de las críticas a los derechos humanos, entre otros aspectos por el excesivo enfoque legalista y por el antropocentrismo connatural a su formulación. Por ello, en el contexto actual, defendemos la necesidad de ponderar adecuadamente estos derechos y de reformularlos para situarlos en un marco en el que se puedan garantizar las emisiones de subsistencia de las personas, respetando tanto umbrales mínimos de garantía de las necesidades básicas, como límites –en este caso de emisiones– que no deberíamos sobrepasar. Como corolario lógico a este enfoque, parece crucial también situar la desigualdad y la necesaria redistribución en el acceso a los abundantes recursos de nuestro planeta en el centro del debate, en particular entre el norte y el sur global.

Finalmente, otra conclusión de este trabajo es subrayar la extrema complejidad de su objeto de estudio: la comunicación en cambio climático es un campo complicado y en desarrollo continuo. Por tanto, es necesario avanzar en la investigación en cuestiones como los roles que desempeñan en la comunicación climática las emociones, los valores y la identidad; del mismo modo, cabe entender mejor el potencial de la segmentación de públicos a la hora de comunicar: cómo adaptar los mensajes a cada público, enmarcando los temas de la manera más eficaz, sin perder los valores centrales que deberían guiar un cambio de rumbo necesario para hacer frente a esta crisis. Lo que es indiscutible es que es necesario movilizar todo el conocimiento y todos los esfuerzos para convencer a la población de que un cambio de modelo es necesario y urgente.

