



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Psicología
División de Estudios Profesionales

Conducta proambiental en la vida cotidiana

TESIS

Que para obtener el título de:
Licenciada en Psicología

Presenta:

Paloma Salles Ize

Director: Mtro. Javier Urbina Soria

Revisora: Dra. Rosa Patricia Jovita Ortega Andeane

Comité:

Dra. Emily Ito

Dr. Rafael Luna

Dra. Karina Landeros

México 2020

Ciudad Universitaria, CDMX





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mis papás por el apoyo incondicional a lo largo de toda la carrera (y la vida), sin importar las circunstancias.

A Pedro por mostrarme lo que es escribir una tesis, por alentarme y por su compañía tan apreciada.

A Mateo por el apoyo mutuo en nuestro cambio de estilo de vida que me ayudó con la inspiración.

A Ana, por su compañerismo y amistad durante toda la carrera.

Al Mtro. Javier Urbina por haber aceptado ser mi director, por su tiempo y todas sus recomendaciones, tanto para este trabajo como en general.

A la Dra. Patricia Ortega por ser mi revisora, por su amabilidad y por su apoyo durante todo el proceso.

A la Dra. Emily Ito, a la Dra. Karina Landeros y al Dr. Rafael Luna, por aceptar ser mis sinodales a pesar de las circunstancias actuales extrañas y por sus valiosas correcciones.

Y a las demás personas (amigos, familia, compañeros) que fueron parte esencial del proceso.

Índice

1. Introducción	5
2. Análisis del problema y método	8
2.1. Planteamiento del problema	8
2.2. Cambio ambiental global	9
2.3. Sostenibilidad y desarrollo sostenible	14
2.4. Objetivo del estudio	19
2.5. Tipo de estudio y procedimiento	20
3. Vida cotidiana y conductas proambientales	22
3.1. Consumismo	29
3.2. Conductas proambientales y estilos de vida sostenibles	34
4. Psicología aplicada a la promoción de conductas proambientales y estilos de vida sostenibles: teoría y aplicaciones prácticas	41
4.1. Percepciones	42
4.2. Toma de decisiones	46
4.3. Comunicación efectiva	48
4.4. Valores y normas culturales	51
4.5. Barreras psicológicas al cambio	53
4.6. Políticas	58
4.7. Aplicaciones prácticas	61
4.7.1. Programas de modificación conductual aplicados a conductas proambientales de la vida cotidiana	68
5. Antítesis y contraargumentos	73
6. Discusión y conclusiones	85
Referencias	95

Índice de figuras

Figura 1. Principales consecuencias del cambio ambiental global.	13
Figura 2. Principales cumbres y conferencias internacionales de Desarrollo Sostenible de la ONU.	16

Figura 3. Relación entre vida cotidiana y estilos de vida.

26

Figura 4. Modelo de la teoría del comportamiento planeado.

38

1. Introducción

“Unless we examine how people perceive climate change, what factors influence mitigation and adaptation behaviours and how climate change will affect human well-being, we will be unable to respond effectively as a society” (Clayton et al., 2015)

En este trabajo se abordará el tema de las decisiones y conductas individuales que busquen cuidar el ambiente. Se analizarán las conductas y las pequeñas acciones diarias, automáticas y que tienen efectos dañinos sobre el entorno natural. Para lograr cambiar estos comportamientos sería necesario modificar los estilos de vida actuales y así poder conciliar las necesidades humanas con el cuidado y mantenimiento de los recursos naturales.

Será una revisión de lo que se ha investigado hasta ahora desde la psicología y las aplicaciones prácticas realizadas por psicólogos que buscan promover las modificaciones necesarias en las vidas de los individuos. Llevar a cabo estos cambios, permitirá evitar catástrofes inducidas por fenómenos naturales que afectarían tanto a los seres humanos como a gran parte de la vida en el planeta (Dauvergne, 2010).

Se está viviendo una crisis ambiental global, que tiene consecuencias en casi todos los aspectos del entorno y los humanos dependen del equilibrio del ambiente para poder vivir. Sin embargo, es la propia actividad humana la que está causando daños irreparables, en gran medida por el abuso desmedido de los recursos naturales proporcionados por la tierra, muchos de los cuales son renovables pero no al ritmo de explotación al que están siendo sometidos.

Por lo tanto, hay que cambiar el comportamiento del ser humano para mitigar los daños ya hechos y a la vez evitar daños que están previstos para un futuro no muy lejano. El

objetivo es entender cómo funcionan los seres humanos y cómo toman decisiones, y qué necesitan para comprender el problema y su papel en él, pero sobre todo para que empiecen a actuar conscientemente y a modificar sus conductas diarias que están teniendo un impacto negativo en el planeta. Según la teoría de la acción planeada, los factores que más influyen en la conducta son las actitudes, las normas subjetivas y la percepción de control sobre la conducta que se tiene (Ajzen y Fishbein, 2000). Por lo tanto, son un aspecto importante a considerar cuando se busca modificar comportamientos.

Los humanos tienden a ver por su bienestar actual, sin preocuparse por las consecuencias futuras. Entonces, si se les dice que existe la posibilidad de que eventualmente el ambiente sufra cambios, pero que no habrá una recompensa tangible por sus acciones actuales y se compara con el beneficio de mantener las cosas como están y priorizar su comodidad, muchas personas escogerían la segunda opción: una recompensa inmediata y segura *versus* una recompensa invisible y sólo probable (Clayton et al., 2015).

Muchas soluciones están basadas en acciones correctivas más que preventivas, aunque esta estrategia presenta algunos problemas. Por ejemplo, si se logra limpiar el mar, invirtiendo muchos recursos, como tiempo y dinero, ¿de qué va a servir si en dos años estará lleno de basura otra vez? En vez de que los humanos hagan ciertos cambios pequeños en sus estilos de vida, se apuesta a mantener las cosas como están e invertir recursos en encontrar soluciones para el futuro, soluciones que aún no existen y, por lo tanto, no se sabe si van a funcionar.

En efecto, se han hecho estudios en los que se encontró que es menos costoso invertir ahora en investigación y tecnología, que esperar a que el problema sea más grave y requiera una inversión mucho mayor (Stern y Jacobs, 2007). Además, hay muchas interrogantes en el futuro del cambio ambiental global (por ejemplo, no se sabe

exactamente cuánto va a aumentar la temperatura o el efecto que esto tendrá en todos los ecosistemas), por lo que esperar también podría ser peligroso. Lo que sí se sabe es que han aumentado los eventos climáticos extremos como sequías, inundaciones y tormentas, tanto en países desarrollados como en países en vías de desarrollo. Los segundos serán más afectados por su falta de flujo de efectivo; al ser un problema global, se requiere de una respuesta internacional coordinada (Spence y Pidgeon, 2009).

La finalidad de este estudio es hacer una revisión documental sobre qué función tienen las conductas individuales que procuran el cuidado del ambiente en las posibles soluciones al cambio ambiental global. Se encontró que son conductas muy útiles para cambiar la actitud de los individuos hacia el cambio ambiental global y por lo tanto favorecen que se vayan tomando poco a poco otras iniciativas para cuidar del ambiente. Además, si se suman muchas personas a realizar estas conductas, el impacto positivo en el ambiente puede llegar a ser muy importante.

Este trabajo se divide en cuatro capítulos. Primero se habla del problema ambiental actual, del cambio global en este rubro y qué implica la sostenibilidad. Luego, se elabora una descripción acerca de la vida cotidiana, los estilos de vida y las conductas proambientales, para después hablar de cuál es el papel de la psicología, es decir, qué se puede estudiar e investigar dentro de esta disciplina sobre estos temas relacionados con la crisis que se avecina. Antes de las conclusiones, se mencionan cuáles son los argumentos que podrían contradecir lo propuesto en esta tesis.

A manera de conclusión, se sugieren algunas posibles futuras investigaciones, y se plantea la importancia del papel de la psicología al atender los temas ambientales y de las conductas proambientales en la vida cotidiana, así como lo necesario que es priorizar el estudio de estos temas.

2. Análisis del problema y método

2.1 Planteamiento del problema

El ser humano debe cuidar los recursos naturales para las generaciones futuras, por lo que es indispensable encontrar formas de promover las conductas proambientales en todos los individuos. La psicología es una disciplina enfocada en comprender al ser humano en términos de toma de decisión, hábitos, comportamientos, valores, percepciones, relaciones sociales, entre muchos otros. Es por esto que es una disciplina fundamental cuando se intenta comprender por qué no se ha tenido éxito al intentar guiar las sociedades a que tengan hábitos sostenibles, a pesar de la incuestionable evidencia científica que afirma que no habrán suficientes recursos para mantener el ritmo de consumo que se tiene actualmente, y que está causando daños irreparables al ambiente, provocando desastres naturales más frecuentes y más intensos.

Son los comportamientos humanos los que en gran medida han causado el problema ambiental que actual, por lo que si éstos no se modifican, el ambiente ya no será apto para la supervivencia de muchas especies de animales y plantas que dependen del equilibrio actual y que no podrán adaptarse lo suficientemente rápido a los cambios venideros. Es esencial que los psicólogos, al igual que otras ciencias, gobiernos e instituciones, entiendan cuál es su papel dentro de esta crisis ambiental que está aconteciendo. Cómo pueden, por medio de la comprensión del ser humano, intervenir para evitarla o mitigarla, al igual que promover la adaptación.

Este estudio busca comprender tanto la situación actual de inacción y de falta de compromiso, a pesar de que ya hay información necesaria y se han establecido objetivos concretos que permitirían evitar la catástrofe, como los posibles programas de

intervención diseñados desde una perspectiva psicológica que se han realizado para fomentar el cuidado del ambiente, especialmente mediante conductas proambientales de la vida cotidiana. Este tipo de conductas son muy importantes por su valor social y particular, al igual que por su relevancia en diferentes aspectos de la vida de los individuos: lo que hacen de forma cotidiana, adopta una trascendencia en todas las esferas sociales.

La importancia de hacer un estudio documental es poder integrar trabajos de investigación que se han hecho hasta el momento en psicología y así entender tanto el pasado como el presente de la investigación en este tema, para poder eventualmente realizar nuevos trabajos relevantes, que tengan como base las investigaciones previas. También se busca conocer las aplicaciones prácticas que se han realizado y los resultados obtenidos lo que permitirá plantear nuevas preguntas que puedan guiar nuevas propuestas y que a la vez respondan a las preguntas que van surgiendo.

2.2 Cambio ambiental global

Desde el momento en que el ser humano comenzó a quemar combustibles fósiles, la temperatura del planeta ha aumentado lenta pero constantemente (Gifford, 2004). Durante mucho tiempo se denominó cambio climático a estos fenómenos producidos en el ambiente por la actividad humana. Sin embargo, estas modificaciones afectan más que sólo el clima (el término “clima” se refiere específicamente a las condiciones atmosféricas) ya que se han registrado cambios en el agua, la tierra y la biósfera además de la atmósfera (Garramuño, 2009), por lo que este fenómeno ya es considerado un problema ambiental y no sólo climático.

Es por esto que el término que se propone para referirse de manera correcta a los cambios que todo el ambiente está sufriendo es *cambio ambiental global*. El cambio

ambiental global incluye el cambio climático, los hoyos en la capa de ozono, la pérdida de diversidad biológica, los cambios en la cantidad de agua dulce, la deforestación y la degradación de las propiedades de la tierra (Organización Mundial de la Salud [OMS], s.f.; Moreno, 2006).

Durante muchos años, las causas del cambio ambiental global y la magnitud del daño provocado al planeta fueron ignoradas, hasta que el aumento en la frecuencia e intensidad de los desastres naturales fue tal, que se volvió imposible seguir sin reconocer las causas y las consecuencias del fenómeno (Gifford, 2004).

El inicio de esta crisis ambiental remonta a la Revolución Industrial, que inició en el siglo XVIII y que permitió la producción acelerada de bienes materiales, lo que aumentó el requerimiento de materias primas, los avances tecnológicos respecto del transporte motorizado que utilizan principalmente recursos no renovables y no sostenibles; lo anterior aunado al aumento exponencial de la población en los últimos 200 años (Dauvergne, 2010). Este crecimiento demográfico conlleva una mayor explotación de recursos naturales de forma cada vez más veloz para satisfacer las necesidades de toda la población global, y el desarrollo de tecnologías que permiten mejorar la calidad de vida. Ambas situaciones han provocado daños en el medio ambiente (Gifford, 2004).

Por su parte, Moreno y Urbina (2008) mencionan que las principales causas del cambio ambiental global son el uso de combustibles fósiles desde la época industrial, los cambios en el uso del suelo como la agricultura y la ganadería (lo que aumenta la biomasa vegetal y animal), el crecimiento demográfico que crea fuertes demandas a los recursos naturales y el uso de tecnologías inadecuadas para el cuidado del ambiente.

Las consecuencias de estos cambios ambientales son varias y muy diversas. La actividad humana ha aumentado la cantidad atmosférica de ciertos gases llamados *de efecto invernadero* que retienen parte de la energía solar y de la energía reflejada por

la tierra, lo que posibilita el mantener la tierra a una temperatura que permite la vida; el aumento de estos gases implica un cambio en la temperatura del planeta (Moreno y Urbina, 2008). Los principales gases que tienen este efecto son el vapor de agua, el bióxido de carbono, el metano y óxido nitroso y como se mencionó, la Revolución Industrial provocó el aumento de estos gases en la atmósfera por el uso de combustibles fósiles y otras actividades humanas (Gifford, 2004; Moreno y Urbina 2008).

A causa del aumento de la temperatura, los polos se están derritiendo cada vez más rápido (Dauvergne, 2010), lo que en parte causa el aumento del nivel del mar y ha provocado un aumento en las inundaciones en las costas (Moreno y Urbina, 2008). La disposición de agua limpia por habitante en el mundo ha disminuido de forma acelerada debido al mal uso de este recurso y su contaminación constante con productos químicos (World Wildlife Fund [WWF], s.f.b). La contaminación atmosférica por la actividad humana como la quema de combustibles fósiles provoca la lluvia ácida, un fenómeno causado por la presencia de dióxido de azufre y óxidos de nitrógeno. Al caer el agua, se hacen reacciones químicas transformando estos compuestos en ácido que daña sobretodo a las especies y ecosistemas marinos (Environmental Protection Agency [EPA], 2020).

En los últimos 40 años han desaparecido más del 40% de los bosques, un recurso renovable pero que ha sido explotado de manera no sostenible (Dauvergne, 2010). Las principales causas de la deforestación, que provocan el 50%, son: la ganadería, la minería y la búsqueda de pozos petrolíferos (Nunez, 2019). Los bosques tienen la función vital de transformar el dióxido de carbono en oxígeno, además de capturar otros gases de efecto invernadero que absorben calor, lo que evita el efecto invernadero acentuado y permite que nuestra atmósfera sea habitable (Nunez, 2019). La ganadería ha sido identificada como una de las principales causas de deforestación, de contaminación del suelo y de producción de gas metano que es uno de los gases

más dañinos para la atmósfera (Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO], 2006).

Las selvas también están desapareciendo debido a la tala para crear espacios de cultivo o para el uso de los recursos (por ejemplo maderas preciosas), lo que es un problema debido a que son los ecosistemas más biodiversos. También ha habido un crecimiento de los desiertos por la deforestación de bosques y selvas, al igual que por las sequías, y hay muchas especies y plantas en peligro de extinción, lo que amenaza la biodiversidad (Gifford, 2004). Las modificaciones de los hábitats por los seres humanos al realizar cambios en el uso de suelo (para su explotación, por contaminación, para cultivo o ganadería, entre otros) provoca una pérdida importante de ecosistemas impactando a la flora y fauna de manera permanente; en México se calcula una pérdida de hasta 50% de los ecosistemas (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad [CONABIO], 2020).

Moreno y Urbina (2008) igualmente mencionan consecuencias importantes para los humanos, por ejemplo a su salud ya que se ha registrado un gran número de muertes por ondas de calor, por la mala calidad del aire en asentamientos grandes y por las catástrofes inducidas por fenómenos naturales. Estos problemas también han afectado la seguridad alimentaria porque por el cambio de las condiciones terrestres y atmosféricas la agricultura ha sufrido modificaciones. Por ejemplo la crisis de la cadena alimentaria, un problema causado por la ganadería masiva que provoca enfermedades y plagas, que afectan la seguridad alimentaria humana al igual que su salud (FAO, 2020). Todo esto ha provocado movimientos humanos migratorios hacia asentamientos urbanos, por el alto número de refugiados ambientales, lo que implica una fuerte presión económica para los países y sus ciudades.

Categoría afectada	Consecuencias ligadas al CAG
Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Daños a la salud y muertes (contaminación del aire, fenómenos naturales, ondas de calor) - Pérdida de seguridad alimentaria - Aumento de la migración
Agua	<ul style="list-style-type: none"> - Contaminación del agua y menor cantidad de agua limpia por habitante - Los polos se derriten: desaparición de especies, aumento del nivel del mar y más inundaciones - Pérdida de ecosistemas marinos, acidificación del agua (lluvias ácidas)
Atmósfera	<ul style="list-style-type: none"> - Gases de efecto invernadero - Aumento de la temperatura - Hoyos en la capa de ozono
Bosques y selvas	<ul style="list-style-type: none"> - Deforestación: desaparición de ecosistemas que limpian el aire y permiten que la atmósfera sea respirable - Pérdida de hábitats y ecosistemas terrestres por el cambio del uso de suelo

Figura 1. Principales consecuencias del cambio ambiental global. Figura elaborada por la autora.

Otro problema importante es la falta de certeza en ciertos aspectos. La ciencia ha dado respuestas claras, por ejemplo que los gases efecto invernadero que calientan el planeta, que el CO₂ atmosférico está en aumento al igual que la temperatura y que el ser humano está causando esto; sin embargo, hay ciertos aspectos del cambio ambiental que aún no tienen respuesta, en parte porque dependen de supuestos futuros, como por ejemplo qué tanto va a aumentar la temperatura, qué va a pasar cuando ésta aumente, o cuáles serán nuestras emisiones en el futuro (Carbon Brief, 2011). El no saber puede llevar a consecuencias inesperadas, por lo que es importante atender y dar solución a estos problemas lo más pronto posible.

Uno de los primeros intentos para que estos desastres ecológicos no pasaran desapercibidos fue la difusión en medios de comunicación, pero como se verá más adelante, tener la información necesaria no es suficiente para evitar que se lleven a cabo acciones dañinas para el ambiente. También se han desarrollado diferentes tecnologías que buscan mitigar la explotación de recursos y su contaminación, pero hasta el momento no han sido adoptadas ni promovidas lo suficiente para lograr un verdadero cambio.

Las respuestas del ser humano para enfrentar el cambio ambiental global se pueden dividir en evitación, mitigación y adaptación: evitar es el hecho de impedir que sucedan ciertas consecuencias al cambiar la situación actual, mitigar significa reducir las causas (por ejemplo usar energía renovable), adaptar implica un cambio en la forma de vida y comportamientos hacia las consecuencias que ya no fue posible prevenir (por ejemplo, usar menos agua porque hay menos de este recurso) (WWF, 2019). En este trabajo el enfoque se dará sobre todo en la mitigación y evitación, es decir en qué se puede hacer ahora para disminuir o impedir el daño en un futuro.

2.3 Sostenibilidad y desarrollo sostenible

La Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales ([SEMARNAT], 2019) distingue sustentable de sostenible porque, a pesar de haberse usado como sinónimos desde hace tiempo, no lo son. El término sustentable en español se refiere a la argumentación, un argumento que se mantiene y es posible defender es un argumento sustentable. La sostenibilidad, en cambio, es aquello que “se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos” (SEMARNAT, 2019). Por lo tanto, el término apropiado es sostenibilidad cuando se hace referencia al cuidado del ambiente y de los recursos naturales.

La primera gran convención organizada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para tratar todos los temas relacionados con el ambiente sucedió en 1972. Quince años después, se reunieron profesionales de todo el mundo para hablar de temas ambientales, en lo que se denominó la Comisión Brundtland, llamada así por el papel importante que tuvo la primera ministra de Noruega, Gro Harlem Brundtland (Gifford, 2004).

En ese mismo año (1987), se hizo público el Informe Brundtland, donde se definió la sostenibilidad como el hecho de “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades y aspiraciones” (World Commission on Environment and Development, 1987, p.16). Esto significa que lo sostenible busca que las generaciones actuales puedan tener lo que necesiten, pero sin dañar el ambiente o acabar con los recursos para que las generaciones futuras puedan aprovechar lo mismo y satisfacer de igual forma sus necesidades.

Otro evento importante fue la Cumbre de Río, que en 1992 buscó encontrar propuestas concretas de cómo se podía poner en práctica el desarrollo sostenible, disminuir los gases de efecto invernadero, promover y cuidar la diversidad biológica y encontrar en general formas de vida más sostenibles (Gifford, 2004). Se han realizado dos revisiones de los avances relacionados a la Cumbre de Río, 10 y 20 años después (en 2002 y 2012), donde también se propusieron algunas iniciativas nuevas. En 2015 se llevó a cabo una cumbre en la que se establecieron 17 metas mundiales de sostenibilidad, y se discutió cómo se van a usar estas metas para guiar las acciones relacionadas con el cuidado ambiental. En 2019 se ratificaron y consolidaron estos objetivos, indicando que la humanidad tiene hasta el año 2030 como plazo para conseguirlos y para que el daño no sea irreversible (United Nations Documentation: Environment, s.f.).

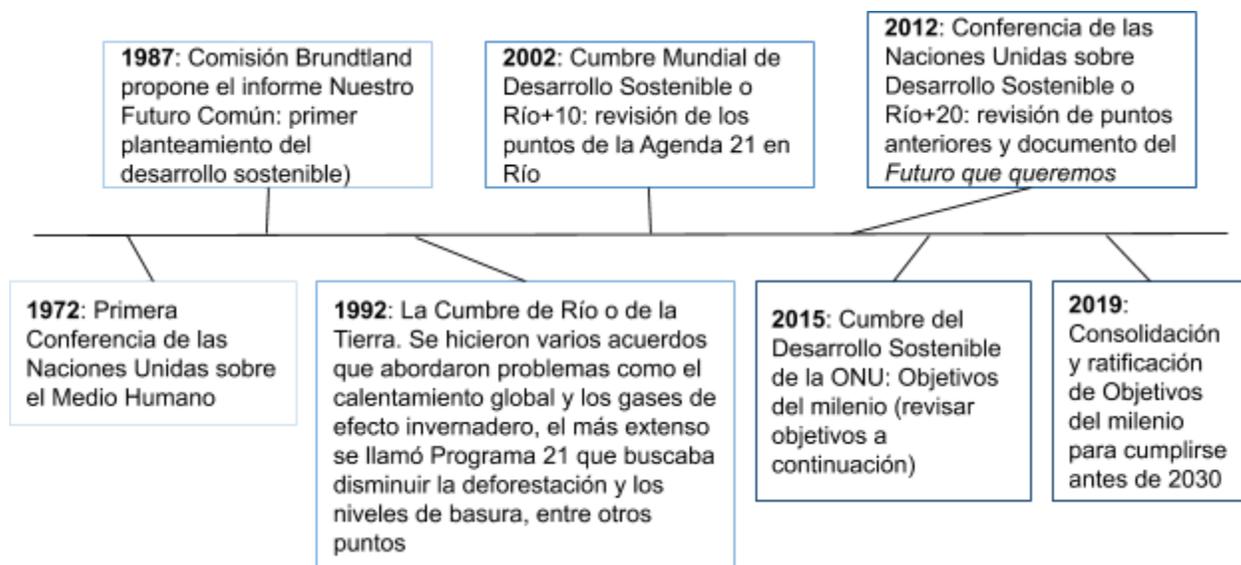


Figura 2. Principales cumbres y conferencias internacionales de Desarrollo Sostenible de la ONU. Figura elaborada por la autora.

El desarrollo sostenible es un concepto que hace referencia al crecimiento social y económico, respetando el ambiente y sus recursos. Estos tres pilares (crecimiento económico, inclusión social y protección ambiental), propuestos por la ONU en 2019, deben ser integrados para poder construir un futuro inclusivo y sostenible. En este trabajo, la protección ambiental es el pilar que más se va a abordar, a pesar de que los tres tienen una estrecha relación con las conductas humanas, tanto individuales como sociales.

Desde la psicología ambiental, Corral y colaboradores (2008), definen las conductas sostenibles como aquellas que buscan cuidar los recursos naturales y socioculturales que garantizan el bienestar presente y futuro de los humanos. Por lo tanto, se podría decir que el desarrollo sostenible está compuesto por una serie de conductas sostenibles, buscando siempre cuidar el ambiente para las generaciones futuras.

Todas estas definiciones hacen alusión a que la sostenibilidad es un proceso que busca el equilibrio entre el ambiente y el uso de recursos naturales (CCGS, 2013). Al ser un proceso social y cultural, se podría esperar que un cambio en el desarrollo y las

conductas sostenibles sea un procedimiento que tome cierto tiempo. Los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU se establecieron y reafirmaron en 2019 y proponen conseguir dichos cambios para 2030, incluyendo erradicar la pobreza como condición necesaria para el desarrollo sostenible:

1. Fin de la pobreza
2. Zero hambre
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y limpia
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
- 10.Reducción de las desigualdades
- 11.Ciudades y comunidades sostenibles
- 12.Producción y consumo responsables
- 13.Acción por el clima
- 14.Vida submarina
- 15.Ecosistemas terrestres
- 16.Paz, justicia e instituciones sólidas
- 17.Alianzas para lograr los objetivos.

Por su parte, Gifford (2004) hace mención a que es imposible alcanzar el verdadero desarrollo sostenible si no conseguimos vivir en sociedades más equitativas donde no haya un desequilibrio tan grande entre las naciones ricas y pobres en temas de desarrollo y de consumo energético. El mismo autor cita al presidente de Sudáfrica, Thabo Mbeki, que en 2002 dijo que “una sociedad humana global caracterizada por islas de riqueza rodeadas de un mar de pobreza es insostenible” (p. 23).

El desarrollo sostenible no implica dejar de utilizar recursos naturales, sino que busca que tanto la producción como el consumo se lleven a cabo de forma cuidadosa y justa, sin acabar con ellos, para que se puedan seguir reproduciendo en el futuro (Gifford, 2004). Esto incluye, por ejemplo, la disminución de los niveles de basura que son producidos, el cuidado del agua y el uso de combustibles renovables como la energía solar o eólica (que no producen gases efecto invernadero).

Otros términos usados con frecuencia al hablar de sostenibilidad son ecología, ecológico y ambientalismo. La ecología es la ciencia que estudia a los seres vivos en su medio, y proviene del alemán donde la definición original hacía referencia al estudio del lugar donde se vive o del hogar; lo ecológico se puede referir a la protección del ambiente (medidas ecológicas) o al hecho de que cierto producto no daña el ambiente (es decir, lo protege, p.e. detergente ecológico); el ambientalismo se refiere al movimiento social que busca el cuidado del ambiente y proteger la relación entre el ser humano y la naturaleza, y se podría definir como la ecología aplicada a la política (Gómez, 2009).

Las acciones individuales que fomentan la sostenibilidad son aquellas que buscan cuidar el ambiente desde las posibilidades de los individuos, es decir en su día a día y en su vida particular. Se han llamado de formas diferentes, como conductas sostenibles, pero en este trabajo se definirán como conductas proambientales aquellas que buscan cuidar el ambiente. Dentro de estas acciones proambientales, Gifford (2004) menciona que las más importantes en el ámbito de la sostenibilidad son: el consumo y ahorro de la energía, medio de transporte y viajes, el consumo de bienes materiales, la forma en que se disponen los residuos (reducir y reciclar), el uso de productos químicos en la naturaleza y la búsqueda por explotarla de forma responsable, y participar en programas locales.

Si partimos del hecho de que (en su gran mayoría) los humanos saben el daño que causan al planeta, surge la pregunta de porqué no han tomado medidas para modificar aquello que está provocando este daño al ambiente. La respuesta se puede dividir en dos: primero hay barreras estructurales fuera del control de los individuos que imposibilitan este cambio, como por ejemplo la falta de recursos, o vivir en zonas rurales donde hay menos opciones, o vivir en lugares con mucho frío que requieren de calefacción; segundo, existen barreras psicológicas que impiden simplemente modificar las conductas y los estilos de vida (Gifford, 2011). Es por esto que se deben estudiar los aspectos psicológicos además de aquellos estructurales para lograr de forma eficiente los cambios necesarios hacia un mundo más sostenible.

2.4 Objetivo del estudio

En este trabajo se pretende, desde un punto de vista de la psicología, analizar cómo se podrían cambiar las conductas cotidianas de los seres humanos a otras que sean más amigables con el ambiente. De ahí se derivan las siguientes preguntas para este estudio:

¿Cuál es la relevancia de estudiar y fomentar las conductas proambientales en la vida cotidiana?

¿Cómo pueden las/los psicólogas/os promover los cambios de conducta en la vida cotidiana para favorecer conductas proambientales?

¿Por qué el ser humano ha tenido dificultades para realizar pequeños cambios conductuales que podrían de cierta forma evitar la crisis ambiental venidera?

¿Qué puede aportar la psicología como disciplina en la lucha contra el cambio ambiental global?

2.5 Tipo de estudio y procedimiento

Este trabajo es de tipo documental, es decir que se revisaron artículos, libros y materiales diversos para poder realizar un análisis crítico y actualizado del conocimiento referido a la psicología y sus aplicaciones en la vida cotidiana, enfocado a las conductas proambientales y los estilos de vida sostenibles.

La Universidad Pedagógica Experimental Libertador ([UPEL], 2005) definió investigación documental como “el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos.” Pretende responder a preguntas de investigación mediante la recopilación, análisis e integración de documentos importantes para el campo de investigación, tanto tradicionales como los más actualizados (Facultad de Psicología, 2013).

Lo que le da valor al estudio documental son las opiniones y comentarios del autor, al igual que las reflexiones que hace apoyándose en los documentos que revisó y pudiendo unir la información para dar recomendaciones valiosas (UPEL, 2005). Todo esto, basándose en los documentos y enfocando la adquisición de conocimientos al tema principal y a las posibles soluciones.

El procedimiento consistió, por lo tanto, en revisar los trabajos relevantes en el tema de vida cotidiana, sostenibilidad, cambio ambiental global y la búsqueda por entender qué promueve las conductas proambientales, al igual que lo que pueden hacer los/as

psicólogos/as en este campo de investigación. Las fuentes bibliográficas se seleccionaron por su relevancia con relación al tema, al igual que por su relevancia en la actualidad o su importancia a lo largo de los años. Se analizaron estos textos para poder encontrar la respuesta a las preguntas de investigación, y entender cómo podemos profundizar la participación de la psicología en la lucha contra el cambio ambiental.

3. Vida cotidiana y estilos de vida

La vida cotidiana es un concepto sociológico que se refiere a las vivencias diarias y lo que significan, al igual que los intereses y los comportamientos habituales (Velarde, 2006). Muchos sociólogos han definido el concepto de vida cotidiana, pero siempre se resalta el carácter rutinario, las acciones que se realizan en los contextos naturales y sociales de la vida diaria, para satisfacer las necesidades de los individuos (Uribe, 2014).

Heller (1967) define la vida cotidiana como la manifestación social de los individuos particulares. Eso significa que todos, siendo seres humanos particulares, tienen vida cotidiana. Las actividades cotidianas de cada persona son distintas de las de los demás. La autora pone como ejemplo el dormir: aunque todos duermen, casi nadie lo hace de la misma forma, ni la misma cantidad. La vida cotidiana cambia drásticamente cada vez que hay una revolución social por lo que Heller dice que la vida cotidiana es un “espejo de la historia”. La vida cotidiana implica saber usar y servirse de los objetos e instituciones del mundo y de la época en que se vive, a pesar de que para cada individuo esto implique aspectos diferentes (Velarde, 2006).

Lalive (2008) define la vida cotidiana desde un punto histórico, dividiendo los acontecimientos en dos: aquellos excepcionales y únicos, y los hechos repetitivos. Históricamente se le ha dado siempre mucha importancia a los primeros, aquellos que suceden de forma poco frecuente, haciéndolos dignos de recordar. De la misma forma, se asoció lo cotidiano con lo privado y lo histórico con lo público, es decir que lo que se hace en los hogares no tiene la misma relevancia que lo que se hace afuera, trabajando y por lo tanto, haciendo historia. Según este autor, lo cotidiano es lo rutinario, lo banal, mientras que los acontecimientos únicos y diferentes no lo son.

Por su parte, Uribe (2014) escribe acerca de cómo la vida cotidiana recibe constantes influencias por parte del contexto social, por lo que se podría decir que se construye y modifica todo el tiempo en este contexto. Es por medio de la vida cotidiana que se forma la identidad, como seres sociales, y que hay una identificación con la cultura.

Podría surgir la pregunta de porqué es importante estudiar la vida cotidiana, si sólo son las rutinas sin importancia. Pero si, como dice Heller (1967), es el espejo de la historia, la vida cotidiana toma mucha importancia, sobre todo si se intenta estudiar al individuo particular y sus acciones, ya que permite entender las razones de los comportamientos y los pensamientos en diferentes contextos (Velarde, 2006).

Si se toman en cuenta todas estas definiciones, se puede decir que la vida cotidiana es, como su nombre bien nos lo indica, lo que hacen los seres humanos en su cotidianidad. Son sus rutinas, sus hábitos, sus relaciones sociales, todo aquello que sucede en su día a día que les permite cumplir sus objetivos, satisfacer sus necesidades y que los define como personas. La vida cotidiana está influida por el contexto, la cultura, y por lo tanto, es algo que cambia y se modifica según los acontecimientos más históricos, pero al mismo tiempo las conductas de la vida cotidiana también moldean los acontecimientos históricos ya que son la base de lo que sucede diariamente en la sociedad. Este tipo de conductas tiene una influencia muy grande en los cambios sociales (Heller, 1967).

Dentro de la vida cotidiana, están todos aquellos aspectos psicológicos que favorecen el hacer las cosas de una cierta forma, y no de otra. Por ejemplo, Heller (1967) afirma que la vida cotidiana es “la forma real en que se viven los valores, creencias, aspiraciones y necesidades”. Por ello, las creencias, los valores y los hábitos son parte esencial de cómo se vive la rutina diaria, y de cómo se toman las decisiones en lo cotidiano. Las normas e instituciones sociales, como la familia, la educación, la religión y los medios de comunicación, son aspectos externos importantes que también

moldean la vida cotidiana (Uribe, 2014), además de la cultura. En consecuencia, si se quisiera convencer a los individuos de modificar sus rutinas, el enfoque tendría que ser en estos aspectos sociales y psicológicos.

Wood y Rüniger (2016) mencionan que los hábitos son respuestas automáticas que se activan autónomamente en la memoria sin requerir actividad del sistema de control ejecutivo. Algunas características de los hábitos es que son veloces, eficientes, requieren pensamiento limitado y son rígidos. Esto implica que son acciones que se realizan inconscientemente, lo que significa que son difíciles de cambiar porque se activan automáticamente por señales contextuales. Estos autores indican dos métodos para cambiar hábitos de la vida cotidiana: primero inhibir los hábitos no deseados (hacerse consciente cuando se están realizando y cambiando señales ambientales), y promover los hábitos deseados por medio de repeticiones y usando señales ambientales constantes que ayuden.

Si consideramos que muchas actividades cotidianas como el consumo de energía, la eliminación de desechos, los patrones de consumo, la alimentación, son los causantes del daño ambiental, es importante entenderlas y comprender cómo se pueden cambiar; es decir abarcar el problema desde esta perspectiva. Son acciones privadas, que se realizan todos los días en los hogares y que se ven afectadas por el contexto social en el que se encuentran los individuos.

Estilos de vida

Aunado a la vida cotidiana, existe el concepto de “estilos de vida” que divide el conjunto de comportamientos individuales y su manifestación social en categorías predeterminadas. Es un término que se ha intentado delimitar científicamente para poder entender qué exactamente son los estilos de vida y por qué es relevante su

estudio. Según Chaney (1996), los estilos de vida son “patrones de acción que diferencian a las personas [...] la gente usa estilos de vida en su existencia cotidiana para identificar y explicar conjuntos amplios de identidad y afiliación” (p. 4). Bajo esta definición, los estilos de vida permiten que los individuos muestren en la vida cotidiana quiénes son y a qué grupo social pertenecen.

Corral (2008) agrega que es un concepto que “describe patrones de conducta, uso de recursos y consumo, así como elecciones acerca de empleo o profesión y las mejores maneras de vivir” (p. 314). Entonces, se podría decir que se demuestra pertenencia e identidad por medio de los comportamientos, de lo que se consume y de las decisiones laborales. Por lo tanto, sería posible delimitar y definir un estilo de vida como: patrones de comportamiento y de consumo, al igual que la elección de profesión, con los que se muestra pertenencia e identidad social.

La OMS definió los estilos de vida en 1986, indicando que son “patrones de elecciones comportamentales entre las alternativas disponibles”, aclarando que depende de las “circunstancias socio-económicas y la facilidad que se tiene de escoger unos sobre otros” (citado en Thirlaway y Upton, 2009, p. 7). Esta definición agrega que los estilos de vida se componen de elecciones, de decisiones, entre las alternativas que se presentan, tomando en cuenta la capacidad económica de cada quién. Por lo tanto, muchas personas toman decisiones similares y tienen estilos de vida similares.

Si se compara esto con la definición de vida cotidiana, se podría asumir que los estilos de vida son una manera de categorizar los patrones cotidianos de las personas, ya sea lo que hacen, lo que consumen o a lo que se dedican, es decir lo que realizan en su día a día. Por lo tanto, los estilos de vida se representan y están contenidos en la vida cotidiana (Thirlaway y Upton, 2009).



Figura 3. Relación entre vida cotidiana y estilos de vida. Figura elaborada por la autora.

La relevancia de los estilos de vida para la sostenibilidad es que se habla muy seguido de “estilos de vida sostenibles”, que implican la realización de una serie de comportamientos proambientales (definidos en el próximo capítulo) y de decisiones que se toman en la cotidianidad. Tanto la vida cotidiana como el estilo de vida están conformados por hábitos y rutinas. Estos términos se refieren a la automatización de las conductas, ya que son comportamientos que fueron aprendidos y ahora se realizan sin pensar, y que conforman gran parte de lo que se hace en el día a día.

Esta automatización permite no tener que estar constantemente pensando en todas las acciones y en todas las decisiones que se toman. En otras palabras, los hábitos evitan el tener que analizar continuamente cada conducta que se realiza, sino que en algún momento se toma la decisión para después asumirla como correcta (Kahneman, 2011). De esta forma se aceptan como verdaderos y necesarios muchos aspectos que no

tienen porqué serlo. Se permite que muchas veces sean otros los que digan qué es lo mejor para los individuos, justamente para que no tengan que hacer este análisis.

Un ejemplo cotidiano de esto es que las personas van al super y compran shampoo porque se les ha enseñado que es necesario lavarse el cabello todos los días para oler bien y estar limpios. Nadie cuestiona este hecho y sin embargo hay mucha información errónea y se causa daño ambiental con ese simple acto.

Para empezar, no es necesario lavarse el pelo diario: el cuero cabelludo secreta una grasa que protege el cabello y es saludable (Hielscher et al., 2007). El shampoo elimina esa grasa y la reemplaza con productos químicos, que además tienen un olor agradable para el ser humano. Por otro lado, el envase del shampoo suele ser no reciclable y sobretodo no es biodegradable, entonces se está creando mucha basura que se va a quedar en la tierra por mucho más tiempo que la vida promedio de un humano. La espuma química producida por el shampoo, y los componentes químicos que sirven para que tenga un olor agradable y cumpla su propósito, son otros elementos contaminantes que acaban en el agua y que son muy difíciles de eliminar (Investigate West, 2012).

Entonces, en pocas palabras, las personas están convencidas de que el shampoo es algo necesario, que deben usar todos los días, que les permite ser más limpios y oler mejor, y toman esa información como verídica y la vuelven parte de su rutina diaria, porque es mucho más sencillo cognoscitivamente hacer eso que cuestionar todo lo que se hace. Además, se ha vuelto una norma social aceptada, que si es rota conlleva consecuencias sociales con las que nadie quiere lidiar (Spence y Pidgeon, 2009), como la sorpresa de los compañeros cuando se enteran que uno no se lava el cabello diario.

Este es un solo ejemplo, pero lo mismo aplica para la mayoría de las conductas que se realizan, y los productos que se compran y se usan, por ejemplo: jabón y esponja

lavatrastes, bolsas de plástico, desodorante, unicel, pasta dental, carne. Sería imposible estarse preocupando constantemente por todos los aspectos de lo que los individuos llevan haciendo toda su vida. Para eso forman rutinas y hábitos, que les ayudan a navegar las múltiples decisiones que deben tomar cada día de forma rápida y automática (Kahneman, 2011).

Sin embargo, será necesario re-evaluar las decisiones para conseguir un cambio. No va a ser posible mantener los estilos de vida actuales si se desea permitir que las generaciones futuras gocen de lo mismo que las generaciones actuales y pasadas. Se tendrá que analizar cada hábito, decidir si es algo verdaderamente necesario o no, si es positivo (o al menos neutro) para el ambiente, y encontrar alternativas para los que lo dañen.

Antes de que iniciara el consumo masivo de plástico, los estilos de vida eran mucho más sustentables ya que la mayoría de los hábitos de consumo se basaban en el reciclaje y el reuso. Se reutilizaba la mayoría de los envases, las compras se hacían a granel, se utilizaba menos energía eléctrica, menos combustibles y en general existía menos la costumbre de comprar artículos empaquetados y productos de un solo uso. Fue más o menos en 1950 que inició la producción a gran escala de materiales sintéticos, antes muchos objetos no eran de un solo uso y provenían de materiales naturales (Cohen, 2017). Es importante retomar ciertas costumbres anteriores, aunque lo más sencillo hubiera sido nunca perderlas.

Parte del cambio hacia lo desechable viene del sistema económico actual, que ha convencido a los individuos de que su jerarquía social proviene de lo que consumen y de cuánto. El “poder adquisitivo” hace referencia a cuánto pueden adquirir con el dinero que ganan, calculado en bienes materiales (Lister, 2015). Además, se ha llegado a creer que lo que consumen los define como personas, y les permite saber quiénes son;

es decir, que el consumo tiene un valor simbólico que le da importancia en sus vidas (Jackson, 2005).

Si el poder adquisitivo es lo que todos buscan, los que lo tienen van a intentar mantenerlo. Muchas empresas multinacionales se han opuesto a cualquier cambio a favor del cuidado del ambiente porque les impediría seguir enriqueciéndose como antes (Gifford, 2004). La idea es encontrar formas más baratas de hacer lo mismo, con menos esfuerzo, y así tener un mayor margen de ganancia. Entonces si antes la leche se vendía a domicilio en botellas de vidrio que se tenían que lavar después, porqué no mejor venderla en tiendas, en botes desechables que nadie tiene que llevar ni recoger ni lavar. Menos esfuerzo, mismo resultado, pero incluye consecuencias para el ambiente que pocos han considerado, y con las que casi nadie ha querido lidiar.

3.1 Consumismo

Existen muchas razones por las cuales está sucediendo el cambio ambiental global, pero una de ellas es el sobre-consumo humano (Dauvergne, 2010). El consumo por sí solo no es un término que conlleve una connotación positiva o negativa. El consumo puede ser sustentable, puede ser excesivo, pero es necesario para la sobrevivencia de los seres humanos.

El problema es que los humanos han transformado el consumo en un estilo de vida. Es allí que entra el término “consumismo”, que se refiere al sobre-consumo de bienes materiales sin tomar en cuenta los posibles impactos en las personas y el planeta (Lister, 2015). Se consume de forma individualista, para sí mismo y sin considerar a los demás. En el caso particular de la crisis global, se ha querido satisfacer todas las necesidades presentes, sin tomar en cuenta que los hábitos actuales van a impedir que

las generaciones futuras gocen de lo mismo, lo que se podría denominar individualismo trans-generacional (Lister, 2015).

Los bienes materiales son importantes por sus usos funcionales, pero también porque tienen un papel simbólico en las vidas sociales de las personas, que implica estatus, identidad, pertenencia social, normas sociales y la búsqueda del significado personal y cultural (Jackson, 2005). Mundialmente se gastan trillones de dólares en campañas de publicidad que buscan convencer a los consumidores de comprar más y gastar más para ser “felices”, pero además hay otros factores (más allá de las barreras institucionales, los incentivos, las desigualdades y la falta de opciones) que afectan el consumo y promueven que los individuos sigan patrones de consumo insostenibles como son: hábitos, comodidad, normas sociales y valores culturales (Dauvergne, 2010; Jackson 2005).

El problema no es simplemente lo que se consume, sino que existen impulsores sistémicos, como la publicidad, el crecimiento económico y la globalización, entre otros, que moldean los aspectos de este consumo (cantidades, costos, beneficios, forma de desechar, entre otros) (Dauvergne, 2010). En el *mundo occidental* se vive en un sistema económico que basa el bienestar y la riqueza en la adquisición y acumulación de bienes materiales (Lister, 2015). Los países compiten por la prosperidad asumiendo que ésta depende del consumo desmesurado, y teóricamente los países más prósperos son los que producen más, venden más, comercializan más y consumen más, por lo que mantener cierto nivel de oferta y demanda es siempre esencial.

Los gobiernos y las grandes empresas crean políticas que fomentan el consumo promoviendo las modas rápidas y por medio de la obsolescencia programada, concepto que hace referencia a las acciones intencionales por parte de los fabricantes para que los productos dejen de funcionar después de cierto tiempo (Procuraduría Federal del Consumidor [PROFECO], 2019). Existen inversiones multimillonarias en campañas de publicidad que crean deseos y necesidades que van más allá de las

necesidades básicas; lo que se promueve es el consumo para satisfacer el deseo de identidad, estatus y felicidad (Lister y Dauvergne, 2013, citado en Lister, 2015). Como el consumo se ha vuelto una manera de expresar la identidad y la clase social (Thogersen, 2005), dejar de consumir afectaría más que sólo la economía sino también la imagen que los individuos tienen de sí mismos y de los demás. Es en parte por esto que dependen del consumo: porque el valor de cada quien se enseña mediante el consumo.

La economía actual depende del rápido uso y desuso para que las personas tengan que comprar muchos productos en vez de sólo uno. El problema es dónde acaban todas esas cosas que ya no se usan, y de dónde sale la materia prima para hacer lo nuevo. En vez de ver hacia el largo plazo, las sociedades se están enfocando en su “bienestar” actual. Pero ese bienestar también es fabricado porque la pertenencia a grupos no debería depender de los bienes materiales desechables y sintéticos.

La forma en que se consume, las decisiones que se toman de vivir de cierta forma o de consumir ciertos productos, tienen un impacto directo o indirecto en el ambiente (Jackson, 2005). Existe una isla de basura en medio del océano Pacífico dos veces del tamaño del estado de Texas, o tres veces el tamaño de Francia, donde se ha estado acumulando una enorme cantidad de basura (sobre todo plásticos) y que afecta enormemente los animales marinos de la zona (Dauvergne, 2010; Cohen, 2017).

Se podría decir que el consumismo es un estilo de vida (Tapia-Fonllem et al., 2013), ya que implica el consumo de bienes materiales para sentir una pertenencia, una identidad, e incluye factores en todos los aspectos de la vida, desde cuánta energía eléctrica se gasta, qué ropa se compra y hasta qué medio de transporte se usa para ir al trabajo. Por ejemplo, la decisión de comprar y usar un auto en lugar de utilizar el transporte público está influida por la idea de la efectividad de este último y por la aprobación y reconocimiento social de usar un auto, por lo que muchas automotrices

importantes se han opuesto al desarrollo del transporte público e inclusive saboteado su funcionamiento y su percepción social para mantener sus ventas (Dauvergne, 2010).

Uno de los mayores problemas del consumismo, no es sólo la cantidad de desechos que genera, sino también todas las externalidades sociales y ambientales causadas por la producción y la globalización. Dauvergne (2010) pone como ejemplo lo que sucede con las computadoras viejas de todo el mundo, que acaban en comunidades donde el reciclaje de partes peligrosas se hace de forma barata, muchas veces por niños. Esto sucede porque los consumidores no se dan cuenta de estas externalidades que existen en el consumo de cualquier producto, afectando a las sociedades más pobres y los ecosistemas más vulnerables.

Muchos de los recursos naturales que son utilizados son en realidad compartidos, como el aire (y sus componentes) y el agua, ya que la población humana depende del intercambio de estos recursos, y de que el ambiente sea apto para vivir, ya sea en aspectos de agua limpia, o bosques que mantienen una atmósfera respirable. Sin embargo, se ha analizado que los humanos tienen la tendencia a ver por su bienestar por encima del de los demás, y a ver por sus intereses primero, a pesar de que eso puede afectar a la larga los recursos compartidos y a todos. En 1968, Hardin, un ecologista estadounidense, propuso un modelo comportamental de este fenómeno denominado “dilema (o tragedia) de los comunes”.

El dilema de los comunes se refiere a una situación en la que hay recursos compartidos y los intereses de corto plazo de una persona afectan los intereses del largo plazo de la comunidad, porque ocupa todos los recursos impidiendo una división equitativa, y el uso prolongado y sostenible de los recursos. Como muchos recursos son manejados de forma colectiva, se ven atrapados en el conflicto entre intereses individuales de corto plazo e intereses colectivos de largo plazo. Uno de los problemas de este dilema es que este uso compartido depende de que todos los participantes cumplan con su

compromiso, lo que implica tener confianza en que los demás también van a cumplir con su parte del compromiso (Moreno y Urbina, 2008).

Se podría entonces concluir que la adaptación al cambio ambiental global es un asunto social e internacional que se ve afectado directamente por este tipo de problemas (Clayton et al., 2015). Por ejemplo, la deforestación de la selva Amazónica para usar la tierra con objetivos diferentes como la agricultura y la ganadería, es un tema que afecta a todo el mundo a pesar de ser un recurso que se encuentra mayormente en Brasil, porque es una selva que absorbe grandes cantidades de CO₂ lo que tiene un efecto en la atmósfera compartida por todos.

Sundstrom et al., realizaron en 1986 una recopilación de los estudios de laboratorio que se han hecho para investigar este dilema, y comprender cuándo hay mayor cooperación y cuándo los sujetos toman decisiones individualistas. Se encontró que la confianza que se tiene en los demás “comunes” es importante en la toma de decisión, ya que de los demás depende que se tengan recursos. Una estrategia que demostró servir es premiar los actos cooperativos y castigar los actos egoístas, cosa que hoy en día no se hace. También se evaluó una estrategia llamada privatización, donde se divide el territorio en partes iguales para cada uno de los comunes, lo que disuelve “los comunes” pero permite que ninguno pueda usar todos los recursos de los demás, pero como ya se comentó, eso no aplica en el caso del planeta porque nuestra sobrevivencia depende de muchos recursos naturales comunes a todos y no se pueden privatizar o delimitar (como el mar, o el oxígeno producido los bosques y selvas).

Hoy en día, las grandes corporaciones explotan tanto a la naturaleza como a las personas para reducir los costos y así poder ofrecer los mejores productos al menor precio (Gómez, 2009). Eso no va a cambiar hasta que el objetivo económico no deje de ser el consumo y la ganancia económica. Desde hace muchos años, algunos autores mencionan que el aumento de la población es una de las causas del consumo

desmesurado y que conforme crezca la población los recursos disponibles alcanzarán menos para todos (Ehrlich y Holdren, 1971), pero otros argumentan que aunque disminuya la población, si se siguen reproduciendo los patrones actuales, la situación ambiental global probablemente no cambie (Wapner y Willoughby, 2005).

3.2 Conductas proambientales y estilos de vida sostenibles

En los debates internacionales sobre el ambiente, a pesar de haber muchos puntos de discordia, se ha llegado al consenso de que las decisiones, los comportamientos y los estilos de vida de las personas individuales tienen un papel importante en la crisis ambiental, y por lo tanto, también en el cambio hacia el desarrollo sostenible (Marchand y Walker, 2008). Tanto las causas como las consecuencias del cambio ambiental global empiezan con los individuos, ya sea que se den o no cuenta de los efectos de sus conductas y que pueden o no hacer algo al respecto (Urbina, 2006). Entonces, es importante analizar cuáles son estas conductas que dañan el ambiente, pero también cuáles son las que se pueden realizar para evitar o mitigar el daño.

Las conductas ambientalmente relevantes son todas aquellas que influyen, tanto positiva como negativamente, sobre las características o la magnitud de los problemas ambientales. Existen dos categorías: conductas protectoras del ambiente (acciones que mejoran las condiciones ambientales) y conductas destructivas del ambiente (acciones que empeoran las condiciones ambientales). El objetivo de la psicología ambientalmente relevante es promover las primeras y eliminar las segundas (Cone y Hayes, 1980). La diferencia entre las conductas protectoras y las destructivas es muy importante ya que cualquier problema ambiental está compuesto por ambas categorías y es necesario enfocarse en las dos para que se solucione dicho problema.

Este trabajo se enfoca sobretodo en la promoción de conductas protectoras del ambiente, que en este caso se denominan *conductas proambientales*. La conducta proambiental “es toda aquella acción humana que resulta en el cuidado del entorno o su preservación” (Corral, 1998). En otras palabras, son aquellas que tienen como intención el cuidado del ambiente con la finalidad de conservar los recursos para el futuro. Tapia-Fonllem et al. (2013) mencionan el comportamiento sostenible como sinónimo de conducta proambiental, y lo definen como las acciones enfocadas a proteger el ambiente, ya sea natural o social, buscando preservar los recursos para las generaciones futuras.

Para Gifford (2004), las personas que creen en el desarrollo sostenible buscan usar recursos renovables (los que se reemplazan fácilmente o son inacabables), reducir la contaminación del aire y del agua, preservar los hábitats de todos los seres vivos y al mismo tiempo, disminuir el consumo de recursos no renovables como el carbón y el petróleo. Hay muchas acciones que son realizadas que impactan negativamente el ambiente, tanto en cómo se produce como en la forma en que se consume, pero también se pueden realizar acciones individuales o grupales que impacten positivamente en el ambiente y generalmente estas acciones están relacionadas con los patrones de consumo (Marchand y Walker, 2008).

Marchand y Walker (2008) mencionan que las iniciativas individuales de consumo sostenible y responsable se pueden expresar mediante los siguientes elementos:

- Abstención (consumir menos);
- Actitud (considerar el consumo que no es necesario como algo negativo);
- Conciencia (escoger los productos de forma consciente, tomando en cuenta sus características ecológicas);
- Alternativa (encontrar sustitutos sostenibles de lo que se consume normalmente).

Por otro lado, Tapia-Fonllem et al. (2013) dividen el comportamiento proambiental en 4 categorías distintas:

- Los *comportamientos pro-ecológicos* son aquellos que buscan la conservación del entorno natural, como reciclar, hacer composta, cuidar el agua, cuidar el uso de energía, entre otros.
- Los *comportamientos frugales* implican una disminución en el consumo y una mayor conciencia a la hora de escoger el tipo de productos comprados, volverse más austero, y es lo opuesto al estilo de vida consumista que se vive.
- Los *comportamientos altruistas* son una parte importante de las conductas proambientales, debido a que buscan tener repercusiones en el bienestar de muchas personas, no sólo de determinados individuos o grupos, además de que cambio ambiental global es un fenómeno causado por todos los seres humanos y que afecta a todos.
- Los *comportamientos equitativos* hacen referencia a esta búsqueda por la disminución de las desigualdades económicas y de desarrollo en el mundo, pero también entre generaciones ya que se debe buscar distribuir equitativamente los recursos que se tienen para que puedan cubrir las necesidades de las generaciones futuras.

Un ejemplo de conductas proambientales aplicadas al manejo de residuos son las “3 Rs”. Es un esquema muy usado en la práctica y promovido por los programas gubernamentales (SEMARNAT, 2017; National Institute of Environmental Health Sciences [NIEHS], 2019), y se refiere a:

- Reducir: reducir la generación de basura consumiendo y usando menos para disminuir la cantidad de residuos desde antes de su compra.
- Reusar: comprar menos productos desechables, reusar lo que ya se tiene.
- Reciclar: transformar ciertos desperdicios, en material que se puede usar en la producción de nuevos productos.

Se puede observar que las conductas proambientales están muy relacionadas con las conductas y el consumo diarios, tanto en el cuidado del ambiente como en la disminución del consumo. También hay aspectos importantes en las actitudes e intenciones, como el altruismo o la búsqueda por la equidad. Todo esto son comportamientos y pensamientos cotidianos, que influyen en varios aspectos del día a día. Se podría concluir que al menos estas conductas proambientales, bajo estos esquemas, son parte de los estilos de vida y por consiguiente de las vidas cotidianas.

Existen factores que promueven que ciertas personas sean más propensas a realizar conductas proambientales buscando cuidar el ambiente. Por ejemplo, hay una mayor probabilidad que las personas realicen conductas proambientales relativas al ahorro de energía en el hogar si tienen valores relacionados con la autotrascendencia (en inglés *self-transcendence*), se identifican como personas proambientales, son conscientes de los problemas causados por sus conductas, tienen una obligación moral, tienen una actitud favorable y se sienten capaces de realizar estos comportamientos (Clayton et al., 2015).

La teoría de acción planeada (Ajzen y Fishbein, 2000) propone que las conductas están guiadas por tres aspectos principales (ver Figura 1):

- las *creencias conductuales* acerca de las consecuencias más probables de una conducta, que supone *actitudes* positivas o negativas hacia la conducta,
- *creencias normativas* referidas a las expectativas normativas de los demás, lo que implica *normas subjetivas* o la percepción de la presión social
- *creencias de control* es decir de los factores que podrían dificultar o facilitar el desempeño de la conducta, dando lugar a la *percepción de control comportamental*.

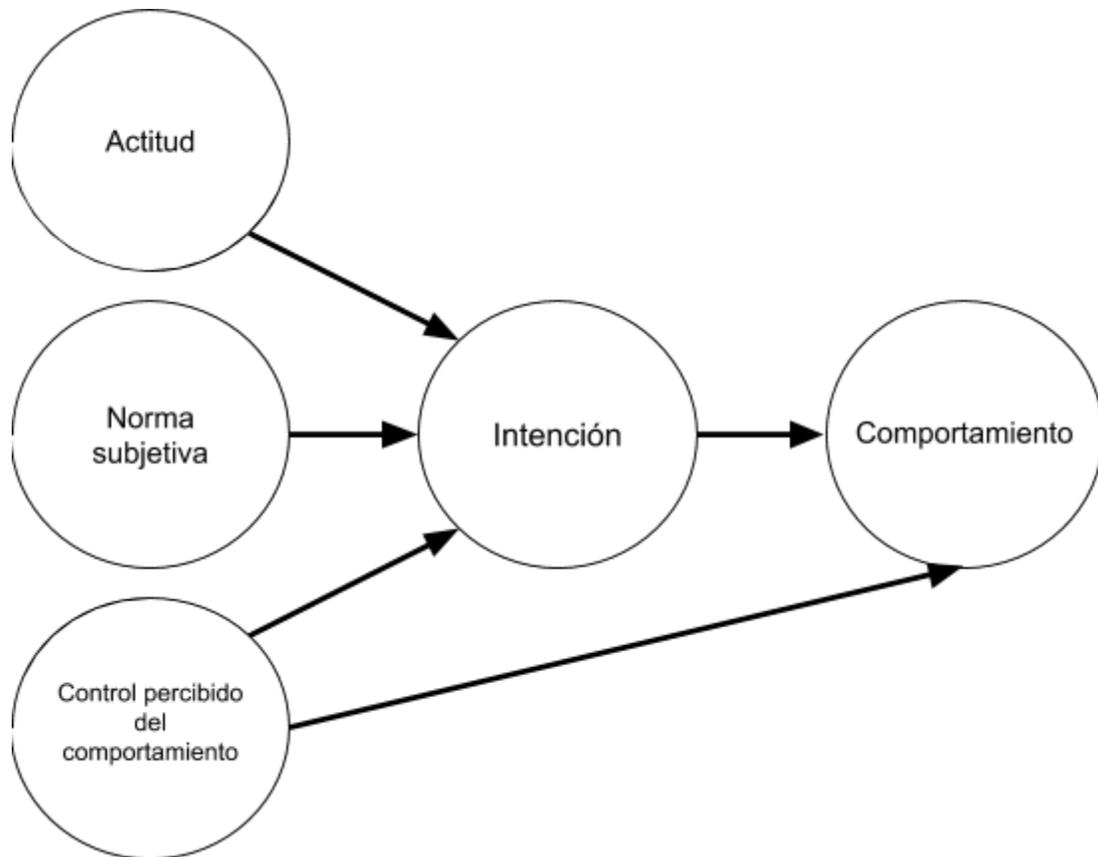


Figura 4. Modelo de la teoría del comportamiento planeado. (Madden, Scholder y Ajzen, 1992)

Bajo este esquema, los comportamientos se ven influidos por las actitudes, las normas sociales y el control que se percibe tener sobre el desempeño de la conducta.

En este trabajo se analizan específicamente los temas con un enfoque en las conductas proambientales que se encuentran en la vida cotidiana y que hacen parte de los estilos de vida. Se podría por lo tanto, decir que las conductas proambientales específicas de la vida cotidiana incluyen todos aquellos comportamientos diarios, hábitos, acciones y decisiones que realizamos de forma rutinaria y que son efectivas en el cuidado y protección del medio ambiente, mediante la evitación o mitigación de las consecuencias. Por ejemplo el uso de energía eléctrica es un comportamiento de la vida cotidiana, o el consumo de agua, la separación de residuos, lo que se come o qué tipo de transporte se usa. Otras conductas que podrían considerarse proambientales

como la compra de un auto eléctrico, la asistencia a un curso sobre cómo hacer composta, no pueden ser considerados como parte de la vida cotidiana, porque no son acontecimientos diarios o rutinarios sino esporádicos y diferentes.

Para aclarar estos ejemplos, se puede decir que la compra de un auto eléctrico no es un acontecimiento cotidiano, pero la decisión de usar un coche o usar el transporte público sí son decisiones y conductas diarias. De igual forma, decidir aislar bien o no una casa para reducir el gasto energético de calentar o enfriarla no es una conducta de la vida cotidiana (aunque sí un comportamiento proambiental), pero el uso cuidadoso de la calefacción o del aire acondicionado diariamente sí. McKenzie-Mohr (2000) menciona que los hábitos diarios son los más difíciles de cambiar, porque es más fácil comprometerse a tomar un curso sobre ecología una vez al mes que modificar la forma en que se realizan todas las acciones del diario (por ejemplo el consumo de agua, de luz, la compra de productos, la alimentación.).

Se ha argumentado que hasta ahora no ha sucedido ninguno de los presagios pesimistas respecto al ambiente en gran medida gracias a las tecnologías que se han desarrollado. Sin embargo, en realidad no se sabe si la tecnología podrá en un futuro solucionar todos los problemas que se están causando hoy en día (Gifford, 2004). Entonces, sería igualmente importante apostar por un cambio en los comportamientos individuales, además de procurar que se inventen tecnologías que hoy en día no existen para solucionar consecuencias que aún no se pueden predecir por completo.

Por lo tanto, es importante que se comiencen a adoptar estilos de vida sostenibles, ya que implican conductas que permitirán evitar o al menos mitigar algunas de las consecuencias del cambio ambiental global. Este cambio de comportamientos y de actitudes permitirían no sólo proteger a las generaciones futuras, sino que también

posibilitaría que se implementaran más fácilmente los tres pilares de la ONU: crecimiento económico, inclusión social y protección ambiental.

4. Psicología aplicada a la promoción de conductas proambientales y estilos de vida sostenibles: teorías y aplicaciones prácticas

¿Qué pueden hacer los psicólogos para fomentar las conductas proambientales en la vida cotidiana y la modificación a estilos de vida sostenibles? ¿Cuál es la importancia de esta disciplina en este tema? Estas preguntas serán respondidas a lo largo de este capítulo, empezando por investigaciones teóricas, es decir cuáles son los conceptos que ayudan a entender a las personas, el por qué se comportan como lo hacen y no han cambiado sus hábitos en el ámbito del cuidado del ambiente y lo sostenible, para después explorar algunas intervenciones y aplicaciones prácticas que se han realizado y que buscan el cambio de comportamientos.

Para lograr modificar los hábitos, son necesarios cambios en la infraestructura que permitan físicamente estas modificaciones, pero se necesita también buscar eliminar las barreras psicológicas en los individuos que impiden su aceptación y su adopción (Gifford, 2011), es por eso que la psicología tiene un papel muy importante cuando se busca alterar eficientemente los estilos de vida y la adopción de nuevas conductas proambientales, tecnologías y políticas.

Cabe aclarar que éstas son sólo algunas de las dimensiones, algunos de los aspectos investigados y algunas de las propuestas y proyectos que se han hecho en el ámbito de la psicología y el cuidado del ambiente. La razón es que existen limitaciones de los temas de este trabajo (cotidiano y proambiental), y también existe un gran número de estudios teóricos y aplicaciones prácticas que abordan el tema de la psicología y el cambio ambiental global. Tanto los conceptos teóricos como las intervenciones mencionadas fueron seleccionados por su afinidad con el tema principal de este estudio al igual que por su relevancia en el ámbito de la psicología y sostenibilidad.

En este trabajo el enfoque fue sobre todo en las intervenciones desde la psicología cognitivo conductual y ambiental, con aspectos sociales, ya que se busca entender a profundidad cómo son los mecanismos para modificar las conductas ambientalmente relevantes. Sin embargo se reconoce que hay muchas otras categorías de intervenciones, como educativas o sociales, que también pueden modificar comportamientos desde otras perspectivas. Pero, debido a la complejidad y diferentes matices de cada una, no fue posible incluirlas de forma amplia y relevante en este estudio.

4.1 Percepciones

La percepción es “un proceso cognitivo que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social” (Alejo, 2016). Es un proceso subjetivo ya que está relacionado con procesos culturales y sociales, y los acontecimientos cotidianos que moldean la forma en que se percibe la realidad. La importancia del estudio de las percepciones está basada en entender exactamente qué es lo que perciben las personas de determinado problema, qué comprenden, qué piensan y qué opinan, para analizar por qué no se ha conseguido modificar las conductas y los estilos de vida. Es muy importante estudiar lo que los individuos perciben, y no sólo lo que creen los expertos o los políticos.

Las percepciones de los individuos son muchas veces contraintuitivas. Por ejemplo, no es porque haya más consenso científico que aumente la aceptación pública del problema causado por el cambio ambiental global, y esta aceptación no está correlacionada con la educación o el conocimiento sobre el fenómeno (Clayton et al., 2015). Es esencial entender el porqué de las percepciones públicas, más allá de lo que pueden ofrecer las encuestas, debido a las diferencias individuales y grupales que existen y que no se toman en cuenta (Spence y Pidgeon, 2009). Esta comprensión

puede permitir que se promueva de una forma más dirigida un cambio en la opinión pública y de esta forma fomentar la acción.

Se han realizado estudios en los que se muestra que la mayoría de las personas creen que el cambio ambiental es un tema importante, pero cuando se compara con otros temas políticos, económicos y sociales, el cambio ambiental no es una de las prioridades (Spence y Pidgeon, 2009). Urbina (2006) menciona cuáles son los principales problemas en las percepciones que impiden que las personas tomen acción y busquen realizar conductas proambientales:

- El problema no es muy visible ya que no se detecta fácilmente y por lo tanto no se procesa fácilmente.
- Hay una relación causa-efecto muy lenta entre las acciones humanas y las consecuencias ambientales por lo que no se perciben las primeras como las causas de las segundas.
- Las personas subestiman la probabilidad en la que ocurren los eventos causados por el cambio ambiental, por lo que creen que son más esporádicos de lo que realmente son.
- Se percibe una falta de proximidad con el problema, tanto temporal como espacial, lo que se puede relacionar con el *mito de la invulnerabilidad personal* donde los individuos creen que le puede ocurrir a los demás pero no a ellos mismos.
- Los individuos perciben un bajo índice de costo-efectividad porque no observan efectos inmediatos al cambiar su comportamiento.

Es aquí cuando la psicología puede intervenir ya que tiene la capacidad de analizar lo que las personas están realmente percibiendo y cuál es su opinión real, y no solamente lo que se asume que piensan. La investigación psicológica se enfoca en comprender las percepciones y cogniciones de los individuos, al igual que el comportamiento colectivo e individual (Clayton et al., 2015). Demasiadas políticas están basadas en

simplificaciones de las diferencias individuales, por lo que no consiguen ser efectivas para todos. Es más sencillo, barato y rápido crear políticas generales, en vez de investigar y ver qué podría servir mejor para los individuos y las comunidades particulares. Además, probablemente hay cierto desconocimiento sobre la disciplina, lo que complica la formulación eficiente de políticas. Sin embargo, si se crean políticas que no son acordes con las posibilidades y creencias de cada grupo, serán poco eficientes y conllevarán un cambio limitado.

Se volvió esencial estudiar las percepciones de los individuos cuando la comunidad científica se dio cuenta que no lograban explicar las causas de la inacción y falta de interés que se estaban observando, lo que en gran medida sigue sucediendo. Por ejemplo, en algún momento varios investigadores asumieron que si a las personas se les proporcionaba suficiente información sobre un problema sería suficiente para que realizaran conductas para solucionar dicho problema. Además, siempre se cree que es posible ser completamente racional a la hora de tomar decisiones basándose en las percepciones, cuando en realidad se ha demostrado que la parte emocional es más importante, aunque sea de forma inconsciente (Crompton, 2010; Kahneman, 2011). Los valores, las actitudes, las creencias y las normas sociales están muy atados a las emociones por lo que también son un factor importante en la toma de decisiones (Ajzen y Fishbein, 2000).

Se crean constantemente nuevas tecnologías más eficientes y que solucionan ciertos problemas, pero se ignoran las percepciones que tienen los individuos de sus riesgos y beneficios; existen muchos ejemplos a lo largo de la historia de innovaciones que fracasaron debido a la hostilidad pública, como la energía nuclear que fue muy poco aceptada después de los accidentes en plantas nucleares y nadie tomaba en cuenta sus beneficios, y existen controversias similares con la energía eólica (Spence y Pidgeon, 2009). La investigación psicológica puede ayudar a entender las

preocupaciones y percepciones de las personas, permitiendo así crear campañas y material que ayude a resolver dichas preocupaciones de forma específica.

También se ha estudiado la percepción pública sobre la oposición o aceptación de propuestas de energía renovable, como granjas de viento, y se han encontrado distintos factores que evitan el apoyo a este tipo de iniciativas como por ejemplo la destrucción del paisaje, y las amenazas a la identidad y autonomía de la comunidad (Spence y Pidgeon, 2009). Hay un fenómeno llamado *no en mi patio trasero* (o *Not In My Back Yard [NIMBY]* en inglés), que implica que las personas forman lazos muy estrechos de identidad y pertenencia a los lugares y en consecuencia no están de acuerdo con aquellas modificaciones que sienten que afectan las cualidades distintivas del lugar (Clayton et al., 2015). Este fenómeno está muy relacionado con el apego al lugar, que se refiere a que un individuo actúa de forma distinta según su relación emocional con cierto lugar, ya sea positiva o negativa (Gifford, 2011).

La contraparte de este fenómeno comenzó a surgir a mediados de 1990, un movimiento llamado *sí en mi patio trasero* (o *Yes In My Back Yard [YIMBY]* en inglés) que promueve el desarrollo y la diversidad en los lugares donde las personas han formado lazos de pertenencia, es decir en sus patios traseros. Este movimiento inició como una forma de permitir que haya más alojamiento económico en las grandes ciudades al implementar que se construyan más viviendas (Stahl, 2018), pero también se ha observado en temas ambientales como con los ciudadanos que buscan y promueven los proyectos de energía renovable en sus comunidades (Hager y Haddad, 2015).

La comprensión de estas percepciones es esencial para conseguir el compromiso de las comunidades y así poder crear nuevos y eficientes programas sostenibles que promuevan conductas proambientales y estilos de vida sostenibles. Se ha demostrado que la percepción del riesgo está condicionada por atajos mentales, emociones y

experiencias sociales, entre otros. Además, hay una tendencia a analizar la información basándose en conocimientos y experiencias, por lo que se busca información que tiende más bien a confirmar las creencias, en vez de cuestionarlas (Clayton et al., 2015).

4.2 Toma de decisiones

Para poder encontrar soluciones a la crisis ambiental, es necesario primero comprender muy bien cómo son tomadas las decisiones y cómo se forman los hábitos. Muchos de los comportamientos diarios y ordinarios suceden sin deliberación: los hábitos, las rutinas y la automaticidad juegan un papel importante en el esfuerzo cognitivo necesario para funcionar eficientemente (Jackson, 2005).

Para explicar esto, Kahneman (2011) habla de dos sistemas cognoscitivos para la toma de decisiones. Primero está el sistema 1 que es rápido y automático, por lo que no requiere mucho esfuerzo y da la impresión de que es involuntario. El sistema 1 crea impresiones y sentimientos, e incluye tanto lo innato (percepción, atención, p.e. miedo a las arañas) como las acciones mentales que se vuelven automáticas con la práctica (asociación de ideas: la capital de Francia es París, entender situaciones sociales, manejar por caminos habituales). Por otro lado está el sistema 2 que requiere de atención, y se ve perturbado cuando deja de recibirla, porque se especializa en actividades mentales esforzadas y se asocia con el actuar, elegir y concentrarse.

El sistema 1 está constantemente activo, informando al sistema 2 de sus impresiones, intuiciones y sensaciones, mientras que el sistema 2 siempre está medio dormido, sólo realizando las actividades realmente necesarias. El sistema 2 usa las primeras impresiones del sistema 1 para formar creencias explícitas y elecciones deliberadas, y puede programar al sistema 1, usando de forma más consciente la atención y la

memoria. Se tiene una cantidad limitada de atención, por lo que no es posible dividirla entre varias tareas, a menos que sean fáciles. Es por esto que la mayoría de las veces el sistema 2 acepta las sugerencias del sistema 1 sin modificarlas, y sólo se activa cuando el sistema 1 necesita ayuda en algo un poco más complicado, sorprendente o diferente.

El sistema 1 es eficiente con los modelos de situaciones familiares, predicciones de corto plazo y las respuestas rápidas y apropiadas a retos. Pero, por otro lado, tiene sesgos, errores sistemáticos e intenta responder a situaciones demasiado complejas para sus modelos sencillos. Una tarea importante del sistema 2 es vencer los impulsos del sistema 1 y por lo tanto, ejerce el autocontrol. Pero es imposible ser constantemente vigilantes frente a los posibles errores y constantemente controlar las respuestas automáticas porque el sistema 2 es muy lento e ineficiente para lo rutinario. Sin embargo, el sistema 2 es el único que sigue reglas, compara opciones y hace elecciones deliberadas. Por ende, lo ideal es llegar a un equilibrio entre ambos sistemas, y saber cuándo es necesario activar el sistema 2 y cuándo es posible simplemente pensar automáticamente con el sistema 1.

Los estudios citados en las explicaciones de este libro le valieron a Kahneman el Premio Nobel de Economía, porque ayudaron a entender cómo se toman las decisiones en el día a día. Pero ¿cómo se puede aplicar este principio a las conductas proambientales de la vida cotidiana? El autor menciona que las personas cognoscitivamente ocupadas son más propensas a ser egoístas y no actuar de forma socialmente aceptable y que a los humanos no les gusta el riesgo. Además, están acostumbrados a la facilidad cognoscitiva, es decir a estímulos que les son familiares y por lo tanto les traen seguridad y sensaciones buenas por medio del sistema 1. Cuando algo es novedoso o diferente produce tensión cognoscitiva que activa el sistema 2, sensación que no es muy agradable porque requiere energía. Por lo tanto, el sistema 1 crea un modelo de lo que es la normalidad, saca conclusiones anticipadas y no analiza

opciones, pero si se busca que las personas modifiquen sus hábitos hay que obligarlas a pensar dos veces y que haya algo diferente para que no simplemente hagan lo que siempre han hecho.

Para modificar hábitos es necesario “descongelar” las conductas, es decir pasarlas de la conciencia práctica (sistema 1) a la conciencia discursiva (sistema 2) (Jackson, 2005). Esto puede ser útil para hábitos de la vida cotidiana tal como apagar luces, separar la basura o analizar lo que se compra, y explica por qué las señales mencionadas en la teoría del Marketing Social (ver Mckenzie-Mohr, 2000, en el capítulo 4.7) sirven: señales novedosas o muy fuertes activan el sistema 2, lo que ayuda a que los individuos se den cuenta de lo que están haciendo en vez de hacerlo automáticamente sin pensar y de esta forma, con muchas repeticiones, crear nuevos hábitos más sostenibles.

Todo esto resulta esencial si se busca cambiar las conductas y los hábitos de la vida cotidiana, y la psicología es la disciplina que puede ayudar a entender la base de la toma de decisiones y por lo tanto, la forma en que se puede modificar. La promoción de conductas proambientales forzosamente implica un cambio en la forma actual de comportarse de la mayoría de los individuos en las sociedades.

4.3 Comunicación efectiva

Muchas teorías de comunicación afirman que el recibir información sobre un tema es una condición suficiente para que las personas se interesen y realicen conductas al respecto, lo cual, gracias a la psicología se ha demostrado que no es verdad (Spence y Pidgeon, 2009). Los humanos están dispuestos a rechazar información si no encaja con sus creencias y sus valores, al igual que con su identidad, además de que activamente buscan información que encaje con dichas creencias (Crompton, 2010).

Por lo tanto, sólo dar información del cambio ambiental global no es suficiente para que sea aceptada o se realicen los cambios conductuales esperados.

Todo lo que hace el ser humano en sociedad conlleva un proceso de comunicación. La comunicación es un procedimiento tanto externo como interno de comprensión de un mensaje entre dos o más personas (Encalada, 2005). Es por esto que la psicología, que estudia las relaciones interpersonales y sociales, al igual que el aspecto cognoscitivo y las percepciones, puede ayudar a revelar qué de un método comunicativo funciona y qué no funciona, y para quién o quiénes (Bailenson y Yee, 2008).

La psicología ha encontrado que la fuente desde donde se proporciona la información y la forma del mensaje afectan la manera en que las personas perciben dicho mensaje y lo que hacen después con la información transmitida (Clayton et al., 2015). Por ejemplo, si una persona ve en las noticias que el cambio ambiental está causando incendios, pero lo dice un reportero en el que no confía, tomará esa información como falsa aunque no lo sea, y aún menos hará algo al respecto. Es por esto que son tan importantes las figuras sociales y políticas en las percepciones que se tienen del cambio ambiental.

Los estudios psicológicos han encontrado que la información tiene un mayor impacto en el comportamiento si se comunica de la forma más específica posible para cierto consumidor y que encaje con sus valores personales (Clayton et al., 2015). Los comunicadores deben crear mensajes que tengan un lado positivo y dar pasos posibles para que los individuos puedan tomar el asunto en sus manos (Spence y Pidgeon, 2009). Por otro lado, las personas aprenden más eficientemente por ensayo y error, observando a otras personas y modelando su comportamiento a lo que ven a su alrededor, en vez de simplemente recibir información de campañas (Jackson, 2005).

El cambio ambiental hasta el momento ha sido invisible para la mayoría de las personas, es decir que no tienen experiencias directas con él y es necesario que se les informe y explique de su existencia y de sus características (Moser y Dilling, 2011). De hecho, las vivencias directas con un evento causado por el cambio ambiental son mucho más poderosas que recibir información de segunda mano (Clayton et al., 2015). Es como el dicho “ver para creer”, sin embargo si se espera a ver los efectos del cambio ambiental para creer en él, podría ser demasiado tarde.

Como en muchos casos, los profesionales de una disciplina creen que entienden el efecto causal entre un fenómeno y la reacción de las personas. La comunicación no es la excepción: los comunicólogos han tomado como ciertos varios supuestos del porqué no ha sido efectiva la comunicación del cambio climático, que después de ser estudiadas resultaron no ser completamente verídicas.

Según Moser y Dilling (2011), los errores que existen a la hora de entender cómo comunicar y cómo la comunicación puede llevar a la acción son los siguientes:

- Los comunicólogos asumen que la falta de información y comprensión del problema son las causas de la falta de preocupación y compromiso. Sin embargo, más información o mayores explicaciones no forzosamente conllevan a que las personas actúen para solucionar un problema o ni siquiera estén más preocupadas.
- Se cree que infundir el miedo sobre lo que puede pasar con el cambio climático puede llevar a que los individuos actúen. Lo que sucede es que lo que llama la atención, en este caso la comunicación que asusta, no es lo que provoca la acción.
- La comunicación masiva puede ser efectiva en ciertas ocasiones, pero de manera general es mejor conocer bien a la audiencia y los grupos particulares a los que se está transmitiendo el mensaje, para poder adecuarlo y que resuene con sus valores y aspiraciones.

Se ha descubierto que para que un mensaje lleve a la acción, es necesario que el contenido proponga soluciones efectivas y factibles, para no apagar a las audiencias y llevarlas a la inacción por el sentimiento derrotista de que no hay nada que se puede hacer y por lo tanto no sirve de nada preocuparse. Por esto es también muy importante contextualizar correctamente los mensajes según el tipo de audiencia para poder llevarlos o no a actuar (Moser y Dilling, 2011).

Todas las campañas de comunicación transmiten inevitablemente ciertos valores, aunque sea de forma involuntaria. Por lo tanto, la solución no sería enfocarse en hacer campañas neutrales, ya que es imposible, sino intentar hacer campañas comunicativas que sean lo más transparentes posible, mostrando los valores que se están buscando transmitir y explicando porqué son valores considerados importantes (Crompton, 2010).

La psicología puede ayudar a tomar decisiones sobre cuáles son las comunicaciones más importantes, cómo enfocar los esfuerzos y dirigir las campañas comunicativas hacia las acciones que tienen la mayor probabilidad de ser realizadas y de ser mantenidas, ya sean proambientales de la vida cotidiana u otras, al igual que simplemente comprender lo que los individuos perciben y entienden de las comunicaciones actuales para volverlas más eficientes en el futuro.

4.4 Valores y normas culturales

Los valores son metas o estándares que guían la vida y se ha encontrado una relación entre las conductas y actitudes proambientales y los valores de las personas (Poortinga, Steg y Vlek, 2004). La mejor forma de conseguir cambios para el largo plazo en los comportamientos de las personas es lograr impactar en estos valores y normas (Spence y Pidgeon, 2009). Es por esto que es importante, además de modificar

las estructuras, comunicar y convencer a las personas de la importancia de lo que se está haciendo para lograr cambios duraderos y convincentes en sus valores personales. En este caso, sería esencial explicar porqué es tan importante cuidar el ambiente, y cómo es posible hacerlo por medio de conductas cotidianas, más allá de explicaciones prácticas, sino fomentando el florecimiento de valores de autotrascendencia.

Según el documento “Common Cause” de Crompton (2010) publicado por el WWF, los valores importantes que se deben promover para lograr un cambio en la forma en la que las personas se relacionan con su ambiente son: empatía hacia los demás, preocuparse por las generaciones futuras (como el desarrollo sostenible) y reconocer que la prosperidad depende de las relaciones que se entablan entre los humanos y con la naturaleza. Son valores que han perdido importancia en la cultura moderna, y que no florecen si, por ejemplo, se trata a las personas como si fueran simplemente consumidores. Es por esto que los valores culturales son importantes para buscar un cambio positivo hacia estilos de vida más sostenibles, porque son la base de las creencias y por lo tanto, de las actitudes y percepciones hacia el cambio climático.

Según Crompton (2010), los valores relacionados con el cuidado del ambiente se pueden dividir en dos: los valores intrínsecos o autotrascendentes que se basan en el sentido de comunidad, en la afiliación a amigos y familiares, y el desarrollo propio; y los valores extrínsecos o de automejora, que son aquellos que dependen de la percepción de los otros y se relacionan con la envidia o ascender de estrato social. Muchas veces, ambas categorías se oponen, debido a que preocuparse por la comunidad suele interferir con los deseos personales de subir de clase social.

Los valores extrínsecos son aquellos que nos motivan a realizar conductas por lo que los demás pensarán de nosotros. El problema con eso es que en lugar de tomar decisiones por el bien común, hay un mayor enfoque en lo que está de moda, lo que

los individuos creen que los hará verse bien frente a los demás. Todas las personas tienen ambos tipos de valores, sin embargo lo importante es cuánta importancia se le da a cada uno. Una forma de fortalecer cierta categoría de valores es por medio de su activación repetida, y se pueden activar mediante la exposición a personas con influencia, la educación, los medios de comunicación o inclusive con las experiencias formadas por políticas públicas (Crompton, 2010).

Las normas sociales son un elemento importante de las creencias que afectan y guían las conductas (Ajzen y Fishbein, 2000). Las normas sociales se infieren de lo que la mayoría de las personas hace, por lo que es difícil cambiarlas, pero al mismo tiempo pueden fomentar la adopción de conductas proambientales (Sundstrom et al., 1996). Generalmente se ha conseguido este cambio de normas por medio de un trabajo conjunto entre instituciones políticas y organizaciones, como por ejemplo el dejar de fumar en espacios públicos. Pero cuando se evalúa el impacto sobre el consumo sostenible la situación es distinta, en tanto se ha llegado inclusive a fomentar el consumo como forma de apoyar a la economía nacional (Thogersen, 2005), actividad que se vuelve la norma en determinada sociedad.

Existen también normas personales, que se derivan en parte de una reflexión individual de las normas sociales, pero que se relacionan con el autoconcepto, los valores internalizados y a las obligaciones morales de un individuo particular (Schwartz, 1973). Cuando las personas cumplen con sus normas personales se sienten orgullosos, y el incumplimiento produce culpa, por lo que varios estudios han mostrado que las normas personales, y las obligaciones morales hacia el ambiente, influyen en las conductas proambientales como usar transporte público o comprar comida orgánica (Doran y Larsen, 2016).

4.5 Barreras psicológicas al cambio

La mayoría de los seres humanos tienen alguna concepción del daño que le están causando al planeta, pero queda la pregunta de por qué no están haciendo nada al respecto. Gifford (2011) propone lo que denomina las “barreras psicológicas al cambio comportamental” en el ámbito del cambio ambiental global, y con ellas explica por qué las personas no han conseguido cambiar sus hábitos. Hay una diferencia entre las barreras estructurales, aquellas que impiden que se modifiquen los hábitos por causas externas e incontrolables (económicas, ambientales, entre otras) y aquellas barreras internas, que son aspectos cognoscitivos y sociales que bloquean el cambio. Como su nombre lo dice, la psicología se interesa más por el segundo tipo de barreras.

Gifford (2011) menciona 29 barreras, divididas en siete familias. Sólo se mencionan aquí las que son más relevantes para este trabajo, algunas relacionadas con lo mencionado en otras secciones y otras no.

- Cognición limitada:
 - *Ignorancia*, tanto al no saber que un problema existe, como no saber qué hacer cuando ya se está consciente de él.
 - *Insensibilidad ambiental*, debido a que el entorno tiene demasiadas señales, los individuos se enfocan en los problemas más inmediatos, y por otro lado, ver muchas veces la misma información los habitúa a ella y evita que le presten atención.
 - *Incertidumbre*, justifica la inacción, el posponer los cambios y el preferir la satisfacción personal inmediata que un futuro incierto del ambiente.
 - *Sesgo de optimismo*, que implica que los individuos son más optimistas de lo que deberían ser, por lo que se preocupan menos por los problemas actuales.
 - *Percepción del control comportamental y de la autoeficacia*, que se refiere a la sensación de que no se puede hacer nada individualmente para solucionar este problema global.

- Ideologías:
 - *Cosmovisiones*, generalmente religiosas o políticas, por ejemplo estar de acuerdo con el capitalismo y el estilo de vida que permite o creer en un poder omnipotente de alguna deidad o en la madre naturaleza, que no dejará que el daño al ambiente afecte a los humanos o que hará lo que quiera independientemente de lo que hagan.
 - *Tecnosalvación*, la idea de que la tecnología va a mitigar o inclusive solucionar, el cambio ambiental por sí sola.
 - *Justificar el sistema al defender el status quo actual*, porque se vive un estilo de vida muy cómodo y no se quiere ninguna alteración a la situación actual.
- Comparaciones con otros
 - *Comparaciones sociales* cuando las personas ven lo que hacen los demás y deciden qué harán según las acciones de los otros.
 - *Normas sociales*, porque hay una tendencia a modificar los comportamientos para que se adecúen a la norma, sea ésta proambiental o lo contrario.
 - *Inequidad percibida*, es decir que se tiene la sensación de que es injusto tener que hacer esfuerzos para cambiar cuando los otros no lo hacen y se van a aprovechar.
- Costos:
 - *Impulso comportamental*, referido a hábitos que son difíciles de modificar por el impulso que ya tienen.
 - *Valores, metas y aspiraciones contradictorios*. Muchas veces las aspiraciones se oponen a ciertos valores como el de disminuir el impacto ambiental (p.e. aspiración de “salir adelante”).
 - *Apego al lugar*. Un individuo puede buscar tanto el cuidado de cierto lugar, por lo que apoya acciones de cuidado ambiental, pero también puede implicar que no quiere que cambie dicho espacio. Entonces, se

opone a innovaciones como granjas de energía eólica que afectan el paisaje. La falta de este apego implica que hay una indiferencia hacia lo que pase o no con determinado lugar.

- Escepticismo:
 - *Desconfianza* hacia la sociedad, el gobierno, los científicos, lo que conlleva a creer que los otros pueden aprovecharse. Para modificar comportamientos es necesario creer en la honestidad de los demás; la falta de confianza puede llevar a reacciones opuestas a lo que se busca.
 - *Negación* de que el cambio ambiental es un problema, de que tiene causas antropogénicas o de que las acciones individuales tienen un impacto.
- Percepción de riesgos *funcionales, físicos, financieros, sociales* (el qué dirán de las decisiones que se toman) y *psicológicos* (el autoestima y autoconfianza pueden perderse si los demás piensan mal de la persona) ante la adopción de nuevas tecnologías y acciones proambientales.

Spence y Pidgeon (2009) por su lado, proponen otra clasificación y otras denominaciones para estas barreras. Primero, mencionan las barreras individuales que impiden comprometerse con el cambio climático. Éstas son:

- La *falta de conocimiento y comprensión* del fenómeno, incertidumbre y escepticismo sobre las causas y la gravedad del cambio ambiental.
- *Falta de confianza* en las fuentes informativas y por lo tanto no saber qué creer.
- *Externalización de la responsabilidad* y de la culpa generalmente hacia el gobierno y las industrias.
- Convicción de que la *tecnología* podrá resolver el problema.
- La *no priorización* del cambio ambiental global por sobre otros aspectos como el dinero y la familia.
- Renuencia a cambiar el *estilo de vida actual*.
- *Fatalismo* sobre el hecho de que ya es muy tarde para lograr algo.

- Sensación de que *es algo tan grande* que se es individualmente indefenso.

Los mismos autores proponen también barreras sociales que impiden el compromiso con el cambio ambiental global, y que consisten en:

- La *falta de acciones políticas* que crea desconfianza en el gobierno.
- *Falta de acciones empresariales* e industriales por la percepción de que sólo buscan el interés propio.
- La *falta de interés de otras personas* y de otros países evita que se tomen acciones por miedo a hacer el trabajo de los demás (*free-rider effect* en inglés).
- Las *normas y expectativas sociales* impulsan a que las personas consuman y el no hacerlo es categorizado como “raro” o “hippie”.
- *Falta de iniciativas* que fomenten las acciones sostenibles por lo que las alternativas son escasas y caras.

En otro trabajo, Clayton et al. (2015) también proponen la existencia de barreras psicológicas. Mencionan que hay varios procesos cognoscitivos que impiden actuar eficientemente frente al cambio ambiental. Para empezar, a las personas no les gustaría tener que cambiar sus estilos de vida actuales, por lo que no están dispuestas a aceptar nuevas políticas que los amenazan. Por otro lado, se tiene una inclinación a ser demasiado optimistas acerca del futuro y a enfocarse más en el presente, lo que sesga la toma de decisiones difíciles en el largo plazo.

El malestar provocado por las implicaciones políticas, sociales y éticas del cambio ambiental global causan que la información transmitida de este fenómeno no sea aceptada fácilmente (Clayton et al., 2015). Tener que enfrentar el hecho de que el consumo humano en los últimos años está dañando de forma irreparable el planeta y su flora y fauna es algo en lo que no es cómodo pensar y mucho menos aceptar. Tomar acciones para solucionarlo o mitigarlo implicaría aceptar la culpa.

Las barreras psicológicas, individuales y sociales que impiden que se logren cambios hacia lo sostenible, engloban gran parte de las conclusiones de los capítulos anteriores, ya que resumen de forma efectiva un grupo de causas fundamentales que impiden que las personas cambien sus hábitos por conductas proambientales, ya sea desde un punto de vista de la comunicación inefectiva, las percepciones o los valores individuales.

4.6 Políticas

La rutinización de los comportamientos diarios los hace menos visibles a la deliberación racional y por lo tanto, menos accesibles a intervenciones políticas (Jackson, 2005). Se vuelve entonces necesario profundizar en estos aspectos psicológicos, para que sea posible desarrollar políticas públicas bien diseñadas y anticipar su funcionamiento de mejor manera (Spence y Pidgeon, 2009). Las políticas intervienen en el comportamiento individual directamente, pero también pueden influir mediante el contexto social e institucional; en este caso, los gobiernos apoyan la cultura del consumo por medio de sus intervenciones pero también mediante la falta de intervención en algunos aspectos (Jackson, 2005).

En ciertos países se ha encontrado una correlación importante entre las ideologías políticas y la aceptación de la ciencia relacionada con el cambio ambiental global (Clayton et al., 2015; Spence y Pidgeon, 2009). Sin embargo, este fenómeno sólo se ha encontrado en países donde se busca activamente moldear la opinión pública; en otros, como América Latina y África, se ha encontrado un mayor nivel de preocupación, con poco escepticismo y poca polarización ideológica (Clayton et al., 2015). Esto implica que se ha estado manipulando la opinión pública en ciertos países para relacionar el cambio ambiental con una afiliación política y por lo tanto, para estar en contra de todas las políticas y decisiones que se podrían tomar al respecto.

Por medio de encuestas políticas se ha mostrado que hay una divergencia cada vez mayor entre los individuos a favor de la política de izquierda y la de derecha, tanto en los Estados Unidos como en el Reino Unido. Aquellos individuos más de derecha suelen creer más en el individualismo y menos en los lazos colectivos, no participan en el cambio comportamental y por consiguiente, están menos a favor de las políticas que buscan mitigar el cambio ambiental (Clayton et al., 2015; Spence y Pidgeon, 2009).

Thogersen (2005) menciona que para conseguir políticas de consumo eficientes, que puedan romper con las barreras tanto sociales como individuales, primero es necesario que el gobierno demuestre mucho compromiso con esta meta. Todas las restricciones legales deben siempre venir acompañadas de actividades e información para aumentar su aceptación en ciertos grupos, e ir siempre más enfocadas a los productores, pero hasta el momento, debido a la resistencia política y el cabildeo, generalmente se ve bloqueada o retrasada su instrumentación.

Los factores externos que impiden el consumo sostenible pueden ser modificados si además de mejorar el precio, progresan otras situaciones no monetarias como el tiempo, el esfuerzo y la facilidad de realizar conductas sostenibles (Thogersen, 2005). Por ejemplo, si se desarrolla la infraestructura y se busca que haya buenas condiciones para trasladarse en bicicleta, se usaría más este medio de transporte en vez de otros, o si se tiene un sistema práctico y eficiente de separación para reciclaje y de recolección la gente puede adoptar más fácilmente ese comportamiento.

La *retroalimentación de políticas* es un término que se refiere a la influencia que tienen las experiencias de las personas con las políticas en sus valores, por lo que son dos aspectos bastante relacionados entre sí, ya que dependiendo de estos valores las personas escogen a los que van a tomar las decisiones políticas a futuro (Crompton, 2010). Las políticas eficientes se basan en que las conductas proambientales sean

favorecidas por las estructuras de incentivos, las reglas institucionales, y es necesario comprometer a las personas en sus actividades individuales diarias poniendo el ejemplo con el propio gobierno y las instituciones públicas (Jackson, 2005).

Para realizar cambios tan fundamentales en las personas y en sus hábitos diarios se requiere de un proceso muy largo y complejo tanto de investigación como de aplicación de metodologías y políticas para fomentar cambios efectivos en las conductas diarias. Crear políticas en el contexto del cambio conductual es muy complicado, en parte porque hay infinitos factores que influyen en el comportamiento, pero a pesar de esto es muy importante formular políticas basadas en evidencia para lograr este objetivo, sobre todo en temas de consumo sostenible (Jackson, 2005). El problema es que el plazo establecido que se tiene para evitar que los daños sean irreparables se va a acabar en 10 años, según la ONU (2019), y desafortunadamente eso implica que no hay tiempo de usar las vías tradicionales para la formulación de políticas.

Existe una necesidad clara de que los psicólogos y los formuladores de políticas trabajen en conjunto para decidir en qué comportamientos y en qué tecnologías vale más la pena enfocar los esfuerzos en estos momentos (Spence y Pidgeon, 2009). Hasta ahora, muchas de las políticas que implementan programas que buscan promover comportamientos proambientales no son obligatorias por lo que los individuos pueden decidir si participan o no, y muchas veces deciden que el programa no es suficientemente bueno para participar (Gifford, 2011).

Según Stern y Jacobs (2007), es necesario crear políticas en tres ámbitos distintos: ponerle precio al CO₂ para que se produzca menos y responsabilizar a las empresas de sus métodos de fabricación y producción, financiar la innovación y el uso de tecnologías bajas en emisiones, y para finalizar hay que quitar las barreras hacia la eficiencia energética (dejar de permitir que las decisiones se tomen influenciadas por el

cabildeo de empresas petroleras), informar, educar y persuadir a los individuos hacia lo que pueden hacer en respuesta al cambio ambiental.

4.7 Aplicaciones prácticas

En el tercer apartado de este documento se menciona que la vida cotidiana y los estilos de vida incluyen todos los comportamientos del día a día, lo que se compra, lo que se usa, lo que se hace. La psicología ha intentado modificar algunos aspectos de la vida cotidiana, como el uso de energías fósiles, el uso de autos o de electrodomésticos. Más específicamente, se enfoca en entender qué factores motivacionales y cognoscitivos (no económicos) llevan a escoger unos u otros productos y tecnologías, como los valores, las creencias y las normas sociales (Clayton et al., 2015). Afortunadamente, existen varias teorías psicológicas de cambio que buscan modificar los comportamientos, actitudes y hábitos de las personas enfocadas sobre todo en la cognición social (Thirlaway y Upton, 2009).

La psicología puede apoyar las políticas que buscan fomentar el uso responsable de tecnologías y los hábitos sostenibles mediante investigaciones que permitan entender qué sí funciona y para quién específicamente. Por ejemplo, usar mensajes diseñados para un grupo de la población en particular, y que de esta forma los individuos se sientan identificados al igual que sus valores. La persuasión efectiva debe entender al público blanco, usar técnicas imaginativas y emocionales, y puede incluir esquemas de compromiso y lealtad para favorecer el mantenimiento de nuevas conductas (Jackson, 2005).

También hay acercamientos eficientes relacionados con la influencia social, como compromisos públicos u observar personas admiradas haciendo acciones sostenibles. Los seres humanos aprenden de lo que observan a su alrededor, por lo que el

aprendizaje es más eficiente si ven a modelos atractivos, figuras influyentes o personas similares a ellos poniendo el ejemplo y siendo consistentes entre el mensaje que dan y las acciones que realizan (Jackson, 2005).

Otra aplicación de la psicología es entender si los programas que buscan incentivar el ahorro de energía, el reciclaje y el uso de tecnologías son realmente eficientes. Tomando en cuenta la complejidad de lo que implica el consumismo hoy en día, es una tarea muy complicada cambiar los hábitos de consumo, además de que es necesario multiplicar las conductas para que puedan llegar a tener un impacto importante (Dauvergne, 2010). La psicología puede ayudar a entender hasta qué punto sirven los incentivos económicos, y qué otros programas de incentivos pueden ser más eficientes, y se ha encontrado que los elementos intrínsecos como los valores y las creencias son más influyentes que los incentivos extrínsecos (Clayton et al., 2015).

Este capítulo se enfoca sobre todo en la toma de decisiones y cambio de hábitos cotidianos, y no tanto en el aspecto del bienestar psicológico, a pesar de que es un tema muy importante también.

Según Spence y Pidgeon (2009), existen dos tipos de intervenciones que buscan los cambios de conductas: aguas arriba y aguas abajo (*upstream* y *downstream* en inglés). Las intervenciones aguas abajo son comunicaciones que buscan cambiar valores y creencias preexistentes, mientras que las intervenciones aguas arriba son cambios estructurales externos, como restricciones legales y cambios en el ambiente físico que obligan, apoyan o dan un impulso para que las personas adopten otras prácticas o estilos de vida. Las campañas más exitosas suelen usar ambas intervenciones.

Uno de los aspectos necesarios para comenzar a adoptar comportamientos y hábitos proambientales es que las personas se den cuenta que muchas conductas realizadas de forma diaria tienen impactos ambientales importantes, que son automáticas y

forman parte de hábitos establecidos (Clayton et al., 2015). Tomando en cuenta lo que menciona Kahneman (2011), implica que todas las modificaciones conductuales conllevan un esfuerzo cognoscitivo considerable, lo que puede fungir como una barrera psicológica al cambio.

Se pueden hacer varias comparaciones entre lo que se ha encontrado que sirve en la investigación conductual y lo que se ha encontrado que sirve para que las personas modifiquen sus comportamientos diarios. Por ejemplo, es mejor y más eficiente que una política recompense a las personas por ahorrar energía en vez de que se castigue por altos usos energéticos (Clayton et al. 2015).

Como se mencionó en otros capítulos, las personas son criaturas de hábitos que se apegan a sus rutinas diarias, y por lo tanto para modificar sus hábitos es necesaria la intención deliberada. Es por esto que las intervenciones deben promover que las personas sean más conscientes de sus decisiones. Además de modificar hábitos antiguos, es necesario instaurar nuevos hábitos, y para eso hay que reforzar constantemente ciertas conductas hasta que se vuelvan automáticas. Esto se puede hacer incentivando una conducta por cierto tiempo, y cuando se acabe el periodo de incentivos es posible que la conducta se haya vuelto un hábito y por lo tanto, persista (Spence y Pidgeon, 2009).

Spence y Pidgeon (2009) mencionan que se ha estudiado también algo llamado “comportamiento catalizador”, que es un comportamiento que, al ser adoptado, promueve que muchos otros comportamientos de la misma categoría se empiecen a adoptar. Los autores dan como ejemplo el uso de generadores de energía a pequeña escala (como paneles solares) como catalizador para que se tomen más medidas de ahorro de energía. Si se fuera a aplicar esta teoría a la vida cotidiana, se podría buscar qué tipos de comportamientos permitirían que se desencadenasen otros. Por ejemplo, si una persona lleva bolsas de tela a los supermercados, le costaría poco esfuerzo

empezar a llevar contenedores también para guardar la carne en vez de comprarla en un envase de unicel con plástico, y bolsas más pequeñas para las frutas, y de esta forma, hacer compras sin hacer uso de plásticos.

Estos autores también hacen referencia a la disonancia cognoscitiva, concepto que se refiere a que cuando un individuo se da cuenta de contradicciones entre lo que piensa y lo que hace, busca corregirlo porque le incomoda (Spence y Pidgeon, 2009). Se realizaron discusiones con grupos, donde se les pidió analizar tanto sus comportamientos como ciertos valores profundos y generalizados, relacionados con el ambiente, para que se dieran cuenta de que no siempre estaban alineados (por ejemplo, una persona que se considera muy proambiental pero que no piensa en eso cuando compra comida). Las distintas conductas proambientales, cuando no se realizan individualmente por alguna razón idiosincrática en vez de por razones morales de cuidado del ambiente, están correlacionadas de forma positiva, justamente por la disonancia cognoscitiva y la necesidad que se tiene de comportarse de forma consistente (Thøgersen y Ölander, 2003).

Este tipo de dinámicas en sí no se podrían considerar como parte de la vida cotidiana, pero sí pueden favorecer que se modifiquen comportamientos cotidianos para que se adecúen a las creencias y los valores. Al mismo tiempo, en estas pláticas se podría dar opciones de cómo realizar ciertas acciones diarias proambientales, por ejemplo: una persona que tiene cuidado con lo que compra en los supermercados y lleva sus propios envases y bolsas, pero como muchos productos ya vienen empaquetados acaba comprando mucho plástico, pero la solución podría ser ir a tiendas a granel lo más posible o comprar en mercados, buscar productos de limpieza del hogar y personal a granel y sin empaque, por mencionar algunos.

Thøgersen y Ölander (2003) también hacen referencia a la disonancia cognoscitiva y la propagación de conductas. Hay varias teorías (teoría del balance, de la disonancia y de

la autopercepción) que afirman que en la búsqueda por ser congruentes, si las personas adoptan un comportamiento proambiental, van a modificar otras conductas para también cuidar el ambiente. Sin embargo, hay evidencia de que este efecto de derrame entre diferentes conductas no siempre sucede entre todas las conductas, ya sea porque algunos cambios conllevan un costo demasiado alto, o porque realizan estas acciones como una forma de compensar otras acciones no proambientales, lo que puede implicar que en vez de que se vuelvan cada vez más proambientales, dejen de serlo en otros aspectos.

Para que una persona adopte hábitos verdaderamente protectores del ambiente, debe tener ciertos valores autotrascendentes y normas éticas involucradas con el ambiente. Parece ser que las personas adoptan fácilmente comportamientos dentro de una sola categoría de comportamientos, no forzosamente entre categorías (Thøgersen y Ölander, 2003). Por ejemplo, una persona enfocada en no producir basura con sus rituales de belleza, tal vez también intentaría comprar ciertos productos de comida a granel y sin plástico, pero no cambiaría sus hábitos de transporte o de consumo energético.

Para modificar valores y comportamientos, con frecuencia se habla de “marcos” o “encuadres”, un término que tiene dos significados: uno cognoscitivo y otro comunicativo (que están muy relacionados). El término “marco cognoscitivo”, es un concepto usado por psicólogos cognoscitivos para referirse a “estructuras mentales que permiten que los humanos comprendan la realidad y a veces para crear lo que creemos que es la realidad. Estructuran nuestras ideas y conceptos, le dan forma a nuestra manera de razonar, e inclusive impactan cómo actuamos” (George Lakoff, citado en Crompton, 2010, p. 11). Existen marcos profundos, que están en la memoria de largo plazo, contienen ciertos valores específicos y son bastante estables, pero sí se pueden modificar.

Crompton (2010) menciona que muchos procesos buscan activar marcos, algunos sacan a luz algún marco específico cuando ya está culturalmente establecido, y otros buscan reforzar estos marcos, lo que implica que un marco se activa más fácilmente usando ciertas señales si es activado constantemente. Esto se puede hacer por medio de la comunicación que resuena con ciertos valores y por lo tanto, con los marcos que éstos representan. Pero los marcos profundos también dependen de las políticas e instituciones con las que los individuos interactúan. Es un círculo en el cual las políticas públicas e instituciones sociales le dan forma a los marcos profundos, y a la vez los marcos le dan forma a las políticas e instituciones.

El autor menciona que el conocimiento sobre el encuadre se ha utilizado para fines políticos y particulares de ciertos grupos, y esto puede usarse para hacer daño, pero sólo sucede si no se hacen transparentes las intenciones o los valores que se buscan activar. Las sociedades civiles que buscan solucionar problemas “mayores que uno mismo” deben hablar de estos valores y marcos que quieren activar, para que haya criterio y discusión, y las personas sepan por qué son importantes.

Crompton (2010) también menciona tres pares de marcos profundos relacionados con las conductas proambientales: intereses propios versus intereses comunes, padre estricto (gobierno autoritativo) versus paternidad nutritiva (gobierno de justicia social), gobernanza de élite versus democracia participativa. Las organizaciones civiles deben usar este conocimiento de marcos profundos y los valores que los componen para sus campañas, siempre explicando de forma explícita qué valores están promoviendo y por qué, y al mismo tiempo ser congruentes y encarnar ellas mismas estos valores para de esta forma poder favorecer que otras organizaciones, ya sean públicas o privadas, hagan lo mismo.

Otros autores (Spence y Pidgeon, 2009; Kahneman, 2011) se refieren a los marcos como la manera en que se encuadran los mensajes, y que afecta cómo las personas

los perciben según su experiencia previa. Un mismo mensaje puede ser presentado de formas diferentes que generalmente provocan emociones distintas, como decir “existe el 90% de probabilidad de supervivencia” en vez de “hay una probabilidad del 10% de fallecimiento” (Kahneman, 2011). Por ejemplo, investigaciones psicológicas afirman que encuadrar mensajes con miedo puede ser efectivo siempre y cuando los individuos tengan la sensación de que tienen el control y pueden actuar en respuesta al problema (Spence y Pidgeon, 2009). Es preciso hacer notar que estas reacciones distintas al mismo mensaje dependerán de los marcos cognoscitivos que se activan, pero hay que tener cuidado porque las personas le dan importancia a lo primero que ven, aunque haya diferentes formas de verlo.

Este tipo de encuadre comunicativo está muy relacionado con el encuadre cognoscitivo, porque mediante la comunicación se activan ciertos valores que a su vez involucran encuadres cognoscitivos. En Estados Unidos de América, donde la opinión política ha moldeado las perspectivas del cambio ambiental, personas del partido conservador que buscan promover las energías renovables encontraron que si proponen la instalación de paneles solares como “libertad energética” sus seguidores van a escucharlos y estar más dispuestos que si les dicen “energía limpia” lo que les recuerda a los *hippies ecológicos* (Huguet, 2017a). Esto se debe a que dependiendo de cómo se entrega el mensaje, la información va a resonar o no con los valores específicos de las personas y tendrán reacciones y actitudes distintas hacia ella.

Lo más estudiado en temas ambientales de la vida cotidiana son las decisiones sobre el uso de energías y tecnologías, como el transporte individual en vez del público, calentamiento y enfriamiento de hogares (y aislamiento), el uso de electrodomésticos y la eliminación de desechos. Se ha encontrado que la retroalimentación relativa al uso de energía en los hogares puede favorecer el ahorro si se compara con otros, pero también empeorarlo si se indica que se está superando a los demás (Clayton et al.,

2015). Esto implica que las normas sociales y la aceptación son elementos muy importantes para modificar comportamientos.

Como se mencionó, este trabajo está sobretodo enfocado a intervenciones conductuales, sin embargo existen muchos otros tipos de intervenciones. Por ejemplo, las intervenciones sociales o educativas. En México se realizó una investigación en la que se analizaron las estrategias de comunidades rurales frente al cambio ambiental global, y se encontró que se organizan espacios participativos donde se toman decisiones sobre los recursos naturales y se observan conocimientos colectivos usados para aumentar la adaptación (López, Campos y Fernández, 2016). Este modelo de intervención social se podría usar para distintos tipos de comunidades, más allá del marco rural, pero tomando en cuenta las limitantes respecto al número de personas. Es sólo un ejemplo de varios estudios con enfoques distintos al comportamental.

Las intervenciones cognitivo conductuales no pueden, por sí solas, conseguir modificaciones relevantes en las conductas proambientales de la vida cotidiana. Siempre existirá un factor social (normas sociales, presión social, entre otros), que tendrá un peso importante en todos los aspectos de las personas. De igual forma, hay intervenciones educativas esenciales que engloban mucho de lo visto en este estudio, como comunicación e información, modificación de valores y actitudes.

En general, los humanos están limitados por lo que los demás piensan y hacen; sus comportamientos, actitudes e inclusive concepto de sí mismos, son construidos socialmente por lo que los cambios tienen que suceder en un nivel social (Jackson, 2005).

4.7.1 Programas de modificación conductual aplicados a conductas proambientales de la vida cotidiana

Un método para disminuir el consumo de energía es la retroalimentación comportamental (o *behavioural feedback* en inglés) que busca disminuir la distancia psicológica entre los comportamientos y el impacto en el ambiente al hacer más explícita la relación entre ambos, como por ejemplo la medición inteligente (o *smart metering* en inglés) que indica cuánta energía se está consumiendo en los hogares (Spence y Pidgeon, 2009). Pero esta dinámica tiene que ir siempre acompañada de información sobre lo que se puede hacer para disminuir el consumo, al igual que dinámicas sociales que pueden apoyar los cambios. Otro camino sería, por ejemplo, mencionar el ahorro económico que se da cuando se preserva la energía, lo que permitiría la repetición de estas conductas protectoras del ambiente.

McKenzie-Mohr (2000) ideó programas que buscan modificar comportamientos y los llamó *Community Based Social Marketing* o *Marketing Social Basado en la Comunidad*. Es una mezcla entre psicología y marketing social, que se enfoca en modificar comportamientos para el beneficio de toda la sociedad.

Los pasos que debe llevar una campaña basada en este modelo son: seleccionar un comportamiento que se quiere promover, identificar muy bien cuáles son las barreras existentes, diseñar una estrategia para superar estas barreras y, al terminar, evaluar el programa para ver si es efectivo. Esta estrategia se ha aplicado a varios comportamientos de la vida cotidiana como los desechos domésticos (reducción, reuso y reciclaje) o emisiones de dióxido de carbono (uso de transporte público). Para este tipo de conductas repetitivas, hay que tener cuidado con que el programa aborde tanto el cambio inicial como el mantenimiento de las conductas.

Identificar las barreras es un paso muy importante, porque las barreras entre lo que impide que los individuos dejen de comprar productos empaquetados con plástico, y las que les impiden que usen el transporte público son muy diferentes. Es por eso que hay que escoger un comportamiento y enfocarse solamente en él. Muchas veces se ignora

este paso porque los expertos creen saber cuáles son estas barreras, porque hay prisa o por los costos que conlleva investigarlas. Para identificar las barreras se pueden usar técnicas psicológicas como grupos focales, observación y encuestas, también es útil encontrar diferencias entre los que actualmente realizan el comportamiento y los que no. Para superar las barreras se pueden evaluar comunidades que ya lograron realizar ese cambio y analizar qué les permitió superar obstáculos similares, para finalmente ver cómo se podría adaptar algo parecido en la comunidad blanco.

Al entender muy bien el problema, la población y las barreras, es mucho más fácil poder diseñar un programa que fomente correctamente el cambio. Es necesario cambiar la infraestructura para ayudar el proceso, y se pueden usar distintas herramientas como el compromiso (si se comprometen a algo pequeño luego es más fácil que modifiquen sus comportamientos por sí solos), o usar señales auditivas o visuales que permitan que se recuerden pequeñas acciones que se pueden hacer pero que se olvidan como apagar la luz, o cerrar cortinas en días calurosos (McKenzie-Mohr, 2000; Huguet, 2017b).

Más detalladamente, las herramientas que pueden servir para modificar el comportamiento son (McKenzie-Mohr y Smith, 1999):

- **Compromiso:** si las personas se comprometen a una pequeña acción proambiental ahora, será más fácil convencerlos en un futuro de que realicen otras acciones proambientales más relevantes y complicadas, porque el comprometerse a algo hace que una persona se vea a sí misma de forma diferente. Por ejemplo, un individuo tiene una imagen de sí mismo como alguien que se preocupa por el ambiente, y como es importante que los demás lo vean como una persona consistente (porque la sociedad enfatiza el ser consistente), intentará aplicar el mismo principio a varios aspectos de su vida.
- **Señales** que ayudan a recordar ciertas acciones, como carteles arriba de los interruptores de luz que recuerden apagarlas.

- **Normas:** las normas sociales guían el comportamiento, ya sea hacia lo sostenible o hacia lo no sostenible, se observan las acciones de la comunidad y hay una inclinación a hacer lo mismo.
- **Comunicación:** es necesario usar información cautivadora, conocer bien al receptor del mensaje, que venga de una fuente confiable, encuadrar correctamente el mensaje, que sea un mensaje fácil de recordar, proveer metas individuales o de la comunidad, proveer retroalimentación.
- **Incentivos:** tienen un impacto importante en los programas de conductas sostenibles, como disminuir la basura, sobre todo cuando la motivación interna para realizar la conducta es baja o no se está realizando de forma eficiente.

Antes de usar un programa de forma generalizada, es necesario hacer un primer estudio exploratorio en una población más pequeña, y evaluar la efectividad para asegurarse que funcione, e inclusive puede permitir conseguir financiamiento para el programa a gran escala (McKenzie y Smith, 1999).

Una ventaja de esta estrategia es que establece pasos concretos pero no específicos, por lo tanto se pueden aplicar a distintas situaciones, a distintos comportamientos, y a distintos grupos y comunidades. Además, aborda varios de los temas antes vistos, como normas, comunicación efectiva, cambio comportamental, lo que hace que sea una propuesta bastante completa. Es importante crear programas que no sólo se enfoquen en cierta categoría de comportamientos, sino que se diseñen para comportamientos específicos: por ejemplo, no sólo reciclar sino llevar vidrio a donde le corresponde, separar el cartón, hacer composta, entre otros (Thogersen y Ölander, 2003).

Geller (2002) menciona que para que un hábito destructivo del ambiente se pueda volver un hábito protector del ambiente debe haber conciencia del hábito dañino. Luego, el individuo debe tener motivación para mejorar para que la nueva conducta

protectora se vuelva automática (un hábito). Propone los siguientes pasos para conseguir este cambio:

1. Transformar un hábito inconsciente y ambientalmente destructivo en conductas protectoras conscientes
2. Cambiar hábitos conscientes y ambientalmente destructivos en conductas protectoras conscientes
3. Cambiar estas conductas protectoras conscientes recientemente adquiridas en hábitos conscientes y protectores del ambiente.

Existen otras aplicaciones prácticas que se han usado para promover conductas proambientales en la vida cotidiana. Por ejemplo, hay evidencia de que usar un líder vecinal que coordina y fomenta el reciclaje es más eficiente que las estrategias educativas (Sundstrom et al., 1996; Jackson, 2005). Esto significa que muchos individuos deciden cómo van a actuar según referentes importantes en su comunidad, porque de esta forma es más claro qué es importante, en vez de tener que sortear entre todas las alternativas por ellos mismos (Thogersen, 2005).

Spence y Pidgeon (2009) mencionan dos intervenciones distintas que se han realizado. La primera es que en Inglaterra se comenzó a cobrar las bolsas de plástico y en tres años se redujo del 48% el uso de bolsas de plástico. Esto es un ejemplo de un programa que usa incentivos externos negativos. La segunda fue en Alemania donde se intentó cambiar ciertos hábitos cuando de por sí había movimientos en la vida y en las rutinas cotidianas de las personas y se estaban modificando sus hábitos anteriores, como por ejemplo mudarse de ciudad. Se descubrió que aprovechar estos momentos de cambio ayuda a que sea más fácil introducir hábitos nuevos y más sostenibles, por ejemplo regalar boletos de transporte público a personas que se acaban de mudar a una ciudad fomenta que después sigan usando el transporte público.

5. Antítesis y contraargumentos

Existen muchos argumentos que contradicen lo propuesto en esta tesis, como por ejemplo, que los comportamientos individuales no tienen un impacto en la lucha contra el cambio ambiental global, que el responsabilizar a los individuos es una técnica política y económica, o que el cambio de las conductas de la vida cotidiana no tiene ninguna utilidad. Se van a abordar estos argumentos explicando por qué, según la literatura revisada, sí tiene relevancia promover conductas proambientales en la vida cotidiana desde la psicología.

Primero, durante mucho tiempo se dudó de la existencia del cambio ambiental global, al igual que de sus causas antropogénicas. Sin embargo, en los últimos años esas dudas se disiparon y parece que ya no está realmente en debate el papel del ser humano en este fenómeno y mucho menos su existencia, pero sigue habiendo grupos, tanto políticos como sociales, que usan la discusión sobre el cambio ambiental a su favor (Clayton et al., 2015; Spence y Pidgeon, 2009).

A continuación, se explicarán cuáles han sido los argumentos más recurrentes que se encontraron al realizar este estudio, y se mencionarán los contraargumentos.

Sesgo de confirmación

Una tendencia general es que en las investigaciones o búsquedas de información se dé el “sesgo de confirmación”. Este concepto se refiere a que las personas tienen la tendencia a buscar y creer en la información que confirme sus creencias personales. Lo hacen en todos los ámbitos, pero es en las investigaciones científicas y supuestamente objetivas que este fenómeno cobra una importancia mayor.

En el caso particular de este trabajo, puede estar afectando al mantener creencias previas sobre el impacto humano en el cambio ambiental global y qué acciones pueden o no mitigarlo. También, si se cree que los cambios individuales no van a servir de nada, será más fácil y parecerán más verídicos los artículos que confirmen esta creencia. Por otro lado, si es importante realizar pequeñas conductas para sentirse útiles y que se está ayudando al ambiente, se tendrá una tendencia a creer en la información que dice que son útiles este tipo de acciones.

Para evitar, dentro de lo posible, este fenómeno, se encontraron varios autores que sostienen opiniones diversas. También se intentó hacer una antítesis exhaustiva que busque abordar los principales argumentos que refuten el propósito del presente trabajo, y de esta forma, poder hacer un análisis más profundo de los contraargumentos propuestos. Así, se busca evitar los posibles sesgos en las opiniones descritas en este estudio.

Individualmente no se logrará ningún cambio

Está constantemente presente el argumento de que los individuos por sí mismos no pueden hacer ningún cambio significativo y que el cambio debe venir de arriba, de las instituciones y de las empresas para que sea valioso. Primero, hay que aclarar que todas las personas que toman decisiones son individuos, ya sea los que conforman las instituciones y las grandes empresas, al igual los que han tomado decisiones que impactan el cómo son las cosas actualmente, tanto de las generaciones actuales como las pasadas. Dentro de estos individuos se encuentran los políticos o los directores de grandes empresas, por lo que las personas y sus opiniones y acciones cotidianas sí pueden hacer un cambio. Además, si la sociedad está regida por un sistema que depende del consumo y de lo que compran los consumidores, si los consumidores dejan de consumir lo que daña al planeta, forzarían a las industrias a cambiar sus productos y sus estrategias de producción.

Muchos autores confirman que el individuo sí tiene un papel importante en el cambio hacia las conductas proambientales. Clayton et al. (2015) mencionan que el comportamiento individual es importante y eventualmente es el que empuja el cambio social por medio de la adopción de tecnologías y el apoyo a políticas. Por otro lado, Spence y Pidgeon (2009) comentan que los cambios en los estilos de vida podrían contribuir en disminuir hasta un 30% la emisión de gases de efecto invernadero, pero que esto sí requeriría ciertos esfuerzos importantes.

Thøgersen (2005), por su lado, indica que el consumo privado es responsable de gran parte del uso de recursos y la emisión de contaminantes al ambiente y por lo tanto, las acciones de los individuos particulares sí contribuyen en su cuidado o daño. Esto no implica que se justifiquen las estrategias de “culpar a la víctima” (explicadas en el próximo apartado).

Es un hecho que los individuos no pueden hacer gran cosa por sí mismos, lo que es importante es lo que se puede lograr si se involucran grandes grupos de personas y de esta forma sería posible conseguir un impacto mucho mayor. Lo que sí es seguro es que no es posible detener un problema si no se hace nada, y mientras más personas cambien sus comportamientos individuales para que sean proambientales, se sentirá más normal realizar estas conductas y serán socialmente más aceptadas (Huguet, 2017b).

Responsabilizar a los individuos

Las estrategias de “culpar a la víctima”, son aquellas que buscan poner toda la responsabilidad en los individuos cuando las condiciones generales no les permiten realizar cambios comportamentales hacia el cuidado ambiental; por ejemplo que no haya opciones de transporte público o que las industrias no ofrezcan productos

ecológicos. Ambas situaciones impiden que se adopten ciertas conductas proambientales y están fuera del poder del individuo (Thogersen, 2005). Los cambios hacia estilos de vida más sostenibles muchas veces no se pueden dar por factores independientes de la voluntad de los individuos, como la pobreza, la falta de infraestructura para poder adoptar alternativas de transporte, o a veces las temperaturas en ciertas zonas son demasiado extremas y es necesario calentar o enfriar las casas (Gifford, 2011).

Dauvergne (2010) menciona que hay que tener cuidado con el “consumo sostenible” porque muchas veces el problema es más bien los modos inadecuados de producción que se disfrazan y acaban poniendo la responsabilidad exclusivamente en el consumidor. Los procesos de producción y las externalidades negativas que crea generalmente dejan a los consumidores inconscientes del verdadero efecto de su consumo y al mismo le quita toda responsabilidad a las empresas y a las instituciones; es posible tomar decisiones que afectan el ambiente simplemente porque es más barato que hacer lo correcto.

Es importante aclarar que no es porque se habla de las conductas proambientales en individuos que se le resta importancia al enorme trabajo que deben hacer las instituciones políticas, sociales y privadas para permitir que estos cambios se logren. No obstante, es igual de importante que las personas acepten y adopten los cambios una vez que exista la infraestructura necesaria. Hoy en día ya hay muchas opciones sostenibles pero no son populares porque no existe la información, el interés o el esfuerzo necesario por parte de los individuos, como alternativas en transporte o en consumo eléctrico. Es por esto que la educación de los consumidores es esencial: porque según lo que estos decidan comprar o dejar de comprar puede tener un enorme poder sobre la forma en que se fabrican los productos. Por ejemplo, pueden organizar campañas o boicots al negarse a comprar cierto tipo de productos (Gifford, 2004).

Las conductas que se realizan una sola vez son más eficientes que aquellas que son repetitivas

McKenzie-Mohr (2000) menciona que las conductas que se realizan una sola vez son muchas veces las más eficientes en la búsqueda por cuidar el ambiente, a diferencia de las conductas repetitivas o rutinarias. Es mucho más difícil modificar hábitos diarios que fomentar decisiones esporádicas. Un ejemplo sería: estar prendiendo y apagando la calefacción podrá ayudar muy poco, pero aislar bien una casa una vez previene que se tenga que prender la calefacción constantemente o a un nivel elevado.

En este caso es probable que aislar la casa sea mucho más eficiente que cuidar el consumo diario de calefacción, o que comprar un auto eléctrico sea mejor que usar de vez en cuando la bicicleta, o que poner paneles solares es mejor que apagar las luces. Sin embargo, muchos de esos cambios tan importantes son costosos en tiempo, esfuerzo y dinero, y a menos que se instauren programas sociales que apoyen este tipo de acciones, que den subsidios o préstamos convenientes, pocas personas tendrán los medios para realizarlos. En cambio, como ya se mencionó, si las personas comienzan a hacer pequeñas acciones ahora, poco a poco adoptarán otros comportamientos, y si en algún momento llega un programa de apoyo estarán más interesados y dispuestos que si nunca han tenido acercamientos a las conductas proambientales. Lo conveniente de las conductas proambientales es que requieren poca inversión para realizarse, y pueden ser excelentes comportamientos iniciadores de nuevos estilos de vida.

La falacia del político

La falacia del político fue un fenómeno identificado en un programa de la BBC llamado "Yes, Minister" en 1988 y llegó inclusive a ser usada en el parlamento inglés. Es una

falacia bastante común pero a la que no se le había dado un nombre antes y tiene las siguientes afirmaciones:

1. Debemos hacer “algo”
2. *Esto* es “algo”
3. Por lo tanto, debemos *esto*

En la práctica se refiere a que los políticos proponen soluciones poco planeadas para problemas urgentes, sin hacer la investigación necesaria para asegurar que sea una buena solución o que funcionará para el largo plazo. Esto puede ser grave, porque entonces se tiene la impresión de que se están haciendo cosas buenas y que los políticos están tomando acciones concretas para solucionar un problema, cuando en realidad no se sabe cuál es ese “algo” que sí podría servir o que sí tendría sentido, sino que se acepta cualquier “algo” como una medida que va a ayudar y es suficiente por ahora.

Por ejemplo, hay bastante evidencia de que una de las mayores causas de deforestación, liberación de metano en el aire y de uso del agua es la ganadería. Hoy en día se sabe que la agricultura animal es responsable por el 18% de la liberación de gases de efecto invernadero en la atmósfera, mientras todo el transporte sólo llega al 13%, y el 52% de la liberación de dióxido de carbono también proviene de la ganadería (FAO, 2006). Sin embargo, muy pocas Organizaciones No Gubernamentales (ONG), en la actualidad, lo tratan como uno de los principales problemas que dañan el ambiente, en gran parte debido al cabildeo de las grandes empresas.

Entonces, la política ha estado decidiendo el camino que pueden tomar las sociedades para ser ecológicas, y qué otros caminos no están permitidos. Hay una crisis ambiental, y proponen soluciones que no forzosamente son las ideales o las más eficientes, pero que dan la impresión de que algo se está haciendo. Por otra parte, no es suficiente con simplemente “hacer algo”, es necesario enfocarse en acciones que han demostrado ser

importantes y tener un efecto en el ambiente, y para eso pueden servir, por ejemplo, los acercamientos de líderes vecinales que dan el ejemplo y ayudan a clasificar las acciones para que se sepa cuáles son importantes y cómo hacerlas. Las acciones que se han logrado con respecto al consumo siempre se han realizado de forma local y temporal, y no parecen poder sostenerse a escalas globales que permitan lograr un verdadero cambio para evitar las crisis ambiental (Dauvergne, 2010).

El sistema económico no puede respaldar un cambio tan grande

El problema con muchas de las intervenciones para fomentar comportamientos proambientales es que buscan integrarse al sistema económico, a los estilos de vida y a los patrones de consumo actuales, en vez de buscar modificar los valores y el pensamiento, que son fundamentales para mitigar el cambio ambiental (Spence y Pidgeon, 2009). Por lo tanto sería necesario hacer un trabajo conjunto de modificar los comportamientos y la toma de decisiones, y al mismo tiempo buscar crear nuevos valores y un nuevo sistema económico que no esté totalmente basado en el consumo desmesurado.

El problema va más allá de si hay que dejar de consumir o consumir de manera más sostenible, y de si ciertos incentivos permitirán que las industrias busquen ser más ecológicas, sino que se tendrá que rediseñar el modelo económico actual que promueve una enorme desigualdad económica y social (Dauvergne, 2010). Pero para que eso suceda, falta mucho, ya que como se mencionó antes, las personas en el poder, que tendrían la capacidad de iniciar un cambio tan importante, son las que menos quieren cambiar la situación actual. Por lo tanto, los individuos deben empezar a cambiar sus exigencias políticas y económicas, y para eso un acercamiento a la vida cotidiana y particular de cada quién puede ser muy eficiente.

Crecimiento poblacional e inequidad de ingresos

Primeramente, parece ser que el problema de la sobrepoblación es que se consume mucho y la idea sería que si el planeta estuviera menos poblado se consumiría menos. Sin embargo, se ha encontrado que económicamente no es este el caso: por ejemplo, las parejas que no tienen hijos gastan su dinero en otros bienes y servicios pero siguen consumiendo al mismo nivel (Wapner y Willoughby, 2005). Esto implica que lo importante también es cambiar el enfoque del consumo, y no sólo reducir la población.

Por otro lado, se dice que la población está aumentando rápidamente y que hay demasiados humanos en el planeta. Eso implica que la contaminación causada por humanos también ha aumentado. Pero, lo que sucede en la realidad es que quien está contaminando más siempre son las potencias mundiales como EUA y China, que producen más de la mitad de todo el CO₂ mundiales (Alberro, 2020), y que hasta el momento no han firmado acuerdos internacionales para disminuir emisiones. Entonces el problema es que los países que tienen a las personas más ricas, y por lo tanto tendrían la capacidad de realizar cambios importantes, también son los que más contaminan, no forzosamente son los países más poblados. Esto implica que sin importar cuántos hábitos y qué infraestructura se modifiquen en todo el mundo, si no dejan de existir estas desigualdades tan marcadas no se logrará un cambio global.

Este es el mismo argumento propuesto por la ONU (2019) y algunas ONGs importantes: la única forma de disminuir el daño ambiental que se está causando es eliminando las desigualdades económicas y erradicando la pobreza. Sin embargo, probablemente haya sido esa la idea desde siempre, buscar que las personas en todo el mundo tengan derechos y puedan vivir dignamente y hasta el momento no sólo no se ha logrado que disminuyan las desigualdades sino que inclusive tienen una tendencia a incrementarse (Roser, 2020). Eso implica, claro, que si se espera que ya no existan estas desigualdades o los esfuerzos se enfoquen específicamente en ellas,

probablemente el cambio hacia la sostenibilidad será más lento y sea demasiado tarde (Gómez, 2009).

Existe un proyecto de Peter Menzel, un fotógrafo estadounidense, llamado *Planeta hambriento* donde se pueden observar familias alrededor del mundo, lo que comen a la semana y cuánto dinero gastan; y es posible observar las enormes desigualdades existentes en el mundo: mientras una familia de 6 integrantes en Chad gasta 1.23 dólares a la semana en comida que es, en su mayoría granos y verduras, hay otra familia en Noruega de 5 personas que gasta 731.71 dólares semanales en comida compuesta de carne, pescado, frutas, verduras, cereales, jugo, leche, entre otros y todo empaquetado (Time, 2016). En México el gasto es de aproximadamente 190 dólares para una familia de 5 y tienen comida muy variada (como por ejemplo verdura, fruta, chorizo y mucho refresco de cola).

Las calculadoras de la huella ecológica (WWF, s.f.a; Global Footprint Network, s.f.), son herramientas interesantes que permiten que el impacto que tiene cada persona sobre el ambiente sea visible. La calculadora pide información sobre los hábitos y costumbres individuales y le asigna un valor numérico al daño que cada individuo le está haciendo al planeta con sus conductas cotidianas, aclarando la relación entre éstas y el daño ambiental. Además, compara los resultados con lo que sería la huella ideal de cada persona para que el planeta y sus recursos no se vean afectados. Este instrumento permite que se hagan evidentes las diferencias entre el impacto ambiental provocado por cada persona y hacer promedios de las sociedades y así poder observar las desigualdades que existen.

La eliminación de la pobreza es claramente un paso esencial para que la humanidad avance, pero a menos que todos los países se unan con ese objetivo en mente, parece complicado que se pueda realmente lograr la equidad económica en los próximos años, mientras que sí es esencial que se logre un cambio hacia lo sostenible en los

siguientes años o será muy tarde para todos. Hay que comenzar con algo, aunque sea pequeño, pero lo más pronto posible.

La tecnología e inteligencia humana nos van a salvar

Muchas personas, inclusive investigadores y científicos, ponen toda su fe en la tecnología e innovación humana y por consiguiente, no creen necesario hacer cambios porque eventualmente se encontrará la solución (Gifford, 2011). Pero, aunque la tecnología logre solucionar todos los problemas, hay que tomar en cuenta qué tanto las personas van a aceptar y usar estas nuevas tecnologías, además de que hay limitaciones económicas (Spence y Pidgeon, 2009).

Es un hecho que la tecnología juega un papel muy importante y que va a permitir que se logren muchos avances respecto al cuidado ambiental, pero como ya se mencionó, hay que convencer a los humanos a usarlas y aprovecharlas porque si se crean pero nadie las va a financiar, o nadie las va a usar, no sirve de nada. Hay mucho dinero invertido en elementos distintos, que debería ser invertido en este tipo de investigaciones en vez de otros que reciben millones de dólares anuales (como la guerra). Sería un poco ingenuo creer que se podrán crear tecnologías que solucionarán el problema si en la actualidad nadie invierte ni apoya proyectos que buscan investigar o innovar en estos temas.

Hasta ahora, la población ha encontrado formas de tener todos los recursos que necesita, y hasta el momento ninguno de los recursos “no renovables” se ha terminado, porque siempre se encuentran formas de aumentar su capacidad o se consiguen sustituciones (Tupy, 2017). Generalmente, la solución es disminuir el consumo, pero esto es difícil de lograr y es poco popular, y los cambios que ya se han realizado han traído problemas. Es por esto que lo más probable es que las verdaderas soluciones provengan de la tecnología e innovación.

El problema con ese pensamiento es que elimina cualquier toma de responsabilidad, tanto de los individuos y sus hábitos poco sostenibles como de las instituciones y empresas, y además pone toda su esperanza en tecnologías que aún no se han creado. Otro problema es que no se sabe cuándo y si es que van a comenzar estas investigaciones, probablemente se inventarán nuevas tecnologías cuando ya hayan sucedido catástrofes y podría ser demasiado tarde.

El cambio ambiental no es el mejor objetivo para las inversiones globales

Lomborg, también conocido como el ecologista escéptico, afirma que los esfuerzos y el dinero global no deberían gastarse en el cambio ambiental global porque aunque se invirtiera una gran cantidad de dinero ahora, se lograrían cambios pequeños en el futuro (Lomborg, 2005).

Sin embargo, muchos de los cambios en el futuro dependen de la investigación y el apoyo actual. No se puede asumir que ya se conocen todas las soluciones y que por lo tanto con lo que se tiene ahora, en ochenta años la inversión no va a valer nada ni va a ayudar en nada, ya que la inversión en la actualidad puede promover la creación de nuevas tecnologías. Además, aún no se sabe con total certeza cuáles van a ser los efectos verdaderos de los cambios ambientales que están ocurriendo ahora por lo que la visión de este autor es estrecha y se enfoca en el corto plazo.

El cambio ambiental global es un problema que puede tener consecuencias catastróficas para toda la humanidad. Lomborg propone que el dinero sería más eficiente si se invirtiera en curar ciertas enfermedades que afectan los países poco desarrollados (Jowitz, 2010). Es claro que lo que el autor propone son temas extremadamente importantes también, pero a la larga todos los seres humanos van a sufrir si el cambio ambiental y el calentamiento global no son frenados y sobre todo son estos países poco desarrollados los que se verían más afectados.

En la escala de priorización para las inversiones, no sólo se puede tomar en cuenta lo que más eficientemente se puede solucionar por la cantidad de dinero, sino también lo que más puede afectar y dañar a la larga y a cuántas personas. Además, los programas de cambios comportamentales y de entendimiento de las percepciones de los individuos no requieren mucho dinero.

6. Discusión y conclusiones

Los humanos se han acostumbrado a realizar ciertas conductas no sostenibles debido a barreras institucionales, inequidades en acceso y opciones restringidas, pero también por hábitos, rutinas, normas sociales y valores culturales (Jackson, 2005). Los psicólogos tienen la posibilidad de hacer conciencia del problema de forma efectiva, pero también deben apoyar para llevar a la acción.

Siempre que se realizan proyectos psicológicos que buscan modificar aspectos tan importantes como los valores culturales, las creencias, las actitudes y las percepciones, se debe de hacer mediante procesos transparentes, inclusivos y reflexivos (Crompton, 2010). Muchos de los textos revisados para este trabajo afirman que una de las pocas formas efectivas para acabar con la crisis ambiental en la que vivimos es disminuyendo globalmente la inequidad social y económica (Dauvergne, 2010; ONU, 2010). La consecuencia de esta inequidad es que el verdadero costo del consumo, es decir las externalidades negativas por las cuales nadie se preocupa, ni las empresas ni los gobiernos, acaba afectando a las personas más pobres y los ecosistemas más vulnerables (Dauvergne, 2010).

Como se ha visto a lo largo de este trabajo, uno de los obstáculos más importantes para la toma de acción son las barreras mentales, dependientes de los procesos sociales y psicológicos. Es por esto que la psicología debería estar tomando un papel primordial en los proyectos y programas enfocados en la sostenibilidad y el cuidado del ambiente. Es necesario actuar rápida y decisivamente porque si no se logra cambiar la mentalidad de los individuos y de las comunidades pronto, será muy tarde para poder resolver los problemas ambientales que se están causando.

Se han hecho muchas investigaciones en el ámbito de la psicología sobre cómo modificar el comportamiento y los hábitos, tomando en cuenta lo poco susceptibles que

son a los cambios, y se han encontrado estrategias para superar estos problemas. Sin embargo, las aplicaciones a las conductas proambientales en la vida cotidiana no han sido suficientemente extensas o permanentes. Por lo tanto, se vuelve necesaria una mayor participación por parte de los psicólogos en los temas de sostenibilidad y ecología.

La función de los psicólogos está sobre todo relacionada con:

- Analizar las tendencias políticas y su relación con las opiniones hacia la sostenibilidad.
- Estudiar e involucrarse con la cultura, el contexto y los aspectos sociales
- Desarrollar intervenciones educativas y de comunicación enfocadas a los valores y normas sociales de ciertas poblaciones específicas (Clayton et al., 2015).
- Estudiar el papel de los incentivos no monetarios en el cambio de comportamientos y decisiones tomadas respecto del ahorro energético en los hogares y el transporte.
- Colaborar con los desarrolladores de políticas y los sociólogos para revisar cómo funciona el cambio individual social para identificar en qué circunstancias se toman decisiones individuales y colectivas (Clayton et al., 2015).

Por medio de la psicología, se puede entender qué está impidiendo que se realicen los cambios comportamentales, entender las percepciones y opiniones, comprender cómo mejorar la comunicación, analizar cómo se toman las decisiones y cómo se forman los hábitos, para, desde este conocimiento, proponer programas que aborden y aporten soluciones sobre el verdadero problema. Ha habido ocasiones en las que se gastó más dinero en campañas informativas poco eficientes, que en el programa en sí mismo (Jackson, 2005), lo que llama a tener una mayor comprensión de lo que es indispensable y no sólo suponer que se comprenden las necesidades de los individuos. Para esto, la psicología puede tener una función primordial debido a su posible aspecto

transversal en los programas y el acompañamiento que puede proporcionar a los programas *técnicos*, políticos y económicos.

En general, los seres humanos no han cambiado sus conductas para que sean más protectoras del ambiente, a pesar de que sí hay ciertas comunidades que han logrado cambios. Después de analizar este trabajo se pueden dividir en dos las causas de este problema: hay un factor estructural que impide que se tengan facilidades o inclusive que niega la posibilidad de adoptar ciertos comportamientos, y por otro lado, existen barreras psicológicas que dificultan un cambio de hábitos hacia lo sostenible.

Existen muchos factores causantes del primer punto. La *teoría de los ofrecimientos* (*affordances* en inglés) intenta explicarlo al mencionar que los ofrecimientos son lo que el ambiente provee y proporciona al individuo, e implica la interacción entre ambos: lo que el individuo tiene la posibilidad de hacer gracias a estos ofrecimientos (Gibson, 1986). Esta teoría propone que lo que hay en el ambiente es lo que permite que se realicen ciertas acciones, o no, dándole mucha importancia a las señales y características ambientales que están disponibles para cada persona. Por lo tanto, sería necesario modificar muchos aspectos del ambiente para permitir los cambios conductuales proambientales.

Se sugiere la formación de grupos transdisciplinarios que integran las perspectivas teóricas y prácticas de distintas disciplinas para generar análisis novedosos sobre un tema de investigación (Stokols et al., 2003). El trabajo transdisciplinario es fundamental en la toma de decisiones, conductas proambientales y sostenibilidad. La crisis ambiental global es un fenómeno multifacético, causado por varios factores, y que tiene efectos muy distintos en el planeta y sus habitantes, ya sean relativos a la capa de ozono, a la contaminación de los mares, la contaminación del aire, el agotamiento de los recursos naturales, entre otros. Por lo tanto, cada causa y cada consecuencia deben ser estudiadas exhaustivamente y será importante encontrar soluciones de

distinta índole, tanto preventivas como correctivas, pero de forma conjunta y paralela, desde políticas que fomenten la infraestructura necesaria y de innovación científica y tecnológica.

Será necesaria la participación de biólogos, físicos, ingenieros, sociólogos, politólogos, antropólogos, arquitectos, químicos, y entre muchos otros, los psicólogos. Al final, la psicología es una disciplina en la que confluyen tanto el aspecto social, comportamental y humano como el aspecto fisiológico, por lo que puede tener un papel importante en la búsqueda de soluciones.

La otra causa, las barreras psicológicas, recae específicamente en las ciencias sociales y del comportamiento, tanto para entenderlas como para idear programas que las superen; y la psicología tiene un papel fundamental en la comprensión de la mente humana desde cualquier punto de vista, al igual que en el comportamiento y formación de hábitos. Es necesario que ambas causas de las barreras para el cambio se solucionen de forma conjunta, para que se logre un verdadero cambio comportamental en todas las personas.

En conclusión, la psicología tiene un papel importante en el cambio hacia una sociedad más consciente de los daños que se están causando al planeta, al igual que para modificar comportamientos y superar barreras psicológicas, para que se logre una verdadera transformación.

No importa que se instrumenten las modificaciones estructurales necesarias, no importa qué tantas nuevas tecnologías se creen o qué tantos ofrecimientos ambientales haya (Gibson, 1986), porque probablemente no serán usados o adoptados si las personas no superan las barreras psicológicas (una vez superadas la creación y participación en programas sería mucho más sencilla). Por otro lado, no será fácil que

se apoye la investigación y la innovación a menos que haya una conciencia colectiva del problema y de lo que se necesita para solucionarlo. Es por esto que la participación activa de la psicología es importante: para que la información llegue de forma correcta a todos, y que se superen las barreras psicológicas y así más individuos estén dispuestos a tomar las acciones necesarias para lograr un verdadero cambio.

Se proponen por lo tanto dos conclusiones basadas en el presente estudio. La primera hace referencia a la importancia de las conductas proambientales y la segunda a la importancia de la psicología aplicada a la promoción de estas conductas, además de su importancia en la lucha contra el cambio ambiental global.

Las conductas proambientales de la vida cotidiana, son un aspecto importante en la promoción de conductas proambientales en general. Deberían tener la misma prioridad que los otros programas que buscan promover la sostenibilidad, como por ejemplo aquellos que fomentan la compra de paneles solares o coches eléctricos. Una de las razones por las cuales no se ha logrado un cambio importante y permanente es por estas barreras psicológicas, y una forma eficiente de combatirlas es empezando con acciones pequeñas y factibles para ir cambiando la mentalidad de las personas involucradas.

Estas conductas pueden ayudar a hacer conciencia del problema y a la vez, esta conciencia podrá promover otras conductas (bajo el esquema de la teoría del comportamiento planeado), además de que las personas empiecen a esforzarse en cuidar el ambiente y darle importancia a estas conductas. Por otro lado, muchas de ellas son conductas que requieren esfuerzo cognoscitivo pero no mucho esfuerzo físico o económico, e inclusive pueden facilitar el ahorro, por lo que pueden ser conductas iniciadoras de otras conductas más complejas. Además, se podrían crear programas que no requieren mucho presupuesto, debido a que se trabaja directamente con las personas, reorientando el gran gasto de infraestructura en estrategias de comunicación

y persuasión para llegar a consensos. Sin embargo, son conductas que deben ser adoptadas a largo plazo y son difíciles de mantener, y requieren mucho compromiso por parte de los participantes.

Tomando en cuenta lo planteado en esta tesis, la psicología debería considerar participar en las múltiples etapas y en los diferentes proyectos que busquen promover la sostenibilidad. Ya sea en las campañas de publicidad y comunicativas, en las investigaciones de la opinión y percepción públicas, en la creación de políticas dirigidas tanto a los individuos y sus conductas cotidianas como a las instituciones y empresas, al entendimiento del comportamiento humano, o en la comprensión del comportamiento humano y los obstáculos para cambiarlo.

Actualmente, la psicología tiene mayormente un papel de investigación en temas de sostenibilidad y el fomento de las conductas proambientales, cuando debería ser una de las disciplinas principales en la lucha contra el cambio ambiental global (es decir no sólo enfocarse en la investigación sino también en la aplicación práctica y la creación de programas y políticas). Esto se debe a que es un problema que afecta a toda la población mundial, que está conformada por una gran cantidad de individuos que deben ser estudiados y comprendidos para poder proponer soluciones eficaces y apegadas a las posibilidades y necesidades de cada caso. Es la única forma de llegar a un consenso y por lo tanto un cambio radical impulsado por todos.

Muchos de los programas realizados en el ámbito de la psicología y las conductas proambientales cotidianas, además de ser más bien de análisis y no tanto de intervención, no son específicos o no son replicados para lograr una implementación a mayor escala, en parte por las diferencias culturales y sociales y en parte por las dificultades (temporales, de esfuerzo, de constancia) que implica tener que superar las barreras psicológicas y del esfuerzo cognoscitivo. Por ejemplo, en Holanda más del 27% de los viajes se hacen en bicicleta, y ese número puede ser mucho más alto en

algunas ciudades (Government of the Netherlands, s.f.). Para esto hicieron investigaciones acerca de los beneficios de usar bicicleta tanto para los usuarios como para las instituciones y empleadores, al igual que instaurar diferentes programas de incentivos y proporcionar una buena infraestructura. En Suecia, el reciclaje y la reutilización de la basura ha permitido que sólo el 1% de toda la basura acabe en vertederos, ya que el 47% es reciclado y el restante es reutilizado para crear energía (Hinde, 2020). En este caso, además de los programas de incentivos y la instrumentación de la infraestructura necesaria, el gobierno financió un *laboratorio comportamental* que apoya con los programas para hacerlos más eficientes.

Ambos ejemplos suceden en países pequeños, donde hay una población relativamente pequeña (17 millones de habitantes en Holanda y 10 millones en Suecia), y son países primer mundistas y muy desarrollados. Replicar este tipo de programas en países con poblaciones mucho mayores y con menos fondos públicos dedicados a estos programas (como México y gran parte de Latinoamérica) sería imposible o por lo menos muy complicado. Hay que tomar en cuenta estas limitantes al momento de realizar este tipo de estudios y de generalizar las investigaciones previas.

Esto no significa que no sean posible lograr muchos cambios dentro de las limitantes expuestas desde la psicología. Pero, si la psicología se establece como fundamental en la lucha contra el cambio ambiental global, será necesario que dentro del gremio de psicólogos se difunda más esta rama de la psicología. Hasta el momento este campo de la psicología está disponible para los interesados pero no es difundido a los estudiantes y en consecuencia, muchos psicólogos desconocen que existe esta área de estudio. Además, parece ser que sólo los psicólogos saben que su papel es importante en la lucha contra el cambio ambiental global, por lo que un primer paso sería hacer muy explícita la importancia de que los psicólogos tengan un papel primordial en todas las facetas de la solución. Esto debería suceder con los tomadores de decisiones y los formuladores de políticas, para que empiece a haber una mayor

participación y se creen más posiciones para la integración de psicólogos a los equipos de trabajo.

Conclusión

Para iniciar cualquier cambio social, es preciso primero comprender a las personas y entender qué hay que hacer para lograr ese cambio. En este caso no va a ser tan sencillo como simplemente decir que hay que hacer algo, porque realmente es necesario actuar de forma rápida y eficaz. Las personas son un factor esencial en cualquier cambio, toma de decisión y creación de políticas, por lo que la psicología es una disciplina esencial en este tan necesitado cambio.

Gómez (2009) nos menciona que nadie tiene *la verdad*, y se ha demostrado que la coerción sólo sirve en el corto plazo porque los *perdedores* siempre se acaban rebelando. El consenso es una vía larga y tardada, pero siempre ha demostrado ser la mejor opción para el largo plazo. Por otro lado, la idea del *progreso* y del avance de la sociedad, al igual que la idea de la armonía con la naturaleza, son conceptos complejos con los que hay que ser cuidadosos, sobre todo al usarlos como guía para las acciones humanas. Es necesario realizar un análisis de la situación actual y a partir de allí decidir qué puede ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas, tomando en cuenta las generaciones futuras. Es importante adoptar distintos caminos para cuidar el ambiente, ya sea el cuidado de los espacios naturales como la explotación consciente de los recursos, pero siempre con el enfoque del bienestar humano.

La solución no es dejar de consumir, como muchos piensan. Lo que hay que hacer es consumir de forma más inteligente y más responsable. A la larga se estará ayudando el ambiente, protegiendo a las generaciones futuras y ahorrando dinero. El problema es que los humanos están mucho más enfocados en el beneficio inmediato, que pensando

en el bien común para el largo plazo, además de que les es difícil cambiar hábitos establecidos.

El planeta y sus recursos sí son renovables y por lo tanto pueden soportar el consumo del ser humano, sólo no al ritmo al que los humanos los están explotando. Los seres humanos tienen la capacidad de comprender y de aprender de situaciones que no han vivido directamente pero el problema es que mientras más se espere, mientras más se discuta en el cómo el cuándo y el porqué, la basura seguirá circulando de forma lineal, el aire, el agua y la tierra se seguirán contaminando, los combustibles fósiles se seguirán extrayendo y consumiendo, los gases de efecto invernadero se seguirán acumulando y será cada vez más difícil, caro y desgastante corregir los problemas causados.

Por lo tanto, parece ser que lo más importante es identificar qué se puede hacer desde ahora y para cada problema, y comenzar a hacerlo. No dejarlo para después. Hay que delimitar en acciones concretas y sencillas lo que se puede hacer, para así empezar desde hoy. Lo importante es comenzar a darle importancia a los temas ecológicos para que los valores y las normas sociales puedan alinearse a los estilos de vida sostenibles, y de esta forma se adoptarán más fácilmente las nuevas medidas que vayan apareciendo.

Es necesario llegar a acuerdos globales que busquen disminuir los daños ambientales, mediante límites establecidos de contaminación, de explotación de recursos y la promoción de programas que busquen limpiar la contaminación existente, entre muchas otras propuestas que podrían mejorar la situación ambiental global. Pero cada país e inclusive cada región, debe encontrar propuestas que funcionen para sus comunidades, ya que asumir que todas las sociedades y las distintas culturas van a reaccionar de la misma forma a los mismos procesos sería erróneo. Para esto, se debe

de realizar un trabajo conjunto de investigación y aplicación práctica y así comprender qué podría funcionar para conseguir estos cambios.

Como lo mencionan Spence y Pidgeon (2009), para lograr todos los objetivos propuestos para disminuir la huella ecológica humana (WWF, s.f.a), es esencial cuestionar la toma de decisiones y el comportamiento humano porque si no, habrá consecuencias inesperadas al momento de desplegar nuevas tecnologías y políticas, por falta de aceptación, o por explicaciones simplistas y estereotipadas de las diversas percepciones y motivaciones de los individuos. Por lo tanto, se hace necesario que los psicólogos se involucren con los tomadores de las decisiones y desarrolladores de políticas.

Las conductas ambientalmente relevantes tanto protectoras como destructivas, y (más específicamente) las conductas proambientales en la vida cotidiana deben ser cuidadosamente estudiadas, para encontrar la forma más eficiente de modificar los hábitos y costumbres actuales de gran parte de la población. De esta forma será posible comenzar a promover un cambio, comenzando por pequeñas conductas y hábitos individuales, para eventualmente conseguir modificaciones sociales y estructurales que tengan un gran impacto en el cuidado del medio ambiente.

La psicología no sólo es importante para buscar un cambio, sino que es una disciplina fundamental para contrarrestar estas barreras psicológicas, el entendimiento de la toma de decisiones y de las conductas, lo que puede ayudar a los tomadores de decisiones y a los individuos mismos a modificar sus actitudes y conductas ambientalmente relevantes hacia el cuidado ambiental y así lograr verdadero avance. Puede ser benéfico empezar por las conductas proambientales de la vida cotidiana, por su simplicidad y el gran efecto que podrán tener en el futuro.

Referencias

- Ajzen, I. y Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behaviour relation: reasoned and automatic processes. *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1-33.
- Alberro, H. (2020). Stop blaming population growth for climate change. The real culprit is wealth inequality. *Scroll.in*. Recuperado de: <https://scroll.in/article/952350/stop-blaming-population-growth-for-climate-change-the-real-culprit-is-wealth-inequality>
- Alejo, M. (2016). *Percepción de riesgo y habilidades para la vida en adolescentes consumidores y no consumidores de alcohol* (Tesis de licenciatura). UNAM, Ciudad de México.
- Bailenson, J.N. & Yee, N. (2008). Psychology in Communications Processes. En W. Donsbach. (Ed.), *The International Encyclopedia Of Communication* (pp. 3931-3937). Malden, E.U.A.: Blackwell Publisher.
- Brewster, B. & Bell, M. (2010). The Environmental Goffman: Toward an Environmental Sociology of Everyday Life. *Society and Natural Resources*, 23, 45-57.
- Carbon Brief. (2011). *What we know and what we don't know*. Carbon Brief: Clear on Climate. Recuperado de: <https://www.carbonbrief.org/what-we-know-and-what-we-dont-know>
- Centro del Cambio Global y la Sustentabilidad (CCGS). (2013). *¿Qué es sustentabilidad?* Recuperado de: <http://ccgss.org/sustentabilidad/>
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. Londres: Routledge.
- Clayton, S., Devine-Wright, P., Stern, P., Whitmarsh, L., Carrico, A., Steg, L., et al. (2015). Psychological research and global climate change. *Nature Climate Change*, 5, 640-646.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO). (2020). *¿Por qué se pierde la biodiversidad?* Recuperado de: <https://www.biodiversidad.gob.mx/biodiversidad/porque.html>

- Cohen, J. (2017). *How do we break our addiction to plastic?* University of California. Recuperado de: <https://www.universityofcalifornia.edu/news/83-billion-metric-tons-plastic-and-counting>
- Cone, J. y Hayes, S. (1980) *Environmental problems/behavioral solutions*. California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Corral Verdugo, V. (1998). Aportes de la psicología ambiental en pro de una conducta ecológica responsable. *J. Guevara, A.M. Landázuri y A. Terán (Comps.). Estudios de psicología ambiental en América Latina. México: UAP-UNAM-CONACyT.*
- Corral Verdugo, V., Tapia Fonllem, C., Fraijo Sing, B., Mireles Acosta, J. y Márquez Ulloa, P. (2008) Orientación a la sustentabilidad como determinante de los estilos de vida sustentables: un estudio con una muestra mexicana. *Revista Mexicana de Psicología, 25(2)*, 313-327.
- Crompton, T. (2010). *Common Cause: The Case for Working with our Cultural Values*. WWF-UK. Recuperado de: <http://www.wwf.org.uk/change>
- Dauvergne, P. (2010). The problem of consumption. *Global Environmental Politics, 10(2)*.
- Doran, R. y Larsen, S. (2016). The relative importance of social and personal norms in explaining intentions to choose eco-friendly travel options. *International Journal of Tourism Research, 18*, 159-166.
- Ehrlich, P.R. & Holdren, J.P. (1971). Impact of population growth. *Science, 171*, 1212-1217.
- Encalada, M. (2005). *Comunicación sobre el cambio climático: Manual para su planificación y práctica en América Latina*. PNUMA.
- Environmental Protection Agency. (2020). *What is acid rain?* Recuperado de: <https://www.epa.gov/acidrain/what-acid-rain>
- Facultad de Psicología, UNAM. (2013). *Tesis*. Recuperado de: <http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/titulacion/TESIS.pdf>

- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2020). *Crisis de la cadena alimentaria*. Recuperado de: <http://www.fao.org/resilience/areas-de-trabajo/crisis-de-la-cadena-alimentaria/es/>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2006). *"Livestock's Long Shadow: environmental issues and options"*. Roma. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a0701e/a0701e00.htm>
- Garramuño, J. (2009). *¿Cambio Climático o Cambio Ambiental Global?* Recuperado de: <http://www.cambioclimatico.org/contenido/cambio-climatico-o-cambio-ambiental-global>
- Geller, E. (2002). The challenge of increasing proenvironment behavior. En Bechtel, R. & Churchman, A. (Ed.), *Handbook of Environmental Psychology* (525-540). New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Gibson, J. (1986). *The ecological approach to visual perception*. Londres: Psychology Press.
- Gifford, C. (2004). *Desarrollo Sostenible*. Madrid: Ediciones Morata.
- Gifford, R. (2011). The dragons of inaction: Psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American Psychologist*, 66(4), 290-302.
- Global Footprint Network (s.f.). *What is your ecological footprint?* Recuperado de: <https://www.footprintcalculator.org/>
- Gómez, L. (2009). *El ambientalismo*. México: Nostra Ediciones.
- Government of the Netherlands. (s.f.). *Ways of encouraging bicycle use*. Recuperado de: <https://www.government.nl/topics/bicycles/bicycle-policy-in-the-netherlands>
- Hager, C. y Haddad, M. (2015). *NIMBY is beautiful: Cases of local activism and environmental innovation around the world*. Oxford: Berghahn Books.
- Heller, A. (1967). *Sociología de la vida cotidiana*. Colección Socialismo y Libertad. [Libro electrónico]. Recuperado de: https://www.academia.edu/33330245/SOCIOLOG%C3%8DA_DE_LA_VIDA_CO_TIDIANA

- Hielscher, S., Fischer, T. & Cooper, T. (2007). *How often do you wash your hair?* Turquía: Shura.
- Hinde, D. (2020). *The Swedish recycling revolution*. Sweden: official site of Sweden. Recuperado de: <https://sweden.se/nature/the-swedish-recycling-revolution/>
- Huguet, J. (2017a). *How conservatives are joining the climate change fight*. University of California. Recuperado de: <https://www.universityofcalifornia.edu/longform/how-conservatives-are-joining-climate-change-fight>
- Huguet, J. (2017b). *How to go green without really trying*. University of California. Recuperado de: <https://www.universityofcalifornia.edu/longform/how-go-green-without-really-trying>
- Investigate West. (2012). *Polluting the water with toothpaste, shampoo and drugs*. Recuperado de: <https://www.invw.org/2012/09/12/new-pollutants-1313/#>.
- Jackson, T. (2005). *Motivating Sustainable Consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change*. University of Surrey: Center for Environmental Strategy.
- Jensen, M. (2007). Defining lifestyle. *Environmental sciences*, 4(2), 63-73.
- Jowit, J. (30 de agosto de 2010). Bjørn Lomborg: The dissenting climate change voice who changed his tune. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/>
- Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*. México: Debolsillo Penguin Random House Grupo Editorial.
- Lalivé D'Epinay, C. (2008). La vida cotidiana: Construcción de un concepto sociológico y antropológico. *Sociedad Hoy*, (14), 9-31.
- Lister, J. (2015). Consumerism. En Pattberg, P. & Zelli, F. (Ed.), *Encyclopedia of Global Environmental Governance and Politics* (9-15). Northampton, E.U.A.: Edward Elgar Publishing.

- Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (2008). *Theories of Human Communication*. Belmont, E.U.A.: Thompson Wadsworth.
- Lomborg, B. (Febrero de 2005). *Global priorities bigger than climate change* [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/bjorn_lomborg_global_priorities_bigger_than_climate_change?language=en
- Madden, T., Scholder, P. y Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behaviour and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.
- Marchand, A. & Walker, S. (2008). Product development and responsible consumption: designing alternatives for sustainable lifestyles. *Journal of Cleaner Production*, 16, 1163-1169.
- McKenzie-Mohr, D. (2000). Fostering sustainable behaviour through community-based social marketing. *American Psychologist*, 55(5), 531-537.
- McKenzie-Mohr, D. & Smith, W. (1999). *Fostering sustainable behavior: An introduction to community-based social marketing*. Gabriola Island, B.C.: New Society.
- Moreno Sánchez, A.R. (2006). Espacios internacionales de discusión y acción gubernamental y social ante el cambio ambiental global. En J. Urbina Soria y J. Martínez Fernández (Eds.), *Más allá del cambio climático: Las dimensiones psicosociales del cambio ambiental global* (pp. 195-214). Instituto Nacional de Ecología.
- Moreno Sánchez, A.R. y Urbina Soria, J. (2008). *Impactos sociales del cambio climático en México*. INE-PNUD.
- Moser, S. & Dilling, L. (2011). Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap. En Dryzek, J., Norgaard, R. & Schlosberg, D. (Ed.), *The Oxford Handbook of Climate Change and Society* (161-174). Oxford, UK: Oxford University Press.
- National Institute of Environmental Health Sciences (NIEHS). (2019). *Reduce, Reuse, Recycle*. Recuperado de: <https://kids.niehs.nih.gov/topics/reduce/index.htm>

- Nunez, C. (2019). Deforestation Explained. *National Geographic*. Recuperado de:
<https://www.nationalgeographic.com/environment/global-warming/deforestation/>
- Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *Cambio Climático y salud humana: Cambios ambientales mundiales*. Recuperado de:
<https://www.who.int/globalchange/environment/es/>
- Poortinga, W., Steg, L. y Vlek, C. (2004). Values, environmental concerns and environmental behavior: A study into household energy use. *Environment and Behavior*, 36(1), 70-93.
- Procuraduría Federal del Consumidor. (2019). Obsolescencia programada: diseñados para morir. Recuperado de:
<https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/obsolescencia-programada-disenados-para-morir?idiom=es>
- Roser, M. (2020). Global Economic Inequality. *Our World in Data*. Recuperado de:
<https://ourworldindata.org/global-economic-inequality>
- Schwartz, S. (1973). Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal and empirical test. *Journal of Experimental Psychology*, 9, 349-364.
- Secretaría de Energía (SENER). (2015). *Desarrollo sostenible*. Recuperado de:
<https://www.gob.mx/sener/articulos/desarrollo-sostenible>
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2018). *Diferencia entre sustentable y sostenible*. Recuperado de:
<https://www.gob.mx/semarnat/articulos/diferencia-entre-sustentable-y-sostenible>
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2017). *¡Reciclemos para dar respiro a la naturaleza!* Recuperado de:
<https://www.gob.mx/semarnat/articulos/reciclemos-para-dar-respiro-a-la-naturaleza>
- Spence, A. & Pidgeon, N. (2009). Psychology, climate change & sustainable behaviour. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(6), 8-18.
- Stahl, K. (2018). "Yes In My BackYard": Can a new pro-housing movement overcome

- the power of NIMBYs? *Zoning and Planning Law Report*, 41(3), 2-16.
- Stern, N. & Jacobs, M. (2007). *The Economics of Climate Change: The Stern Review*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stokols, D., Fuqua, J., Gress, J., Harvey, R., Phillips, K., Baezconde-Garbanati, L., Unger, J., Palmer, P., Clark, M.A., Colby, S.M., Morgan, G. y Trochim, W. (2003). Evaluating transdisciplinary science. *Nicotine & Tobacco Research*, 5(S1), S21-S39.
- Sundstrom, E., Bell, P., Busby, P. & Asmus, C. (1996). Environmental Psychology 1989-1994. *Annual Review of Psychology*, 47, 485-512.
- Tapia-Fonllem, C., Corral Verdugo, V., Fraijo Sing, B. & Durón Ramos, M.F. (2013). Assessing Sustainable Behavior and its Correlates: A Measure of Pro-Ecological, Frugal, Altruistic and Equitable Actions. *Sustainability*, 5, 711-723.
- Thirlaway, K. & Upton, D. (2009). *The Psychology of Lifestyle: Promoting healthy behaviour*. London: Routledge.
- Thøgersen, J. (2004). A cognitive dissonance interpretation of consistencies and inconsistencies in environmentally responsible behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 93-103.
- Thøgersen, J. (2005). How may consumer policy empower consumers for sustainable lifestyles? *Journal of Consumer Policy*, 28, 143-178.
- Thøgersen, J. & Ölander, F. (2003). Spillover of environment-friendly consumer behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 225-236.
- Time Staff (2016). Hungry planet: what the world eats. *Time*. recuperado de: <https://time.com/8515/what-the-world-eats-hungry-planet/>
- Tupy, M. (2017). Why the human brain is our most precious commodity. *Human Progress*. Recuperado de: <https://humanprogress.org/article.php?p=482>
- United Nations: Sustainable development goals. (2019). *The Sustainable Development Agenda*. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>

- United Nations Documentation: Environment. *Major Conferences and Reports*. Dag Hammarskjold Library. Recuperado de:
<https://research.un.org/en/docs/environment/conferences>
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2005). *Manual de trabajos de grado especialización y maestría y tesis doctorales*. Caracas: FEDUPEL.
- Urbina Soria, J. (2006). Dimensiones psicológicas del cambio ambiental global. En J. Urbina Soria y J. Martínez Fernández (Eds.), *Más allá del cambio climático: Las dimensiones psicosociales del cambio ambiental global* (pp. 65-77). Instituto Nacional de Ecología.
- Uribe Fernández, M.L. (2014). La vida cotidiana como espacio de construcción social. *Procesos Históricos*, (25), 100-13.
- Vandeman, M. (2015). The myth of the sustainable lifestyle. *Journal of Global Biosciences*, 4(5), 2236-2238.
- Velarde, S. (2006). *Sociología de la vida cotidiana*. Ciudad Juárez.
- Wapner, P. & Willoughby, J. (2005). The irony of environmentalism: The ecological futility but political necessity of lifestyle change. *Ethics & International Affairs*, 19(3), 77-89.
- Wood, W. & Rüniger, D. (2016). Psychology of habit. *The Annual Review of Psychology*, 67, 289-314.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.
- World Wildlife Fund (WWF). (2019). *¿Cuál es la diferencia entre mitigar y adaptarse al cambio climático?* Recuperado de: <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/cual-es-la-diferencia-entre-mitigar-y-adaptarse-al-cambio-climatico>
- World Wildlife Fund (WWF). (s.f.a). *Understand how the way you live impacts the planet!* Recuperado de:
https://wwf.panda.org/get_involved/live_green/footprint_calculator.cfm

World Wildlife Fund (WWF). (s.f.b). *Water Pollution*. Recuperado de:
https://wwf.panda.org/knowledge_hub/teacher_resources/webfieldtrips/water_pollution