

CLAVES PARA ROMPER LA BRECHA ENTRE LA CONCIENCIA Y LA ACCIÓN SOSTENIBLE

Por: Antonio González. 18/10/2022

Debemos deshacernos del sesgo del presentismo: la idea de que los beneficios a la hora de cambiar nuestras vidas y actuar frente al cambio climático pertenecen al futuro.

La despreocupada pasividad de la población ante el anuncio de la caída de un meteorito en la aclamada película *Don't Look Up* es la mejor alegoría de lo que está sucediendo en la vida real con nuestra actitud frente al cambio climático y la justicia social. La crisis climática representa la mayor amenaza global para el conjunto de la especie humana y, sin embargo, tal y como desprende el estudio que hemos realizado junto a Imop Insights, [Comportamientos sostenible. De la intención a la acción](#), la mitad de la ciudadanía aún no percibe una situación de riesgo inmediato en los efectos que ya estamos percibiendo. Lo que es peor: esta falta de urgencia les **frena a la hora de salir de su zona de confort de hábitos poco sostenibles** y pasar de la intención a la acción.

Las [olas de calor extremo](#) vividas este verano han supuesto para muchos sentir en su propia piel una realidad que es innegable: el calentamiento global como consecuencia del cambio climático es un hecho probado. Pese a lo tangible de estos fenómenos y a la alerta de la comunidad científica, **siguen existiendo ciudadanos que se resisten a la evidencia** y otros que, aunque toman conciencia, no pasan a la acción. Afortunadamente, hay un colectivo creciente de pioneros concienciados y activados, pero la mayoría de la población se encuentra en algún momento de transición.

Existe un discurso público positivo sobre la necesidad de llevar a cabo la transición sostenible, pero los comportamientos no acompañan esa tendencia. Una mayoría de la población piensa que el cambio climático está afectando ya a sus vidas o lo va a hacer en el futuro cercano. Y no solo eso: también piensan que este proceso les va a obligar a cambiar su estilo de vida. Entonces, ¿por qué no actuamos como pensamos? En la ruptura de la **brecha entre la conciencia y la acción** confluyen un conjunto de factores, empezando por la visión que tiene la propia persona y

continuando por una serie de tensiones que provocan que entremos en un estado de duelo en torno a la sociedad de consumo.

Una mayoría de la población piensa que el cambio climático ya está afectando a sus vidas y que les va a obligar a cambiar su estilo de vida

En el estudio se identifican diferentes tipologías de ciudadanos con actitudes y posiciones diferenciales sobre el cambio climático y los hábitos de consumo. Entre ellos encontramos a los convencidos (18,3%) y sensibilizados (11,5%); los pro sostenibles, que están motivados o en proceso de cambio de hábitos (39%); los pasivos (24%); los acomodados (8,3%) y los descreídos (7%).

Pero ¿cuáles son las claves para activar a la población en el mayor reto de nuestra historia como especie? En primer lugar, necesitamos desactivar en este debate la **polarización ideológica** y el enfrentamiento político; debemos situarlo en el ámbito científico e interpretarlo como un reto transversal para toda la sociedad. El consenso científico es indiscutible y la necesidad de una acción común, una necesidad urgente.

Uno de los argumentos que esgrimen los participantes del estudio es que no es fácil visibilizar los beneficios directos de un comportamiento más responsable. Se trata del **sesgo del presentismo**, por el cual percibimos que nuestros comportamientos no tienen un impacto inmediato, sino que sus beneficios se ven en realidad proyectados en el futuro, lo que representa un menor incentivo a corto plazo. Precisamos de modelos de conducta a seguir y visibilidad social con los que sortear este sesgo y llegar a la población con nuestros mensajes. Necesitamos embajadores de la sostenibilidad que expliquen de manera cercana a la ciudadanía cómo podemos integrar en nuestra cotidianidad un nuevo estilo de vida: acciones y gestos que ayuden a reducir nuestro impacto en el entorno y las desigualdades sociales, y que nos ayuden a lograr las ventajas de romper con las prácticas de consumo poco sostenibles.

Un buen puñado de ejemplos prácticos los puedes encontrar en el [segundo capítulo del podcast de B Corp, Ser o no Ser B: ¿Realmente necesito comprar esto?](#)

Productores de muebles como Hannun, que apuestan por una cadena de producción sostenible (conociendo el origen de cada material o produciendo bajo demanda para que el producto no acabe en un vertedero); aplicaciones como Too

Good To Go que ayudan a evitar el desperdicio alimentario; o actitudes como las que recomienda la OCU respecto a las compras de ropa son ejemplos de acciones individuales que pueden marcar la diferencia para consumir de forma responsable.

Volviendo al estudio mencionado líneas más arriba, **los ciudadanos adolecen de información precisa y concreta sobre el comportamiento adecuado**. Para remediar esta situación es necesario impulsar la investigación y la acción sobre el ámbito de los comportamientos sostenibles, así como redoblar los esfuerzos en las tareas de sensibilización y divulgación en todos los canales y medios a nuestro alcance. El reto es facilitar a la población la información científica de una manera asequible y continuar luchando contra la desinformación y las *fake news* que inundan internet y, en especial, las redes sociales.

Es tiempo de activar **conversaciones abiertas y diversas** para identificar las acciones que cierran esa brecha entre la intención y la acción. Necesitamos una respuesta generalizada, masiva y alineada de la ciudadanía, pero también de las administraciones públicas, el mundo empresarial y el tercer sector, que son los actores que deben tejer el futuro de las relaciones y de la economía. Hay mucho por hacer: pasemos a la acción.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Ethic

Fecha de creación

2022/10/18