

The Nature
Conservancy



HABLEMOS DEL CLIMA

GUÍA SOBRE CÓMO ACTUAR

5 sencillos consejos para ayudar a amigos y familiares a empezar a hablar sobre el cambio climático.

Porque no podemos solucionar aquello de lo que no hablamos.

Si has llegado hasta aquí es porque entiendes el problema.

Sabes que los datos de la ciencia climática son evidentes. Sabes que está sucediendo, aquí y ahora. Y sabes que tenemos que actuar YA si queremos cambiar el curso de los acontecimientos para nuestro planeta.

La buena noticia es que no eres la única persona que lo piensa: **7 de cada 10 estadounidenses creen que el cambio climático es algo real.**

Pero a pesar de ello, menos de la mitad de las personas habla de ello frecuentemente con amigos o familiares.

Esto es una gran desconexión. Porque no podemos solucionar el problema si no hablamos de él. Y no hablar de él es más dañino de lo que podríamos pensar: las investigaciones demuestran que el silencio, especialmente por parte de personas de las que se espera que alcen la voz, se percibe como estar de acuerdo con la desinformación.

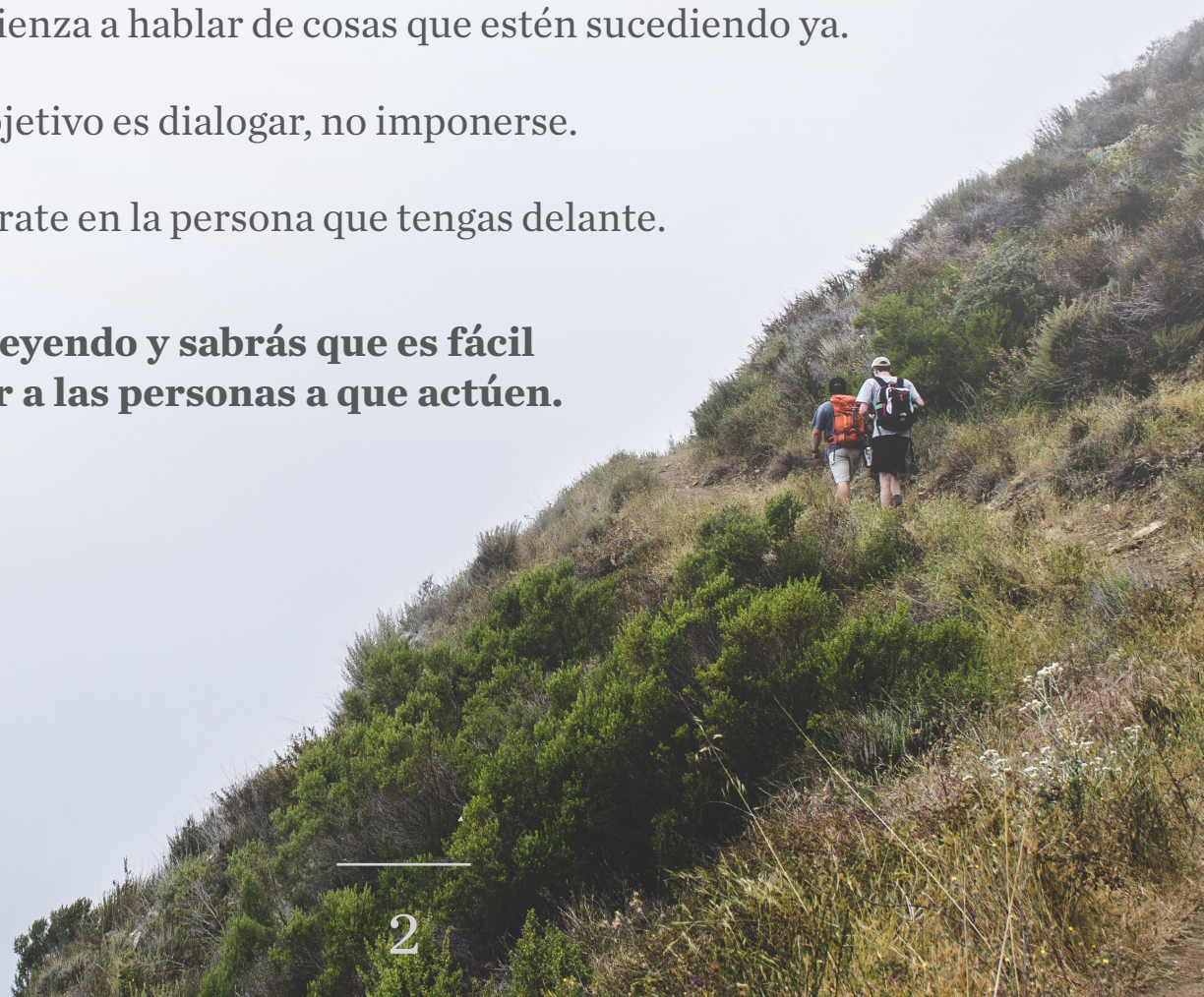
The Nature Conservancy ha elaborado esta guía para ayudar a suscitar debates sobre el tema. Es de fácil comprensión y puede ayudar a mostrar a las personas de nuestro entorno que el cambio climático no es una cuestión reservada a especialistas, sino que es un problema real que todo el mundo puede ayudar a solucionar.

Comencemos.

5 sencillos consejos para empezar la conversación

1. Habla con las personas partiendo de sus circunstancias y su percepción del tema.
2. Conectar es más importante que exponer datos.
3. Comienza a hablar de cosas que estén sucediendo ya.
4. El objetivo es dialogar, no imponerse.
5. Céntrate en la persona que tengas delante.

Sigue leyendo y sabrás que es fácil animar a las personas a que actúen.





CONSEJO N.º 1

Habla con las personas partiendo de sus circunstancias y su percepción del tema.

Comienza la conversación a partir de lo que la persona con la que hables conozca del tema, no desde tu nivel de conocimiento o el nivel de conocimiento que crees que la persona debería tener.

Las personas se interesan por las cosas que valoran y son importantes para sus propias vidas, más que por teorías abstractas. De modo que, si lo que más les preocupa son los huracanes, empieza a hablar de estos. Si lo que les interesa son los casquetes polares, vale también. Si desean hablar del trabajo y la familia, ese es también un buen punto de partida.

Es importante escuchar sus puntos de vista con paciencia e interés y no soltar un discurso. Tener una conversación con alguien que está constreñido por sus propios problemas e ignora lo que le estás diciendo resulta frustrante para todas las partes. Escuchar —escuchar de verdad y sin distracciones— aumenta la probabilidad de que tu interlocutor reaccione de forma positiva cuando te llegue el turno de hablar.

Sítuate en el punto en que se encuentren tus interlocutores y empieza ahí tu conversación.

Sé paciente con la persona con la que estés hablando y atráele hacia la conversación:

- *«¿Puedes contarme más de esto?»*
- *«Quiero estar seguro de que entiendo tu razonamiento... [Vuelve a la cuestión que no tengas claro]»*

Y entiende que esa persona puede que necesite más de una conversación para abrirse a lo que le estás tratando de decir.

- *«Esto es algo sobre lo que no tenemos por qué estar de acuerdo hoy. Solo me alegro de que hablemos de ello».*



CONSEJO N.º 2

Conectar es más importante que exponer datos.

La ciencia y la verdad objetiva son importantes. Pero los datos por sí solos no conmueven; las historias, sí.

Y conmover a las personas es la clave para conseguir que actúen por el bien común. Los estudios demuestran que las sustancias químicas liberadas en el cerebro cuando una persona siente una conexión emocional hacen que sea más colaborativa.

Esto significa que se puede luchar contra el cambio climático simplemente teniendo una conversación que haga que la otra persona sienta algo. No temas, por lo tanto, mostrar tus emociones y hablar de cómo el cambio climático ha impactado en las personas y en los lugares que amas.

Conecta tu punto de vista con los valores que compartes con la persona con la que estás hablando. Es este sentido de identidad compartida, de conexión, lo que hace que lo que dices tenga más impacto. Busca oportunidades de hallar esas conexiones sobre valores y experiencias compartidas.

He aquí algunas ideas para establecer una conexión y una identidad compartida:

- *«¿Recuerdas la playa a la que a nuestra abuela le gustaba llevarnos? Ahora es ya sólo una franja estrecha porque el océano ha crecido allí».*
- *«Tú tienes familia en California. Estoy seguro de que todos los incendios forestales incontrolables te hacen sentir miedo por ellos».*
- *«El año pasado, el campamento de verano al que mandamos a nuestros hijos tuvo que cerrar porque superaron los 35° durante toda una semana».*
- *«Tú eres una persona generosa y la primera que da un donativo cuando hay un huracán o una inundación. ¿No crees que en los últimos años se han producido muchas más catástrofes extremas como estas?»*



CONSEJO N.º 3

Comienza a hablar de cosas que estén sucediendo ya.

La inmediatez es poderosa, y esto es especialmente cierto si hablamos de implicar a amigos y familiares en la acción frente al cambio climático. Cuando se habla sobre de qué modo el cambio climático está afectando a lugares cercanos que conocen, las personas son más proclives a querer comprometerse y hacer algo al respecto. Hay que asegurarse por lo tanto de que las personas comprenden lo que pueden perder personalmente cuando se habla sobre los impactos del cambio climático.

Las personas también se muestran más abiertas a reconocer el cambio climático cuando observan sus efectos en acontecimientos locales. Debe señalarse por lo tanto los cambios en las estaciones, las tormentas, las olas de calor, etc. Esto vale incluso para los escépticos del cambio climático.

Hay que tener cuidado también en cómo se usa la esperanza y el miedo. Lo que sabemos por las investigaciones realizadas es que las personas tienen la necesidad imperiosa de saber lo que está en juego. Pero simplemente hacer sonar la alarma no es tan eficaz como el hecho de describir el problema y el modo de actuar.

¿Cómo se pone en conexión el cambio climático con las preocupaciones inmediatas? Pregunta sobre las cosas que les preocupan aquí y ahora:

- *«¿Has notado [algo relacionado con un evento mundial/el tiempo/el clima]? ¿Cómo piensas que el cambio climático ha influido en esto?»*
- *«He estado pensando sobre [x] y que probablemente se deba al cambio climático? ¿Qué piensas tú?»*
- *«¿Notas que ha cambiado para ti [la actividad de pescar, viajar, hacer jardinería, hacer ejercicio en exteriores] por los cambios en el clima?»*

Dicho sencillamente, haz preguntas abiertas que se basan en sus experiencias o en tus experiencias compartidas.



CONSEJO N.º 4

El objetivo es dialogar, no imponerse.

Una persona raramente se retracta de una opinión que sostiene o se compromete a actuar en presencia de otra persona. Normalmente nos gusta presentarnos como personas de convicciones firmes y evitamos mostrar que estamos equivocados acerca de algo.

Puede resultar tentador seguir insistiendo hasta que la otra persona admita el problema del cambio climático. Pero esto no es una competición.

Lo cierto es que, una vez que se empieza una conversación como discusión, resulta muy difícil salir de la actitud de confrontación. Se obtendrá más resultados si se establece la conversación como preguntas compartidas basadas en la curiosidad, en lugar de un debate donde cada cual presenta opiniones confrontadas.

El hecho de que alguien no se muestre convencido después de tu primera charla no significa que no lo vaya a estar después. De hecho, según las investigaciones realizadas, las personas a menudo se muestran más abiertas a cambiar de opinión después de una conversación, no menos.

El objetivo es dialogar más, no crear adeptos ni anotarse puntos.

Las personas agradecen que se les escuche.

Presta atención a cómo interactúas y si caes en la tentación de rebatir demasiado, toma distancia y di:

- *«He hablado demasiado. Realmente me gustaría oír más sobre lo que piensas. Explícame por qué crees [haz referencia a algo que haya dicho la persona]».*

De hecho, mostrarse vulnerable puede hacer que la otra persona esté relajada:

- *«A veces me cuesta ordenar mis ideas sobre algunas cosas. [Pon un ejemplo de algún caso en que cambiaste de opinión]».*

A nadie le gusta admitir que estaba equivocado, por lo que hablar de un caso en que se cambió de opinión sobre algo dará pie a la otra persona a hacer lo mismo también.



CONSEJO N.º 5

Céntrate en la persona que tengas delante.

Y recuerda que *son personas* ante todo.

Tienen pensamientos, sentimientos y necesidades al igual que tú. Puede que no estés de acuerdo con sus opiniones, y algunas de sus ideas pueden basarse en datos erróneos. Pero enfadarse o maltratar verbalmente nunca ha convencido a nadie de nada.

Si no tienes claro cómo harían algo o dirían algo o pensarían de algo, pregúntales. Su respuesta puede que te sorprenda.

Sabemos también que es importante quién esté hablando sobre el cambio climático. Las personas tienen más confianza en quienes forman parte de sus círculos sociales. Sus familiares y amigos les pueden convencer más fácilmente, y es más probable que dejen de creer en información falsa tras escuchar información correcta de personas a las que conozcan personalmente y en las que confíen.

En el mundo en que vivimos, sobrado de confrontación, tu compromiso con la simple actitud de humanidad, compasión, respeto y amabilidad te hará sobresalir.

Presta atención y haz un autoexamen sobre lo siguiente:

- **Interrumpir**
- **Insultar o denigrar (ya sea a la persona con la que estés hablando o a sus ideas)**
- **Señales no verbales que sean insultantes (como el hecho de negar con la mirada)**
- **Elevar el tono de voz**

CUALQUIER CONVERSACIÓN EN LA QUE HAYA HABIDO CONEXIÓN IMPORTA.

Sí, todas y cada una de ellas.

Una vez acabada la conversación, quizá pienses que no has logrado nada significativo, pero sí lo has hecho. De hecho, sabemos que incluso si nuestra reacción inicial a una declaración es negativa, cuanto más oímos hablar de algo, más probable es que tengamos una opinión positiva de ello, sea lo que sea.

La gente suele creer algo no porque sepan que es cierto, sino porque creen que es lo que todo el mundo a su alrededor piensa. Eso hace que las normas sociales percibidas sean esenciales a la hora de involucrar a otras personas en asuntos climáticos.

Toda conversación sobre el clima que sostengas demuestra a las personas de tu círculo social que la preocupación por el cambio climático es la norma.

Es especialmente importante hablar sobre el cambio climático en comunidades donde el respaldo a la acción climática se percibe escaso. Saber que personas como tú — alguien a quien conocen y aprecian — creen que el cambio climático es algo importante reduce la percepción de que hay una brecha entre los que apoyan y los que no la acción climática.

Mostrar que para ti el cambio climático es un asunto lo suficientemente importante como para hablar de él ayudará a cambiar corazones y mentes. Además, hará que sea más fácil también para otras personas de tu entorno hablar de ello.

GRACIAS por apoyar a The Nature Conservancy y poner de tu parte para hacer frente al cambio climático y ayudar a proteger nuestra única Tierra.

**Ya estás preparado.
Ahora empieza con una sola conversación.**



¿DESEAS APRENDER MÁS?

Como todo lo que hace The Nature Conservancy, esta guía se basa en datos científicos.
La investigación en la que nos basamos para estos consejos y recomendaciones incluye lo siguiente:

[The Passive Activist: Negative Consequences of Failing to Confront Antienvironmental Statement.](#) A.M. Czopp en *Copsychology*

[Who is Changing Their Mind About Global Warming and Why?](#) K.S. Deeg A. Leiserowitz, E. Maibach, J. Kotcher, y J. Marlon

[Climate and environmental science denial: A review of the scientific literature published in 1990-2015.](#) K.E. Bjornberg, M. Karlsson, M. Gilek, y S.O. Hansson en *Journal of Cleaner Production*

[The Listener Sets the Tone: High-Quality Listening Increases Attitude Clarity and Behavior-Intention Consequences.](#) G. Itzhakov, K.G. DeMarree, A.N. Kluger, Y. Turjeman-Levi en *Personality & Social Psychology Bulletin*

[Personal Stories Can Shift Climate Change Beliefs and Risk Perceptions: The Mediating Role of Emotion.](#) Abel Gustafson, Matthew T. Ballew, Matthew H. Goldberg, Matthew J. Cutler, Seth A. Rosenthal & Anthony Leiserowitz en *Communication Reports*

[The Neurobiology of Collective Action.](#) P.J. Zak, y J.A. Barraza en *Frontiers of Neuroscience*

[How Brain Biases Prevent Climate Action.](#) M.W. King

[“Act on Climate Change”: An Application of Protection Motivation Theory.](#) M. Cismaru, R. Cismaru, T. Ono, y K. Nelson en *Social Marketing Quarterly*

[Attitude Change: Persuasion and Social Influence.](#) W. Wood en *Annual Review*

[Discussing global warming leads to greater acceptance of climate science.](#) M. H. Goldberg, S. van der Linden, E. Maibach, y A. Leiserowitz en *PNAS*

[Misinformation and its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing.](#) U.K. H. Ecker, S. Lewandowsky, C. M. Seifert, N. Schwarz, y J. Cook en *SAGA Journals*

[The Art of Interpersonal Persuasion.](#) R.H. Hull en *The ASHA Leader*

[How \(Not\) to Change Someone’s Mind.](#) R. Catapano, Z. Tormala, y D.D. Rucker

[How Deep Listening Can Make You More Persuasive.](#) E. Lempinen

[Descriptive Social Norms as Underappreciated Sources of Social Control.](#) R. B. Cialdini en *Psychometrika*

[Psychological Barriers to Bipartisan Public Support for Climate Policy.](#) L. Van Boven, P.J. Ehret, y D.K. Sherman en *Perspectives on Psychological Science*

[Attitudinal Effects of Mere Exposure.](#) R.B. Zajonc en *Psychology*

[On Believing What We Remember.](#) I. Begg, V. Armour, y T. Kerr en *Canadian Journal of Behavioral Science*

[The Social Function of Rationalization: An Identity Perspective.](#) J. Van Bavel, A. Sternisko, E. A. Harris, y C. Robertson en *Behavioral and Brain Sciences*

[Beliefs About Others’ Global Warming Beliefs: The Role of Party Affiliation and Opinion Deviance.](#) M. T. Ballew, S. A. Rosenthal, M. H. Goldberg, A. Gustafson, J. E. Kotcher, E.W. Maibach, y A. Leiserowitz en *Journal of Environmental Psychology*

CUÉNTANOS CÓMO HA IDO

Ayúdanos a saber más sobre la mejor manera de empoderar a personas preocupadas como tú, compartiendo tu experiencia al hablar sobre el cambio climático.

Síguenos y comenta



@TNCLatinoAmerica

Para apoyar el trabajo vital de The Nature Conservancy poniendo en acción la mejor ciencia relacionada con la conservación para hacer frente a los mayores desafíos que enfrenta nuestro planeta hoy en día, haz una donación en línea en [nature.org/donate](https://www.nature.org/donate).

Créditos de las fotografías: Portada ©Yen-Yi Lee / Coral Reef Image Bank; página 2 ©Will Langenberg; página 3 © Brent Sagnotti; página 4 © Andrew Peacock; página 5 © Jassen Todorov / Concurso de Fotografía de TNC 2019; página 6 ©Bridget Besaw; página 7 ©Terry Watts / Concurso de Fotografía de TNC 2019; página 8 © Adam Jang