

DOSIER DE PRENSA



Jóvenes y medioambiente forma parte de la colección de monográficos que el Observatorio de la Juventud de la Fundación SM promueve con el objetivo de profundizar en la comprensión de las principales cuestiones que constituyen la condición juvenil.

Esta investigación parte de una mirada amplia para comprender los distintos posicionamientos que los y las jóvenes españoles mantienen con respecto a la cuestión medioambiental. En ella se analizan, por una parte, los sentimientos de preocupación por el medioambiente, así como la adhesión a valores culturales favorables a su protección. Y, por otra parte, los factores que determinan e influyen en la realización de una conducta de consumo responsable, así como la disposición de las personas jóvenes para comprometerse con acciones de carácter político-social orientadas a la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático.

Nos sumergimos en un estudio exhaustivo, en el que se ha entrevistado a 1500 jóvenes residentes en España, con edades comprendidas entre los 15 y los 29 años.

“Ahora, en un momento en el que la vida en el planeta depende de nuestra capacidad para enfrentar y resolver grandes desafíos sin precedentes en esta materia, nos ha parecido necesario conocer y comprender los posicionamientos de los jóvenes españoles para que sirva de ayuda en su formación, capacitación y acompañamiento como agentes activos en la toma de decisiones, la propuesta de soluciones y la puesta en acción de estas”. Señala Mayte Ortiz, directora general de la Fundación SM.

Los autores y responsables del estudio, Juan M^a González-Anleo Sánchez, Isabel Lema Blanco y Ariana Pérez Coutado cuentan con una gran experiencia de investigación en el ámbito de juventud, percepción y educación ambiental. Y han contado con el asesoramiento del Instituto IDEA de la Fundación SM en lo que respecta a las cuestiones técnicas y metodológicas de la investigación.

“Si realmente (como sociedad) deseamos que las personas jóvenes participen activamente en la búsqueda de soluciones ante la actual crisis climática, debemos apostar por una educación que ponga en el centro la dimensión ecosocial. Una de las mayores evidencias que se observan en esta investigación es el efecto de la variable educación como predictora no solo de una mayor conciencia crítica, sino también de un perfil político-social más comprometido con la acción colectiva”. Apunta Ariana Pérez Coutado, coordinadora de investigación de la Fundación SM.

Jóvenes y medioambiente se sitúa en el marco de un trabajo más extenso que la Fundación SM está desarrollando con el Observatorio de la Juventud en Iberoamérica (<https://oji.fundacion-sm.org/>).

Principales resultados

Se muestran preocupados por la cuestión medioambiental. Sin embargo, una parte significativa de los y los jóvenes confía en que la ciencia y la tecnología lograrán frenar la crisis climática.

- La preocupación de los jóvenes es básicamente indiscriminada, esto es, **dirigida a la situación de la degradación medioambiental en su conjunto** más que a problemáticas puntuales, con un nivel de implicación muy alto con todas las cuestiones planteadas.

Tabla 1. Grado de conocimiento y nivel de preocupación con respecto a los diversos temas medioambientales | Resultados expresados en porcentajes

	GRADO DE CONOCIMIENTO			NIVEL DE PREOCUPACIÓN		
	He oído hablar del tema, pero lo desconozco.	Sé algunas cosas sobre el tema.	Conozco el tema a fondo.	Bastante	Mucha	Bastante + Mucha
Pobreza, hambre y escasez de agua potable	12,7	53,7	33,5	37,7	49,8	87,5
Calentamiento global	13,1	49,5	37,3	39,2	47	86,2
Contaminación atmosférica y de aguas	19,4	53,1	27,5	40,3	44,9	85,2
Agotamiento de los recursos energéticos	22	53,1	24,9	40,4	44	84,4
Extinción de plantas y animales	20,5	55,3	24,3	39,1	45,3	84,4
Deforestación	17,7	56,3	25,9	44,1	38,6	82,7
Superpoblación	20,3	53,3	26,5	40,9	27,4	68,3
Expansión de enfermedades infecciosas	21,7	55,2	23,1	40,3	41,7	82
Aumento de residuos	22	54	24	47,3	34,2	81,5
Desastres naturales	17,7	55,7	26,5	42,4	37,3	79,7
Agujero en la capa de ozono	23,3	51,9	24,7	41,2	36,9	78,1
Conflictos armados	25,9	52,6	21,5	43,1	34,3	77,4
Terrorismo internacional	31,6	49,9	18,5	43,7	32,9	76,6
Manipulación genética de la comida	33,7	46,2	20,1	38,6	27,4	66

- Un 40 % está bastante o muy de acuerdo con la idea de que **“la llamada crisis ecológica de la humanidad se está exagerando mucho”**. Una percepción que aumenta en 10 puntos porcentuales desde el año 2005.
- Más de la mitad (el 57 %) confía en que **“la inventiva humana (ciencia y tecnología) asegurará que no convirtamos la Tierra en inhabitable”**. Un estado de opinión que también se ha incrementado un 20 % más que en 2005.
- La mitad de los jóvenes (el 52 %) piensa que **“aún nos queda mucho tiempo para actuar frente a los problemas medioambientales”**. Aproximadamente la otra mitad (el 47%), afirma que **“la batalla por salvar el medioambiente ya está perdida, hagamos lo que hagamos, el colapso ecológico ya no es evitable”**. La visión pesimista con respecto al futuro de la humanidad (especialmente en el largo plazo) predomina entre las personas jóvenes. Las emociones manifestadas con respecto a la problemática medioambiental se identifican principalmente con **la impotencia** (45% de las menciones), **el miedo** (42%) y **la tristeza** (36%).

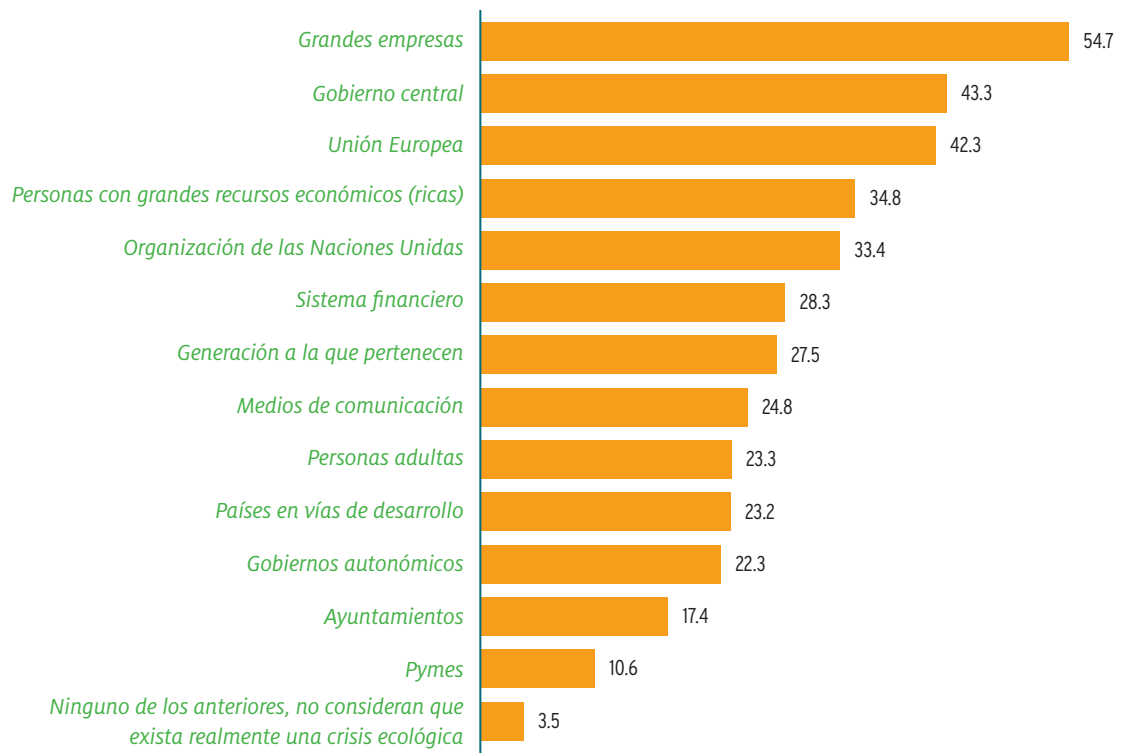
Las grandes empresas serán identificadas como las principales responsables de la crisis ecológica. Y consideran que tan solo las Naciones Unidas, la Unión Europea y su propia generación se están tomando en serio el problema.

- Con el 55% de las menciones, las grandes empresas son, en su opinión, las principales responsables de la crisis ecológica.

En un segundo nivel de responsabilidad y con porcentajes de menciones prácticamente iguales se encuentran el Gobierno central (con el 43%) y la Unión Europea (con el 42%).

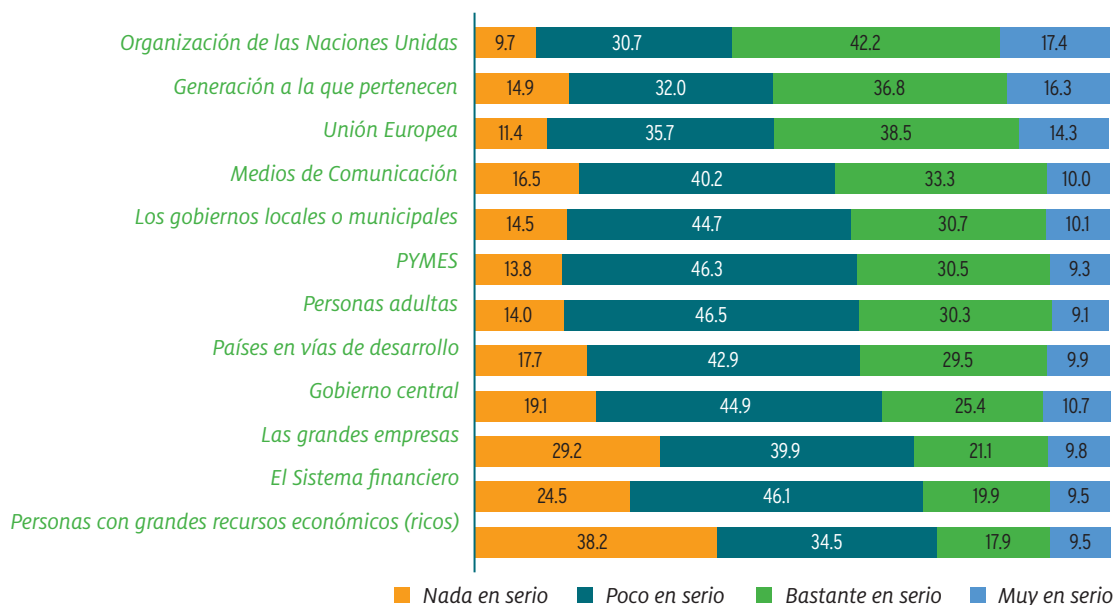
En un tercer nivel de responsabilidad, los jóvenes situaron a las personas con grandes recursos económicos o “los ricos” (en un 35%) y a las Naciones Unidas (en un 33%).

Gráfico 1. Colectivos o instituciones a los que los jóvenes atribuyen una mayor responsabilidad en la crisis ecológica | Resultados expresados en porcentajes



- Las instituciones supranacionales como la Unión Europea o la Organización de las Naciones Unidas son percibidas (aunque tímidamente) como las únicas que están dando pasos en forma de respuestas colectivas hacia un desafío global. Además de su propia generación.

Gráfico 2. Grado en el que los jóvenes consideran que los agentes sociales se están tomando en serio la problemática medioambiental con vistas al futuro | Resultados expresados en porcentajes



La protección del medioambiente debe ser prioritaria en la política.

El 72% de los y las jóvenes considera que se debería dar prioridad a la cuestión medioambiental, aunque eso supusiese un fuerte descenso de nuestro nivel de vida. Sin embargo, el 73% de los jóvenes están total o parcialmente de acuerdo con la idea de que **“los políticos no tienen intención de implementar los acuerdos a los que se llega en las grandes cumbres mundiales”**.

El 75% teme que los costes de la transición ecológica recaigan sobre la clase media y los colectivos más vulnerables. 2 de cada 3 defienden que los impuestos medioambientales recaigan especialmente sobre los más ricos y sean casi imperceptibles para los colectivos más vulnerables.

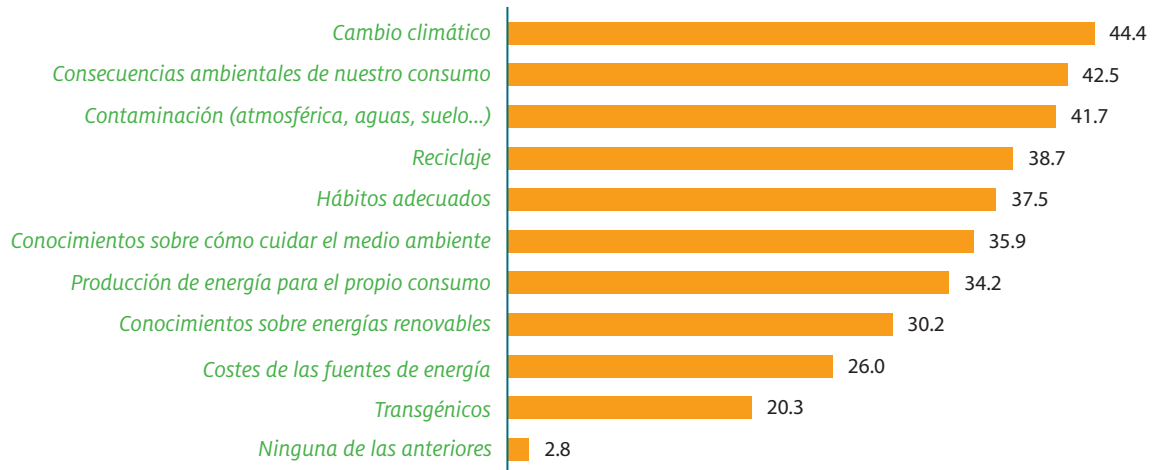
Los y las jóvenes abogan por promover más información y formación sobre temas ambientales, endurecer las leyes y cambiar la forma en que consumimos, como fórmulas más efectivas para combatir los problemas ambientales.

Gráfico 3. Formas consideradas por los jóvenes como más efectivas para combatir los problemas medioambientales



- **El 82% demanda más educación sobre temas medioambientales en los centros educativos.** Les interesan especialmente los temas relacionados con el cambio climático, la contaminación y las consecuencias ambientales de nuestro consumo. De hecho, **la mitad de ellos reconoce desconocer cuál es la repercusión en el medioambiente de los productos que compran.**

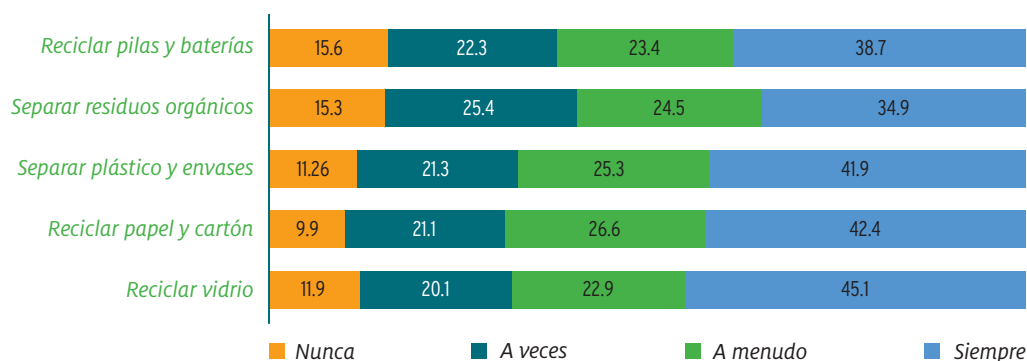
Gráfico 4. Cuestiones sobre las que les hubiera gustado aprender más a los jóvenes en su centro educativo para entender la tematica medioambiental y mejorar sus hábitos ecológicamente responsables



Confían en su compromiso personal, pero ven difícil que su generación abandone el estilo de vida consumista.

- El 72% de los jóvenes sostienen la idea de que **“somos incapaces de abandonar nuestro estilo de vida consumista para frenar el desastre ecológico”**, sin embargo, una amplia mayoría de jóvenes (el 61%) considera que **“si todo el mundo tuviese mi nivel de compromiso con el medioambiente, la problemática medioambiental se solucionaría”**.
- Los resultados muestran un **elevado nivel de concienciación ambiental respecto del reciclaje** de papel y cartón, vidrio, pilas y baterías, y la separación en el hogar de residuos orgánicos e inorgánicos. Estas conductas son más frecuentes entre las mujeres, los jóvenes de clase social alta y personas de extrema izquierda.

Gráfico 5. Frecuencia con la que los jóvenes desarrollan conductas de separación y reciclaje de residuos en sus hogares | Resultados expresados en porcentajes

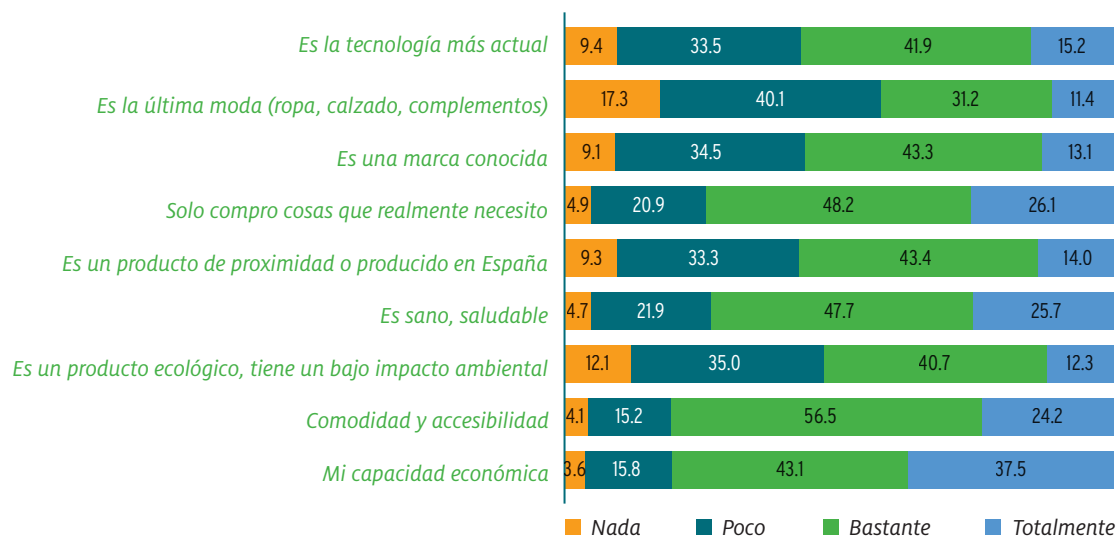


- Los jóvenes muestran también una buena predisposición a **comprar moda sostenible y tecnología producida de manera sostenible y ética**, aunque esta práctica sea solamente ocasional. El 45% reconoce haber comprado en alguna ocasión moda o tecnología producida de manera sostenible y aproximadamente un 30% hacerlo a menudo o siempre.

Los jóvenes están poco dispuestos a introducir cambios radicales en sus estilos de vida con el fin de reducir su huella de carbono y su impacto ambiental.

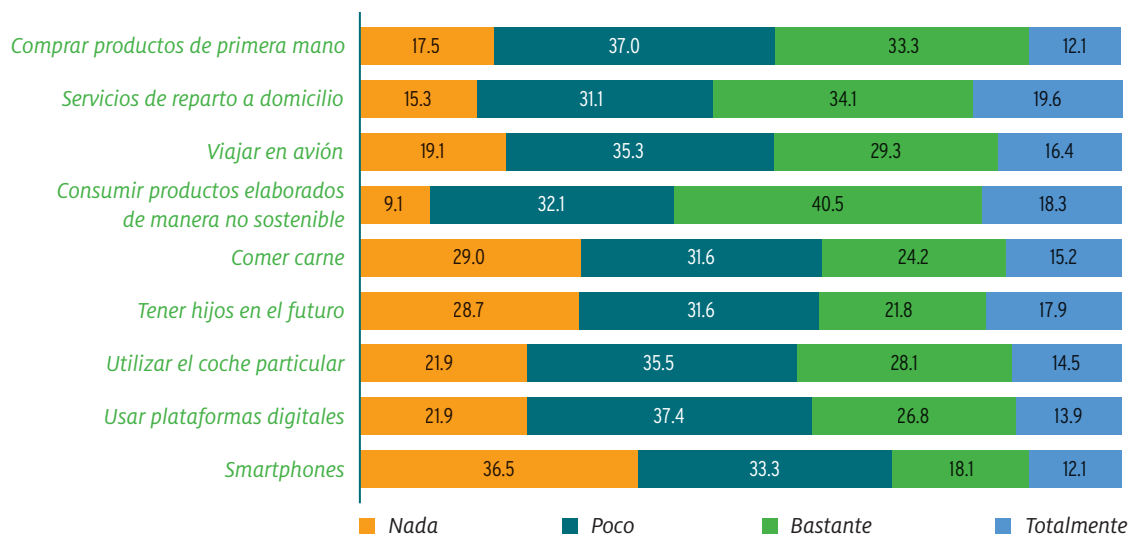
- **La capacidad económica condiciona la decisión de compra para la inmensa mayoría de los jóvenes** y, en menor medida, influyen criterios como que el producto sea de proximidad, de una marca conocida, o que sea ecológico.

Gráfico 6. Factores condicionantes en las decisiones de compra de alimentos, moda y tecnología | Resultados expresados en porcentajes



- Los jóvenes únicamente se muestran dispuestos a renunciar a productos elaborados de manera no sostenible y a los servicios de reparto a domicilio (en un 59 % y un 54 %, respectivamente).

Gráfico 7. Grado de predisposición para renunciar a la adquisición de productos o servicios por cuestiones medioambientales | Resultados expresados en porcentajes

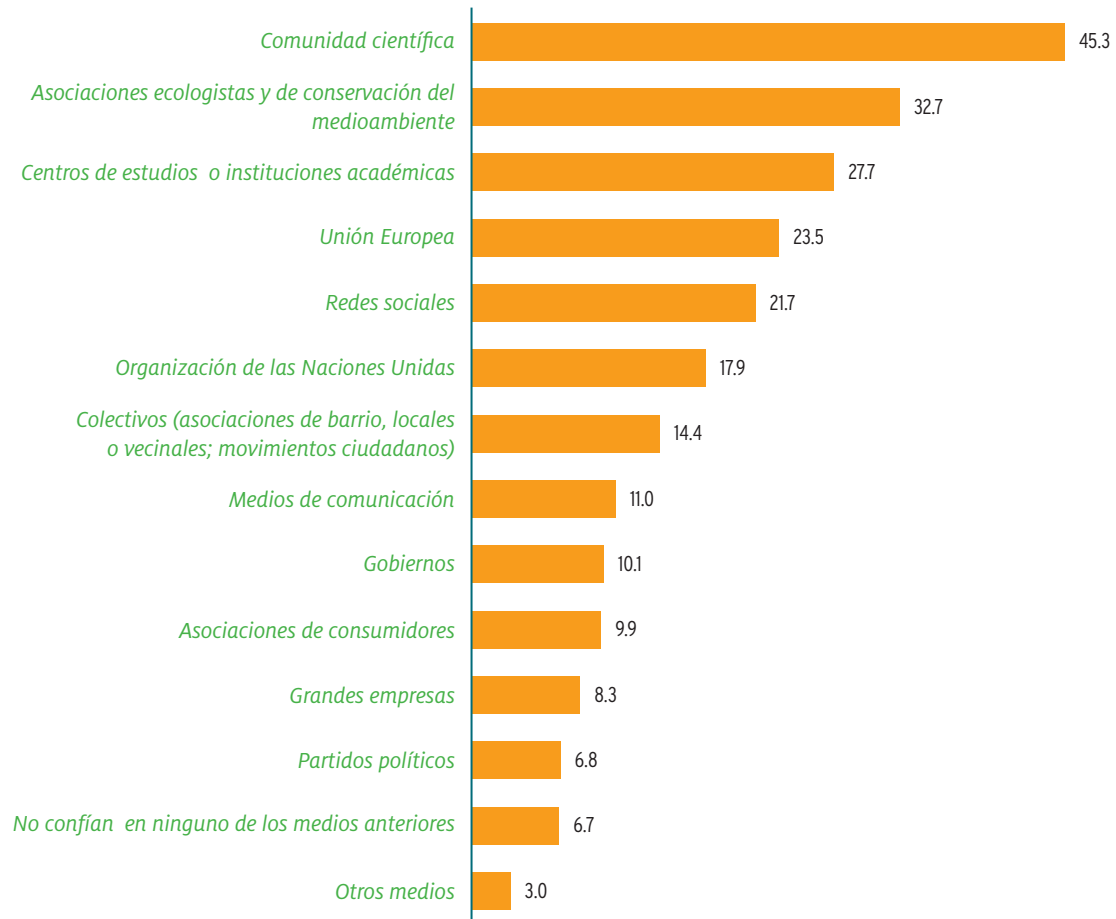


- **El nivel educativo aparece como un factor determinante de las conductas de consumo sostenible.** Los jóvenes de nivel educativo superior son los que consumen más vegetales y verduras, compran con mayor frecuencia en tiendas ecológicas y de comercio justo y se muestran más proclives a la adopción de dietas vegetarianas.

Se informan a través de las redes sociales, pero confían especialmente en la comunidad científica para conocer la verdad sobre los riesgos ambientales.

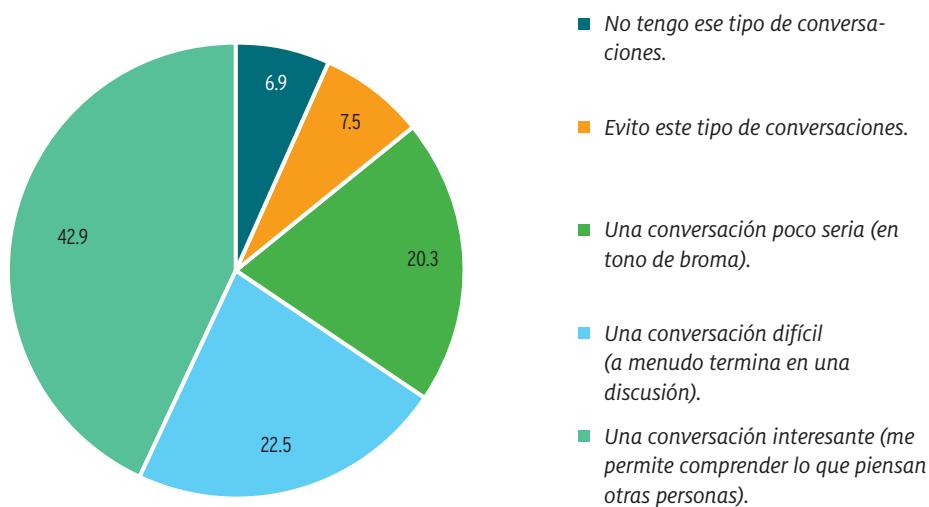
- Las redes sociales se posicionan como el canal por excelencia al que recurren los jóvenes para informarse sobre aspectos medioambientales (con el 64% de las menciones).
- **La comunidad científica (con el 45% de las menciones) es el colectivo en el que más confían** los jóvenes para conocer la verdad sobre los riesgos medioambientales. Le siguen, aunque a una distancia significativa, las asociaciones ecologistas (con un 33%) y las instituciones académicas (con un 28%).

Gráfico 8. Confianza en colectivos e instituciones para conocer la verdad sobre los riesgos medioambientales | Resultados expresados en porcentajes



- El 40% de jóvenes discute a menudo o casi todos los días sobre la necesidad de actuar frente al cambio climático. Y para el 43% se trata de conversaciones interesantes que les permiten comprender lo que piensan otras personas.

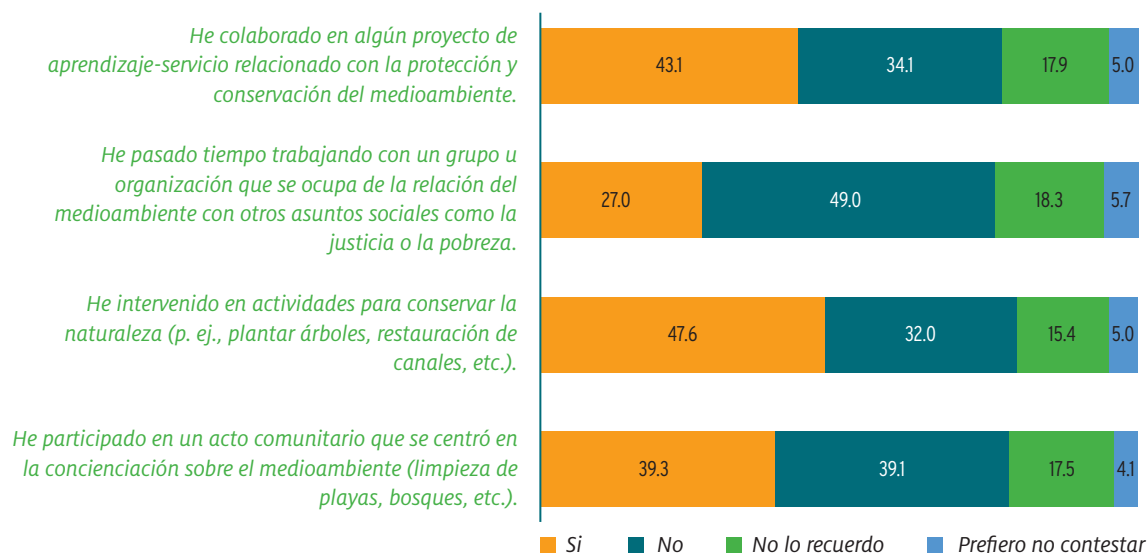
Gráfico 9. Tono de las conversaciones que suelen mantener los jóvenes en torno a la temática del cambio climático | Resultados expresados en porcentajes



Aproximadamente un tercio de la juventud española manifiesta un perfil de activismo muy comprometido con la cuestión medioambiental. Destaca especialmente la participación en proyectos de conservación y protección del medioambiente.

- **El 48% de los jóvenes han participado en actividades para conservar la naturaleza.** Y alrededor del 40% en proyectos de aprendizaje-servicio y actos comunitarios de concienciación sobre el medioambiente. Los y las jóvenes de contexto socioeconómico alto y con mayor nivel educativo representan el perfil más comprometido.

Gráfico 10. Participación en proyectos o actividades relacionados con la conservación y protección del medioambiente | Resultados expresados en porcentajes



Alrededor del 30% de los y las jóvenes han participado o participan en huelgas o manifestaciones en favor del medioambiente y alrededor del 40% asegura que lo harán en el futuro.

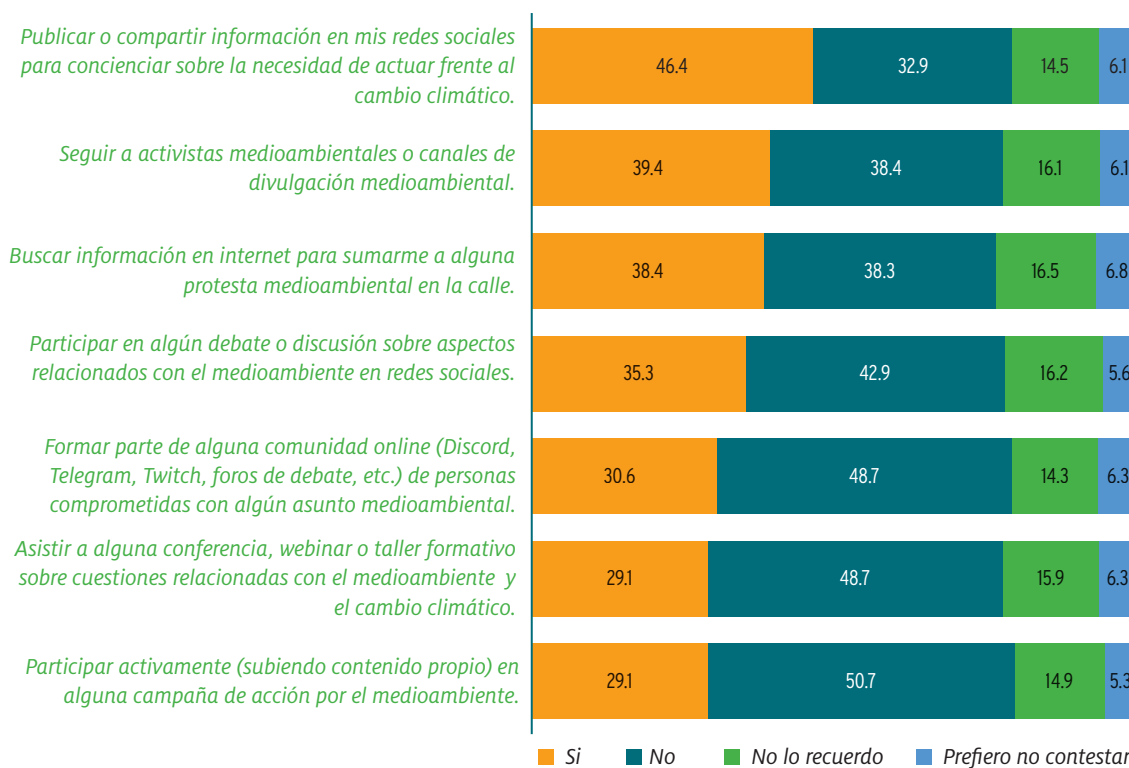
1 de cada 4 jóvenes manifiesta haber votado o votar a partidos ecologistas.

Tabla 2. Participación de los jóvenes en iniciativas político-sociales de carácter medioambiental

	Lo he hecho	Lo hago	Lo haré	Ni lo he hecho, ni lo haré	Prefiero no contestar
<i>Firmar una petición (online u offline) sobre algún asunto medioambiental.</i>	24,1	20,4	32	16,7	6,8
<i>Contactar con algún político o funcionario sobre un asunto medioambiental (p. ej., para pedir información o para poner una denuncia).</i>	7,1	10,1	29,3	41,4	12,1
<i>Financiar campañas en favor del medioambiente o a grupos ecologistas.</i>	6,9	13	35,4	33,1	11,5
<i>Votar a partidos ecologistas o con una sensibilidad especial hacia el medioambiente.</i>	10,3	15,2	35,5	25,2	13,9
<i>Participar en una huelga o manifestación a favor del medioambiente.</i>	14,9	14,5	37,5	24,8	8,3
<i>Intervenir en las huelgas escolares por el clima lideradas por el movimiento Fridays For Future.</i>	14,1	13,9	30,3	31,2	10,6
<i>Participar en algún acto de desobediencia civil liderado por alguna organización ecologista o de justicia medioambiental.</i>	6,7	11,3	27,2	43,7	11,1
<i>Intervenir en algún acto cultural o festivo de sensibilización y concienciación sobre el medioambiente.</i>	15,9	14,3	39,4	21,9	8,5
<i>Participar en boicots a productos o marcas comerciales que no respetan el medioambiente.</i>	7,5	14,1	26,3	40,5	11,6

Publicar o compartir información en sus redes sociales para concienciar sobre la necesidad de actuar frente al cambio climático, seguir a activistas medioambientales o buscar información para sumarse a alguna protesta en la calle son las acciones más realizadas en el espacio online.

Gráfico 11. Participación político-social medioambiental de los jóvenes a través de internet y las redes sociales



Un 17,4 % de los jóvenes declara haber realizado al menos 5 o más acciones de las propuestas, y un 13,2%, 4 acciones. Esto es, aproximadamente **el 30 % de la juventud española muestra un perfil de activismo online muy comprometido con la causa medioambiental.**

Concienciados, negacionistas o apáticos. Perfiles que identifican la postura de los jóvenes ante la cuestión medioambiental.

La aplicación de la técnica del análisis factorial ha permitido identificar tres grandes grupos que, con mayor o menor probabilidad, se pueden hallar en el conjunto de la juventud española, a saber: negacionistas, concienciados y apáticos.

- **Negacionistas:** mantienen una visión antropocéntrica de la naturaleza, en el sentido de que esta existe para la satisfacción de las necesidades humanas; son consumistas; y posicionados ideológicamente en la extrema derecha, se suman a un discurso que ya no niega la crisis climática, sino que la reinterpreta para desarrollar una especie de “nacionalismo verde”.
- **Concienciados:** jóvenes muy conscientes de la crisis ecológica, que se preocupan a modo individual de llevar un estilo de vida sostenible y que reproducen un perfil de activismo (*online* y *offline*) extraordinariamente activo.
- **Apáticos:** jóvenes imbuidos por un espíritu derrotista que no encuentran alternativas para cambiar su estilo de vida, ni instrumentos eficaces para revertir la crisis ecológica en el ámbito colectivo.

Conclusiones

En el conjunto de la investigación realizada se ha llegado a la conclusión de que lograr un mayor compromiso individual y colectivo en la lucha contra el cambio climático pasa por el necesario cumplimiento de tres condiciones íntimamente relacionadas:

- 1. Educar en la competencia ecosocial:** el informe demuestra que los jóvenes tienen un conocimiento más bien superficial y fragmentario de la cuestión medioambiental, por lo que se considera de especial relevancia que desarrollen un mapa conceptual y de dinámicas mucho más amplio y preciso del actual sistema de producción, distribución y consumo, así como de su propia posición y papel dentro de él. La escuela tiene aquí una función epistémica irremplazable que ayuda a las personas a comprender el mundo, a habitarlo y transformarlo.
- 2. Formar ciudadanos y ciudadanas globales con una profunda identidad medioambiental:** las conductas de los jóvenes están fuertemente moldeadas por los estímulos que surgen del entorno inmediato, como la familia, los amigos o el contexto educativo, que desempeñan un papel fundamental en la configuración de los valores personales y las normas sociales, lo que, a su vez, influye en sus decisiones de consumo. Es imprescindible por ello fortalecer una identidad de ciudadanía global activa y responsable, tal y como se contempla en el ODS 4 de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas.
- 3. Aumentar su sentimiento de autoeficiencia:** los resultados de este estudio apuntan a que, para lograr un mayor compromiso individual y colectivo en la lucha contra el cambio climático, no es suficiente con proporcionar información y formación a los jóvenes, sino que es preciso fortalecer la creencia de que ellos tienen un papel clave y necesario y de que su impacto es eficaz.

Metodología

Esta investigación ha comportado, como no podía ser de otra manera, una mirada amplia hacia la perspectiva que los jóvenes han venido desarrollando sobre la cuestión medioambiental.

En el diseño de la investigación se han considerado cuatro dimensiones fundamentales:

- 1. Dimensión afectiva:** incluye sentimientos de preocupación por el medioambiente, así como la adhesión a valores culturales favorables a su protección. En esta dimensión se ampliaron las escalas de medición utilizadas anteriormente en los informes generales de la Fundación SM, incluyendo baterías de preguntas inspiradas en estudios internacionales como los de la Comisión Europea, y temas novedosos sobre los que apenas se ha investigado como las opiniones y actitudes de los jóvenes con respecto al conocido como fenómeno de *greenwashing* de las grandes empresas.
- 2. Dimensión conativa:** entendida como la disposición tanto a actuar personalmente con criterios orientados al consumo responsable como a aceptar intervenciones gubernamentales de diversa naturaleza en el corto plazo.
- 3. Dimensión de la acción individual (estilos de consumo):** atiende al conjunto de motivaciones y factores que determinan e influyen en la realización de una conducta de consumo consciente desde una perspectiva individual; así como a las dimensiones psicológicas que entran en juego en sus experiencias de consumo (como la autopercepción de la identidad medioambiental) y a las estrategias que desarrollan para afrontar las frustraciones o disonancias entre el estilo de vida deseado y el que llevan a cabo cotidianamente.
- 4. Dimensión de la acción colectiva:** incluyen tanto el interés por informarse en diversos temas relacionados con el medioambiente y participar en el debate público como la realización de acciones de carácter político-social orientadas a la protección medioambiental y la consecución de la justicia eco-social.

La investigación, realizada desde un enfoque cuantitativo, ha contemplado el diseño de un cuestionario con 76 preguntas cerradas (precodificadas) y 3 preguntas abiertas de una duración media de 50 minutos.

El cuestionario ha sido elaborado por el equipo investigador compuesto por Juan M^a González-Anleo, Isabel Lema-Blanco y Ariana Pérez Coutado, con la supervisión técnica del Instituto de Evaluación y Asesoramiento Educativo (IDEA) de la Fundación SM.

Con el objetivo de obtener una muestra poblacional representativa en el ámbito nacional, incluyendo las provincias insulares y excluyendo las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, se ha realizado una muestra base de 1500 entrevistas dirigidas a jóvenes residentes en España en edades comprendidas entre los 15 y los 29 años. El tamaño de la muestra se determinó considerando un nivel de confianza del 95% y un error muestral máximo permitido del $\pm 2,5\%$.

Se establecieron cuotas de ámbito nacional por sexo y edad, controlándose la clase social y el tamaño del hábitat para reflejar y ajustarse, en la medida de lo posible, al universo de jóvenes en España.

El trabajo de campo se realizó entre julio y agosto de 2022.

Comunicación Fundación SM: ana.maria.perez@fundacion-sm.com

Ana María Pérez Galán: (34) 600 906 574

Comunicación SM España: comunicacionsm@grupo-sm.com

Carmen Palomino: (34) 914226209

Goretti Redondo: (34) 914226766

<https://oji.fundacion-sm.org/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Fundacion-SM>

X: @Fundacion_SM

Instagram: <https://www.instagram.com/fundacion.sm>