

COMPORTAMIENTO SOCIAL Y AMBIENTE: INFLUENCIA DE LAS NORMAS SOCIALES EN LA CONDUCTA AMBIENTAL

Sevillano, Verónica

COMPORTAMIENTO SOCIAL Y AMBIENTE: INFLUENCIA DE LAS NORMAS SOCIALES EN LA CONDUCTA AMBIENTAL

Papeles del Psicólogo, vol. 40, núm. 3, 2019

Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos, España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77864998004>

DOI: <https://doi.org/10.23923/pap.psicol2019.2898>

COMPORTAMIENTO SOCIAL Y AMBIENTE: INFLUENCIA DE LAS NORMAS SOCIALES EN LA CONDUCTA AMBIENTAL

Social behavior and environment: The influence of social norms on environmental behavior

Verónica Sevillano

Departamento de Psicología Social y Metodología.

Universidad Autónoma de Madrid, España

veronica.sevillano@uam.es

DOI: <https://doi.org/10.23923/pap.psicol2019.2898>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77864998004>

Recepción: 11 Enero 2019

Aprobación: 28 Febrero 2019

RESUMEN:

En los últimos años el uso de información normativa –normas sociales para la promoción de la conducta proambiental ha recibido una atención notable, mostrando un gran potencial para la intervención psicosocial. Este artículo pretende transferir y hacer accesible los principales resultados de los estudios sobre información normativa para incentivar el desarrollo de programas de intervención de carácter medioambiental. Se revisan los conceptos de normas sociales descriptivas y prescriptivas, así como las principales recomendaciones para su uso adecuado en aplicaciones prácticas. Se atiende también a factores que afectan la efectividad de las normas sociales en la promoción de la conducta proambiental: uso de retroalimentación conductual, carácter dinámico de la norma, identidad social e implicación personal. Las normas sociales suponen una importante aportación de la psicología ambiental para la intervención en la problemática ambiental.

PALABRAS CLAVE: Normas sociales, Conducta proambiental, Psicología ambiental, Intervención psicosocial, Política social..

ABSTRACT:

In recent years, the use of normative information –social norms for promoting pro-environmental behaviour– has received remarkable attention, showing great potential for psychosocial interventions. This paper makes research on normative information accessible with the aim of translating it into pro-environmental programs and public policy. The concepts of descriptive and prescriptive social norms are reviewed, as well as the main recommendations for their effective use in applied contexts. Some factors found relevant for effective normative interventions on pro-environmental behavior are discussed: the use of behavioral feedback, the dynamic character of the norms, and personal involvement. Social norms represent an important contribution of environmental psychology to the intervention on environmental problems.

KEYWORDS: Social norms, Pro-environmental behaviour, Environmental psychology, Psychosocial intervention, Social policy..

Los programas de intervención social para la promoción de comportamientos proambientales (p. ej., reducción del consumo de agua y energía, aumento del reciclaje de papel, envases, o dispositivos móviles) se llevan a cabo desde entidades públicas y privadas, se dirigen tanto al personal propio de la institución como al conjunto de ciudadanos de una población específica y su ámbito de aplicación puede ser tanto local como global. De forma similar a la capacidad de la psicología social para fundamentar programas sobre conductas clásicas de la intervención social (p. ej., promoción de hábitos de salud, reducción del prejuicio y la discriminación), la psicología ambiental cuenta con un amplio bagaje teórico para desarrollar programas de intervención social aplicados al medio ambiente (ver los distintos artículos en este monográfico).

Este artículo describe los recursos con los que cuenta la psicología ambiental para promover comportamientos proambientales desde la teoría de las normas sociales. Esta área teórica ha tenido una gran relevancia en la investigación en la última década mostrando un gran potencial para la intervención (Demarque y Lima, 2017; Farrow, Grolleau, e Ibanez, 2017; Miller y Prentice, 2016). El objetivo de fondo del artículo es transferir y hacer accesible parte de la investigación que se lleva a cabo en psicología ambiental

mostrando su potencial y eficacia para desarrollar programas de intervención orientados hacia el medio ambiente.

IMPORTANCIA DE LA “CONDUCTA DE LOS OTROS” EN EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

Una afirmación ampliamente aceptada sobre el papel de la psicología ante la problemática ambiental es aquella que relaciona los problemas ambientales con el comportamiento humano. Se asume que en la medida en que se modifique el comportamiento individual de las personas para hacerlo más proambiental se estará promoviendo un entorno más sostenible (Fernández y López-Cabanas, 2017; Schultz, 2011). Como reflejo de esta premisa, la mayoría de la investigación sobre problemas ambientales se ha centrado en variables personales (valores, actitudes, creencias y motivos) para incentivar las conductas proambientales (Schultz y Kaiser, 2012).

En este artículo se pone el acento, no tanto en cómo es el individuo en cuanto a su grado de preocupación y conducta ambiental, sino en cómo percibe el comportamiento ambiental de los “otros”. Inferir que un comportamiento se realiza con frecuencia por un grupo de personas es un factor importante para decidir llevarlo a cabo. Las asunciones sobre el comportamiento de los otros influyen en el comportamiento de las personas a pesar de no ser admitida tal influencia. Así, la mayoría de las personas afirman que la conducta de las personas cercanas, en favor o en contra del medio ambiente, no les afecta personalmente (Nolan, Schultz, Cialdini, Griskevicius y Goldstein, 2008). Sin embargo, llama la atención que, tanto en población estudiantil como en población general representativa a nivel nacional, las personas indiquen como un problema ambiental *la falta de preocupación de las personas, la falta de concienciación, lo poco que reciclan las personas* (Aragonés y Sevillano, 2012; Santiago, 2006). Por ello, parece que las actitudes y el comportamiento ambiental de la sociedad son importantes para el individuo.

CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA DE LA CONDUCTA DE LOS OTROS EN TÉRMINOS PSICOSOCIALES

¿Cómo la conducta de los otros puede motivar la conducta ambiental personal? La influencia social que supone la conducta de los otros se puede estudiar desde aproximaciones teóricas tales como las normas sociales, el aprendizaje social, la comparación social, el liderazgo y el compromiso público (Abrahamse y Steg, 2013; Cinner, 2018). Como se ha anticipado, este artículo se centrará en la primera de estas aproximaciones.

Las normas sociales se refieren a las creencias que tienen las personas sobre la forma de comportamiento adecuado (común y aceptado socialmente) en una situación concreta (Cialdini y Trost, 1998). La norma social ofrece información sobre cómo conducirse en una situación, bien haciendo lo que hace la mayoría de la gente (norma descriptiva) o haciendo lo que se debe hacer (norma prescriptiva). En una situación dada, la información normativa disponible puede indicar que es apropiado tirar papeles al suelo porque *todo el mundo lo hace*, o puede indicar que es inapropiado cambiar el aceite del coche en la calle *porque está prohibido*. En todos estos casos, se resalta cómo los otros actúan o cómo deberían actuar en relación con el medio ambiente y, como veremos, esto influye en la propia conducta de los individuos.

Normas personales y normas sociales

La investigación ambiental tradicionalmente se ha centrado en las normas personales de los individuos y no tanto en las sociales. Así los modelos teóricos que han dominado la investigación en conducta proambiental, el modelo de la influencia normativa (Schwartz, 1977) y la teoría de la acción planificada (Ajzen, 1991),

incluyen componentes normativos de carácter personal e interpersonal. El modelo de la influencia normativa, proveniente del marco teórico del altruismo, propuso la norma personal como el factor que explica la conducta prosocial (de ayuda) y, aplicado al medio ambiente, la conducta proambiental (Stern, Dietz, Abel, Guagnano, y Kalof, 1999). La norma personal es la *expectativa de comportamiento relacionada con los principios personales* (Oceja y Fernández-Dols, 2006). Aquellas personas que hayan desarrollado una norma personal u obligación personal de cuidado del medio ambiente (p. ej., *no debo cambiar de móvil con mucha frecuencia*), se comportarán proambientalmente. Según este modelo, la norma personal es una obligación del individuo para actuar que no recibiría sanción externa si no se cumple.

Por su parte, la teoría de la acción planificada (ver en Corral-Verdugo, Aguilar-Luzón y Hernández, 2019) propone la *norma subjetiva* como uno de los factores que predicen la intención conductual. En este caso, la norma subjetiva es el comportamiento que esperan las personas cercanas o importantes para uno mismo. Esta teoría enfatiza el componente social de la norma, pero únicamente del entorno cercano, como generador de una norma personal, siempre mediada por la importancia relativa que el propio individuo atribuya a la opinión de sus referentes.

Como se acaba de indicar, las normas que guían la conducta de las personas pueden provenir tanto del propio individuo, como del entorno social cercano. En línea con la caracterización clásica de la psicología social (Ross y Nisbett, 1991), las normas también pueden provenir de la *situación* en la que se encuentra la persona. A diferencia de las aproximaciones anteriores, Cialdini y colaboradores operativizaron la obligación de actuar en términos situacionales proponiendo la teoría del foco normativo. En un contexto dado, la norma social de comportamiento que sea más clara o saliente, dirigirá la conducta de las personas. En este caso, las normas son *sociales* en la medida que implican a un conjunto amplio y organizado de personas.

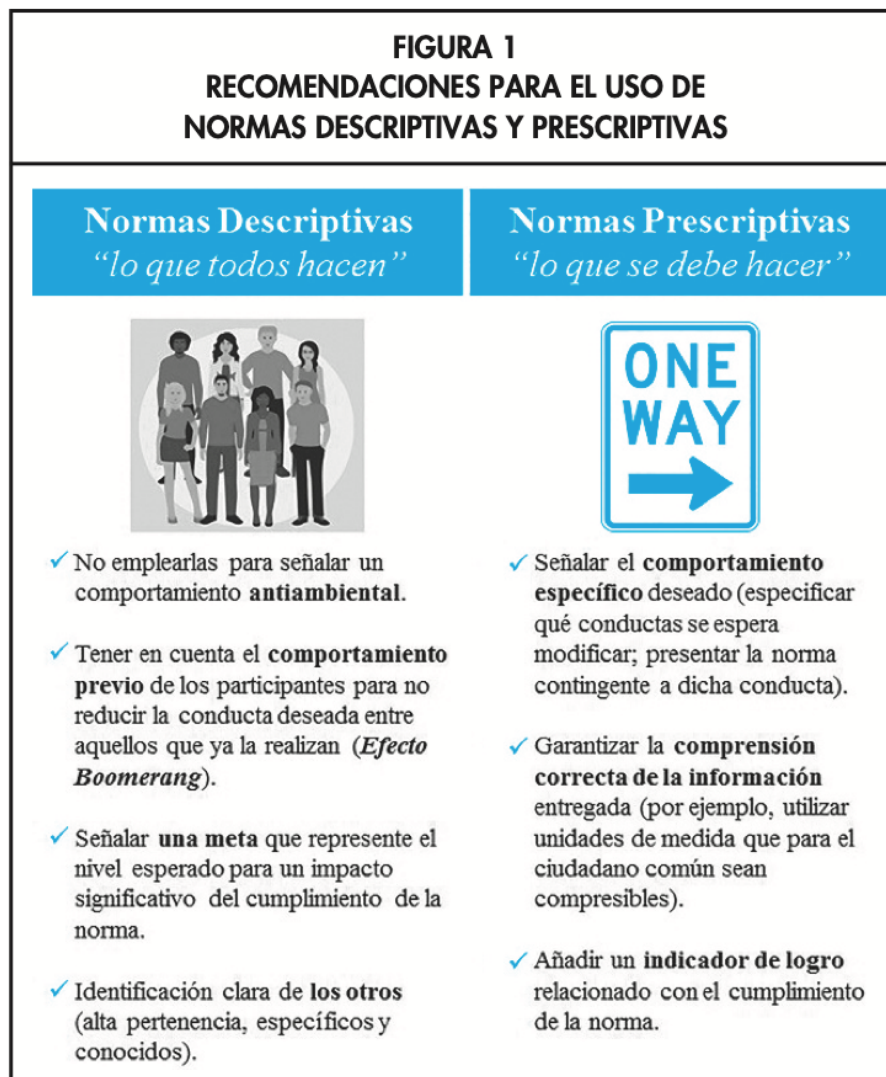


FIGURA 1
FIGURA 1
RECOMENDACIONES PARA EL USO DE NORMAS DESCRIPTIVAS Y PRESCRIPTIVAS

Normas sociales descriptivas y prescriptivas

Siguiendo la teoría del foco normativo (Cialdini, Reno, y Kallgren, 1990), las normas sociales se categorizan según se refieran a los comportamientos que, de hecho, realizan las personas, a las que se llama *normas descriptivas*; o a los comportamientos que deberían realizarse, llamadas *normas prescriptivas* (ver Figura 1). Las normas descriptivas indican el comportamiento “típico”, lo que la mayoría de la gente hace y motivan el comportamiento porque resultan eficaces en la toma de decisiones, y son fuente de gratificación por reconocimiento social. Además, en una situación de incertidumbre, imitar lo que otras personas hacen resulta adaptativo. Las normas prescriptivas indican las reglas de comportamiento, lo que se aprueba o desaprueba socialmente, e implican una sanción si no se cumplen. Habitualmente ambos tipos de normas son congruentes, las personas hacen lo que se debe hacer. Sin embargo, no siempre es así.

La teoría predice que el uso de pautas situacionales, que señalan los objetivos normativos y guían la atención de las personas a las normas, pueden aumentar su cumplimiento (Cialdini et al., 1990).

A continuación, veremos los principales resultados de investigaciones sobre normas sociales aplicadas a la conducta ambiental centrándonos en los efectos de hacer uso de una u otra norma para promover el comportamiento ambiental.

Uso de normas sociales descriptivas y prescriptivas para la intervención proambiental

Mensajes del tipo, “El 37% de los españoles, es decir, dos de cada cinco, afirman que cambian de móvil más de una vez al año” (ABC, 2017) o “Solo tres de cada cuatro españoles recicla su móvil al adquirir otro dispositivo nuevo” (ABC, 2018) resultan poco efectivos para la reducción del consumo de móviles o el incremento de su reciclaje. Como se ha argumentado elegantemente (Cialdini, 2003), este tipo de mensajes alertan sobre el gran número de personas que realizan un determinado comportamiento antiambiental indicando la gravedad de la situación. Sin embargo, también informan del impresionante porcentaje de personas *que lleva cabo* un comportamiento. Al constatar por ejemplo que mucha gente cambia con frecuencia sus móviles y que poca gente recicla su móvil, se está indirectamente legitimando un comportamiento de consumo antiambiental, razón por la que este tipo de mensajes sería más eficaz para *aumentar* el consumo de teléfonos móviles o para *reducir* su reciclaje que para reducir su consumo o incrementar su reciclaje (Cialdini, 2003).

Cuando la prevalencia de los comportamientos antiambientales es muy alta, no se recomienda elaborar mensajes que muestren esa prevalencia (norma descriptiva antiambiental) sino elaborar mensajes con indicaciones claras de lo que no se debe hacer (norma prescriptiva). Compárese los siguientes mensajes extraídos de la investigación de Cialdini et al. (2006) llevada a cabo en el Parque Nacional de Bosque Petrificado de Arizona,

- 1) “Muchos visitantes anteriores se han llevado madera petrificada del Parque, cambiando el estado natural del Bosque Petrificado”
- 2) “Por favor no se lleven madera petrificada del Parque, para así poder mantener el estado natural del Bosque Petrificado”

El primer mensaje indica la prevalencia de un comportamiento antiambiental. El segundo indica lo que hay que hacer. Fue el segundo mensaje, el prescriptivo, el que resultó más eficaz para reducir la substracción de madera en el Parque.

La efectividad de la norma prescriptiva se ha encontrado también en una situación cotidiana como puede ser apagar las luces de un baño público. Ocea y Berenguer (2009) mostraron que el contexto situacional, un baño público con las luces encendidas o apagadas, guiaba la atención hacia la norma descriptiva de dejar las luces encendidas o apagadas, respectivamente. Es decir, las personas que entraban en un baño con las luces encendidas, tendían a dejar las luces encendidas y las personas que entraban en un baño con las luces apagadas, tendían a dejarlas apagadas (Estudio 1). Esta diferencia desapareció cuando se presentó el siguiente mensaje prescriptivo: “Al salir, apaga la luz” (Estudio 2). De este modo, sólo si se pedía a los participantes explícitamente apagar la luz (norma prescriptiva), ésta prevalecía frente a la norma descriptiva. Un estudio posterior llevado a cabo en Noruega encontró el mismo resultado sobre el mismo tipo de conducta en baños públicos (Bergquist y Nillson, 2016). Sin embargo, el estudio español reveló además que si sólo se les pedía “ahorrar energía” (norma prescriptiva más inespecífica), prevalecía la norma descriptiva, ya fuera dejar encendida o apagar la luz del baño.

Si la norma prescriptiva va acompañada de un indicador de éxito, su efectividad es mayor. En el estudio de Corrége, Clavel, Christophe y Ammi (2017) sesenta participantes tuvieron que diseñar proyectos en 3D de reforma para mejorar el rendimiento térmico de un edificio. Los participantes que recibieron instrucciones conforme a una norma prescriptiva relevante para el contexto (la normativa de construcción) más un marcador visual que indicaba el logro de la meta, diseñaron sus edificios de una forma más eficiente que aquellos que sólo recibieron el mensaje normativo prescriptivo.

Otra estrategia en la investigación ha incidido en la información normativa descriptiva proambiental como precursora de la conducta proambiental. Schultz (1999) ofreció información general sobre la tasa de participación de una comunidad de vecinos en un programa de reciclaje (norma descriptiva). Tanto la participación como la cantidad de material reciclado aumentaron entre los participantes del programa.

La investigación se ha planteado si es igual de beneficioso mostrar información normativa descriptiva que dar información práctica no normativa sobre cómo llevar a cabo una conducta proambiental. Mostrar que la mayoría de las personas se comportan proambientalmente (p. ej., *el “77% de la población usa ventiladores en lugar de aire acondicionado. –norma descriptiva*), resulta más efectivo en la reducción del subsiguiente consumo de energía que ofrecer información sobre cómo ahorrar energía eléctrica (Nolan et al., 2008).

También se ha estudiado el efecto de presentar una norma descriptiva proambiental a la vez que llevar a cabo una tarea que genere compromiso con la conducta deseada. Terrier y Marfaing (2015) tenían como objetivo aumentar la reutilización de toallas entre los huéspedes de más de cien habitaciones de hoteles en Lousanne, Suiza. Para ello, emplearon mensajes simples dentro de las habitaciones recordando a los huéspedes que podrían contribuir a la conservación del medio ambiente reutilizando sus toallas; una apelación normativa descriptiva añadida al mensaje anterior (por ejemplo, “75% de los huéspedes reutilizan sus toallas”); y una instrucción para generar un compromiso conductual (solicitar explícitamente ayuda para pegar un anuncio informativo sobre la reutilización de toallas). Observaron que el mensaje normativo descriptivo y el compromiso tuvieron un efecto independiente y positivo en el comportamiento de reutilización, pero no el uso combinado de ambas estrategias. Así, pese a no comprobarse un efecto aditivo, desde un punto de vista práctico el resultado revela la ventaja de contar con dos estrategias distintas para promover la conducta de reutilización en este contexto.

El uso de la norma descriptiva proambiental puede resultar más eficaz si se anticipa la propia conducta del individuo alineada con la norma. Moussaoui y Desrichard (2017) observaron este efecto en situaciones en las que la conducta proambiental se enmarca en un contexto colectivo, como conseguir una reducción del consumo energético en un barrio. Los autores mostraron la norma descriptiva proambiental (p. ej., “el 75% de las personas que viven en el barrio han comprado o piensan comprar una nevera de bajo consumo”) y anticiparon la conducta proambiental de las personas alineada con la norma (“yo también compro una”). El resultado fue que las personas percibieron como más útil la conducta proambiental de compra de una nevera de bajo consumo porque tanto ellos como sus vecinos del barrio iban a llevar a cabo la conducta.

Como se advirtió a propósito del ejemplo de los mensajes para la reutilización de móviles, también se ha observado que el uso de una norma descriptiva antiambiental puede promover el comportamiento antiambiental, en lugar de reducirlo. Si un entorno está lleno de basura, es más frecuente que las personas tiren basura en él. Pero este efecto será mayor, si las personas ven a otra tirando basura. Un entorno sucio indica una norma descriptiva antiambiental y una persona tirando basura en un entorno sucio hace más clara la norma de que “tirar basura está permitido” (Cialdini et al., 1990).

En contextos aplicados, el uso de la norma descriptiva real de un grupo, comunidad o población en una campaña puede tener un efecto contraproducente, lo que se conoce como *efecto boomerang*. Este efecto negativo se produce debido a una variable individual, la conducta previa de las personas, que interactúa con la norma descriptiva comunicada en la campaña. Así, proporcionar información sobre la norma descriptiva puede desencadenar reacciones diferentes según la conducta previa de las personas. Si una persona que habitualmente ahorra energía recibe información que indica que el nivel de consumo medio en la población/grupo/comunidad es superior al suyo, podría incrementar su consumo energético para que su conducta sea semejante a la expresada por la norma social recibida. Es decir, interpreta el mensaje como la disponibilidad de un margen para aumentar su consumo hasta el consumo de la mayoría (“total, todos lo hacen”). Alternativamente, las personas con un consumo energético superior al ofrecido en la información sobre el consumo medio podrían tratar de ahorrar energía para adecuarse a la norma (“cómo voy a ser yo el único”). Entonces, ante una misma información proporcionada mediante una norma descriptiva,

distintas personas reaccionarán de forma diferente viéndose perjudicado el comportamiento de aquellas personas que ahorran energía previamente. Éstos son precisamente los resultados encontrados por Schultz, Nolan, Cialdini, Goldstein y Griskevicius (2007) en un estudio de 290 hogares con contadores de consumo energético visibles, a los que se expuso a mensajes normativos mediante folletos colgados en los pomos de las puertas de sus casas.

Por tanto, la norma descriptiva puede tener el efecto contraproducente de aumentar el comportamiento antiambiental. ¿Cómo evitarlo? Schultz et al. (2007) utilizaron para ello la norma prescriptiva, pero de forma muy imaginativa. En general, las sanciones que *promete* la norma prescriptiva son irrelevantes en el entorno privado. Consumir más energía en el hogar no va a recibir demasiada reprobación. Los autores, en lugar de informar sobre una posible sanción al mismo tiempo que mostraban la información descriptiva, mostraron la “aprobación social” (norma prescriptiva) de la conducta de ahorro energético de las personas o la “desaprobación social” de la conducta de consumo energético excesivo. Concretamente, las personas recibían en sus casas la información sobre su consumo eléctrico, el consumo medio de la población (norma descriptiva) y la valoración de su consumo (norma prescriptiva). Algo parecido al uso de indicadores de logro o metas de éxito asociados a las normas (Corrège et al., 2017; Moussaoui y Desrichard, 2017).

En el caso del estudio de Schultz et al. (2007), la manipulación experimental de la norma prescriptiva se llevó a cabo usando emoticonos (J o L). Cuando las personas consumían energía eléctrica por debajo de la media de consumo de la población, su conducta recibía aprobación social mediante el emoticono sonriente (J) y esto evitaba un eventual incremento del consumo energético (Schultz et al., 2007). Merece la pena resaltar que el procedimiento de esta investigación se ha implementado con éxito en varios estados de Estados Unidos (Alcott y Mullainathan, 2010). Además, estudios posteriores han confirmado que el uso de expresiones de retroalimentación positivas como “Excelente” o “Genial”, acompañado de estrellas, aumenta la motivación para la conservación de la electricidad tras la exposición a mensajes normativos descriptivos (Komatsu y Nishio, 2015). No obstante, es importante señalar también que en el estudio de Komatsu y Nishio (2015) los efectos de una norma descriptiva acompañada de retroalimentación positiva se producen entre los consumidores más ahorradores, ya que los participantes más derrochadores continuaron creyendo que consumían relativamente menos. Además de la conducta del individuo, factores como el conocimiento previo sobre consumo energético, así como el impacto en la factura y la comprensión de la información sobre la magnitud del consumo resultan claves para que se produzca un cambio proambiental, incluso si los participantes habitan construcciones diseñadas para la eficiencia energética (Rubens et al., 2016).

Normas que varían y que importan a las personas

A las condiciones de los estudios antes comentados hay que añadir otros factores a tener en cuenta para el diseño de mensajes normativos: la variación temporal de una norma, la implicación personal en una conducta y la identidad social.

Hasta ahora se ha discutido el uso de mensajes normativos en los que la norma se presenta de forma estática, haciendo referencia a información transversal (“el 30% de los españoles reciclan su teléfono móvil”). Sin embargo, el mensaje puede ser presentado de forma dinámica, haciendo referencia a una variación del comportamiento normativo en un periodo de tiempo concreto (“en los últimos 5 años el 30% de los españoles han comenzado a reciclar su teléfono móvil”). Esta novedosa forma de presentar los mensajes resultaría de interés para intervenciones sobre comportamientos antiambientales muy extendidos y para los que sería inadecuado mostrar un mensaje descriptivo estático. Los mensajes normativos descriptivos dinámicos motivarían la adhesión a un comportamiento proambiental infrecuente en la población (p. ej., reciclar los teléfonos) debido a que provocarían en las personas dos procesos. Por un lado las personas pensarían que si la gente está comenzando a reciclar los teléfonos, es necesario amoldarse a esa norma de conducta. A este proceso se le ha llamado *conformidad anticipada* (Spakman y Walton, 2017). Por otro lado, las personas podrían

pensar que si la gente está comenzando a reciclar los teléfonos es porque resulta importante y no tan difícil. A este proceso se le ha llamado *atribución de importancia para otras personas* (Spakman y Walton, 2017). La evidencia empírica actual indica que las personas expuestas a mensajes normativos descriptivos dinámicos estuvieron más dispuestas a reducir su consumo de carne (un comportamiento implicado indirectamente en el cambio climático) y realizaron más conductas de ahorro de agua en una lavandería que aquellas expuestas a mensajes estáticos (Spakman y Walton, 2017). Se observó incluso que algunos de estos efectos perduraron al menos tres semanas después de la intervención.

La implicación de las personas en un comportamiento proambiental afecta a su percepción de las normas descriptivas y prescriptivas. En comunidades portuguesas de tres áreas protegidas de la red Natura 2000, Mouro y Castro (2017) encontraron que aquellas personas cuya implicación con la conservación del lince ibérico fue mayor respecto a otras personas en la comunidad, mostraron también un mayor nivel de acuerdo entre las normas descriptivas y prescriptivas. Es decir, las personas más implicadas creían que la comunidad se implicaba de hecho en la conservación del lince (descriptiva) y que la comunidad debía proteger al lince (prescriptiva). Mientras que las personas no implicadas en la conservación percibieron una mayor discrepancia entre lo que realmente hace la comunidad y lo que se debería hacer. Este resultado indicaría la utilidad de usar la norma prescriptiva en el diseño de campañas de comunicación dirigidas a comunidades localizadas en áreas protegidas.

Si la variación de la norma en el tiempo y en función de la implicación personal es importante, también lo es la variación del efecto de la norma en función del grupo de pertenencia. El estudio de la identidad ha cobrado un papel cada vez más relevante en psicología ambiental (Clayton, 2012; Olivos y Aragonés, 2014; Olivos y Clayton, 2017), ello debido a que es un factor psicosocial relativamente estable, que involucra una gama amplia de comportamientos y, al estar anclados al self, puede influir la conducta en diferentes contextos y situaciones medio ambientales (Gatersleben, Murtagh y Abrahamse, 2014; McGuire, 2015). En este sentido, apelar en un mensaje normativo a las personas del barrio, del vecindario, de nuestro grupo de iguales, o del trabajo resulta relevante para asegurar la efectividad de las intervenciones normativas (Terry y Hogg, 1996).

Algunas investigaciones han mostrado la importancia de identificar cuidadosamente aquellos otros a los que se refieren las normas descriptivas (vecinos, compatriotas, huéspedes, etc.), para el diseño de mensajes normativos. Así, por ejemplo, cuando la norma se refiere a las expectativas de conducta que mantiene la pareja y los hijos ésta es más efectiva que cuando se refiere a la expectativa de los vecinos (Bratt, 1999).

Cuando al identificar a los otros se hace referencia a grupos de pertenencia supraordenados, como los grupos nacionales, los efectos de la norma social se diluyen. Estudiando cómo la culpa moviliza mejor la acción proambiental que el enfado o la vergüenza, Mallett, Melchiori y Strickroth (2013) observaron que, cuando las personas se enfrentan a la evidencia de que los compatriotas (alta identidad) tenían una huella de carbono mayor que el promedio, en comparación con otras naciones industrializadas, experimentan una sensación mayor de culpa ecológica colectiva que cuando la huella de carbono era más pequeña que la de los otros países.

El papel de los otros cercanos puede incluso ser mayor que el de la norma personal. Toner, Gan y Leary (2014) observaron que un grupo de estudiantes universitarios expresaron mayor intención de llevar a cabo comportamientos que requieren alto compromiso proambiental para reducir su huella de carbono, cuando su retroalimentación personal fue peor que la de su grupo de pertenencia (restricciones en la dieta, investigación activa sobre acciones ecológicas, difusión de información proambiental). Estos efectos fueron independientes de las actitudes individuales, lo que según los autores sugiere que el efecto se produce debido a que los participantes se sentían mal con ellos mismos al diferir su comportamiento con el de su grupo de referencia.

ANÁLISIS DE UN ANUNCIO SOBRE RECICLAJE

En 2012 Ecovidrio, entidad sin ánimo de lucro encargada de gestionar el reciclado de los residuos de envases de vidrio en España, lanzó la campaña nacional “Reciclas o collejas” dirigida a fomentar el reciclado de vidrio

entre la ciudadanía (Ecovidrio, 2012)¹. La campaña, con una inversión de 1.500.000 euros, tuvo presencia en televisión, radio e internet y fue protagonizada por actores famosos como Mariví Bilbao, conocida actriz española por la serie “Aquí no hay quien viva” y José Mota, humorista muy reconocido en televisión. En uno de los anuncios la actriz aparece de pronto en la escena, con expresión enfadada, justo cuando el personaje está tirando el vidrio fuera del contenedor de reciclaje. Al ser sorprendido *in fraganti*, balbucea excusas típicas para no reciclar, pero la actriz le propina una colleja diciéndole “o reciclas o collejas”. El vídeo finaliza con el slogan: “las excusas a la basura, el vidrio al contenedor verde”.

Mientras el spot, en tono humorístico, deslegitima las razones de las personas para no reciclar, un análisis más detallado muestra el funcionamiento de los constructos revisados y que los publicistas probablemente de forma involuntaria han usado. En primer lugar, se muestra una conducta de no reciclaje dando información indirecta sobre cierta prevalencia de la misma basada en la normalidad de la escena (información normativa descriptiva) y seguidamente una persona ajena a la situación (actriz), lo que indica que podría ser cualquiera, dirige la atención del espectador hacia la obligación de reciclar (información normativa prescriptiva) y la sanción correspondiente, en este caso física (una colleja). Por tanto, se muestra lo que la persona hace y lo que debe hacer, así como la consecuencia negativa de no haber hecho lo que debía.

El spot es muy eficaz por varios motivos. Entre ellos, no cae en el error de mostrar un amplio número de personas llevando a cabo conductas no proambientales lo que indicaría que *lo normal es no reciclar* (norma descriptiva antiambiental). En cambio, puntualmente se muestran escenas protagonizadas por individuos en situaciones cotidianas. Por otro lado, indica lo que las personas *deben* hacer (norma prescriptiva ambiental), así como la consecuencia en tono humorístico de no hacerlo (una colleja-sanción). El hecho de que la actriz aparezca “de la nada” es una forma elegante de resolver el problema que supone sancionar una conducta que se realiza en la esfera privada, representando el papel de la norma social. En general, la influencia de la norma prescriptiva es menor en las conductas que se realizan en la esfera privada (la gente no recibe ningún tipo de sanción social cuando no realiza las conductas en su propia casa).

CONCLUSIONES

La investigación sobre normas sociales en la conducta proambiental se ha aplicado tanto a conductas de tipo cívico (tirar basura) como a conductas propiamente proambientales: ahorro energético en hogares y hoteles, vandalismo ambiental, conservación de especies y reciclaje. Sin embargo, independientemente del tipo de conducta de que se trate, los estudios revisados en este artículo permiten proponer una serie de recomendaciones a tener en cuenta para mejorar la efectividad de las intervenciones ambientales basadas en mensajes normativos, destacadas en la Figura 1.

La psicología ambiental cuenta con un amplio bagaje teórico para promover el comportamiento proambiental. Desde campos tan aplicados como el ahorro energético, el reciclaje, o la biología de la conservación se está poniendo en valor las aportaciones de la psicología para la intervención en la problemática proambiental (Cinner, 2018; Schultz, 2011). Este artículo y el número monográfico en el que se inserta tratan de hacer visibles las aportaciones de la disciplina para las intervenciones ambientales.

CONFLICTO DE INTERESES

No existe conflicto de intereses

REFERENCIAS

- ABC (2017). El 37% de los españoles, es decir, dos de cada cinco, afirman que cambian de móvil más de una vez al año. *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/tecnologia/moviles/telefonía/abci-cada-cinco-espanoles-cambia-n-movil-mas-201712131649_noticia.html
- ABC (2018). Solo tres de cada cuatro españoles recicla su móvil al adquirir otro dispositivo nuevo. *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/espana/abci-solo-tres-cada-cuatro-espanoles-recicla-movil-adquirir-otro-dispositivo-nuevo-201811240522_video.html
- Abrahamse, W., y Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23, 1773-1785. doi:10.1016/j.gloenvcha.2013.07.029
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Alcott, H., y Mullainathan, S. (2010). Behavior and energy policy. *Science*, 327(5970), 1204-1205. doi:10.1126/science.1180775
- Aragónes, J. I., y Sevillano, V. (2012). Aplicaciones de la Psicología Ambiental. En F. Morales, A. Arias, E. Nouvilas y J. L. Martínez (Coords.), *Psicología Social Aplicada* (pp. 113-133). Madrid: UNED Médica Panamericana.
- Bergquist, M., y Nilsson, A. (2016). I saw the sign: Promoting energy conservation via normative prompts. *Journal of Environmental Psychology*, 46, 23-31. doi:10.1016/j.jenvp.2016.03.005
- Bratt, C. (1999). The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior. *Environment & Behavior*, 31(5), 630-656. doi:10.1177/00139169921972272
- Cialdini, R. B. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12, 105-109. doi:10.1111/1467-8721.01242
- Cialdini, R. B., Demaine, L. J., Sagarin, B. J., Barrett, D. W., Rhoads, K. v. L., y Winter, P. L. (2006). Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*, 1(1), 3-15. doi:10.1080/15534510500181459
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., y Kallgren, C. R. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality & Social Psychology*, 58, 1015-1026. doi:10.1037/0022-3514.58.6.1015
- Cialdini, R. B., y Trost, M. R. (1998). Social influence: social norms, conformity, and compliance. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. (4ª ed. vol. 2, 151-192). Boston: McGraw-Hill.
- Cinner, J. (2018). How behavioral science can help conservation. *Science*, 362(6417), 889-890. doi:10.1126/science.aau6028
- Clayton, S. (2012). Environment and identity. En S. Clayton (Ed.), *Oxford Handbook of Conservation and Environmental Psychology* (pp. 164-180). Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Corral-Verdugo, V., Aguilar-Luzón, M. C. y Hernández, B. (2019). Bases teóricas que guían a la psicología de la conservación ambiental. *Papeles del Psicólogo*, 40 (3), 174-181.
- Corrége, J.-B., Clavel, C., Christophe, J., y Ammi, M. (2017). El empleo de normas prescriptivas sociales para animar a los usuarios a construir casas ecológicas. *Psychology*, 8(3), 297-322. doi:10.1080/21711976.2017.1359372
- Demarque, C., y Lima, M. L. (Eds.). (2017). Número especial de Psychology: normas sociales y comportamiento ambiental [Número especial]. *Psychology*, 8(3), 257-266. doi:10.1080/21711976.2017.1363132.
- Ecovidrio. (2012). Nueva campaña de publicidad de Ecovidrio "Reciclas o collejas". Recuperado de <https://www.ecovidrio.es/pie/prensa/Nueva-campana-de-publicidad-de-Ecovidrio-Rec>.
- Farrow, K., Grolleau, G., e Ibanez, L. (2017). Social norms and pro-environmental behavior: A review of the evidence. *Ecological Economics*, 140, 1-13. doi:10.1016/j.ecolecon.2017.04.017
- Fernández, D., y López-Cabanas, M. (2017). Ecología y psicología: Reflexiones desde Greenpeace. *Guía de Psicólogo*, 380, 3-6. Recuperado de <https://www.copmadrid.org/web/comunicacion/noticias/583/a-fondo-ecologia-psicologia-reflexiones-greenpeace>

- Gatersleben, B., Murtagh, N., y Abrahamse, W. (2014). Values, identity, and pro-environmental behaviour. *Contemporary Social Science*, 9(4), 374–392. doi:10.1080/21582041.2012.682086
- Komatsu, H., y Nishio, K-I. (2015). An experimental study on motivational change for electricity conservation by normative messages. *Applied Energy*, 158, 35-43. doi:10.1016/j.apenergy.2015.08.029
- Mallett, R. K., Melchiori, K. J., y Strickroth, T. (2013). Self-confrontation via a carbon footprint calculator increases guilt and support for a proenvironmental group. *Ecopsychology*, 5(1), 9-16. doi:10.1089/eco.2012.0067
- McGuire, N. M. (2015). Environmental education and behavioral change: An identity-based environmental education model. *International Journal of Environmental & Science Education*, 10(5), 695-715. doi:10.12973/ijese.2015.261a
- Miller, D. T., y Prentice, D. A. (2016). Changing norms to change behavior. *Annual Review of Psychology*, 67, 339-361. doi:10.1146/annurev-psych-010814-015013
- Mouro, C., y Castro, P. (2017). La defensa de la conservación de las especies: El papel de los conflictos entre las leyes y las normas de la comunidad en diversas etapas de una acción comunicativa. *Psycology*, 8(3), 354-374. doi:10.1080/21711976.2017.1359373
- Moussaoui, L. S., y Desrichard, O. (2017). ‘Ser verde no vale de nada si los demás no lo son’: El efecto de las normas descriptivas sobre el comportamiento proambiental está mediado por la expectativa de resultado. *Psycology*, 8(3), 267-296. doi:10.1080/21711976.2017.1359370
- Nolan, J., Schultz, P. W., Cialdini, R. B., Griskevicius, V., y Goldstein, N. (2008). Normative social influence is underdetected. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 913-923. doi:10.1177/0146167208316691
- Oceja, L., y Berenguer, J. (2009). Putting text in context: The conflict between pro-ecological messages and anti-ecological descriptive norms. *The Spanish Journal of Psychology*, 12 (2), 657-666. doi:10.1017/S113874160000202X
- Oceja, L., y Fernández-Dols, J. M. (2006). La conducencia de la norma jurídica. En E. Garrido, J. Massip, y M^a C. Herrero (Eds.), *Psicología jurídica* (pp. 77-108). Madrid: Pearson-Prentice Hall.
- Olivos, P., y Aragonés, J. I. (2014). Medio ambiente, self y conectividad con la naturaleza. *Revista Mexicana de Psicología*, 31(1), 71-77.
- Olivos, P., y Clayton, S. (2017). Self, nature and well-being: Sense of connectedness and environmental identity for quality of life. En G. Fleury-Bahi, E. Pol, y O. Navarro (Eds.), *Handbook of environmental psychology and quality of life research* (pp. 107–126). Suiza: Springer.
- Ross, L., y Nisbett, R. E. (1991). *The person and the situation. Perspectives of social psychology*. Nueva York: McGraw Hill.
- Rubens, L., Le Conte, J., Assegond, C., Fairrier, E., Salvazet, R., Bonnefoy, B., y Baud, A-C. (2017). ¿Cómo interpretan los inquilinos de vivienda social en Francia los mensajes normativos descriptivos respecto al consumo de energía? *Psycology*, 8(3), 323-353. doi:10.1080/21711976.2017.1359371
- Santiago, P. (2006). El medio ambiente en las encuestas del CIS: La sensibilidad medioambiental en España. En R. de Castro (Ed.), *Persona, sociedad y medio ambiente* (pp. 151-166). Consejería de Medio Ambiente: Junta de Andalucía.
- Schultz, P. W. (1999). Changing behavior with normative feedback interventions: A field experiment on curbside recycling. *Basic and Applied Social Psychology*, 21, 25-36. doi:10.1207/s15324834baso2101_3
- Schultz, P. W. (2011). Conservation means behavior. *Conservation Biology*, 25(6), 1080-1083. doi:10.1111/j.1523-1739.2011.01766.x
- Schultz, P. W., y Kaiser, F. G. (2012). Promoting pro-environmental behavior. En S. D. Clayton (Ed.), *The Oxford handbook of environmental and conservation psychology* (pp. 556-580). Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Schultz, P. W., Nolan, J., Cialdini, R., Goldstein, N., y Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological Science*, 18, 429-434. doi:10.1111/j.1467-9280.2007.01917.x
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 10, pp. 221-279). Nueva York: Academic Press.

- Spakman, G., y Walton, G. M. (2017). Dynamic norms promote sustainable behavior, even if it is counternormative. *Psychological Science*, 28(11), 1663-1674. doi:10.1177/0956797617719950.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., y Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6, 81-97.
- Terrier, L., y Marfaing, B. (2015). Using social norms and commitment to promote pro-environmental behavior among hotel guests. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 10-15. doi:10.1016/j.jenvp.2015.09.001.
- Terry, D. J., y Hogg, M. A. (1996). Group norms and the attitude-behavior relationship: a role for group identification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(8), 776-793. doi:10.1177/0146167296228002
- Toner, K., Gan, M., y Leary, M. R. (2014). The impact of individual and group feedback on environmental intentions and self-beliefs. *Environment & Behavior*, 46(1), 24-45. doi:10.1177/0013916512451902