



Palabras clave:
crisis climática, generación,
combustibles fósiles, ecoansiedad.

No hay que ser un activista perfecto, ni tener una edad determinada. Para entrar en este club solo hay que querer una cosa: no morirse. **En la lucha climática necesitamos hasta a los negacionistas**

Ante la lucha climática, parece que el peso de ponerle solución recae sobre la generación más joven. Y que las demás lo único que han hecho es contribuir al problema. Nosotras no pensamos lo mismo.

TEXTO: CARMEN HUIDOBRO Y BELÉN HINOJAR
ILUSTRACIÓN: VÍCTOR COYOTE





Ecoansiedad: “Temor crónico a un cataclismo ambiental y el estrés causado por observar los impactos aparentemente irrevocables del cambio climático y por la preocupación ante el futuro propio y el de las futuras generaciones”. Así se define en la Asociación Americana de Psicología, y no en la Real Academia Española donde todavía ni aparece el término. Pero, aunque para ellos no esté presente, para nosotras y muchas otras personas jóvenes de España es muy, pero muy real.

La crisis climática no es para menos. Causada por la acción humana, el aumento de emisiones de gases de efecto invernadero emitidas a la atmósfera debido a la quema de combustibles fósiles nos está poniendo en una situación que mola menos mil.

Sí, Manolo, la Tierra siempre ha tenido naturalmente ciclos climáticos variopintos, pero esto no tiene nada de natural, y mucho de variopinto. Vaya, que está en juego la supervivencia de nuestra propia especie, por decir algo. Recordemos que nuestro planeta seguirá rotando, pero somos la especie humana quienes necesitamos al planeta en unas condiciones muy concretas para vivir. En conclusión: a la tierra le das igual.

Y esto, pues agobia un poco, la verdad. Sobre todo, agobia a esas generaciones que prácticamente han nacido en el problema, habiendo tenido poco que ver en el camino que nos ha llevado

hasta aquí. Y que aún les queda mucha vida por delante en una crisis que, si no se frena, cada vez va a ir a peor. Las emisiones se van acumulando y con ellas, se acentúan los impactos climáticos. Los fenómenos climáticos extremos son cada vez más extremos y más frecuentes conforme pasan los años y se escurre el bulto. “Sois la última generación que podrá salvar el planeta”, nos dicen. ¿Acaso es cierto?

Nosotras creemos que no somos la última. Ni la única. Vamos a ver, ¿cuántas generaciones hay en el planeta? Si nos organizamos, aquí contribuimos todos. ¿O se nos olvida quiénes están en los puestos de poder? Porque nosotras no (por ahora). Y, desde ahí, sí que se cambian las cosas. Literalmente están diciendo a un grupo de becarios que “salven” el mundo (donde todos los humanos vivimos) mientras no dan herramientas. Entendemos que ha habido mucha mala publicidad por aquí; que si a las generaciones más jóvenes nos lanzan toda la responsabilidad para la acción, que a las que llevan en el planeta más tiempo les echan toda la culpa. Cojamos el ejemplo de nuestros padres. ¿Cuántas veces hemos escuchado a amigos quejarse de que ellos intentan poner su granito de arena en casa, pero sus padres se lo ponen imposible? Esto es un problema de empatía, no de cabezonería. A nuestros padres les han vendido que el progreso y el bienestar es tener varios coches, comer carne (que era un lujo) y beber mucha leche de vaca para crecer. Y ellos solo trataban de dar lo mejor a su familia, cuando realmente estamos viendo ahora que no es así. Pero no vamos a caer, no vamos a caer en señalar lo que hacemos o dejamos de hacer los unos a los otros porque estamos en contra de culpabilizar al individuo. Quizás también es un problema de publicidad, y de a quién le interesa mandarte el mensaje, pero esto es otro tema.

Nosotras, como nuestros padres en su época, también estamos recibiendo mensajes constantemente. Sobre todo, mensajes contradictorios. Tenemos que frenar la crisis climática, pero también seguir la última skincare routine coreana de 15 pasos y 27 productos de dudosa procedencia. Tenemos que ser eco porque algo habrá que hacer para paliar esta ecoansiedad, mientras estamos expuestos todo el rato en las redes sociales a un capitalismo galopante que nos fuerza a consumir, y consumir y consumir más. Por ejemplo: “Si quieres ser supersostenible, cómprate esta botella reutilizable: entran 5 litros, la tenemos en 30 colores, cuesta 60\$ y necesitas una para tu casa, otra para el trabajo, otra para el gym...” y así, producto viral tras producto viral, atrapadas en el eterno scroll.

Nosotras, que además trabajamos en redes sociales, aparte de divulgar

en Climabar, vemos que las tendencias y las modas nacen y mueren en cuestión de horas. Es imposible estar al día. Un reflejo de la sociedad en la que vivimos (totalmente ajena al contexto de crisis climática en el que nos encontramos), donde parece que está prohibido aburrirse o dejar de consumir, ya sea contenido o productos.

Pero una intenta mantenerse positiva, motivada, asumiendo ese peso de responsabilidad para frenar esta emergencia climática mientras tratas de sobrevivir, no solo en un mundo capitalista, sino en un mundo donde el alquiler no para de subir comiéndose un 80 por ciento de nuestro salario bajo puestos precarios (not demure, not mindful). Si se espera que nuestra generación sea la que resuelva esta situación, ¿por qué nadie nos ofrece los puestos de mayor poder, con los que no per-

deríamos tiempo preocupados por llegar a fin de mes?

¿No sería más fácil que se abriera un diálogo y colaboración intergeneracional para que, entre todos, nos pusiéramos en marcha de una vez y frenásemos la quema de combustibles fósiles?

Sería una fantasía que salvar el mundo, en el que todos vivimos, fuese cosa de todos.



La lucha climática agobia a las generaciones que han nacido con el problema sin tener nada que ver con él

Autoras



CARMEN HUIDOBRO
Estudió Ciencias Ambientales y trabaja en comunicación climática estratégica. Un día descubrió que toda la movida “eco” se quedaba dentro de la burbuja verde y, después de gritar muy fuerte, decidió dedicar su vida a reventar esta burbuja hablando de este tema con absolutamente todo el mundo.

BELÉN HINOJAR
Estudió Comunicación Audiovisual y se hizo creativa independiente; después de trabajar para un montón de marcas, se percató de que podía usar sus superpoderes para el bien intentando que la ciencia suene más atractiva si lo hace al ritmo de las redes.



Bibliografía

American Psychological Association (2021). “CE: Climate change”. Monitor on Psychology. Disponible en: <https://www.apa.org/monitor/2021/03/ce-climate-change>

L. Vargas, R. Bermejo I. (2024). “La vivienda, callejón sin salida para los jóvenes: alquilar se come el 80 % de su sueldo y para comprar necesitan un ahorro que supone 3,7 veces su salario anual”. *La Razón*. Disponible en: https://www.larazon.es/economia/vivienda-callejon-salida-jovenes-alquilar-come-80-sueldo-comprar-necesitan-ahorro-que-supone-3-7-veces-salario-anual_2024011865a7b0f567d53e0001f412e4.html?outputType=amp

Naciones Unidas. “Principales conclusiones científicas sobre el cambio climático”. Datos sobre la acción climática. Naciones Unidas. Disponible en: <https://www.un.org/es/climatechange/science/key-findings#physical-science>

National Geographic. “Earth’s changing climate”. *National Geographic Education*. Disponible en: <https://education.nationalgeographic.org/resource/earths-changing-climate/>

English

You don't have to be a perfect activist, nor do you have to be a certain age. To join this club you only have to want one thing: not to die.

IN THE FIGHT AGAINST CLIMATE CHANGE WE NEED EVEN THE NEGATIONISTS

In the face of the climate fight, it seems that the burden of solving the problem falls on the younger generation. And that the rest of us have only contributed to the problem. We don't think so.

Keywords: climate crisis, generation, fossil fuels, eco-anxiety.