

LAS ACTITUDES POLÍTICAMENTE CORRECTAS EN FAVOR DEL AMBIENTE

➤ **Ernesto Cussianovich**

Director Asociado de Poliarquía Consultores.

Trabaja en la División Energía, Recursos Naturales y Ambiente.

Resumen Ejecutivo

Los temas de la agenda ambiental en el país compiten hoy en inferioridad de condiciones con los temas económicos o con la inseguridad. La inflación, la posibilidad de la pérdida de empleo o la de ser una eventual víctima de un asalto o un robo, son problemas mucho más relevantes que la contaminación, los residuos o el cambio climático. La pregunta de quienes trabajan en temas ambientales es cómo, en ese contexto, se puede hacer para mejorar la visibilidad de la agenda ambiental. Mucho más, cómo hacer para que el grueso de la población entienda que el ambiente no es una cuestión aislada de su vida cotidiana, de sus preocupaciones económicas o de los conflictos que los enfrentan todos los días.

*En este artículo analizamos algunas manifestaciones de lo que denominamos el comportamiento “políticamente correcto” de la población con respecto a los temas ambientales, mostrando que lejos de ser una actitud pasiva, puede en realidad convertirse en una alternativa dinámica y operativa para mejorar la visibilidad de la agenda ambiental. La mayoría de los argentinos muestra su interés, su simpatía o su preocupación por la situación del ambiente, a pesar que lo hacen desde una mirada muy correcta. **“¿Cómo no voy a estar preocupado por el ambiente?”**, se preguntan casi con cinismo, mientras dan muestras de tener poca información o conocimiento de lo que están preguntando.*

Es necesario continuar con los esfuerzos para mejorar la información y el conocimiento de los temas ambientales en la opinión pública. Al mismo tiempo, se deben realizar acciones de persuasión en las esferas de la política, en las campañas electorales, en los tribunales o en los ámbitos empresariales. También ciertamente en las comunidades de base. En las páginas que siguen intentaremos demostrar que quizás se puede comenzar a hacer algo más desde el costado “políticamente correcto” que la mayoría muestra cuando se refiere comúnmente al “medio ambiente”.

I. Introducción

A pesar que en los últimos años mejoró el posicionamiento en la opinión pública de los temas relacionados con la situación ambiental del país, el sector sigue teniendo poca visibilidad para la mayoría de los argentinos. Existe mayor información sobre el cambio climático, la contaminación o los residuos, pero no necesariamente una mayor comprensión de los problemas. En ese sentido, las encuestas nos indican que es necesario ampliar la agenda de temas y al mismo tiempo, hacerla más inteligible para los gobiernos, las empresas y las comunidades.

La posición en el ranking de prioridades de los ciudadanos es uno de los factores que refuerzan la invisibilidad de los temas ambientales. Para comenzar, el menú de problemas que ocupa hoy la cabeza de los argentinos es de tal amplitud que difícilmente el ambiente pueda competir en igualdad de condiciones. La inseguridad, la inflación, el desempleo, los bajos salarios, etc., han sido por más de una década preocupaciones muy latentes. A éstos se suman los problemas más estructurales pero no menos importantes como la salud, la educación, la vivienda o la justicia.

Por lo general, en los estudios de opinión pública todos estos temas surgen de manera espontánea. Especialmente cuando las personas pueden diferenciar los problemas que aquejan al país de aquellos que de manera directa los afectan a ellos y a sus familias. Con el ambiente no ocurre lo mismo. No aparece de manera espontánea en las respuestas de la gente, no es considerado un problema serio en el país y, salvo por algunos cambios de hábito recientes relacionados con la basura o el consumo de energía, no tiene una incidencia personal en la vida cotidiana de las personas.

Pero que los temas ambientales no surjan espontáneamente no significa que no estén, valga la expresión, “flotando en la cabeza” de los ciudadanos. De hecho, cuando les preguntamos directamente a las personas si están preocupadas por la situación ambiental o si les interesan las noticias relacionadas con este tema, la mayoría responde de manera afirmativa. “Sí, estoy muy preocupado” o “Sí, me interesan mucho”.

Es cierto que esta expresión mayoritaria de preocupación por el ambiente está quizás mediada o influida por la actitud “políticamente correcta” que todos llevamos dentro. No obstante, resulta al menos significativo saber que hoy existe un porcentaje considerable de personas que, aun cuando manifiesta con cierto cinismo su preocupación por el ambiente, de manera implícita reconoce también que el tema ocupa un lugar expectante

en su agenda personal. Además, hay que celebrar que este escenario de corrección política es infinitamente más alentador que el de hace unos pocos años atrás, cuando sin ninguna clase de eufemismos, la mayoría de las personas tenía dudas o directamente negaba temas tan apremiantes como el calentamiento global. Hoy en día, afortunadamente más del 80% de los argentinos reconoce que el calentamiento global es causado por la acción del hombre.

Por otro lado, es casi imposible que los temas ambientales no estén alcanzados hoy por el radar de las personas. La televisión, los diarios y las redes sociales muestran todos los días datos, imágenes y noticias sobre hechos asociados al "medio ambiente" como comúnmente se lo menciona en la opinión pública. Más aún, si de redes sociales se trata, no se puede negar el exitoso posicionamiento que ha logrado la temática ambiental en los últimos años. El "medio ambiente" se ha "viralizado" y ha logrado avanzar hacia territorios de la opinión pública que de otra manera hubiese sido casi imposible conquistar.

Pero no hay que confundir. Que se haya viralizado en las redes no necesariamente significa que se ha instalado en la vida cotidiana de las personas. Hoy existe un porcentaje importante de la población que percibe, se interesa y hasta muestra su alarma por la situación del planeta. Sin embargo, lo está haciendo desde lo que podríamos llamar hoy una versión "online" de su actitud políticamente correcta en relación al ambiente. Es decir, se expresa mínimamente con una "actitud Facebook" o un "modo Twitter". Hace click en "*me gusta*" y luego lo comparte o, con un poco más de empeño, escribe y re-envía 140 caracteres de lo primero que "pasa por su cabeza".

En las páginas que siguen examinaremos esta actitud "políticamente correcta" con respecto al ambiente. Tomando algunas respuestas que aparecen en los estudios de opinión pública, mostraremos que se trata de un atajo que, si bien impide la comprensión cabal de los procesos que han desembocado en la actual situación del ambiente, puede convertirse también en una ruta alternativa para aumentar el interés general de la gente por los problemas del ambiente. En un contexto de poca información de calidad y de mucho desconocimiento sobre la situación ambiental del país, esta corrección política puede ser una oportunidad bien aprovechada para mejorar el posicionamiento de la agenda ambiental. El desafío es doble: mejorar la información y el conocimiento sobre el ambiente y colocar los temas de su agenda en un sitio prioritario, similar al que tiene hoy el acceso a la salud o el derecho a la educación.

II. Corrección política en el espacio público

Hoy en día, poco más de un 70% de los argentinos afirma estar “muy” y “bastante” interesado por la situación del ambiente en el país. Se trata de un porcentaje importante de personas que muestra su inquietud por este tema, aunque este vasto grupo incluye mayoritariamente a los ciudadanos que responden movidos por su corrección política. De hecho, muchas veces cuando interrogamos a la gente sobre su preocupación por el ambiente, una mayoría no sabe muy bien que contestar y responden a nuestras preguntas con otras preguntas. “¿Quién no puede estar preocupado por el ambiente?” o “¿Cómo no voy a estar interesado en el tema?”.

El concepto de corrección política que utilizamos aquí se refiere, en un sentido figurado, al lenguaje o al comportamiento que las personas utilizan para sortear situaciones que puedan contradecir u ofender las acciones o el pensamiento de una supuesta mayoría defensora de causas altruistas, pero de las que no tienen demasiado conocimiento ni información (la responsabilidad social, la protección del planeta, el derecho de los animales, etc.).

En el caso específico del ambiente, esta corrección política se pone de manifiesto en las muestras de aprecio o simpatía que las personas expresan por determinadas causas ambientales, aunque sin necesariamente entender los hechos o fenómenos que los originan. Se trata de un comportamiento que hace unas décadas atrás se definía como típicamente “burgués”, con una fuerte cuota de oportunismo y exhibición.

De manera que, en reemplazo de un mayor entendimiento o de más información, los ciudadanos “políticamente correctos” con las causas ambientales ofrecen su preocupación, su interés y, a veces, hasta cierta voluntad por traducir y extrapolar su adhesión por el ambiente hacia otros temas, conceptos y valores. Efectivamente, en numerosos estudios de opinión pública y ambiente nos encontramos con que las personas, al responder espontáneamente algunas preguntas, buscan hacer coincidir sus respuestas con ciertos valores socialmente aceptados por la mayoría. Más aún, a veces asocian el cuidado del ambiente con otros hábitos y costumbres, como el cuidado del espacio y el ornato público o incluso el cuidado personal.

En una encuesta sobre hábitos verdes realizada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) (2014), se les preguntó a los vecinos si en su vida cotidiana hacían cosas para cuidar el ambiente. En una buena muestra de

corrección política, un 90% de los porteños dijo que sí. Ahora bien, cuando se les preguntó a ese 90% qué cosas -por ejemplo- hacen a favor del ambiente, un 50% dijo que “separa y recicla residuos”, un 17% que “tira la basura en contenedores”, un 9% que “no tira la basura en la calle” y un 4% que “recoge los excrementos del perro”.

Como puede apreciarse, la respuesta mayoritaria de la gente (el 50% que separa y recicla) probablemente es un resultado directo de la decisión política y la propaganda oficial para la separación de residuos en origen. La siguiente respuesta, con un 17% de adhesión, también se deriva de esta decisión y propaganda pública, aunque casi con seguridad está básicamente asociada a la cantidad de contenedores puestos a disposición de los vecinos en las calles de la ciudad.

Finalmente, la tercera y cuarta respuesta, “no tira la basura en la calle” (9%) y “recoge los excrementos del perro” (4%), si bien son respuestas minoritarias están -en principio- más lejos de ser definidas como hábitos en favor del cuidado del ambiente y sí quizás más cerca de los tradicionales hábitos de urbanidad y convivencia cívica. No obstante, si las personas creen que son actos en favor del ambiente, ¿vale la pena contradecirlos o corregirlos? ¿No es acaso mejor que adquieran aún más conciencia ambiental a través de sus hábitos de buenos vecinos?

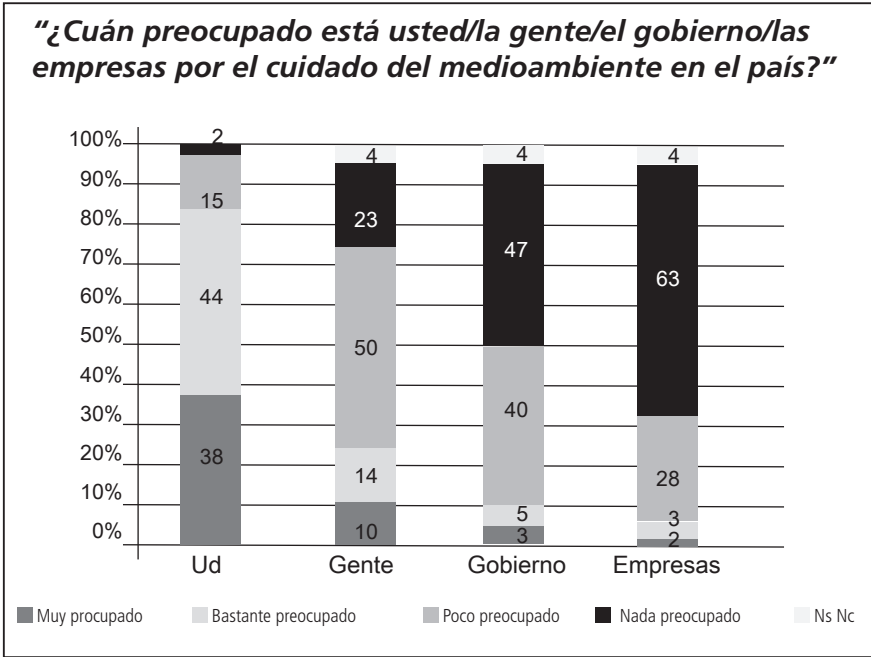
III. La corrección personal y joven por el ambiente

Las personas ofrecen entonces su opinión sobre temas ambientales con la seguridad de que lo que están diciendo está respaldado por el pensamiento de la mayoría (que paradójicamente parece pensar lo mismo). Con escasa información o con poco conocimiento sobre el “medio ambiente” los ciudadanos cuentan con la “garantía” que lo que digan o hagan será respaldado por sus conciudadanos. De esta forma, en un alto porcentaje sostienen que están preocupados por el ambiente e incluso, como observamos, asocian libremente sus buenos hábitos o costumbres urbanas como comportamientos destinados también a la protección del “medio ambiente”.

Al respecto, un ejemplo interesante de corrección política es el que se ve reflejado en la relación entre el individuo y su entorno social. En los últimos años hemos realizado el ejercicio de preguntarles a las personas si, en comparación con el gobierno, las empresas y la gente (en general),

quienes son encuestados consideran que hoy están más o menos preocupados por el ambiente que los otros tres referentes. Esta pregunta la efectuamos a la población en grandes centros urbanos, en áreas rurales, en comunidades donde hay actividades extractivas, etc. y siempre encontramos la misma respuesta: “yo estoy preocupado por el cuidado del ambiente, el resto no lo está”.

El año pasado, en oportunidad de un estudio sobre la situación ambiental en el país que realizamos con la Fundación Vida Silvestre Argentina (FVSA), volvimos a interrogar a los argentinos, a lo largo y lo ancho del territorio, con la misma sencilla pregunta: “¿Ud. cuán preocupado está por el cuidado del ambiente en el país?”. Un 82% respondió que estaba “muy” y “bastante” preocupado y solo un 18% poco o nada preocupado. Ahora bien, cuando le preguntamos cuán preocupados creía que lo estaban las empresas y el gobierno, el 91% dijo que las empresas están “poco” y “nada” preocupadas por el cuidado del ambiente; y el 87% que el gobierno estaba “poco” o “nada” preocupado. Las respuestas no resultaban sorprendentes excepto cuando le preguntamos si creía que “la gente” estaba o no preocupada por el tema. El 73% dijo que la “gente” tenía una actitud similar: también está “poco” y “nada” preocupada.



En conclusión, al parecer en todo el país, en las grandes y pequeñas ciudades o en comunidades dedicadas a la producción de petróleo, minería o soja, la gente afirma y confirma que el único que está preocupado por el cuidado ambiental es uno mismo. Sin embargo, como veremos luego, esta aproximación personal al cuidado ambiental cambia completamente cuando se le pregunta a las personas sobre eventuales esfuerzos personales que estarían dispuestos a hacer para confirmar su preocupación.

Más aún, al hacer el cruce por segmentos socio-demográficos, nos encontramos con que ese “yo” estaba más fuertemente representado en las personas de mayor edad. El 87% de los argentinos de más de 50 años está más preocupado en comparación con el 76% de los jóvenes de 18 a 29 años que dicen también estarlo. Los jóvenes no parecen estar más preocupados que sus mayores y en verdad, no hay ninguna razón para dudar de esa realidad. Suponer que la juventud es por definición una cualidad más cercana a los temas ambientales es, según las encuestas, algo equivocado y quizás estereotipado. En ese sentido, la variable generacional, en un contexto de corrección política ambiental, no nos permite llegar por ahora a ninguna conclusión en particular.

Por ahora sabemos que a los más jóvenes en realidad les interesa menos el cuidado del ambiente (que no es lo mismo que no les interese). Por su cabeza pasan en realidad muchas más cosas o, sencillamente, quizás son menos políticamente correctos que sus mayores a la hora de hablar sobre este tema. Por otro lado, después de todo, ¿quién puede definir hoy lo que les interesa a los jóvenes? Lo que sí parece cierto es que las nuevas generaciones cuentan hoy con internet y especialmente con las redes sociales como una vía diferente, útil y muy poderosa para apoyar las causas a favor del cuidado del planeta. Como vimos, por ahora parecen muy efectivos en aplicar lo que denominamos como una actitud de corrección política *online*. Sobre esta base potencial se pueden lograr muchas cosas.

IV. Corrección política con sentido común y sin mayores costos

Por otro lado, es necesario mencionar que la corrección política está también sostenida en una buena cuota de la espontaneidad y del sentido común que define a todas las personas. Estas son otras dos cualidades que nos ayudarían a dibujar un mapa de percepciones más o menos confiable

aunque, de manera contraria, nos impedirían conocer más en profundidad los niveles de conocimiento e información de la población.

El sentido común, al ser considerado por las personas como una forma de conocimiento espontáneo e inmediato, permite a veces recrear explicaciones estereotipadas y muy superficiales sobre las causas de determinados fenómenos, entre los que se incluyen obviamente los asociados a los cambios en el ambiente. Más aún, al tratarse de un conocimiento validado por la propia gente, termina sustituyendo al que mínimamente se requiere para comprender la complejidad científica de los cambios y procesos del ambiente.

Por otro lado, el sentido común, sumado a las actitudes de corrección política, genera en las personas muchas afirmaciones sobre el ambiente que podríamos definir como respuestas u opiniones "sin costo". Ciertamente, por lo general las respuestas políticamente correctas sobre este tema no tienen consecuencias materiales directas para quien opina. "*Estoy interesado*" o "*Estoy preocupado*" no son sino afirmaciones sueltas, sin ningún precio para quien las expresa.

Entonces, cuando se le pregunta a las personas sobre su preocupación por temas como el excesivo consumo de agua o de energía, las respuestas políticamente correctas que ofrecen para condenar estos excesos no tienen en general un "costo" directo. Frente a la pregunta "*¿está Ud. preocupado por el excesivo consumo de electricidad en los hogares?*" la lógica respuesta es sí y con seguridad está "muy" y "bastante" preocupado por el tema. Algo distinto ocurre cuando a esas mismas personas interesadas por el cuidado del ambiente, se les pregunta si, dada su preocupación, estarían dispuestas a pagar una alícuota adicional en su factura de electricidad que tenga como objetivo financiar el uso de energías limpias. Es decir, si usted está preocupado por el excesivo consumo de electricidad, "*¿estaría dispuesto a pagar más para que existan fuentes alternativas más limpias?*"

Muy probablemente el resultado sea que el *homo economicus* que las personas llevan dentro terminen eliminando casi por inercia al *homo ecologicus*, más sensible y políticamente más correcto. La posibilidad de efectuar un pago adicional, en favor de un tipo de energía que probablemente no entiende bien de qué se trata y que, además, no lo beneficiará en la corta duración, con seguridad producirá una variación importante en el comportamiento y en las respuestas de las personas con respecto al ambiente.

En otro estudio sobre hábitos de consumo y ambiente en la CABA, pudimos observar que los vecinos de la ciudad tienden a responder más positivamente sobre aquellos hábitos en los que el factor económico los afecta o los condiciona directamente. Es decir, son más proactivos y más entusiastas en las eventuales acciones de protección del ambiente donde hay involucrado un “costo” adicional que los interpela. Esto nos obliga a pensar que seguramente muchas acciones consideradas hoy como eventos “para proteger el ambiente” están en realidad, muy condicionadas por las consecuencias que pueden tener en el bolsillo de las personas.

Esto significa que si ante la pregunta *“¿con qué frecuencia apaga las luces en ambientes desocupados?”* nos encontramos con un porcentaje alto de la población que asegura que siempre o habitualmente apaga las luces, lo primero que debemos hacer es desestimar que ha habido un mágico aumento de la conciencia en favor de la reducción del consumo eléctrico y, más bien, verificar en las estadísticas algún aumento significativo en el precio de la tarifa del servicio eléctrico.

En la encuesta que realizamos en la CABA, efectivamente preguntamos sobre el hábito de consumo eléctrico en los espacios no utilizados, así como la frecuencia en el uso de artefactos eléctricos de bajo consumo. Descubrimos que hoy un 73% de los porteños asegura que “habitualmente” apaga las luces de los ambientes que no utiliza o que también “habitualmente” compra electrodomésticos de bajo consumo. Para una pregunta similar en relación al consumo diario de agua, un 53% afirmó que suele cerrar la canilla cada vez que lava sus platos o se cepilla los dientes. Finalmente, en relación a las compras diarias en los supermercados, un 54% de los vecinos de la ciudad aseguró que no compra más bolsas plásticas y que en cambio, usa “changuitos” o bolsas de tela.

Ahora bien, cuando efectuamos una pregunta que no está directamente relacionada con una acción que genere costos adicionales para las personas pero sí en cambio, esfuerzos extra en favor del cuidado del ambiente, los porcentajes de adhesión y de entusiasmo de la población descienden sensiblemente. Frente a la pregunta *“¿con qué frecuencia separa Ud. la basura en reciclable y no reciclable?”* solo un 32% de los porteños dice que habitualmente lo hace, mientras que un 62% afirma que algunas veces o nunca lo hace.

Para la mayoría de las personas “ahorro de energía” significa “ahorro de dinero” y no necesariamente “ahorro en favor del ambiente”. Por su parte, “reciclar” o “separar residuos” implica comprar recipientes para la

basura, leer instrucciones para entender la separación en origen, destinar tiempo para llevar a cabo las tareas, etcétera. Es decir, esfuerzos y costos adicionales que el individuo debe poner a disposición del cuidado del ambiente. No obstante, probablemente lo hace. Quizás porque mejoró su conciencia ambiental o simplemente porque este hábito es una buena oportunidad para mostrar aún más su corrección política. A partir de entonces él y su familia podrán identificarse pero también, mostrarse como personas dentro del selecto y prestigioso grupo de ciudadanos que separan residuos y además reciclan. También, tienen la opción de afirmar que sencilla y honestamente son un grupo de ciudadanos que están a favor del cuidado del ambiente.

V. Conclusión

En estas líneas buscamos mostrar algunos ejemplos de cómo es posible acrecentar la agenda ambiental en el grueso de lo que comúnmente denominamos "población general". Hemos visto como tal vez a partir de ciertas actitudes de corrección política de las personas a favor del ambiente, es posible construir una agenda de temas y problemas específicos que acrecienten la información y el conocimiento, a la vez que aumente la adhesión por la temática ambiental.

Ciertamente, es quizás una manera un tanto exagerada de poner en tela de juicio el poco éxito en el posicionamiento de los temas ambientales en la agenda pública. En los últimos años prevaleció un fuerte sesgo pesimista, de abatimiento y letanía en la información sobre la situación del ambiente, que si bien puede ser sustancial para alertar sobre la situación, no ha resultado efectivo para atraer un público renovado, especialmente entre los más jóvenes.

Las preguntas que caben hacerse son ¿cómo atraer a cada vez más segmentos de la población en la problemática ambiental? ¿Cómo construir actitudes cada vez más firmes y sólidas a favor del cuidado del ambiente a partir de miradas superficiales e incluso a veces hasta casi desdeñosas en relación a este tema?

En los últimos años hemos comprobado como algunas organizaciones, empresas y hasta gobiernos en muchos países han comenzado a experimentar otras formas de atraer más públicos. En algunos casos se ha apelado al tiempo libre, al entretenimiento o al consumo. Por ejemplo,

en el Reino Unido se ha comenzado a proponer nuevas formas de acercamiento a la población través de la antipatía que genera cada vez más entre los consumidores el *packaging* de los productos de consumo masivo. El "rechazo" al *packaging* unificó actitudes a favor del ambiente y los británicos (como los "políticamente correctos" en la Argentina) si bien no están dispuestos a reducir el consumo de productos, hoy exigen que lleguen con un envoltorio más reducido al consumidor.