

Mozobancyk, Schelica (julio 2007). *Aportes de la psicología : Cambio en el clima y comportamiento humano*. En: Encrucijadas, no. 41. Universidad de Buenos Aires. Disponible en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad de Buenos Aires: <<http://repositorioubasibsi.uba.ar>>

Aportes de la
psicología

Cambios en el clima y comportamiento humano

La forma en que las personas percibimos nuestro ambiente, las actitudes que desarrollamos hacia él y los valores sociales que sostenemos están en la base de los comportamientos ambientales que dan origen al cambio climático. Estos comportamientos pueden modificarse a partir de la implementación de políticas y programas de gestión y educación ambiental que generen los contextos apropiados. La psicología social, la psicología ambiental y la psicología comunitaria son especializaciones que se entienden como indispensables para contribuir a una respuesta eficaz ante los desafíos que plantea la problemática mencionada.

Por Schelica Mozobancyk (Diplomada en Ecología y Desarrollo Sustentable. Especialista en Gestión Ambiental) (Fac. de Arquitectura y Urbanismo UBA) Prof. Adjunta Cátedra Salud Pública/Salud Mental (I) – Fac. de Psicología, UBA.
schelica@uolsinectis.com.ar

Introducción

El fenómeno denominado “cambio climático” implica un ascenso paulatino de la temperatura del planeta, un incremento de las precipitaciones en vastas zonas del globo y un aumento en la frecuencia de la ocurrencia de eventos climáticos extremos (tormentas, sequías, inundaciones, etc.). Los costos económicos, sociales y sanitarios de este cambio que, de hecho, ya estamos viviendo, son enormes y se describen en otros artículos de este número.

El cambio climático encuentra su origen en un sinfín de actividades humanas que alteran los procesos naturales de regulación del clima y que podemos clasificar en dos grandes grupos: las actividades que aumentan la emisión de gases de “efecto invernadero” y las que disminuyen su captación natural (principalmente, la tala de bosques).

Hay consenso entre la comunidad científica en que el problema del cambio climático es de tal complejidad que sólo puede ser abordado de un modo interdisciplinario. Pero ¿qué tiene la psicología para decir al respecto? En una primera aproximación la respuesta no es evidente, en absoluto.

En este artículo se tratará de poner de manifiesto cómo la forma en que las personas percibimos nuestro ambiente, las actitudes que desarrollamos hacia él y los valores sociales que sostenemos están en la base de los comportamientos ambientales que dan origen al cambio climático, y cómo estos comportamientos pueden modificarse a partir de la implementación de políticas y programas de

gestión y educación ambiental que generen los contextos apropiados.

También se mencionarán algunos de los aportes que puede hacer la psicología a la gestión ambiental para la mitigación del cambio climático; principalmente la psicología social, la psicología ambiental y la psicología comunitaria, especializaciones que se entienden como indispensables para contribuir a una respuesta eficaz ante los desafíos que plantea la problemática mencionada.

¿Tenemos una percepción del problema?

El Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático de las Naciones Unidas (IPCC) señaló en un informe del año 2001 que “existen pruebas nuevas y más convincentes de que la mayor parte del calentamiento observado durante los últimos cincuenta años se puede atribuir a actividades humanas”.

Contribuimos al cambio climático cada vez que utilizamos nuestro automóvil, encendemos nuestro aparato de aire acondicionado (y otros electrodomésticos), viajamos en avión, etcétera. Sin olvidar que la gran mayoría de los productos que compramos y utilizamos cotidianamente provienen de procesos industriales (incluida buena parte de nuestros alimentos) que contribuyen al cambio climático por las emisiones de gases de efecto invernadero que implican. Es decir, las distintas acciones que realizamos en nuestra vida cotidiana aportan al proceso de alteración climática negativa o son mediadoras de procesos que contribuyen a la misma en mayor o menor medida.

No obstante el origen netamente antrópico del problema, observamos que el tratamiento habitual que se da al mismo en los medios de comunicación y en las conversaciones de la vida diaria es en tanto desastres “naturales”. En este sentido, un documento de la Secretaría de Ambiente de la Nación (Perczyk et al.) expresa: “...la mayoría de la población suele percibir el cambio climático como un problema lejano... en rigor, la ciudadanía no es consciente del problema sólo porque no puede identificar y establecer las relaciones que existen entre su forma de vida y el cambio climático”. Y concluye: “... esta visión es la que hay que modificar para lograr una ciudadanía consciente de que sus acciones repercuten sobre el nivel de emisiones de gases de efecto invernadero”.

Podría pensarse, entonces, que la solución del problema podría pasar por la implementación de una buena campaña informativa o educativa, de corte tradicional. Sin embargo, los estudios de psicología ambiental han dejado claramente establecido que si bien la información es imprescindible dado que, de hecho, puede conducir a un incremento de la percepción del problema, no es en absoluto suficiente para generar el cambio de comportamientos necesario.

La cuestión de las actitudes y los valores

Si la percepción de la existencia del problema y de nuestra participación en el mismo no es suficiente, ¿entonces, qué más se necesita? Se necesita desarrollar una actitud favorable hacia el cuidado ambiental, esto es, una toma de posición frente a la problemática y una decisión de actuar en consecuencia. El desarrollo de esta actitud puede requerir de cambios más profundos en nuestro sistema de creencias y en nuestros valores, por eso nos referimos a ella como “complejo valorativo-actitudinal” (Hernández, 1998).

De hecho, en primera instancia, la mayoría de las personas podría estar a favor del

cuidado del planeta. Pero ¿qué ocurre cuando este cuidado entra en contradicción con otras conductas o intereses personales? Por ejemplo: ¿Estaríamos dispuestos a hacer esfuerzos personales para reducir la emisión de gases de efecto invernadero?, ¿restringir el uso de nuestro automóvil?, ¿moderar el uso del aire acondicionado?, ¿pagar un mayor precio por un aparato que consume menos energía?, ¿llevar estilos de vida más austeros?, ¿tomarnos el trabajo de separar nuestros residuos para que puedan ser posteriormente reciclados? En el caso de ser empresarios: ¿Pagar más impuestos para la implementación de programas de reducción de gases de efecto invernadero?, ¿o invertir en tecnologías menos contaminantes, aunque esto disminuya el margen de ganancias?

El desarrollo de actitudes favorables hacia la mitigación del efecto invernadero dependerá de la importancia que otorguemos al problema y de cuán costoso nos parezca implementar los comportamientos de cuidado ambiental necesarios (ya sea en términos económicos o del esfuerzo personal que nos implique). Influyen también en la formación de actitudes las creencias que sostenemos en relación al problema, el grado de impacto que consideremos que nuestro cambio de comportamiento puede tener en su mitigación y lo que el resto de las personas a nuestro alrededor hace (estos dos últimos aspectos los trataremos en el apartado siguiente).

Algunas creencias que dificultan la formación de actitudes favorables hacia la mitigación del calentamiento global son, por ejemplo, que los científicos ya encontrarán una solución para el problema, que la naturaleza es lo suficientemente fuerte como para resistir los impactos de la industrialización, que la industria se reconvertirá a tiempo para desarrollar tecnología no contaminante, etcétera.

Más problemático es aún cuando los comportamientos necesarios de cuidado ambiental entran en contradicción con los valores personales, pues éstos son mucho más difíciles de modificar que las actitudes (de hecho, éstas están apoyadas en aquéllos). En el caso del cambio climático, los valores que orientan los comportamientos proambientales pueden entrar en contradicción con otros valores socialmente imperantes, como por ejemplo: *el disfrute del confort de la vida moderna es más importante que el cuidado del planeta; el hombre tiene el derecho de dominar la naturaleza; el hombre es más importante que el resto de las especies; el hombre está más allá de las leyes de la naturaleza; tenemos el derecho de utilizar todos los recursos naturales que podamos.*

La psicología ambiental ha elaborado una gran cantidad de escalas para identificar las creencias, actitudes y valores que sostienen los distintos grupos sociales, como primer paso hacia su modificación. Una de las más conocidas y ampliamente utilizadas es la de Dunlap y Van Liere (1978, 1984), quienes demostraron empíricamente que existe un conjunto de creencias, actitudes y valores afines al comportamiento proambiental, al que llamaron Nuevo Paradigma Ambiental que se opone a otro conjunto de actitudes y valores, actualmente imperantes, denominado Paradigma Social Dominante. Detrás de la adscripción de las personas a uno u otro paradigma hay algún tipo de confrontación entre la preservación ambiental y otros valores (generalmente, intereses económicos y los valores que conllevan los estilos de vida consumistas).

Ahora bien ¿es suficiente el desarrollo de actitudes y valores favorables al control del cambio climático para poner en práctica los comportamientos necesarios? La respuesta, lamentablemente, es nuevamente no.

La necesidad de contextos sociales apropiados

Aun las personas sensibilizadas y comprometidas con la problemática del cambio climático necesitan de contextos apropiados para poner en práctica comportamientos de cuidado ambiental. Por ejemplo, una persona preocupada por el cambio global puede preguntarse: ¿Tendrá sentido esforzarme en restringir el uso de mi automóvil si el resto de las personas no lo hace?, ¿qué resultados podrán esperarse del tal esfuerzo aislado? Por oposición, otra persona con actitudes proambientales más débiles, puede sentirse impulsada a la acción si el contexto social muestra una clara toma de posición hacia el cuidado ambiental.

Es aquí donde adquieren un papel protagónico las políticas ambientales y los programas de gestión ambiental. Éstos tienen por objeto direccionar el accionar colectivo, poniendo el acento no en las responsabilidades individuales sino en las transformaciones sociales necesarias para generar los contextos apropiados que puedan dar lugar a los comportamientos ambientalmente respetuosos. A través del establecimiento de pautas de funcionamiento social (leyes, regulaciones impositivas, etc.), campañas de comunicación social, programas ambientales participativos, etc. buscan movilizar la acción colectiva en pro de objetivos ambientales. Por ejemplo, una política pública tendiente a un transporte más ecológico podrá incluir acciones tales como: regulaciones para el uso del automóvil individual, buenas ofertas de transporte público que lo sustituyan, diseño de ciclovías, normativas para la fabricación de los vehículos, fomento de nuevas modalidades de organización comunitaria de traslados (por ejemplo, compartir los vehículos), todas ellas apoyadas por campañas de comunicación ambiental bien diseñadas y por los programas de educación ambiental correspondientes.

Las políticas y programas de gestión ambiental deben involucrar a los distintos sectores de la sociedad y establecer metas ambientales consensuadas: gobierno, empresa, industria, escuela, universidad, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, ciudadanía en general, deben trabajar organizadamente y de un modo participativo y cooperativo en programas orientados a la disminución de las emisiones, fomento del reciclaje, reducción del uso de aparatos contaminantes, etcétera.

Veremos que son innumerables los aportes que puede realizar la psicología a las políticas y la gestión ambiental para la mitigación del cambio climático si comprendemos la perspectiva que destaca Pol (2000), cuando afirma: "...la Gestión Ambiental no hace otra cosa que gestionar, directa o indirectamente, comportamientos humanos, tomar decisiones en función de unos valores que son socialmente construidos, tratando de modificar comportamientos dentro y fuera de las organizaciones".

Desde la psicología social ambiental podemos trabajar para el desarrollo de representaciones, actitudes y valores que conduzcan a la puesta en práctica de conductas proambientales, teniendo en cuenta que tales representaciones, actitudes y valores son construcciones sociales, es decir, son producto de las transacciones o interacciones humanas. Las personas con las que interactuamos en la vida cotidiana (familia, escuela, trabajo, etc.), los medios de comunicación (incluyendo la publicidad) y los líderes de opinión, son una poderosa fuente para la formación y mantenimiento de percepciones, opiniones, creencias actitudes y valores, por lo que las llamamos influencias sociales.

Y la psicología social ambiental puede operar con y desde las influencias sociales. Distintas teorías de la psicología social brindan una base eficaz para el diseño de campañas de comunicación ambiental a partir del trabajo con los líderes de opinión, los modelos sociales y los medios de comunicación masivos, con el objeto de sensibilizar, informar e implicar a la comunidad en la problemática ambiental. Estas teorías son una fuente imprescindible, también, para el diseño de programas de educación ambiental.

Por su parte, las herramientas provenientes de la psicología comunitaria permiten dinamizar la movilización, participación, organización y autogestión de la comunidad y activar las redes sociales para la consecución de objetivos ambientales compartidos.

Otro grupo de técnicas y herramientas permiten, a su vez, aportar a la construcción de consensos políticos y la toma de decisiones compartidas (tal como lo proponen las Agendas XXI).

A modo de síntesis

Hoy el problema del cambio climático ha llegado a un punto en su desarrollo en el que es imposible ya evitarlo. Existe incertidumbre respecto a si seremos capaces de controlarlo, desacelerarlo o mitigarlo. No es posible volver atrás, sólo continuar hacia adelante. Pero una cosa está clara: el éxito sólo podrá alcanzarse a partir de la dinamización de acciones colectivas, organizadas y sinérgicas, que permitan acelerar los procesos de toma de conciencia, cambio de actitudes y transformación de valores que pongan el cuidado ambiental en el primer plano, no sólo de la agenda pública, sino del accionar en nuestra vida cotidiana y de cada uno de nosotros.//

Bibliografía

Hernández, Bernardo; Hidalgo, M. del Carmen: "Actitudes y creencias hacia el medio ambiente". En: Aragonés, Juan I.; Américo, María (1998): Psicología Ambiental. Madrid: Pirámide.

Moreno, Emilia; Pol, Enric (2000): Nociones psicosociales para la intervención y la gestión ambiental. Monografías socio/ambientales N° 14. Publicaciones de la Universidad de Barcelona.

Perczyk, Daniel et al.: Para entender el cambio climático. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. Ministerio de Salud y Ambiente de la Nación.

Dunlap, R. E.; Van Liere, K. D. (1978): "The New Environmental Paradigm". Journal of Environmental Education, 9, 10-19.

Dunlap, R. E.; Van Liere, K. D. (1984): "Commitment to the Dominant Social Paradigm and concern for environmental quality". Social Science Quarterly, 65, 1013-1028.

—

—