

Pablo Massachs

El ecologismo y sus zonas de confort

¿Contra Franco vivíamos mejor?

Manuel Vázquez Montalbán

El activismo ecologista sigue siendo una actividad a contracorriente. Incluso desde círculos supuestamente cercanos ideológicamente se encuentran actitudes displicentes y poco comprensivas que al final redundan en un apoyo teórico a sus causas (¿quién iba a estar a favor de destruir el medio ambiente?), pero en poca ayuda práctica. La carrera de fondo por el fin de la energía nuclear, por ejemplo, hace que los sindicatos se comporten de forma ciclótica, apoyando la causa sobre el papel, pero sin hacer ruido, ya que los puestos de los trabajadores de centrales nucleares están por delante en sus prioridades.

En este contexto la labor tenaz y desinteresada de muchos ecologistas tiene un mérito doble. Desde los asesinatos de ecologistas en Brasil o Filipinas [1] hasta el acoso violento a luchadoras como Paca Blanco [2] en Extremadura, defender los espacios naturales de los que todos dependemos puede suponer jugarse el cuello, y es de justicia que los que no disponemos de tanto valor ni tanto tesón al menos lo valoremos y nos sintamos agradecidos.

En el otro extremo, la lucha ecologista también tiene sus propias zonas de confort, espacios psicológicos en los que el día a día se puede desarrollar sin sobresaltos, a pesar de la apariencia de confrontación. ¿No es esto paradójico?

Según Claude Steiner, uno de los psicólogos más influyentes del análisis transaccional, vivimos de acuerdo a guiones o patrones de comportamiento que nos impiden vivir de manera libre y satisfactoria. Estos guiones son tan paradójicos como los que siguen algunas víctimas con sus acosadores, que hacen que los roles se perpetúen, con el sufrimiento que esto lleva asociado. Por tanto, estos comportamientos pueden resultar paradójicos analizados desde la fría distancia, pero son un patrón de conducta muy habitual en los seres humanos.

De forma análoga, algunos actores del ecologismo representan guiones que no sirven para alcanzar los objetivos planteados.

Predicando para la propia parroquia

En un reciente estudio [3], la economista Shashi van de Graaff analiza el fracaso de los partidarios de la energía nuclear por llevar a cabo el renacimiento de esta tecnología. Naturalmente esta estrategia pasaría por una aceptación pública mayor. En esta línea, la industria y su brazo político lleva años intentando vender esta la nuclear como barata, fiable e incluso ecológica. Sin embargo, esto no ha funcionado por diversos motivos, indica Van deGraaff. Los argumentos de la industria nuclear no hacen sino reflejar la visión del mundo jerarquizada que tanto les gusta a sus integrantes. Al final, solo acaban por convencer a los que ya lo estaban, pero no han ampliado su base de apoyo.

Este estudio invita a la reflexión sobre varios aspectos. En primer lugar, desde el activismo antinuclear se tiene la sensación de que la industria nuclear y sus adláteres tienen infinitos medios para hacer propaganda, tienen las puertas de los que dictan las leyes abiertas de par en par y saben cómo mover los hilos del poder para conseguir sus objetivos. Como en todo mito, se mezclan verdades con exageraciones. Pero los fríos datos demuestran que la industria nuclear también falla en su estrategia de lavado de imagen, a pesar de los cuantiosos medios e influencias con las que cuenta.

Por otro lado, seguramente los movimientos ecologistas no están exentos del pecado de dirigirse fundamentalmente a los ya convencidos. Desde luego las ventajas de esta “zona de confort” son indudables: reconocimiento social, sensación de estar avanzando en los objetivos, ausencia de críticas, etc. Ampliar la base social, por tanto, supone entender otras visiones del mundo que no se comparten, hablar en un lenguaje que conecte con el otro, y así facilitar el reencuadre. Tarea lenta e incómoda, pero indispensable.

David contra Goliat

En un foro de debate y análisis sobre cambio climático, un joven asalariado del ecologismo vociferó que era necesario imponer inmediatamente un límite a las emisiones de gases de efecto invernadero de cada ciudadano, una especie de cartilla de racionamiento para mitigar el cambio climático. Da igual que semejante medida resultase impopular, que no se centre en un primer término en los grandes contaminadores o que sea irrealizable en el corto plazo: nadie osó replicarle, y la idea incluso pareció levantar los ánimos de un sector del público. Quien propone (o más bien impone) algo así, sabe que se trata de un brindis al sol. Seguramente en otras ocasiones se quejará de los poderes fácticos que impiden llevar a cabo tan brillante idea. Un David con mala suerte que no consigue derrotar a Goliat.

Aunque en ocasiones frustrante, semejante actitud quizá también resulte cómoda para quien la profesa: aporta cierta superioridad moral a cambio de solo palabras. El ciclo propuesta irrealizable–queja constante puede no acabar nunca. Y naturalmente tampoco sirve para avanzar. Podríamos decir que el ecologista debería tener la mente puesta en la utopía, pero los pies pegados a la realidad.

ONG como multinacionales

La perversa lógica del mercado también ha calado en algunas organizaciones ecologistas. Éstas en ocasiones parece que tengan como objetivo vender su producto en el mercado del lavado de conciencias. Para ello se llevan a cabo campañas de marketing con el famoso de turno o con *performances*

tan vistosas como inútiles, y se deja claro al *público objetivo* cuál es la *imagen corporativa*. Todos los voluntarios-comerciales lucen la camiseta-uniforme de la ONG-empresa, y no faltan pegatinas y chapas con el logo empresarial.

Otras en cambio parece que no encuentran contradicción alguna en recibir fondos de las instituciones cuyas acciones deben auditar y denunciar. Creen que el aforismo de Upton Sinclair, aquel que reza que “es difícil hacer que una persona entienda algo cuando su salario depende de que no lo entienda”, no va con ellos.

Resulta obvio que el objetivo de una ONG ecologista no es captar más socios ni más fondos, sino proteger el medio ambiente. Está claro también que las ONG de todo tipo, también las ecologistas, han sufrido la crisis económica con dureza. Pero las dinámicas señaladas vienen de lejos, y bueno sería aprovechar esta nefasta experiencia para replantear ciertas estrategias de propaganda y captación de fondos.

El ecologismo tiene unas cuantas tareas complicadas por delante. Entre ellas está sacudir conciencias ante la gravedad de los problemas ecológicos. Arrancar de las zonas de confort a las clases poco concienciadas, no hacer sentir bien a cambio de una cuota. Pero para que todo esto sea posible, antes es necesario que el propio ecologismo se tumbe en el diván y averigüe dónde se ha acomodado, dónde no es eficiente y cómo puede ampliar su base social.

Notas

[1] Durante el año pasado se asesinaron más ecologistas que en cualquier otro año del presente siglo: 185 personas, según un informe de la ONG Global Witness. Los países que más han sufrido este tipo de violencia son Brasil y Filipinas. El informe se puede descargar en <http://ep00.epimg.net/descargables/2016/06/20/8b5a1f34e859db962be9f3cab9f454b1.pdf?rel=mas>

[2] Paca Blanco, coordinadora de Ecologistas en Acción en Campo Arañuelo denunció la ilegalidad de un macrocomplejo turístico en una pequeña localidad de Cáceres por encontrarse en una zona protegida ambientalmente. A partir de entonces sufrió acoso y agresiones durante años. Ante al fallo de la justicia que le daba la razón decidió abandonar el pueblo.

[3] Van de Graaff, Shashi, “Understanding the nuclear controversy: An application of cultural theory”, *Energy Policy*, julio de 2016.