

Els reptes de l'educació ambiental més enllà del que és políticament correcte

"Hi havia una vegada tres cabretes que a nivell de parentiu tenien el de germanes i que vivien en un paratge de muntanya paradisiàc. [...] Quan arribava l'estiu, es traslladaven muntanya amunt, on les pastures eren més tendres. D'aquesta manera evitaven, de passada, la sobreexplotació de la vall i mantenien al mínim el nivell d'impacte ecològic."

Així comença un dels *Contes per a nens i nenes políticament correctes*, un èxit de James Finn Garner del 1995 en què reescriu els contes clàssics en el nou llenguatge primmirat del pensament oficial, aquell que mira d'evitar a tota costa qualsevol lapsus políticament reprovable. Els constants eufemismes i justificacions, portats a l'absurd per acumulació, serveixen a Garner per satiritzar les formes i els atributs de la santedat contemporània: la no-discriminació per raó de sexe, creença, aspecte o situació econòmica, la vida saludable, la no violència, etc. i el respecte pel medi ambient.

¿Quin camí recorre l'educació ambiental fins a arribar a aquests altars?

El canvi de l'actitud social respecte del medi es pot interpretar com un procés d'innovació. Al començament dels anys vuitanta, Everett Rogers va representar aquests processos mitjançant una corba en forma de "S": al principi només uns pocs pioners coneixen la idea, encara experimental, però quan ja està a punt i se'n comença a fer publicitat s'hi suma el grup d'adoptadors primerencs, encantats de seguir la darrera moda. Poc després ja s'hi afegeix el gros de la població, i lentament acaben sent convençuts els reticents, ex-



cepte la petita minoria dels ultraconservadors, que resisteixen quasi fins al final. Aquest model descriu adequadament la difusió de tecnologies reeixides, com ara la del telèfon mòbil. ¿Servirà igualment per al procés d'educació ambiental?

Efectivament, al començament hi havia les i els ecologistes, personatges intrèpids que, sense que els hagués incitat ningú a fer-ho, s'esforçaven a informar-se i crear una nova manera de veure i fer les coses, i s'organitzaren fins al punt d'aconseguir incloure la nova perspectiva en l'agenda política. Aleshores les institucions van començar a difondre el nou missatge, que va aconseguir l'adhesió de la bona ciutadania: la que està encantada que li expliquin el que està bé per poder-ho aplicar (com ara la campanya "A Barcelona, fem-ho B"). Fins aquí, molt bé, però més enllà comencen els problemes, ja que, a diferència d'un giny tecnològic com el telèfon mòbil, l'actitud ambientalment responsa-



ble en general no porta implícit un avantatge personal directe per a qui l'adopta. Un cop convençuts els ecologistes i les persones disposades a fer petits gestos pel bé comú, quan la propaganda institucional centrada a explicar aquest bé comú arriba a la majoria indiferent, als reticents i als ultramontans, l'avenç de l'educació ambiental s'estanca.

Aquesta no pretén ser una constatació general sobre l'estat actual de la qüestió, ja que el procés d'educació avança a ritmes diferents a cada lloc i a cada sector social. No es tracta de dir "l'educació ambiental a Catalunya s'ha estancat", sinó de posar en relleu que, a cada àmbit on es du a terme, hi ha un moment en què l'estratègia inicial, la proclamació universal del que està bé i el que està malament deixa de donar resultats, i llavors cal canviar de plantejament. Vull fer constar que no em refereixo a l'educació ambiental per a infants, amb les seves possibilitats quasi infinites de transformar el món futur, sinó a la reeducació dels adults, per a la qual cal diversificar, distingint entre diferents tipus de persones per poder adreçar-li a cadascun l'argument que més les pugui convèncer. Un exemple d'aquest canvi de plantejament és la campanya institucional als carrers de la Setmana Europea de la Mobilitat d'enguany. Es tracta d'un conjunt de quatre cartells que donen arguments diferents per utilitzar el transport públic en funció de si el lector es defineix com a estalviador, ambientalista, idealista o segur. L'eficàcia de la segmentació es veu compromesa pel fet que els quatre missatges estan junts, compartint l'estil gràfic i el fanal d'on estan penjats, però el missatge apunta una línia interessant, la de presentar beneficis personals directes de l'actuació ambientalment correcta. Aquesta nova feina dels organismes d'educació ambiental implica localitzar i abordar "nínxols de mercat": petites actuacions en què l'interès ambiental i el propi entrin en sinergia, i que afectin un sector socioeconòmic molt concret, o una mínima part de les vides de tothom. Exemples reeixits d'això poden ser l'establiment pactat de la recollida selectiva comercial, sobre la base de l'interès de les botigues en la seva bona imatge, o el recordatori al gran públic de quants diners pots estalviar a l'hivern si en lloc d'anar en màniga curta per casa et tapes una mica



més i abaixes la calefacció. És una feina de detall, potser carregosa de fer, però és per on toca avançar si es vol superar el límit de les propagandes generalistes.

Tanmateix, aquesta segona estratègia també té un límit. Si bé, com apuntàvem, és possible trobar molts petits fronts en què l'interès ambiental i el benefici privat puguin anar lligats, la característica general de la relació humana amb el medi ambient és més aviat la contrària. En economia s'anomenen externalitats els perjudicis ambientals causats per l'acció d'una empresa, mentre no li produeixin un cost, una manca de repercussió que condueix al que es coneix amb el melodramàtic però encertat nom de "la tragèdia dels béns comunals": quan hi ha un recurs compartit de la integritat del qual se'n beneficia tota la comunitat, però té oberta la possibilitat de ser explotat privadament, en perjudici de la resta i sense haver de pagar, quasi invariablement aquest bé s'acaba degradant. Per més que s'hi escarrassi, arriba un punt en què l'administració es mostra incapaç d'identificar o instrumentar premis o càstigs per a totes les accions amb impacte ambiental de tots i cadascun dels agents socials. En aquest punt s'arriba al quid de la qüestió. El panorama de l'edu-

cació ambiental se'ns mostra com un gran pati d'escola en què les institucions educadores persegueixen i atabalen amb bones paraules uns amplis segments de la ciutadania que no tenen gens de ganes de ser educats i que, per tant, s'escapoleixen com poden. En etapes anteriors la diagnosi i les receptes ambientalistes havien esdevingut veritat oficial, però ara es mostren les febleses d'aquest estatus. Per començar, aquesta veritat topa amb els intricats camins de la psique humana, que tolera un cert nivell de dissonància cognitiva; és a dir, que és capaç de creure una cosa i al mateix temps seguir fent la contrària, seguint la recomanació bíblica de no deixar que la mà dreta sàpiga el que fa l'esquerra. Així com la història ha estat plena de persones que creien en l'infern però no s'esforçaven gaire a evitar d'anar-hi, la consciència que ens dirigim a la destrucció no implica necessàriament, en una lògica borrosa, el canvi de les actituds que ens porten a aquesta destrucció. I, com diu la saviesa popular, no hi ha ningú més sord que el qui no hi vol sentir.

Més enllà de la psicologia, hi ha un altre nivell de reacció: el polític. La repetició dels missatges oficials fàcilment esdevé pesada, avorrida, ridícula, i això genera un ventall de



respostes que comença per la passivitat, segueix per la burla, com la de Garner, i pot acabar en la desobediència civil. En la intensitat d'aquestes respostes influeix enormement la cultura política de cada país, ja que idees de l'estil "el Govern no és ningú per dir-nos el que hem de fer" no tenen el mateix grau de predicament a tot el món; així, és fàcil trobar els vincles entre diversos elements de la tradició política dels Estats Units i el fet que sigui allí on s'ha forjat el moviment *neoon*, de negació frontal dels principis que el progressisme havia semblat consensuar en dècades anteriors. A casa nostra no hem presenciats (¿encara?) la formalització, a l'estil de la nord-americana Associació Nacional del Rifle, d'un moviment de contaminadors que amb el posat ferreny de Charlton Heston es declarin orgullosos de fer malbé el medi, però la empremta d'un fort anarquisme fan pensar que alguna cosa podria passar a Catalunya en aquest sen-

tit, tot i que a la nostra manera. De fet, ja hem pogut contemplar aquest procés en un altre àmbit, el de la normalització lingüística, que per decret ha aconseguit que el català es generalitzi a les aules... a costa de ser expulsat dels patis: ara el català és la llengua dels estudis i la feina, de les coses serioses i avorrides, mentre que el castellà és l'idioma dels acudits. Convindria aprendre d'aquesta experiència per evitar que es reproduïxi en el camp de l'educació ambiental; cal fer el que sigui per evitar que arribi el dia en què contaminar sigui "guai" (o com sigui la forma "guai" de dir "guai" en aquell moment). ¿I què s'hi pot fer? A primera vista, sembla que les institucions no hi tinguin cap eficàcia, perquè no ens coneixen personalment a fons i perquè no són "guais". Això trasllada la responsabilitat a les ciutadanes i ciutadans conscienciats, ja que amb els nostres parents, amics i veïns mantenim una comunicació de tu a tu, i els tenim prou clis-

sats per saber per on podem convèncer a cadascú. Aquest mecanisme de difusió piramidal (un en convenç cinc, i cadascun d'aquests, cinc més...) és el que popularment s'anomena "boca a boca" o, perdent en luxúria el que es guanya en exactitud, "boca-orella", i que els experts han batejat com a estratègia de màrqueting viral o de guerrilla, tot i que té un punt d'altisonància, això d'anomenar "estratègia" al fet d'encomanar als soldats de peu, mal armats i sense cobrar, que conquereixin allò que els generals de l'Estat Major, amb tots els seus bombarders mediàtics, no han estat capaços d'assolir.

Observo, alarmat, que el text se m'ha anat empastifant de llenguatge militar. És pertinent, perquè efectivament es tracta d'una lluita —entre els convençuts que cal actuar de manera responsable amb el medi, i els qui guanyen molts diners fent el contrari—, però posa de manifest que es tracta d'una tas-

ca desagradable i cansada. No és agradable barallar-se amb la cunyada o amb un amic de tota la vida per una qüestió que tampoc no és feina nostra. I, sobretot, el més desagradable d'esforçar-se a intentar convèncer molta gent és no sortir-se'n. I és que no és gens fàcil: molts cops els predicadors amateurs del respecte al medi hem d'abandonar la conversa per falta d'arguments, o per empat a estadístiques, o per rumors que no sabem desmentir. Els qui no som experts científics del ram, o no recordem les dades adequades, o quan les aconseguim dir se'ns replica amb contradades que algú ha tret d'algun lloc, probablement d'estudis pagats per les multinacionals interessades, com està passant amb tota la polèmica sobre la realitat o no del canvi climàtic; o amb un "diu que això de la recollida selectiva, després ho ajunten i ho cremen tot", o amb la simple excusa que no serveixen de res les petites coses que puguem canviar a casa perquè la destrucció del medi és majoritàriament causada per les grans empreses —com si en una economia de mercat globalitzada quedés alguna cosa independent

de les nostres decisions com a consumidors.

Tota aquesta exposició que ara acabo no pretenia demostrar la insalvabilitat dels obstacles que s'oposen a l'educació ambiental, sinó la necessària consciència dels diferents moments d'aquest procés d'educació i la modulació de les estratègies per superar-los. El boca-orella no té garantit un èxit automàtic, però si se situa en un pla important el paper dels seus voluntaris i voluntàries, des de les institucions se'ls pot facilitar la feina. Així, si el 1991 va ser el gran moment del llibre *Cinquanta coses senzilles que pots fer per salvar la Terra*, en l'actualitat no costaria gaire i ajudaria molt que se'ns informés, en tots els formats (televisió, web, cursos universitaris amb crèdits de lliure elecció, etc.) d'una cosa com ara "Cinquanta coses que pots dir-li a la veïna del 3r 2a perquè salvi la Terra ella".

D'altra banda, tan important com saber què cal fer és evitar el que no convé fer. I hi ha prou experiència per estar alerta del perill que la carregositat dels missatges institucionals despertaria una reacció contrària. L'hi devem a la memòria

del Capità Enciam, que va lluitar incansablement a les nostres pantalles per fer que la protecció del medi fos una cosa divertida, i que veiéssim els seus adversaris com uns dessaborits a qui ningú es voldria assemblar.

En definitiva, l'educació ambiental ha de seguir evolucionant cap a un model més subtil, caracteritzat per la substitució dels missatges institucionals universals per un treball més fi, barri a barri i sector a sector, i no pas com a agent únic del canvi, sinó en estreta col·laboració amb els col·lectius i individus de la societat civil; i, pel que fa al discurs, per la pèrdua de pes de les argumentacions morals, en benefici de les utilitaristes. Tot plegat, amb un toc *catxondo* que s'apropii dels atributs de la frescor, barrant el pas a una alternativa antiambiental que, si no es fa res per evitar-ho, es podria aprofitar de les eines satíriques que el conte de Garner ens mostrava. I és que l'educació ambiental no va d'atabalar la gent, sinó d'ajudar a fer que al món hi puguem estar per sempre a gust.

Josep Maria Flores Juanpere

