

•Estudio de investigación de Obra Social Caja Madrid.



# LOS ESPAÑOLES ANTE EL MEDIO AMBIENTE

La Obra Social Caja Madrid ha publicado recientemente un estudio de investigación sobre la percepción social del medio ambiente y los hábitos de consumo de los españoles. Las conclusiones de esta investigación resultan muy reveladoras y sirven como referencia para conocer la actitud de los españoles frente al medio ambiente.

Dentro de su Programa de Educación y Sensibilización Ambiental, la Obra Social Caja Madrid acaba de publicar un estudio sobre "los españoles ante el medio ambiente". Este trabajo de investigación social, riguroso y objetivo, ha sido dirigido por el profesor Juan Díez Nicolás, una de las personas con mayor conocimiento de la realidad social española. El profesor Díez Nicolás es, además de una autoridad mundial en investigación social, un pionero en su aplicación al campo de medio ambiente, pues sus investigaciones en este campo comenzaron hace 30 años.

A continuación se exponen las principales conclusiones obtenidas en esta investigación:

- Sólo el 3% de los españoles entre 18 y 65 años, se considera estar "muy bien informado" sobre el medio ambiente. Un 26% declara estar bastante informado, pero un 52% reconoce estar poco informado, y un 13% admite estar "nada informado". Por tanto, cabe destacar que el 65% de los españoles reco-

noce estar poco o nada informado acerca del medio ambiente, frente a un 29% que dice estar muy bien o bastante informado.

- Las fuentes de información que utilizan los españoles se centran especialmente en los medios de comunicación (prensa, radio y TV, especialmente esta última), pues el 71% de la población emplea estas fuentes. Los porcentajes de utilización de otros medios son muy bajos con relación al primero. Así, sólo el 7% obtiene información por cursos, conferencias, estudios o por su profesión; aún más bajo es el 4% que dice obtener información a través de asociaciones científicas y ecologistas. El voluntariado ambiental apenas ocupa un 1% como fuente de información. Cabe destacar la no aparición significativa de las revistas especializadas, que no alcanzan el 1% de utilización como fuente de información, y que el 20% de la población manifiesta no utilizar ninguna fuente de información.

- Las cuestiones planteadas sobre el grado de conocimientos medioambientales detectan una escasa cultura ambiental, pues sólo el 28% de los entrevistados respondieron correctamente a las ocho cuestiones. Por el contrario, el 16% respondió incorrectamente a todas y cada una de las ocho cuestiones.

- La población parece conocer mejor los problemas ambientales de España en su conjunto que los particulares de su barrio o ciudad. La contaminación atmosférica, los incendios forestales y el tráfico excesivo son los tres principales problemas ambientales de España, mientras que en los barrios y ciudades se perciben como más importantes el ruido y el tráfico excesivo. A nivel mundial, los problemas principales son la contaminación atmosférica, la peligrosidad de los rayos solares por el deterioro de la capa de ozono, y las centrales nucleares.

## Una de las conclusiones más importantes del estudio es la actitud ambivalente de los encuestados. Si bien reconocen la necesidad de proteger el medio ambiente, también muestran poca disposición a renunciar a alcanzar mayores niveles de consumo.

- Una de las conclusiones más importantes del estudio es la actitud ambivalente de los encuestados de cara a la protección y conservación del medio ambiente. No hay una actitud clara, a favor o en contra de la protección del medio ambiente, porque si bien reconocen la necesidad de actuaciones protectoras, también es cierto que no están dispuestos a renunciar a alcanzar mayores niveles de consumo. En este apartado, las respuestas se orientan más hacia lo "políticamente correcto" en cada momento que a los sentimientos sinceros.
- Aunque ante preguntas directas, los españoles manifiestan preocuparse mucho y hacer lo necesario por el medio ambiente, a través de otras cuestiones del estudio se demuestra que, al igual que en otros campos, los españoles centran en los poderes públicos las responsabilidades sobre el medio ambiente, y en muy pequeña medida, a los ciudadanos.
- Ante las respuestas acerca de los criterios de decisión de consumo, nuevamente aparece lo "políticamente correcto". Por ejemplo, a la hora de adquirir un automóvil los españoles afirman considerar en primer lugar los criterios ambientales (que no contamine, que no haga ruido, incluso que sea reciclable), y después los de coste (que consuma poco, que sea barato). Pero sor-

prendentemente no conceden importancia a que alcance mucha velocidad.

- En resumen, sólo uno de cada diez españoles tiene un comportamiento adecuado para la protección y conservación del medio ambiente, y más de la mitad ignoran esos comportamientos, pues tienen hábitos claramente agresivos y perjudiciales para nuestro entorno.

### Compromiso con la educación ambiental

El estudio publicado recientemente por Obra Social CAJA MADRID, se encuadra dentro de un Programa de Educación y Sensibilización Ambiental que viene a sumarse a otras iniciativas llevadas a cabo por esta entidad para cumplir con su vocación de colaboración en la solución de aquellos problemas que la sociedad considera prioritarios.

En el campo del medio ambiente, hoy tan de moda por muy distintos motivos, existe un consenso general en que el ritmo de consumo de los recursos que ofrece nuestro planeta es superior al que el propio planeta tiene para volver a producirlos. Pero a partir de este principio aparecen diferentes propuestas para paliar o evitar que la supuesta y temida irreversibilidad del proceso nos conduzca a todos a renuncias importantes en nuestros niveles de vida. Desde las posturas catastrofistas que anuncian gran-

des males futuros, hasta las conservacionistas a toda costa que pretenden convertir en intocable a nuestro planeta, pasando por las que ignoran los problemas confiando en que la ciencia y tecnología serán capaces de solucionarlos, desde Obra Social CAJA MADRID se apuesta por la formación e información de todos los colectivos sociales a través de varios principios fundamentales. Por un lado, proporcionar a todas las personas la posibilidad de adquirir conocimientos, valores, actitudes, aptitudes e interés para proteger y mejorar el medio ambiente. Por otro, inculcar nuevas pautas de conducta a los individuos, grupos sociales y sociedad en su conjunto, respecto al medio ambiente. Y por último, ayudar y hacer comprender la existencia e importancia de la interdependencia económica, social, política y ecológica entre las diversas áreas geográficas del planeta.

A lo largo de sus cinco años de existencia, el Programa de Obra Social CAJA MADRID ha dedicado importantes recursos al cumplimiento de estos principios. Y para seguir avanzando en ellos ha considerado necesario realizar esta "reflexión colectiva" con el objetivo de informar a la sociedad acerca de lo que ella misma piensa respecto al medio ambiente; y, a su vez con la intención de conocer las prioridades de la sociedad para aumentar la eficiencia social de nuestros recursos.

## El estudio concluye que sólo uno de cada diez españoles tiene un comportamiento adecuado para la protección y conservación del medio ambiente