

L'efecte NIMBY (o LULU) i la comunicació ambiental

Lluís Reales

Punts a tractar

- La consciència ambiental dels europeus
- Hipòtesi sobre l'efecte NIMBY
- El paper dels comunicadors ambientals
- Conclusions i propostes (sense recepte)

La consciència ambiental dels europeus

- Eurobarometre 2002, fet públic el 5 de juny mostra que els europeus estem molt o bastant preocupats pels temes ambientals
- 89% medi ambient i salut; 86% per les tendències ús recursos naturals i residus; 82% natura i vida salvatge; 72% canvi climàtic

La consciència ambiental dels europeus

- 50% preocupats pel trànsit i excés de cotxes; 40% degradació paisatge; 40% aigües; 36% soroll
- 73% creu que el medi ambient influeix molt o bastant en la qualitat de vida (64% consideren factors socials i econòmics)
- 75% creu polítics no consideren medi ambient; 86% tant important com política econòmica i social

Hipòtesi sobre l'efecte NIMBY

- PERCEPCIÓ DEL RISC: la població, els ciutadans perceben unes coses com risc (abocadors, plantes incineradores, antenes de telefonia mòbil, europarcs, plantes tractament aigües....) i altres no (agafar l'automòbil, comprar cada dia bolleria industrial als fills, utilitzar constantment el telèfon mòbil..)
- Aquesta percepció, positiva o negativa, influeix en l'acceptació

Hipòtesi sobre l'efecte NIMBY

- JUSTÍCIA PERCEBUDA: Riscos i beneficis. Els beneficiaris no acostumen a ser els mateixos que la població en risc. (Barcelona-comarques). Sentit d'injustícia, a vegades accentuat perquè s'ha fet sense transparència, sense participació, etc...
- Si la sensació és de injustícia, es destapa el conflicte

Hipòtesi sobre l'efecte NIMBY

- **CONFIANÇA SOCIAL:** pel que fa a l'acceptació del risc, a mesura que la discussió és més tècnica, cada cop pren més importància la credibilitat, la confiança dels afectats en els actors implicats, inclosos els polítics. En aquest àmbit, interfereixen lideratges amb intresessos inconfesables

Hipòtesi sobre l'efecte NIMBY

- VALORS DE LA SOCIETAT:
comunitats amb una forta identitat i una gran consciència ambiental son més beligerants. Però avui és molt difícil marcar les fronteres entre moviments veïnals, interessos ocults i simple insolidaritat.

Hipòtesi sobre l'efecte NIMBY

- MANCA D'INFORMACIÓ: Sovint es pot explicar determinada actitud per la manca de coneixement dels afectats. Però si es té, també pot continuar l'oposició (cas de les antenes de telefonia mòbil, problema número 1 de molts municipis)

El paper dels periodistes ambientals

- Comunicació/periodisme. Aspecte nou en la comunicació, també en l'ambiental: tothom pot fer de periodista gràcies a Internet. Però no tothom és periodista
- Com tota professió té una serie de regles que obliguen a contrastar i verificar els fets. També codi deontològic
- És cert que els mitjans amplifiquen els conflictes però no els creen

El paper dels periodistes ambientals

- El periodisme ambiental es va consolidar precisament arran de Rio però que han vist disminuir l'espai als mitjans de comunicació en els darrers anys
- Què pensen els periodistes especialitzats sobre la informació ambiental? Per què és escassa i insuficient?

El paper dels periodistes ambientals

- ESTUDI CEIA 1999: 1% informació avorrida; 14% depressiva; 18% difícil d'entendre; 10% té poc a veure amb allò que interessa realment a la població; 13% interessa pero es creu que no es pot actuar; 6% interessos polítics que eviten aquesta informació; 10% interessos econòmics que eviten informació; 14% creu els mitjans aposten per audiència no per qualitat; 11% els editors no coneixen el tema.

Conclusions

- Els europeus estem molt preocupats pels temes ambientals però som insolidaris en el dia a dia. Paraula/acció
- La percepció del risc és un factor clau per explicar l'efecte NIMBY però hi ha qüestions de manca de credibilitat, desconfiança cap a la classe política, percepció d'injustícia, manca de participació que expliquen l'oposició frontal a pràcticament totes les instal·lacions ambientals i altres

Propostes sense recepte

- Regeneració de la política. Més risc
- Incentivació de la participació/deliberació en el processos de presa de decisions
- Transparència de la informació, obligatoriament la pública
- Impulsar els processos de mediació
- Que diguem veritat a les enquestes que fa l'Unió Europea