

HOGARES VERDES:

Una iniciativa para facilitar el cambio en el ámbito doméstico

Francisco Heras Hernández¹

Información, sensibilidad y comportamientos responsables

Los estudios sociológicos de temática ambiental más recientes (BBVA, 2007, BBVA, 2008, CIS, 2007) indican que el nivel de información y la sensibilidad de los españoles en relación con diversos problemas ambientales está aumentando. Sin embargo esa creciente sensibilidad no parece traducirse en una menor presión sobre recursos básicos, como el agua o la atmósfera. Dicho de otra manera: la visibilidad creciente de los problemas ambientales está dando lugar a una cierta preocupación, pero, en general, ésta no se traduce en unos comportamientos más responsables hacia el medio ambiente.

Si revisamos los resultados relativos a las percepciones e ideas de los ciudadanos sobre la problemática del agua, encontramos datos como los siguientes:

- “La escasez de agua” es considerado el primer problema ambiental en España, de acuerdo con los resultados de un reciente estudio de opinión del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, 2007).
- En otro estudio de opinión de ámbito nacional (BBVA, 2007) una amplia mayoría de los encuestados considera que en España se derrocha agua, tanto en la agricultura, como en la industria o los hogares. Para el caso de los hogares, los que consideran que se derrocha alcanzan el 76%, mientras que sólo el 21,4% cree que se utiliza la que se necesita.

Pero esta percepción del agua como bien escaso y objeto de derroche, no parece traducirse en un uso más cuidadoso del recurso:

- El 56,1% de los encuestados (BBVA, 2007) considera que utiliza la misma cantidad de agua que hace 5 años; un 21,9% estima que más y sólo un 19,4% estima que menos.

Si nos fijamos en otro de los temas ambientales candentes del momento, el cambio climático, los datos demoscópicos dibujan un panorama similar (BBVA, 2008):

- 9 de cada 10 españoles ha oído hablar del calentamiento global.
- Son mayoría los que creen que se está produciendo un cambio climático en el mundo.
- Un 88% de los encuestados considera que para reducir los efectos del calentamiento global debemos cambiar significativamente nuestro modo de vida

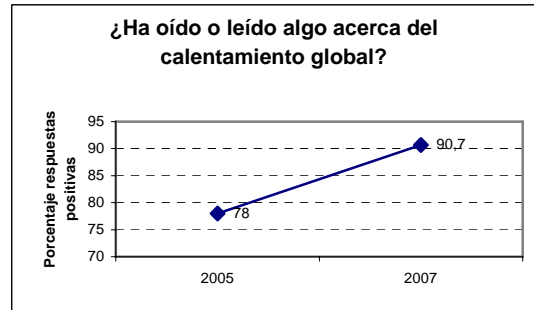
Sin embargo, los indicadores de consumo indican que:

- Desde los años 90 el consumo eléctrico en los hogares españoles se ha ido incrementando a una tasa del 2,5% anual, muy por encima del crecimiento de la población

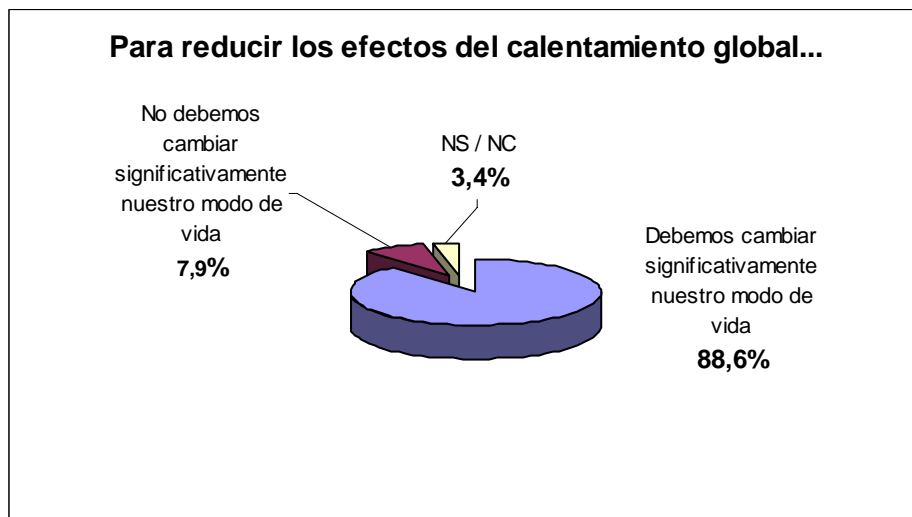
¹ pheras@mma.es Centro Nacional de Educación Ambiental. Ministerio de Medio Ambiente.

- Las emisiones de dióxido de carbono originadas en el ámbito doméstico y en el transporte personal también se han incrementado y en la actualidad suponen casi un tercio de las emisiones totales en España.

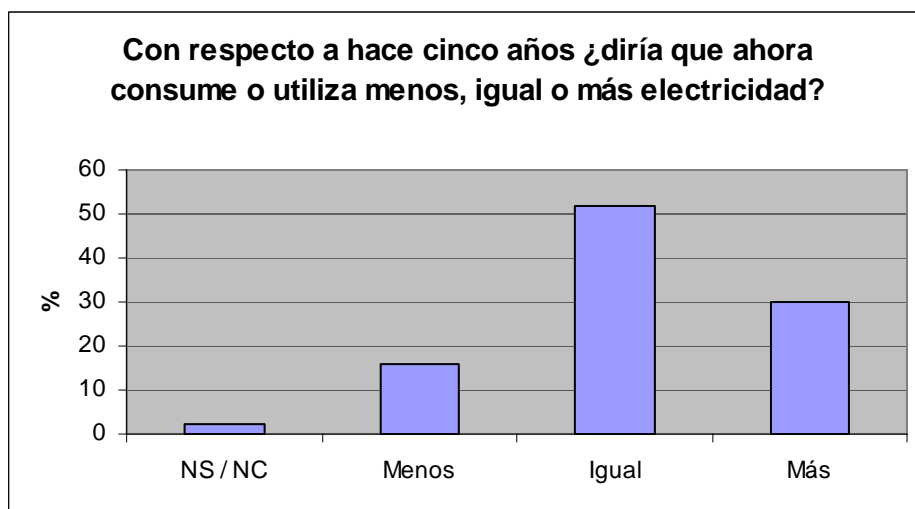
**La brecha entre sensibilidad y comportamientos coherentes:
algunos datos relativos a la energía y el cambio climático**



Fuente: BBVA (2008)



Fuente: BBVA (2008)



Fuente: BBVA (2008)

El salto de la sensibilidad a la acción responsable

La discusión detallada de las razones por las cuales la sensibilidad no se traduce de forma general en cambios en las formas de hacer son complejas y su análisis supera los objetivos de este escrito. En todo caso, parece evidente que uno de los grandes retos planteados en relación con la problemática ambiental es tender puentes que faciliten que la creciente sensibilidad y preocupación por cuestiones ambientales se transforme en comportamientos más responsables desde la óptica del medio ambiente y la sostenibilidad.

Este es precisamente el objetivo inicial de “Hogares Verdes”, un programa que nace con la vocación de facilitar el cambio en el espacio más íntimo y cotidiano: el del propio hogar.

Pero ¿cómo contribuir de forma efectiva a acortar el espacio que separa la sensibilidad de la acción responsable? Desde “Hogares Verdes” consideramos que el reto exigía trabajar, al menos, en tres aspectos clave:

- Detectar los principales obstáculos que dificultan los cambios y abrir caminos para sortearlos.
- Facilitar a los interesados información, herramientas y propuestas con poder transformador.
- Utilizar métodos de trabajo solventes, incorporando estrategias efectivas para facilitar esos cambios personales y colectivos.

La filosofía de fondo era crear un programa que acompañe y anime el viaje de la gente que desea adoptar opciones más sostenibles y que, en la práctica, encuentra multitud de dificultades para traducir su sensibilidad en avances tangibles.

Una huella profunda

En ocasiones se tiende a restar importancia a la contribución de los hogares y de nuestras elecciones personales a la problemática ambiental, argumentándose que su contribución es insignificante frente a la que resulta de los grandes sectores productivos (industria, agricultura...). Sin embargo:

- Un tercio de las emisiones españolas de gases de efecto invernadero es originado en los hogares y en los desplazamientos personales y familiares.
- En relación con el agua, aunque la contribución global al consumo es modesta ésta se concentra en grandes sumideros (grandes áreas metropolitanas) que explotan de forma muy intensiva los recursos hídricos. Además, en muchas zonas, el impacto de los usos urbanos sobre la calidad de las aguas es muy significativo.

Las bases metodológicas de “Hogares Verdes”

A continuación repasaremos brevemente algunos de los principales rasgos metodológicos que fundamentan la propuesta de “Hogares Verdes”

1. Aprovechar la predisposición al cambio

En la población española hay ya un conjunto significativo de personas con una cierta predisposición al cambio. Parece lógico aprovechar este capital humano para comenzar a movernos. No se trata de “convencer a los convencidos”. Y sí de animarles a pasar a la acción planteando metas tangibles y acompañando en el proceso para alcanzarlas.

Comenzar trabajando con grupos reducidos de personas predispuestas o sensibles no supone renunciar a lograr cambios más generales; de hecho existen evidencias empíricas que indican que los cambios empiezan con frecuencia por “innovadores” o “precursores”, que acaban contagiando al resto².

2. Utilizar fórmulas de aprendizaje social

La principal premisa del aprendizaje social es que, aparte de aprender de nuestra experiencia directa, aprendemos observando a los que nos rodean y modelamos nuestro comportamiento tomando como referencia lo que ellos hacen.

“Hogares Verdes” es un proyecto para el cambio que tiene una dimensión colectiva. Los participantes que residen en la misma localidad o área geográfica se conocen en reuniones informativas y tienen la posibilidad de intercambiar impresiones, experiencias, dudas... De esta forma, los otros participantes pueden constituir referencias positivas para el cambio.

Además, en “Hogares Verdes” los organizadores promotores se esfuerzan en aplicarse lo que predicán. Por ejemplo, el CENEAM, institución comprometida en la vertiente educativa del proyecto, está desarrollando sus propios esfuerzos para mejorar su comportamiento en materia de ahorro de agua y energía, el uso de energías más limpias o consumo de productos “verdes”.

3. Usar diversas vías para poner en relación conocimiento y acción

“Hogares Verdes” proporciona a los participantes tres tipos básicos de información:

- Información sobre los problemas ambientales que se desea contribuir a resolver o mitigar.
- Información relativa a las formas de mejorar nuestra actuación (ahorro de agua o energía, consumo...)
- Información sobre los beneficios asociados a la elección de opciones ambientalmente responsables.

² Diversos estudios realizados sobre la manera en que se difunden de las innovaciones han permitido identificar una categoría de personas clave para que estos procesos tengan lugar y que ha sido bautizada como “early adopters”. Se trata de gente atraída por la innovación y con una elevada tolerancia a la experimentación. Cuando estos “early adopters” o seguidores tempranos de una innovación alcanzan un número crítico, el cambio se dispara y generaliza con rapidez (ver Rogers, E.M. 1995. Diffusion of innovations. New York, Free Press).

De esta forma se persigue facilitar la comprensión, la elaboración y la integración personal de la información, para lograr un cambio de actitudes que, a su vez, abra la puerta a nuevos comportamientos más responsables en relación con lo ambiental (ésta es la vía de cambio que podríamos denominar “de procesamiento central”).

Pero, en paralelo, el programa suministra a los participantes unos “kits” o “equipos” que facilitan unos cambios menos reflexivos y más prácticos e inmediatos. El “kit de ahorro doméstico” incluye elementos como una lámpara de bajo consumo, un aireador para grifos, un rociador de ducha de bajo consumo o un termómetro digital. El “kit de consumo verde” incluye productos variados tales como alimentos procedentes de agricultura y ganadería ecológica o comercio justo.

Se pretende que el uso de los elementos contenidos en los kits abran la puerta hacia un cambio de actitudes hacia el ahorro, la eficiencia, el uso racional de los recursos naturales y el consumo responsable a través de la acción directa. Se trataría de una vía de cambio más “periférica”, menos reflexiva a priori, que complementaría a la vía del “procesamiento central” antes apuntada.

Los elementos que componen los “kits” tienen un valor demostrativo, pero también pretenden servir para “resituar” a los participantes que empiezan a dar sus primeros pasos como consumidores verdes o como usuarios eficientes del agua y la energía.

4. Entender la participación como un compromiso

Participar en el programa “Hogares Verdes” abre la puerta a una serie de beneficios de carácter gratuito:

- Asistencia a reuniones informativas
- Obtención de los materiales del programa: equipo de ahorro doméstico, fichas informativas...
- Acceso a un servicio personal de consulta

Pero también conlleva una serie de obligaciones:

- Complimentar un cuestionario inicial sobre agua, energía, movilidad o consumo
- Complimentar un cuestionario final sobre los mismos temas
- Facilitar datos sobre los consumos domésticos de agua y energía

De cara a los participantes, “Hogares Verdes” se concibe como una oportunidad, pero también como un compromiso, en el que hay un “toma y daca” entre organizadores y participantes.

Los participantes tienen la expectativa de mejorar sus conocimientos y su desempeño en relación con lo ambiental; los organizadores, por nuestra parte, tenemos un lógico interés por conocer cuáles son los efectos de nuestro esfuerzo dinamizador y educador.

5. Plantear un reto colectivo

“Hogares Verdes” plantea a los participantes unos retos concretos de carácter colectivo. Para empezar, se plantea como objetivo una reducción de las emisiones de CO₂ del 5,2% (este porcentaje tiene un valor simbólico, ya que se trata de la reducción media de emisiones de gases de efecto invernadero fijada en el Protocolo de Kioto) y una reducción del consumo doméstico de agua del 6 al 10%. Planteando estos objetivos concretos pretendemos fomentar una cultura de la medida en temas de

energía y agua, pero también contribuir a vencer la sensación de insignificancia de los esfuerzos individuales, haciendo que los participantes se sientan partícipes de un esfuerzo común³.

6. Mantener el programa “en mente”

Para evitar que, con el paso del tiempo, el reto planteado y los consejos propuestos caigan en el olvido, siendo sustituidos por problemas y preocupaciones más acuciantes o inmediatos, el programa trata de incorporar el tema a la agenda de los participantes de manera periódica. Para ello, a lo largo del periodo de trabajo establecido, se plantean reuniones con los participantes, espaciadas en el tiempo.

En el bloque de agua y energía, en una primera reunión se realiza una presentación general del proyecto y se aborda el primer tema de trabajo: la energía.

La siguiente reunión se celebra transcurrido aproximadamente un trimestre y sirve para intercambiar impresiones sobre el módulo finalizado y para presentar el módulo siguiente: el agua. En la tercera reunión se recapitula sobre este módulo y se presenta el último de ellos: la movilidad.

Este esquema permite devolver periódicamente el programa a un primer plano y también dosificar los esfuerzos de cambio, así como los mensajes y propuestas que presentamos⁴.

Otros recursos utilizados para lograr que los participantes conserven el programa “en mente” son los imanes de nevera (que sirven de recordatorio permanente) y las fichas de “tareas del mes”, que facilitan la planificación personal y la expresión de los compromisos personales.

7. Crear una etiqueta sencilla, positiva, que plantea un proyecto en plural: Hogares verdes

El programa cuenta con un nombre y un logotipo que permiten a los participantes contar con un identificador sencillo, positivo y atractivo del proyecto. La casita verde con la flor en la chimenea aparece en los diversos materiales de la campaña (carteles y folletos informativos, fichas con consejos prácticos, bolsa con el “kit” de ahorro, etc.) contribuyendo a crear una identidad de proyecto.

8. Crear unas relaciones basadas en el contacto personal

En “Hogares Verdes” se ha optado por el establecimiento de relaciones personales y cercanas entre los participantes y los dinamizadores. Cada grupo de participantes (que procuramos que no exceda de 25 personas) tiene un tutor con el que establecerá contacto personal en las reuniones presenciales y contacto telefónico o por correo electrónico siempre que se considere necesario. Salvo imponderables, el tutor o tutora será siempre el mismo para un grupo determinado de participantes.

³ En el módulo de consumo, en fase piloto, se han planteado, los siguientes objetivos: eliminar de la compra al menos dos productos superfluos o innecesarios; eliminar o sustituir al menos dos productos nocivos para el medio ambiente o la salud y sustituir al menos cinco productos básicos por otros procedentes de agricultura o ganadería ecológica, comercio justo o de carácter muy local.

⁴ En el bloque de consumo verde, aún en etapa piloto, se sigue un esquema similar, planteándose reuniones centradas en la agricultura y ganadería ecológica, los aspectos éticos y el comercio justo y las experiencias y organización de grupos de consumo ecológico.

9. Promover una cultura de la medida y la evaluación

La evaluación de los resultados constituye un elemento central del programa. Un instrumento al servicio de las entidades que promueven la iniciativa, de los técnicos que la desarrollan y, no menos importante, de los propios participantes, que tienen derecho a saber en qué medida han alcanzado los objetivos planteados.

La evaluación planteada en “Hogares Verdes” es también un instrumento para introducir en los hogares una cultura de la medida que facilite que, en el futuro, sean los propios hogares los que puedan reconocer y valorar sus avances y retrocesos en materia de sostenibilidad.

La evaluación planteada pretende reconocer las actitudes, pero también la evolución de aspectos más tangibles, como los consumos de agua o energía, a través de datos fiables (datos de facturación y contadores).

Para ello, los participantes cumplimentan una encuesta inicial, a través de la cual se trata de establecer la situación de partida del hogar en relación con el uso del agua, la energía y la movilidad. Ésta será contrastada con un cuestionario final, que se facilita al finalizar el ciclo anual del proyecto. Los cuestionarios son tratados de forma confidencial y datos obtenidos son descritos y comparados mediante fórmulas estadísticas, no presentándose datos personales de los participantes.

Un proyecto abierto

“Hogares Verdes” es un proyecto abierto que puede ser adoptado por cualquier grupo o institución que desee facilitar avances en la senda de la sostenibilidad en el ámbito doméstico. Los materiales producidos por el Centro Nacional de Educación Ambiental para el programa se encuentran a disposición de cualquiera que desee utilizarlos⁵. Los logotipos y todos los materiales pueden ser reproducidos, siempre sin fines comerciales o ánimo de lucro.

Además, entendemos nuestra propuesta metodológica como un marco flexible que puede ser adaptado por todos aquellos que deseen utilizarla en función de sus circunstancias y recursos.

Estamos convencidos de que las experiencias de los grupos e instituciones que trabajamos en “Hogares Verdes” pueden permitirnos el aprendizaje mutuo. Por ello, desde el inicio del programa decidimos organizar encuentros anuales, así como una red informal de intercambio y colaboración abierta a todos.

REFERENCIAS

CIS (2007). *Ecología y medio ambiente III*. Estudio nº 2.682. Centro de Investigaciones Sociológicas. Disponible en: www.cis.es

Fundación BBVA (2007). *Actitudes sociales de los españoles hacia la energía y el agua*. Disponible en: http://www.aop.es/informes/presentacion_energia_agua.pdf

Fundación BBVA (2008). *Percepciones y actitudes de los españoles hacia el calentamiento global*. Disponible en:

⁵ Los materiales (incluyendo fichas, cuestionarios de evaluación, informes de seguimiento, etc.) están disponibles en la web del CENEAM: www.mma.es/ceneam (sección xxx). Se ha creado también una lista de distribución de correo para el intercambio de noticias y experiencias en (...)