

SOCIALES
en DEBATE 07

¿Quién no quiere cuidar el *planeta*?

Reflexiones sobre el discurso ambiental

PABLO GAVIRATI

DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES (UBA)
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES GINO GERMANI



Nos enfrentamos a una paradoja crítica. Por un lado, existe una “conciencia ecológica” cada vez mayor en nuestras sociedades. A partir del surgimiento del ecologismo a mediados del siglo XX, este movimiento ha logrado instalar la problemática en el debate público. No obstante ello, por otro lado, la crisis ambiental no se revierte, sino que más bien se agudiza. En el periodo ocurrido entre la Cumbre de la Tierra de “Río-92” hasta la celebración reciente de la Cumbre Río+20, los propios diplomáticos debieron admitir que problemáticas como el cambio climático se han profundizado.

Frente a este panorama: ¿Podemos buscar en las ciencias sociales una explicación que nos ayude a entender esta situación en apariencia contradictoria? En un principio, los estudios académicos sobre la problemática ambiental se limitaban a las ciencias naturales. Ahora bien, en los últimos años, las investigaciones realizadas desde el punto de vista social se fortalecieron, al tiempo que se reconoce que esta problemática afecta a *la naturaleza* (entidad problemática) pero se funda en un sistema social que debe estudiarse.

En este punto, la teoría discursiva nos permite reflexionar sobre el concepto propio de la “conciencia ecológica”. Tomamos aquí este término, porque se utiliza por el propio movimiento ambientalista como uno de sus objetivos. La idea predominante es que si se consigue aumentar la conciencia sobre los riesgos que sufre el planeta, lográndose una mayor visibilización, los sectores de poder se verán forzados a cambiar sus decisiones. En este punto, desde el análisis crítico de las ciencias sociales, es necesario señalar algunas limitaciones sobre este enfoque.

Para desarrollar nuestro argumento, partimos de dos hipótesis con arraigo en la experiencia “popular”, que nos permiten ejercer un primer contraste. La primera —*del dicho al hecho hay largo trecho*— señala la distancia entre la palabra y la acción. La segunda —*el doble discurso*— focaliza en el uso de la palabra como arte del engaño. Ambas presentan una argumentación posible para entender por qué la crisis ambiental se profundiza a pesar de que cada vez existe mayor consenso aparente en que es necesario “salvar al planeta”.

Del dicho al hecho... (1° hipótesis)

El saber popular recomienda ponernos a reparo. Existe una diferencia tajante, un “largo trecho”, entre “realidad y discurso”. Desde este punto de vista, el crecimiento de la conciencia ecológica sería un fenómeno superficial, pues se queda solamente en palabras. Es decir, los cambios que se enuncian en los discursos no se hacen concretos en las prácticas reales. Si bien esta interpretación puede aplicarse a otros ámbitos, aquí resulta imprescindible, pues se necesita del cambio de hábitos sociales para modificar el patrón de producción y consumo.

Aquí, los mayores aportes desde esta línea argumental provienen de los estudios críticos sobre la comunicación empresarial. En particular, el concepto de *greenwashing* surgió desde el propio movimiento ecologista para denunciar la apropiación que realizaron algunas corporaciones sobre el discurso ambiental. Es decir, a través de la realización de campañas publicitarias en donde abundan los apelativos “eco” o “verde”, los eslóganes que hablan de la responsabilidad de la empresa con el ambiente. Pero que no implican transformaciones en la forma de producción de las mismas empresas, sino que más bien son un “lavado de imagen” frente a los consumidores.

Si lo llevamos al ámbito del debate político, desde esta perspectiva hablar de ambiente sólo tiene como objetivo conseguir una adhesión electoral. Este diagnóstico puede ser sostenido por la teoría de la mediatización de la política. Desde el punto de vista del marketing político, una frase *ecológicamente correcta* es un atributo más que debe incorporar el producto llamado “candidato”. Es decir, una promesa electoral que no se condice luego con las acciones promovidas desde el Estado, ya sea desde el Poder Ejecutivo o el Legislativo.

En este esquema, entonces, la protección del ambiente quedaría sólo en palabras o en imágenes. En este punto, también se hicieron críticas al movimiento ecologista centradas en este aspecto. Sobre todo cuando se refieren a ONGs como Greenpeace, pero también a la World Wildlife Fund (WWF), se señala que el énfasis en las campañas de comunicación no significa una confrontación “real” con los actores contaminantes, sino que utilizan la conciencia ecológica creada para favorecer a la propia organización. Así, se señala por ejemplo que se utilizan *celebrities* del mundo del espectáculo, que no están realmente comprometidas con la causa ambiental, pero que tienen impacto a nivel de imagen.

Desde el punto de vista del análisis discursivo, esta línea interpretativa tiene sus limitaciones. En líneas generales, las investigaciones desde la semiótica han demostrado que el discurso no es sólo un reflejo o deformación de una realidad externa, sino que es parte activa de la transformación y construcción de esta “realidad” en disputa. Esto resulta claro en la obra de Eliseo Verón (1987), quien en *La semiosis social* expresó la doble hipótesis por la cual todo hecho social, en una de sus dimensiones, es discursiva, y viceversa.

En tal sentido, la crítica dirigida a las organizaciones ecologistas que focalizan su estrategia en las campañas de concientización debe sopesar dos aspectos. Por un lado, que la presencia de la cuestión ambiental en la agenda pública tampoco fue totalmente *inútil*, en tanto se generaron diferentes instancias. Ello, tanto en lo referente a la institucionalización de la gestión ambiental, en el ámbito empresarial y gubernamental, como sobre todo en una línea argumentativa presente en las luchas de poblaciones en conflictos ambientales. La Ecología Política Latinoamericana subraya este punto importante de la lucha cultural (Leff, 2006).

En forma complementaria, desde la teoría discursiva, aquella confrontación entre “realidad” y “discurso” no puede sostenerse completamente, aunque tampoco deja de ser necesaria. Queremos decir con ello que toda práctica se sostiene en un discurso, en tanto el discurso es un modo de práctica. Por lo cual, las campañas publicitarias de las empresas sobre imagen verde, así como las expresiones de marketing político, son expresiones de esta conflictividad. Pueden considerarse un indicador de la importancia del movimiento ambiental. De hecho, como veremos a continuación, esta es la explicación de la actual hegemonía del discurso del desarrollo sustentable.

El doble discurso (2° hipótesis)

Para continuar con nuestra argumentación, resulta provechoso referirnos a otra línea argumentativa de raigambre popular. La postulación del “doble discurso” implica una crítica al discurso que tiene como funcionalidad engañar o encubrir. Suele imputarse especialmente a los dirigentes políticos, pero del mismo modo también puede pensarse para la comunicación empresarial. Esta clave interpretativa bebe de la obra literaria de George Orwell, en la cual el doble pensamiento estaba organizado como modo de gestión de la sociedad a través de la manipulación.

Es cierto que esta hipótesis tiene alguna vinculación con la anterior, en tanto que una variación puede unir ambas: “Doble discurso: digo una cosa, hago otra”. En otras palabras, también: “haz lo que yo digo, pero no lo que yo hago”. Desde esta mirada, aquí un discurso tiene el valor de la acción, mientras que el otro discurso se queda en la palabra. No obstante, ya hemos discutido esta distinción dualista que no puede sostenerse desde la teoría discursiva. Por el contrario, si nos mantenemos en el concepto de “doble discurso” podemos avanzar en una interpretación más profunda del discurso ambiental.

Este rodeo conceptual es necesario para poder visualizar cómo el discurso ambiental no se encuentra en solitario —en el vacío— sino que compite con otros discursos, contra los que se encuentra en desventaja. En este sentido, la constatación del crecimiento de la “conciencia ecológica” en la sociedad no significa que el discurso ambiental haya logrado una influencia a nivel hegemónico, para tomar otro término de la teoría sociológica. Si llegamos hasta este punto de la argumentación, encontramos una pista interesante para explicar nuestra paradoja inicial.

¿Cómo puede conceptualizarse el “doble discurso” en la teoría discursiva? Una forma consiste en recurrir a la categoría de destinatario o enunciatario. Esto se ha estudiado ejemplarmente en el discurso político, pero también en el mediático y el publicitario. Se trata de la idea fundamental de que un discurso se elabora a partir de la construcción de un “destinatario” imaginado al cual dirigirse. Si las campañas de comunicación tienen como objetivo conseguir el mayor número posible de adherentes, resulta necesario estratégicamente adaptar el discurso a cada “segmento” del mercado. Este concepto ayuda a explicar parte del fenómeno, pero no todo.

Es por ello que proponemos considerar la cuestión a partir del concepto de *formación ideológica* que presenta Michel Pêcheux, uno de los referentes de la teoría discursiva. En primer lugar, este autor parte de la idea de que una formación ideológica está compuesta por diversas formaciones discursivas. Por lo cual, lo ideológico aparece como una instancia organizadora de lo discursivo. En este punto, Pêcheux (2003) realiza un aporte fundamental al considerar que una ideología no debe estudiarse sólo por su “contenido”, sino por las relaciones de jerarquización/subordinación que establece entre distintas “áreas” discursivas.

Ahora sí, podemos expresar con mayor claridad que el discurso ambiental puede incorporarse en la comunicación de una empresa o de un gobierno, pero de manera subordinada en una formación ideológica determinada. Es decir, puesto en términos sencillos, que si se le pregunta a un dirigente si está de acuerdo con preservar el ambiente, la respuesta será afirmativa. Sin embargo, si se pregunta si está de acuerdo con preservar el ambiente aunque ello signifique afectar la rentabilidad económica, la respuesta no será la misma. Esto es así, porque el discurso económico está privilegiado por sobre el resto en la actual sociedad capitalista, causa estructural de la crisis ecológica.

En síntesis, aquí la ventaja de la interpretación consiste en que no consideramos al discurso como opuesto a la realidad, sino como parte de una realidad compleja. Y, sobre todo, tenemos mayores herramientas para analizar en el discurso cómo se ponen en juego las relaciones de poder, que exceden lo discursivo, pero que encuentran allí un campo de disputa. Desde esta perspectiva, coincidimos con el análisis de Arturo Escobar (1999), para quien el discurso del “desarrollo sustentable” es una manera de incorporar la preocupación ambiental, pero sin cuestionar el núcleo del paradigma del desarrollo, que es el énfasis en el crecimiento —crematístico— económico.

Claves para el análisis del discurso ambiental

El objetivo de este breve artículo consistió en reflexionar sobre una paradoja aparente. Es decir, el aumento de la “conciencia ecológica”, que no se constata en una mejora de la situación ambiental. En la primera línea interpretativa, marcar la distancia entre el “dicho” y el “hecho” deja al discurso reducido a su función de “cubrir” la realidad para sostener una imagen ficticia. En la segunda línea, el doble discurso también enfatiza el carácter de la manipulación, pero nos permite avanzar en la importancia del discurso como construcción de lo real. Desde allí partimos para señalar el aporte de los estudios académicos que vinculen lo discursivo con lo ideológico.

Si lo pensamos de esta manera, podemos observar que el fenómeno que englobamos como “discurso ambiental”, puede y debe analizarse de forma más sistemática. En este punto, diversos autores, como el mencionado Escobar, han realizado diferentes clasificaciones de corrientes del ambientalismo. No obstante, el objetivo principal de este artículo fue otro: interpretar cómo el discurso ambiental es incorporado por otros actores (no ambientalistas) como discurso subordinado. Justamente, para mostrarse con el atributo de la “conciencia ecológica”, pero sin que este discurso transforme su ideología principal.

Desde este punto de vista, debemos hacer una distinción primordial. Por un lado, sostenemos que los discursos con *enunciados ambientales* no son necesariamente discursos “ambientalistas”, sino que participan por la lucha del poder-saber, en el campo discursivo ambiental. Es decir, el fragmento de la red discursiva construido en torno a la “cuestión ambiental”, en donde participan diferentes actores, con miradas ideológicas contrapuestas. En tal sentido, por otro lado, los *discursos con enunciación ambientalista* son algunos de aquellos que sí presentan una ideología ambientalista, es decir, donde se jerarquiza lo ambiental por sobre otras áreas, como la económica.

Se trata, en definitiva, de reemplazar el análisis de la “conciencia ecológica”, que no considera la lucha de poder en una sociedad, por el estudio del “discurso ambiental”, entendiéndolo como un *objeto* donde la dispersión convive con la regulación (hegemónica, ideológica). En la investigación

sistemática, debemos observar si este discurso ambiental está subordinado o jerarquizado en la formación ideológica del actor que lo enuncia. Por ejemplo, en el caso de los medios periodísticos, qué lugar ocupan las noticias ambientales dentro de la organización informativa. Esto mismo puede hacerse en el análisis del discurso ambiental de un gobierno, partiendo de la estructura institucional del área ambiental en el organigrama.

En el caso de los discursos ambientalistas, también es posible analizar cómo diferentes organizaciones incorporan su visión sobre aspectos como la justicia social o la diversidad cultural. Aquí destacamos, no obstante, que se dará un paso importante a nivel interpretativo si distinguimos al discurso ambiental subordinado del discurso ambientalista (jerarquizado). No se trata aquí de una cuestión valorativa para el investigador sino analítica, en los términos que una formación ideológica organiza las formaciones discursivas. En todo caso, se trata de indagar en la valoración que cada actor efectúa sobre un enunciado *ambientalmente correcto* como “salvar el Planeta”.

Bibliografía

Escobar, A. (1999). *El final del salvaje: naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*. Bogotá, CEREC.

Leff, E. (2006). "La Ecología Política en América Latina. Un campo en construcción". En H. Alimonda, *Los Tormentos de la Materia. Aportes para una Ecología Política Latinoamericana*. Buenos Aires, CLACSO.

Pêcheux, M. (2003). "El mecanismo del reconocimiento ideológico". En Žizek, *Ideología, un mapa de la cuestión*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, Gedisa.