

Campana de combustibles limpios

"Tu salud no sufre... si exiges combustibles sin azufre"

Miles de personas en Lima, Arequipa, Cusco y Trujillo lavando pulmones de plástico en plena vía pública, en señal de protesta y apuesta por una vida sana, sin contaminación ambiental. Más de 65 mil cartas firmadas por ciudadanos de toda edad dirigidas a los Ministros de Energía y Minas y de Economía para que reduzcan el azufre en los combustibles locales. Estos dos momentos tan lúdicos y participativos, llenos de una gran carga simbólica, fueron los puntos más altos y emotivos de la Campaña Por Combustibles Limpios, que fue impulsada durante un año por el Proyecto PRAL (Programa Regional Aire Limpio), del cual Calandria formó parte.

Esta campaña tuvo como objetivo influir directamente en el poder político para que se reduzca el azufre en el parque automotor; pero especialmente buscó sensibilizar a la opinión pública, sobre su derecho a respirar un aire más saludable, que implica asumir nuevos hábitos en la conducta diaria y vigilar y participar directamente en la gestión de la calidad del aire.



ACTIVIDADES

1. Una consulta ciudadana en Arequipa, Cusco y Trujillo sobre la calidad del aire y el impacto en la salud. Y la creación de una red con 25 instituciones públicas y de la sociedad civil.
2. Propuestas técnicas sobre la reducción del azufre y la nocividad de los combustibles, así como una relación estrecha con los medios de comunicación con el objetivo de colocar el tema en la agenda pública.
3. Movilización de la ciudadanía en Lima, Arequipa, Cusco y Trujillo: 62 "lavados de pulmones", distribución de información clave y recolección de 65 mil cartas entregadas a las autoridades luego de un pasacalle.
4. Discusión y aprobación de la Ley 28694 que regula el contenido de azufre en el combustible diesel y dispone la aprobación de índices de nocividad.

APRENDIZAJES

1. La calidad del aire es un asunto ciudadano pues se vincula directamente con el derecho a la salud y a un ambiente limpio. Por eso mismo, la participación ciudadana es indispensable en la generación y fortalecimiento de las políticas ambientales.
2. Mientras más concreto y viable es el objetivo de una campaña de incidencia pública y política, más fácil será generar alianzas.
3. Mientras menos confrontacional es el mensaje que transmite y se apela al uso creativo de símbolos con acciones concretas como la firma de cartas, más fácil es lograr que la ciudadanía se identifique e involucre con el tema.
4. La combinación del trabajo con los medios de comunicación, el uso de espacios públicos y las actividades de corte político permiten alcanzar un mayor impacto en la población. Ninguna actividad por sí sola es suficiente.

www.calandria.org.pe

CONTACTO e INFORMACIÓN :

Lourdes Sandoval | lourdes@calandria.org.pe

