

Educación Ambiental en los Medios de Comunicación

MARÍA TERESA CERVANTES LOREDO*

Los medios de comunicación cumplen cuatro funciones sociales: informar, persuadir, entretener y educar. Si bien esta última es con frecuencia olvidada en los medios convencionales.

Es innegable la influencia de los medios en la socialización de valores culturales, pautas de comportamiento y de una interpretación de los hechos sociales y naturales del entorno.

Teniendo en cuenta lo anterior es importante analizar la responsabilidad social de los medios de comunicación en la difusión de una educación ambiental ya que tanto en el contexto local como en el contexto mundial es urgente tomar medidas para enfrentar la problemática ambiental.

Al hacer su aparición en la década de los años sesenta, la Educación Ambiental se orientó a la formación de personas con conocimientos, valores y habilidades que les permitieran interactuar responsablemente con el medio ambiente, entendiendo por éste la naturaleza; posteriormente se amplió el concepto de medio ambiente, para incluir los procesos sociales, culturales, económicos y políticos. Un hecho reconocido es que la Educación Ambiental tiene su origen en el entorno de educación formal, en las actividades de las Ciencias Naturales.

En la década de los setenta, surgen grupos ecologistas que impulsan la educación ambiental en el ámbito no formal, mientras en la educación formal se discute la necesidad de abordar el tema de manera interdisciplinaria y transversal (1).

El debate sobre el término “Desarrollo Sustentable” trajo consigo otro debate: si debería llamarse educación ambiental o educación para la sustentabilidad. Otros proponen el término “Ecopedagogía” (2) que surge desde las organizaciones ciudadanas y del Instituto Paulo Freire, y que no sólo se preocupa por la preservación de la naturaleza y del impacto que sobre ella tienen las acciones de los seres humanos (para estos autores eso sería la educación ambiental), sino que se propone como fin educativo un cambio en las relaciones humanas, sociales y ambientales, un cambio en las estructuras

económicas, sociales y culturales. No se presenta como opuesta a la educación ambiental sino que la supone y la incorpora.

En este trabajo, preferimos dejar de lado esa discusión y utilizamos el concepto de educación ambiental definido como un proceso pedagógico orientado al restablecimiento de la relación armoniosa entre el hombre y la naturaleza, a la comprensión de los factores que inciden en la degradación del medio ambiente y a la acción comprometida para solucionar los problemas ambientales.

La eficiencia de la educación ambiental, a largo plazo, se verá reflejada en el cambio de comportamiento y actitudes hacia la naturaleza y hacia los otros seres humanos; en políticas públicas que aseguren una mejor calidad de vida para todos; en una organización de la producción y la economía basada en la racionalidad sustentable. La educación ambiental tendrá las siguientes características:

- Una visión integral de la problemática ambiental: no estudiar problemas aislados sino como parte de un sistema, reconociendo causas, consecuencias y soluciones. No desligar la problemática ambiental de la problemática social para descubrir las causas estructurales que la generan.
- Ser un proceso planificado, tanto en la educación formal como en la informal. Tener claridad de objetivos, utilizar estrategias pedagógicas constructivistas e invertir los recursos financieros necesarios.
- Atender las necesidades, intereses y cultura de las personas a quienes va dirigida. Partir de su contexto, de los problemas ambientales que viven, de sus experiencias y valores.
- Fomentar la participación ciudadana y el trabajo cooperativo entre personas e instituciones.

* Facultad de Ciencias de la Comunicación. UANL.

- Problematicadora y concientizadora, que comprometa a la acción y solución de problemas locales que inciden en lo global.

- Atender al aspecto didáctico: adecuar el lenguaje técnico a las características de los participantes en el proceso, elaborar materiales motivantes, que capacite para acciones específicas en la preservación del ambiente y el buen uso de la naturaleza en beneficio de todos y de las generaciones futuras (el cómo hacer).

Una educación ambiental con estas características se fundamenta y promueve la idea de “Planetariedad” propuesta por Moacir Gadotti (3): “Tratar al planeta como un ser vivo e inteligente. Vivir nuestra cotidianidad en conexión con el universo y en relación armónica con nosotros mismos, con los demás seres del planeta y con la naturaleza, considerando sus elementos y su dinámica. Se trata de una opción de vida por una relación saludable y equilibrada con el contexto, consigo mismo y con los otros, con el ambiente más próximo y con los demás ambientes”.

Urge esta educación ambiental que forme ciudadanía planetaria pero, ante los riesgos ambientales actuales y en el contexto de la era de la información, no es suficiente hacer cambios en el currículum escolar y trabajar sólo en la modalidad de educación formal. Es necesario masificar el acceso a la información y a la educación ambiental a través de los medios de comunicación.

Si los gobiernos realmente quieren fomentar una cultura ambiental, a gran escala y a corto plazo, tendrían que utilizar de manera continua y planificada los medios masivos de comunicación. Nos referimos a los medios convencionales (prensa, radio y televisión) que son los de más fácil acceso a la población. Con esto no se resta importancia a Internet y a la comunicación móvil, pero todavía son privilegio de quienes pueden pagar esos servicios.

El periodismo ambiental, es decir, la publicación en los medios de información sobre temas ambientales se ha convertido en una especialización, más en la práctica profesional que en el currículum de las escuelas de comunicación.

Informar es la función primordial de los medios de comunicación. Lamentablemente, en cualquier tema, la información que tiene mayor difusión a través de los medios es la que causa impacto, se privilegian los sucesos alarmistas, el escándalo, lo que llama la atención del público para subir el rating o el tiraje (4).

Es notorio que los medios toquen el tema ambiental cuando se trata de notas periodísticas sobre hechos o

situaciones ya dadas, en forma de denuncia o alarma, tales como incendios forestales, contaminación de ríos, extinción de especies, etc. Las fuentes de esa información suelen ser las organizaciones ecologistas que denuncian dichas situaciones; los voceros de distintas instituciones que muchas veces ocultan información o exageran logros; y los expertos en el tema que con frecuencia utilizan un lenguaje técnico.

Sin embargo los medios también pueden ser un instrumento eficaz para educar. Es necesario que ejerzan esa función en relación con el tema ambiental. La participación ciudadana y la conciencia planetaria no son posibles sin información objetiva de lo que sucede, pero no es suficiente estar informado. Es necesaria una política comunicacional, por parte de los gobiernos, que planifique de manera integral el uso de los medios masivos para la educación ambiental fuera del ámbito escolarizado.

El periodista dedicado al tema ambiental necesita conocimientos técnicos sobre ambientalismo y sobre educación para ejercer una verdadera comunicación educativa; capaces de decodificar el lenguaje técnico para hacerlo accesible a las amplias masas a través de materiales, documentales, spots, videos, artículos y programas motivantes, entretenidos, participativos, generadores de conciencia y compromiso para llevar a cabo cambios personales, colectivos y estructurales.

Los mensajes han de ser parte de un plan general, con objetivos definidos, adecuados al segmento del público al que están dirigidos, los contenidos han de estar referidos a problemas y circunstancias vivenciadas en la localidad sin dejar de señalar el impacto planetario.

Algunos temas ambientales requieren capacitar a la comunidad sobre el “cómo hacer”, por ejemplo: cómo separar la basura orgánica, el papel, vidrio, latas, etc. Es importante no olvidar el aspecto didáctico y práctico al abordar estos temas.

Sin embargo es preciso decir que el periodista se ve limitado por los lineamientos que establece la empresa de comunicación para la cual trabaja. Es necesario que dichas empresas asuman su responsabilidad social ante la problemática ambiental, dedicando tiempo aire o espacio en su medio a este tema y capacitando a sus periodistas ambientales. Es aún más necesario que se elaboren leyes que obliguen a las empresas a cumplir con esta responsabilidad social.

En la Ciudad de Monterrey la autora de este artículo llevó a cabo una investigación publicada en Junio de 2013 (5). En ella se dio seguimiento a seis medios de comunicación, con el propósito de analizar el manejo que

hacen del tema ambiental y sobre todo de si se le da un tratamiento pedagógico. Esta investigación es de tipo cualitativa. Se hicieron 1,635 horas de observación a dos canales de televisión locales y dos estaciones de radio, y se dio seguimiento al contenido de dos periódicos locales. También se aplicó un cuestionario a los seis encargados de la programación y edición de los mismos medios. Se hizo una codificación de los aspectos a observar, elaborando un instrumento para registrar las observaciones. Se hizo un análisis de contenido de los datos cualitativos.

Los resultados de dicha investigación muestran, entre otras cosas que no se detallan aquí por la falta de espacio, que existe una despreocupación de los principales medios de comunicación locales por el tema ambiental. Se prefiere tratar temas de entretenimiento y notas que elevan el rating a temas que exponen problemas globales y que a pesar de ser de interés colectivo no se tocan para no provocar conflictos sociales.

Se observa es que la información y los programas de contenido medioambiental se presentan aislados y parciales, es decir no se presentan las relaciones entre distintos problemas o situaciones, ni se llegan a identificar las causas estructurales. En la información sobre los problemas ambientales se oculta o minimiza su importancia, o se trata de manera superficial.

Lo anterior se confirma con las respuestas que los productores y jefes de redacción dieron en las entrevistas al hablar de la falta de programas de educación ambiental y la forma en que se trata el tema. En sus respuestas mencionan que es un tema “que no vende”, que se diluye entre notas de las distintas secciones, que no existen programas, suplementos o secciones dedicadas a la educación ambiental.

De 266 veces que se abordaron temas ambientales, 208 veces fue en el género de noticia que proporciona información de un hecho sin propósitos pedagógicos. Además los temas ambientales que predominan son: recursos naturales, naturaleza (vida silvestre y animal) y contaminación que describen situaciones problemáticas o muestran la vida y desarrollo de animales y plantas pero no explican de manera didáctica cómo conservar los recursos y la naturaleza y cómo la audiencia puede evitar la contaminación.

Sólo suman quince las veces que se dio un tratamiento didáctico con objetivos pedagógicos al contenido del tema durante todas las horas de observación que se registraron. Esto es indicativo de lo poco que se utilizan los medios para formar una cultura del cuidado del ambiente en las audiencias.

Los medios observados orientaron la información que proporcionaban sobre medio ambiente hacia la reflexión

y toma de conciencia, 66 veces. No necesariamente a eso se le dio un tratamiento didáctico. Además de que la información esté orientada hacia la concientización sobre la problemática ambiental, debe ser parte de una planeación pedagógica con objetivos bien definidos, que toque temas del contexto local sin dejar de contemplar su incidencia en la problemática global, que se utilice la metodología de la educación y la comunicación popular con materiales y técnicas adecuadas, que mueva a la acción y a la participación en defensa y para la conservación del medio ambiente.

Otro aspecto a señalar es la falta de comunicadores capacitados en educación y periodismo ambiental. Es evidente en las respuestas al cuestionario que los responsables de la programación de radio y televisión, y los que dirigen el departamento de redacción de los periódicos no tienen claridad sobre lo que es la educación y el periodismo ambiental. También es evidente que ellos no tienen información clara sobre cuántos reporteros y personal de su medio han recibido capacitación sobre educación ambiental.

En general, con la información recabada se puede afirmar que los principales medios de comunicación locales no abordan suficientemente el tema ambiental y que el tratamiento que le dan al tema no favorece una educación ambiental integral, problematizadora, concientizadora, que partiendo del contexto local incida en lo global, que mueva a la participación y a la acción, que utilice materiales y técnicas de la educación y la comunicación popular.

Es urgente que los medios de comunicación locales asuman su responsabilidad social y den suficiente cobertura a la problemática ambiental.

Es urgente que las instancias gubernamentales que se ocupan de la conservación y cuidado del ambiente elaboren planes y programas de educación ambiental para ser implementados a través de los medios masivos de comunicación que se producen en la localidad con el fin de formar una cultura ambiental en la ciudadanía.

Es necesario que se elaboren leyes y reglamentos que obliguen a los medios de comunicación a cumplir con su responsabilidad social y a dar espacio suficiente en su programación para la educación ambiental.

Es necesario que las escuelas de ciencias de la comunicación incluyan en sus planes de estudio la educación ambiental para que sus egresados estén en capacidad de comprender la importancia del tema ambiental y de divulgar la información y la educación ambiental de manera objetiva, científica y adecuada a las audiencias.

Es recomendable que los medios de comunicación locales ofrezcan capacitación a sus comunicadores y reporteros para que aborden con calidad y conocimiento el tema ambiental.

Es recomendable la inclusión de especialistas y organizaciones ciudadanas en la planeación y programación de la educación ambiental que se lleve a cabo en los medios locales.

Es importante que las universidades y las entidades gubernamentales apoyen la investigación sobre educación ambiental y periodismo ambiental.

Es recomendable que se investigue la educación ambiental y el periodismo ambiental que se genera desde las organizaciones ciudadanas, sus contenidos, métodos, resultados y propuestas.

La atención a estas recomendaciones permitiría el ejercicio de un verdadero periodismo ambiental y, en parte, el cumplimiento de la función educativa de los medios de comunicación.

Resumen y Palabras Clave:

Se explica la importancia de los medios de comunicación en la implementación de una verdadera educación ambiental, describiendo los criterios que definen ésta. Se exponen los principales hallazgos de una investigación que dio seguimiento a los principales medios de comunicación en la ciudad de Monterrey.

Palabras claves: educación ambiental, periodismo ambiental, medios convencionales, responsabilidad social.

The importance of the media in the implementation of a real environmental education is explained by describing the criteria that define it. The main findings of an investigation that followed the mainstream media in the city of Monterrey was presented.

Keywords: environmental education, environmental journalism, mainstream media, social responsibility.

Referencias:

1. Castillo Alicia. La educación ambiental y las instituciones de investigación ecológica: hacia una ciencia con responsabilidad. Tópicos de Educación Ambiental Vol. 1. México, 1999. Num. Pag. 34 – 46

2. Godatti Moacir. Pedagogía de la Tierra. México: Siglo XXI. 2002. Pag. 80
3. Godatti Moacir. Pedagogía de la Tierra. México: Siglo XXI. 2002. Pág 161
4. Alonso, Aurora. Los medios en la comunicación educativa. 2004. UPN – Limusa. México. Pág 47 – 71.
5. Cervantes, María Teresa. La educación ambiental en los principales medios de comunicación de Monterrey, Nuevo León. UANL. 2013.