

REFLEXIONES

El papel de la comunicación en la Educación Ambiental**Los medios al servicio del medio**

Juan Carlos González Faraco

Crisis ecológica y explosión informativa son dos de los atributos esenciales de las sociedades postindustriales. Tanto la intercomunicación como la degradación ambiental han alcanzado cotas planetarias e ilustran la gran interdependencia que ata a todos los países y regiones del globo. Hoy, más que nunca, el hombre construye su entorno relacionándose con él a través de mediadores, códigos y sistemas netamente artificiales, entre los que destacan los medios de comunicación de masas. Si hemos de plantear, tal como hace la Reforma educativa en curso, una educación en favor de la conservación del medio ambiente, habremos de servirnos como fuente de información y debate y como recurso didáctico de esos medios, cuya impronta en las actitudes ambientales de niños y adultos es tan sustantiva.

1. Cuando el medio ambiente es el mensaje...

Todavía, en las serranías y en los llanos del sur de España, cualquiera puede observar cómo los buitres trazan círculos en el aire, transmitiendo a sus congéneres el hallazgo de una presa. La noticia puede, con ese elemental sistema de señales, recorrer cientos de kilómetros de distancia y ser así compartida por muchos individuos. Los campesinos de cualquier región del planeta han aprendido a leer éste y otros lenguajes naturales y entender su significado, gracias a la experiencia acumulada y transmitida por sus antepasados y a su propia observación cotidiana. En muchas culturas, como las que poblaban la América precolombina, el chamán era la persona que poseía el don extraordinario de la interpretación de los fenómenos de la naturaleza: los signos celestes, la gestos de los animales, los sonidos del viento... En esas culturas preagrarias o

incluso agrarias, la sociedad humana es parte de los sistemas naturales, ante los que se somete y de los que extrae, con ninguna o con escasa tecnología, sus recursos básicos.

Con el advenimiento y expansión de la sociedad industrial, esos sistemas sufren el impacto del incontenible avance de los sistemas urbanos y los nuevos modos de producción y consumo de bienes manufacturados. El último eslabón de este proceso lo constituye por fin y por ahora la llamada sociedad postindustrial. En ella, se invierte la antigua y original pertenencia del hombre a la naturaleza y se alzan, dominantes, los sistemas artificiales, en un medio controlado por el hombre mediante tecnologías muy avanzadas, en las que sin duda ocupan un lugar preferente las que conciernen al mundo de la comunicación y de la información (Dillon, 1993; Caivano, 1992; Inglehart, 1991; Roda, 1989). El medio

ambiente esgrime en esta era su mensaje (amenazador y terco) a través de *otros lenguajes*, frente a los que somos muchas veces auténticos analfabetos.

Las generaciones de este fin de siglo han nacido y crecido, pues, en un entorno marcado, codificado y definido por esos medios masivos que son, como decía McLuhan (Souchon, 1977: 278), «prolongaciones de nuestros sentidos». Gracias a ellos, estas generaciones conciben el planeta como una *aldea global* interconectada en fracciones de tiempo que escapan a las mediciones comunes. De igual modo pueden observar la interdependencia mundial y el arrollador dinamismo de los procesos sociales y económicos y también, a consecuencia de ellos, los graves procesos de degradación ecológica de los ecosistemas y el creciente expolio de los recursos naturales. Por eso, cuando las generaciones futuras vuelvan los ojos al pasado, este tiempo que corona el fin de un milenio representará en su análisis del curso histórico, además de la eclosión de la cibernética y la comunicación de masas, un punto negro de inflexión en las relaciones del hombre con el medio.

Ante la evidente gravedad de la crisis que enturbia esas relaciones, desde mediados del siglo se ha ido gestando y expandiendo el conocimiento y la conciencia de sus características y de su magnitud. Esta conciencia ha adoptado incluso las formas de una corriente de opinión o movimiento multiforme que oscila entre la superficialidad de una moda y el radicalismo ecologista más militante. Lo verde, lo ecológico, lo natural, en sus muchas versiones, se han convertido en parte de una cierta *ideología* que salpica la vida cotidiana y de la que no son ajenos sino más bien corresponsables los medios de comu-

nicación, como portavoces de la *vox populi* y del aparato de producción y consumo. En muchas capas sociales se puede observar la revalorización de lo rural frente a lo urbano, el deseo de una *vuelta a las raíces*, a la pureza del campo y a los espacios libres. Estos deseos y estas ideas tienen algo de mistificación -forzada por los estragos psíquicos que ocasiona el estilo de vida urbana-, en tanto contienen una percepción de lo natural como lo immaculado, es decir, como lo ajeno a los avatares y las obras del hombre. En una significativa proporción, estas concepciones cargadas de «prejuicios» han sido *inventadas* por los *mass-media*, cuyas funciones sociales de *vigilancia y foro* son cada día más evidentes y efectivas, como singularmente lo delata el tipo de consumo al que tienden las familias *urbanitas* en su tiempo de ocio (Tolentino, 1987; Montero, 1989; Menéndez y otros, 1989).

Nadie puede poner en duda que las relaciones del hombre con su medio están mediadas o intervenidas por lenguajes que constituyen un elemento del patrimonio cultural comunitario, antes más idiográfico y localista, ahora más universal pero también más uniforme. El entorno es una construcción lingüística que resulta de múltiples interacciones sociales y que es menester descifrar. En efecto, lo que sabemos, lo que percibimos y lo que valoramos no proviene

ya de relaciones directas, cuerpo a cuerpo, con el entorno, sino de las informaciones y los juicios, abierta o implícitamente contenidos en gran parte dentro de los medios de comunicación, como muchos ecólogos, etnólogos y psicólogos han afirmado y verificado en multitud de ocasiones (Pol i Urrutia, 1981; González Bernáldez, 1981; Coulon, 1987; Jiménez y

**Lo que sabemos,
lo que percibimos
y lo que valoramos
no proviene ya de
relaciones directas,
cuerpo a cuerpo,
con el entorno,
sino de las informaciones
y los juicios, abierta o
implícitamente
contenidos en gran
parte dentro de los
medios de comunicación.**

Aragón, 1986; Castro, 1990; González Faraco, 1992). El medio ambiente es, ahora, inseparable de los «medios», incomprensible sin recurrir a sus códigos semánticos.

2. Medios y Educación Ambiental

En el mundo educativo, la conciencia de esta crisis ecológica generalizada ha propiciado la génesis de un nuevo campo para la teorización y para la acción: la *Educación Ambiental*, primero en espacios no formales relacionados, en muchos casos, con el movimiento ecologista, y más tarde en el propio sistema reglado por influjo de ese movimiento y gracias al *voluntarismo* de las vanguardias docentes más comprometidas e innovadoras, aunque partiendo de una trayectoria previa en nada desdeñable (Sevillano, 1987).

En nuestro país, por fin y después de un lento e irregular despliegue escolar, con la promulgación de la LOGSE en 1990 y con la paulatina reglamentación de las distintas etapas de las enseñanzas no universitarias (Consejería de Educación, 1992a), el Sistema Educativo se hace plenamente eco de la necesidad de una educación en favor del medio ambiente, regulándola como parte del currículum dentro del grupo de *ejes o materias transversales* (Consejería de Educación, 1992b; Varios Autores, 1992a; García y García, 1992; Cuello y otros, 1992). En Andalucía, esta *materia* ha alcanzado incluso la categoría de programa específico encarnado en el llamado Programa *Aldea* (1992), conjuntamente patrocinado por la Administración educativa y la medioambiental.

En cuanto a los medios de comunicación, la situación es diferente. Son, sin duda alguna, objeto de reiterada referencia directa o indirecta en los decretos que regulan las enseñanzas no universitarias, pero no han sido definidos expresamente como materia transversal, ni menos aún como disciplina concreta -como sucede en la educación británica, por ejemplo-. Sin embargo, y si se leen con detenimiento los textos que establecen los objetivos, los contenidos y los recursos de las

áreas, cualquiera puede detectar la presencia múltiple de *los medios* en todos y cada uno de estos componentes curriculares. En otras palabras, *los medios, de facto*, constituyen en todos los sentidos el más transversal de los ámbitos de los nuevos currícula (Feria, 1993).

En las líneas de actuación o subprogramas que contempla el Programa «Aldea», el empleo de los medios parece inexcusable, aunque a nuestro juicio haya que lamentar una cierta escasez de referencias explícitas a ellos. Tal vez porque se sobrentienda su conveniencia, a la luz de las recomendaciones curriculares que recogen los documentos editados hasta el momento. Estos focos de atención son: información y sensibilización, formación del profesorado, elaboración de materiales didácticos, utilización de recursos del medio e innovación e investigación educativas. En todos, tanto la prensa escrita como los medios audiovisuales constituyen referentes necesarios, especialmente si la posición epistemológica de la que se parte -la misma que sostiene la Reforma actual- es de tipo *constructivista*, y entiende que el conocimiento es una *construcción social*, que el aprendizaje ha de ser significativo para quien aprende y que la enseñanza ha de partir de las concepciones previas de que disponen los alumnos (Carretero, 1993; García y Cubero, 1993; García y García, 1989). En la Educación Ambiental, éstas deben constituir un punto de arranque siempre pues los contenidos y valores ambientales no necesariamente se corresponden con las percepciones y valoraciones que los niños hacen *a priori* del medio y su problemática (Anderson y Moss, 1993; Brinkman y Boschhuizen, 1989).

El origen de esas *concepciones*, que engloban conocimientos, imágenes subjetivas y actitudes, hay que buscarlo en las «circunstancias» que en nuestro tiempo enmarcan la *interacción* de los niños y los jóvenes con el medio. En esas «circunstancias» hay que incluir tanto los contenidos como las formas predominantes y la intensidad de esa interacción. En éste como en otros campos de la vida de los individuos en la sociedad presente,

está más que probado y hasta estimado en porcentajes que, en esa triplete de aspectos, se llevan la palma los medios de comunicación. Recogiendo otros estudios, D. Bartolomé (1989: 247-248) indica que el 70% de los conocimientos, el 78% de las conductas sociales y el 67% de los comportamientos personales de los adultos sin formación universitaria -o sea, de la mayoría de la población- «reciben un gran influjo» de los *mass-media*.

Alonso, Benayas y Ruiz (1991) han indagado, por ejemplo, sobre la influencia de los medios de comunicación en la percepción que los niños tienen de los animales. Afirman, en relación con la utilización de temáticas ambientales por la publicidad, que ésta alcanza así gran relevancia por cuanto «es un medio de influencia clara respecto a la determinación y modificación de actitudes sociales frente al medio ambiente» (ibidem: 565). En los conocimientos que adquieren y en las actitudes que los niños adoptan respecto a los animales, el impacto de los *medios* y en particular el de la publicidad es manifiesto y considerable, pues constituye el modo de contacto más usual entre los niños y los animales, casi el único en las áreas urbanas, pero también y cada vez más importante en las zonas rurales. Nosotros mismos, en el curso de los trabajos que estamos desarrollando en el área del Parque Nacional de Doñana (SW de Andalucía, España), hemos podido constatar ese hecho: que la información sobre la naturaleza en particular y sobre el medio en general, incluso estando próximo como lo está este espacio protegido para los niños de su entorno, proviene principalmente de fuentes indirectas, entre las que ocupan lugar preferente la televisión y las publicaciones periódicas.

No es menester abundar más en algo que resulta tan fácilmente verificable. Como en tantas otras ocasiones, la cuestión afecta más

bien al campo de la aplicación práctica. Es decir: lo que importa es definir y exponer las virtualidades educativas que los medios de comunicación contienen y representan para la Educación Ambiental, y desde luego, difundirlas entre los profesores para que las apliquen en las escuelas cada día (Montero y otros, 1989;

Novo, 1991). Esas virtualidades son muchas y diversas, tal como hemos podido colegir a lo largo de las argumentaciones precedentes. Consisten de manera resumida en las que siguen:

- Los medios de comunicación, en su extensa variedad (Aguaded, 1992), constituyen una fuente básica de información y/o divulgación ambiental para una educación en favor del medio ambiente, en función de su nivel de especialización y características técnicas (Montero y otros, op. cit.).

- Representan un material imprescindible para fomentar actitudes críticas ante las cuestiones ambientales, su debate social y su resolución. Su pertinencia es indiscutible en la puesta en marcha de técnicas grupales, en modos de aprendizaje por investigación y en sistemas didácticos de resolución de problemas.

- Son un recurso didáctico necesario y de fácil empleo -dada su plena interdisciplinariedad- en todas y cada una de las disciplinas que, de manera transversal, deben introducir la Educación Ambiental en los currícula escolares (García y García, 1992; Cuello, 1992).

- En tanto que «lenguajes», los medios de comunicación resultan ser altamente motivadores y muy próximos al mundo de los niños y de los jóvenes; esas cualidades pueden ser aprovechadas para mejorar la eficacia de la transmisión de mensajes ambientales.

- Son por todo ello un ingrediente imprescindible en la formación ambiental de los educadores, tan precariamente atendida hasta ahora por los centros universitarios con responsabilidad en esta tarea.

Lo que importa es definir y exponer las virtualidades educativas que los medios de comunicación contienen y representan para la Educación Ambiental.

- Y desde luego y por último, resultan una vía y un recurso obligado para programas educativo-ambientales en ámbitos no formales o en programas escolares con proyección comunitaria, que en la Educación Ambiental son, por otro lado, muy frecuentes (Hernández, 1987; Sureda, 1987).

Juan Carlos González Faraco es profesor de la Universidad de Huelva.

Referencias bibliográficas

- AGUADED GÓMEZ, J.I. (1992): «Audiovisuales para una escuela renovada. Viaje por los medios», en *Medios audiovisuales para profesores*. Huelva, ICE y CEPs; pp. 73-96.
- ALONSO, BENAYAS y RUIZ (1991): «Percepción de los animales por los niños. La influencia de los medios de comunicación» en CASTRO, R.: *Psicología Ambiental: intervención y evaluación del entorno*. Sevilla, Arquetipo; pp. 565-569.
- BARTOLOMÉ CRESPO, D. (1989): «La Educación Ambiental y los Medios de Comunicación», en *Actas del Congreso Internacional sobre Educación Ambiental*. Madrid, ICONA-Universidad Complutense; pp. 246-256.
- BENITO, A. (1989): *Ecología de la comunicación de masas*. Madrid, Eudema.
- BRINKMAN, F.G. (1989): «Preinstructional ideas of pupils on environmental pollution», en *Actas Congreso Internacional de Educación Ambiental*. Madrid, Icona.
- CAIVANO, F. (1992): «¿Qué pasa en el mundo? Algunas reflexiones sobre el impacto social y escolar de los medios de comunicación de masas», en *Simposium andaluz «Enseñar y aprender con prensa, radio y televisión»*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación»; pp. 17-24.
- CAMPILLO y MORAL (1991): «La formación del profesorado en comunicación audiovisual», en *Congreso Nacional sobre modelos formativos del futuro profesor de Educación Secundaria*. Burgos, E.U. Profesorado.
- CARRETERO, M. (1993): *Constructivismo y educación*. Zaragoza, Edelvives.
- CASTRO, R. de (1990): «Los espacios naturales y el hombre», en CASTRO, ARAGONÉS y CORRALIZA (Eds.): *La conservación del entorno. Programas de intervención en psicología ambiental*. Sevilla, Agencia de Medio Ambiente.
- CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN (1992a): *Decreto de Educación Primaria*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- COULON, A. (1987): *L'ethnométhodologie*. París, PUF.
- CUELLO y OTROS (1992): *Orientaciones didácticas para la Educación Ambiental en E. Primaria*. Sevilla, Junta de Andalucía.
- FERIA, A. (1993): *Unidades didácticas de prensa en Educación Primaria*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».
- GARCÍA y CUBERO (1993): «Perspectiva constructivista y materiales curriculares de Educación Ambiental», en *Investigación en la Escuela*, 20; pp. 9-22.
- GARCÍA y GARCÍA (1992): *Orientaciones didácticas para la Educación Ambiental en E. Secundaria*. Sevilla, Junta de Andalucía.
- GARCÍA y GARCÍA (1989): *Aprender investigando*. Sevilla, Díada.
- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F. (1981): *Ecología y Paisaje*. Madrid, Blume.
- GONZÁLEZ FARACO, J.C. (1992): «La construcción lingüística del medio: Doñana en el folclore andaluz», en *Actas II Jornadas sobre Enseñanza de la Lengua en Andalucía*. Huelva, Diputación Provincial; pp. 91-96.
- HERNÁNDEZ, A.J. (1987): *Temas ecológicos de incidencia social*. Madrid, Narcea.
- INGLEHART, R. (1991): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI.
- MARTÍN MOLERO y OTROS (1989): «Medio ambiente: información marginada. Estudio de su tratamiento en la prensa nacional», en *Actas del Congreso Internacional de Educación Ambiental*. Madrid, Icona.
- JIMÉNEZ y ARAGONÉS (1986): *Introducción a la psicología ambiental*. Madrid, Alianza.
- MOPU (1989): *Educación Ambiental: Situación española y estrategia internacional*, Madrid.
- MONTERO SANDOVAL, J.M. (1989): «La información ambiental en los medios de comunicación andaluces», en *II Jornadas de Educación Ambiental*. Madrid, MOPU; vol. II; pp. 247-250.
- MONTERO SANDOVAL y OTROS (1989): «Educación Ambiental y medios de comunicación», en *II Jornadas de Educación Ambiental*. Madrid, MOPU; vol. III; pp. 291-304.
- NOVO VILLAVARDE, M. (1991): «Recursos para el desarrollo práctico de la Educación Ambiental», en *Homenaje al profesor dr. Ricardo Marín Ibáñez*. Madrid, UNED; pp. 221-233.
- POL I URRUTIA, E. (1981): *Psicología Ambiental*. Barcelona, Oikos-Tau.
- RODA FERNÁNDEZ, R. (1989): *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*. Madrid, Siglo XXI.
- SALINAS, J. (1987): «Mass-media y Educación Social», en COLOM: *Modelos de intervención socioeducativa*. Madrid, Narcea; pp. 252-276.
- SEVILLANO GARCÍA, M.L. (1989): «La Educación Ambiental en el ámbito del currículum», en *Actas del Congreso Internacional sobre Educación Ambiental*. Madrid, ICONA-Universidad Complutense; pp. 103-107.
- SUREDA, J. (1987): «Programas socioeducativos de Educación Ambiental no formal», en COLOM: *Modelos de intervención socioeducativa*. Madrid, Narcea; pp. 277-297.
- VARIOS (1992): *Simposium andaluz «Aprender y enseñar con prensa, radio y televisión»*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».