

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
INSTITUTO DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA, IECO  
PRIMERA FERIA DE LA COMUNICACIÓN 16 Y 17 DE SEPTIEMBRE

## PONENCIA

### *Los Medios de Comunicación y La Educación Ambiental<sup>1</sup>*

*Olga María Bermúdez Guerrero  
Profesora Asociada IDEA – UN.  
Directora Maestría en Medio  
Ambiente y Desarrollo*

Los hombres y mujeres de este siglo hemos sido testigos de la revolución informática que ha traído consigo cambios tan grandes e impredecibles a todo nivel, que bien se pueden comparar con los ocurridos con motivo de la invención de la imprenta, o la revolución industrial y el gran impacto que tuvo para la humanidad.

Las tecnologías modernas han transformado los conceptos de espacio y tiempo, de distancia, proximidad y velocidad, y han introducido cambios en las relaciones familiares, en la escuela y la universidad, en el trabajo y en la empresa y han permitido hacer del mundo “una aldea global” como lo ha señalado Mc Luhan. El concepto de “Aldea Global” lo presentó Mc Luhan (1964-1968) para destacar el papel protagónico y de cambio que significa la televisión, como medio de comunicación masivo. La televisión anula las distancias porque nos permite ver a tiempo real acontecimientos insospechados, que se están sucediendo en cualquier parte del planeta. Así desde el sillón de nuestra casa hemos observado la guerra del medio oriente, o los partidos de fútbol del mundial o los carnavales de Río de Janeiro.

---

<sup>1</sup> Ponencia presentada en la Feria de la Comunicación, Instituto de Estudios de la Comunicación IECO, Universidad Nacional de Colombia. Septiembre 2004.

Este poder percibir y ver hechos y acontecimientos de cualquier lugar del mundo, además de un valor real, tiene un valor psicológico “El ciudadano global, el ciudadano del mundo se siente de cualquier lugar y está dispuesto a abrazar causas de toda naturaleza y de todas partes. En No Sense Of place, Joshua Meyrowitz (1985) plantea este tema con minuciosidad. Según él nuestra proyección hacia el mundo nos deja sin sentido de lugar, la televisión fusiona comunidades distintas y de este modo hace de cualquier causa o cuestión un objeto válido de interés y de preocupación para cualquier persona del mundo entero”. (Sartori: 1998:118).

La muerte de la madre Teresa de Calcuta, la reciente celebración de la llegada del año 2.000, así como la destrucción de las torres gemelas, constituyeron acontecimientos compartidos por millones de ciudadanos de los cinco continentes, de diversas culturas, que a través de la televisión compartieron estos acontecimientos y estuvieron unidos por sentimientos de tristeza, de alegría, de dolor y angustia, en cada uno de los diferentes casos.

La televisión está homogenizando los modelos de vida y los gustos en todo el mundo. “Esta homogenización es innegable, aunque aún hay que calificarla, pero no modifica el problema planteado por el localismo y la aldeización. Podemos ser iguales en gustos, estilos de vida, ambiciones, criterios de éxito y otras cosas, y a la vez estar fragmentados. La homogenización podría acentuar el conflicto entre nuestras aldeas. Cuando nos sensibilizamos ante las mismas cuestiones pretendemos, por ejemplo, que basura, industria, contaminantes, prisiones se instalen o se desplacen a cualquier otra localidad . Como son necesarios, hay que encontrarles un lugar; pero no deseamos que sea en el nuestro. Cuando nos enfrentamos a un problema concreto, la aldea triunfa y se desvanece la idea de ser de cualquier lugar del mundo” (Sartori 1998: 121).

Estos cambios culturales nos conducen, hacia el futuro, a unas sociedades con novedosas relaciones interplanetarias que hoy difícilmente imaginamos.

El mundo globalizado actual está redefiniendo sus fronteras y en este sentido como lo afirma Ortiz (1998), la importancia de los medios de comunicación es que han logrado una gran movilidad entre las fronteras, lo que les facilita unir a diferentes grupos de las sociedades nacional y global, lo cual les permite a su vez, crear cultura a nivel del planeta entero.

El gran nivel de comunicación interplanetaria, su interdependencia recíproca así como la identificación de problemas ambientales: la destrucción de la capa de ozono, la lluvia ácida, la contaminación atmosférica entre otros, han llevado a la necesidad de establecer valores y metas comunes que superen las particularidades culturales. Aunque cada cultura tiene sus propios parámetros de valoración, se ha creado un espacio común donde los valores de las diferentes culturas se encuentran, aunque tengan diversas perspectivas e interpretaciones sobre ellos.

Esta nueva situación de interrelación global ha permitido además tomar conciencia de la necesidad de plantear metas, que como en el caso del medio ambiente, pueden ser decisivas para la supervivencia misma de la especie.

Al respecto Morin señala la necesidad de salvar el planeta que es nuestra casa: “Un planeta por patria? Sí, tal es nuestro enraizamiento en el cosmos. Sabemos, de ahora en adelante, que el pequeño planeta perdido es algo más que un lugar común a todos los seres humanos. Es nuestra casa, home, heimat, es nuestra patria y más aún, nuestra tierra patria. Hemos aprendido que nos convertiríamos en humo en los soles y quedaríamos congelados en los espacios. Ciertamente, podríamos partir, viajar, colonizar otros mundos, pero estos demasiado tórridos o helados, son sin vida. Es aquí que están nuestras plantas, nuestros animales, nuestros hijos, tenemos que conservar, tenemos que salvar la tierra - patria”. (Morin:1993: 75).

En este contexto la toma de conciencia de los ciudadanos en relación a lo ambiental cobra gran importancia. Es la razón por la cual la Educación Ambiental se hace indispensable en esta sociedad globalizada.

Nos corresponde a todos, desde nuestro rol, aportar en la solución de los problemas ambientales de nuestra sociedad e impulsar la educación, para lograr un cambio cultural, y en este propósito los medios de comunicación juegan un papel muy importante, por su contribución a la difusión ágil y oportuna de la información ambiental, así como al establecimiento de diálogos entre la sociedad civil y el Estado.

La necesidad de contar con una información de calidad para garantizar la participación ciudadana la señala Gustavo Wilches: “Participar quiere decir ser parte de algo. La gente es parte de las comunidades y éstas son parte de los ecosistemas. De no serlo no resultarían afectadas por las decisiones. Sin información de calidad no puede haber participación eficaz. La información es poder y quien tiene acceso a la información tiene en consecuencia acceso al poder, es decir posibilidades de participar en los procesos de toma de decisión y en la toma de decisión de los procesos”. (Wilches: 1998: 27).

Igualmente los medios de comunicación pueden colaborar activamente con la educación ambiental en su tarea de incentivar la responsabilidad ciudadana y el conocimiento del entorno, de sus riquezas y potencialidades.

Los medios de comunicación también pueden apoyar la educación no formal, al incidir en pro del ambiente sobre amplios grupos de población, por fuera de las aulas escolares, para que la educación ambiental se consolide como un propósito nacional y se articule la dimensión ambiental en la vida ciudadana.

Pero tal vez lo más importante es que los comunicadores y periodistas ambientales pueden rescatar el valor de la información y dejar saldos pedagógicos en la población que la recibe.

El saldo pedagógico (Mockus, 1997) nos remite a los aprendizajes formales y no formales que la comunidad receptora del mensaje, va internalizando y ganando a medida que recibe la información.

Esta ganancia se da en términos de conocimientos nuevos sobre una situación o problema, lo que a su vez influye en lograr ciudadanos mejor informados y con mayores posibilidades de participar en la solución de sus problemas ambientales y en la construcción de consensos intersubjetivos y sinergias colectivas.

En este sentido los comunicadores ambientales propician oportunidades pedagógicas, en la medida que asuman su rol de ciudadanos, educadores permanentes, a través de la divulgación de una información de calidad.

En conclusión, es innegable el inmenso campo de acción de los medios de comunicación en la difusión y apoyo a la Educación Ambiental, y la conformación de Redes Virtuales de Educadores Ambientales que impulsen la construcción de una sociedad sustentable.