

Apuntes para comprender la cultura ambiental desde la comunicación.

[Julieta Carabaza González \(1\)](#)
[Universidad Autónoma de Coahuila](#)
[Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey](#)

Resumen

En este ensayo se proponen una serie de ámbitos que pueden ser considerados para explorar, desde la comunicación, la cultura ambiental. Este planteamiento parte de que, si bien, en el núcleo del medioambientalismo existe una gran cantidad de elementos que se articulan entre sí, y que determinan la construcción de dicha cultura, es la comunicación la base de esta articulación.

Se considera que la respuesta a la problemática del medio ambiente no depende de la vía por la que llega la información, sino de la representación que se elabora con ésta a partir de la conjunción de los distintos ámbitos que conforman la sociedad, donde la información que circula está determinada por los propios medios de comunicación.

Esta propuesta surge del análisis de las tendencias de investigación sobre los medios de comunicación y la temática ambiental así como el seguimiento realizado durante los últimos años de las leyes, normas y reglamentos derivados en México de los acuerdos internacionales en materia del medio ambiente.

Palabras claves: comunicación, cultura ambiental, medios de comunicación.

Abstract

This article proposes some approaches to be considered in order to explore the environmental culture through communication practices. The remarkable fact is that there are many linked factors determining the construction of such environmental culture, and the acknowledgement of communication as the main element that joint them together.

The paper supports the statement that the individual's response to an environmental fact does not depend on the way that they get the information but the way it makes sense to them, and mainly its implication in some society events in which the information available is settle by mass media.

This proposal arises from a research tendency analysis about mass media and the environmental subject, as well as the latest years' pursuit of rules, laws, policies regulations and statutory requirements in Mexico, derived from international agreements on environmental subject.

Key words: communication, environmental culture, mass media.

La forma del sistema comunicativo actual es el producto de la evolución experimentada en la sociedad desde el inicio de la época moderna. La aparición de la imprenta hacia 1436 marcó el principio de la comunicación colectiva a través de medios de alcance masivo y puede ser considerada la punta de lanza de esta constante evolución de las formas de relación y comunicación de /entre los individuos (Thompson, 1998). Así, con el avance de los mass media como fenómeno moderno se contribuyó de manera importante a la conformación de una nueva percepción de lo público al considerarse que el uso de los medios de comunicación en la difusión de los mensajes ideológicos trascienden las vidas cotidianas de las personas (Williams, 1983).

Hoy los medios de comunicación difunden símbolos, sentimientos e ideas comunes a una nación (Thompson, 1998), esto es, establecen en la sociedad el sentido compartido, reduciendo la complejidad del entorno (Rodrigo, 1998, p. 23) y presentan una “visión sintética, selectiva y sesgada de cómo funcionan las cosas, lo que ayuda a mantener y reforzar las conductas y valores convencionales” (Igartua, 2002).

Por lo tanto, si se considera a la comunicación como un proceso simbólico por medio del cual la realidad se produce, mantiene, reconstruye y transforma, se hace evidente pensar la importancia del estudio del sistema comunicativo social en la comprensión de uno de los elementos sustanciales que marcan el desarrollo de una comunidad: la cultura ambiental.

En la actualidad, las conversaciones particulares, han girado alrededor de los acontecimientos ambientales, principalmente de alcance internacional, tal como se pudo observar en diciembre del 2004 con la cobertura que hicieron los medios de comunicación del Tsunami en Asia o de los huracanes como Katrina y Wilma que durante el 2005 azotaron varias regiones del mundo.

Acontecimientos que parecen influir hoy en la conformación de las representaciones sobre los eventos ambientales en las audiencias, al activar las que los sujetos tienen previamente sobre este asunto y que les permiten darle sentido a la información que les llega a través de los dispositivos tecnológicos (Farr, 1993, p. 495-506) considerando siempre que la respuesta a dichos acontecimientos no dependerá sólo de la vía por la que llega la información que la construye, sino de la representación que se reelabora a partir de la interacción de la información emitida por los medios masivos de comunicación con otros elementos psicológicos y sociales del sujeto.

De tal forma que, a partir de la revisión de algunos trabajos sobre la relación que guardan los medios de comunicación y el tema ambiental realizados tanto a nivel internacional como nacional, en este ensayo se plantean una serie de ámbitos sociales que desde nuestra perspectiva deben tomarse en cuenta para contextualizar la complejidad que implica el estudio de la comunicación y el medio ambiente tales como el binomio comunicación-sociedad; lo político, la sociedad civil organizada y el sector educativo en sus tres modalidades.

Esta propuesta surge de la necesidad de contar con una visión de carácter integral al momento de explicar la cultura ambiental desde la comunicación, ya que en esta confluyen una gran cantidad de factores socioculturales. Además, esta visión

ayudaría también en la fundamentación de las políticas públicas y la toma de decisiones sobre comunicación ambiental.

Breve panorama de la investigación sobre comunicación y medio ambiente.

La investigación sobre comunicación y medio ambiente en países como Canadá, Estados Unidos e inclusive en Europa se desarrolla desde hace ya algunos años. Para Shanahan y McComas (1999, pp. 26-27) los estudios sobre medios de comunicación y los asuntos ambientales se pueden dividir en tres grandes tendencias. La primera, la más simple, es la relacionada con la visión que los medios de comunicación tienen del medio ambiente, y en este tipo de perspectiva se encuentran los estudios basados principalmente en el análisis de contenido.

La segunda se refiere al estudio de los efectos de la temática del medioambiente en las audiencias. Algunos de estos estudios procuran valorar las consecuencias de temas particulares, otros más, se encuentran focalizados en el análisis de las respuestas cognitivas a campañas medioambientales.

Finalmente, la tercera tendencia, la más dispersa, está relacionada con el estudio de los efectos de los medios en la ideología medioambiental y la relación de éstos y la cultura. Estas investigaciones se dibujan desde una visión crítica, pero no proveen aproximaciones pragmáticas para solucionar los problemas del entorno natural, aunque tienen claridad en el planteamiento del debate medioambiental.

De acuerdo a la clasificación anterior, en México y Latinoamérica la investigación sobre comunicación y medio ambiente se encuentra principalmente en la tendencia relacionada con el análisis de contenido como los trabajos de Fregoso (1993), Yescas Laguna (1999-2000), Encalada (2001), Martínez (2003) y Carabaza (2004). Pero también se localizan trabajos ensayísticos sobre el tema en donde se discute el papel que los medios juegan o deben jugar ante la problemática ambiental como los realizados por Esteinou (1992, 2000 y 2001), Ezcurra (2004), Alcoceba (2004), entre otros.

Así, la investigación sobre el contenido ambiental en los medios de comunicación tanto a nivel internacional como nacional [Einsiedel y Coughlan (1993), Fregoso (1993), Hester y Gonzenbach (1995), Yescas Laguna (1999-2000), Martínez (2003) y Carabaza (2004)] coinciden en general que el tema sobre el medio ambiente es un contenido que no se encuentra presente de manera permanente en los medios de comunicación; esto es, la temática ambiental dentro de los espacios informativos es escasa y simplista, ya que parece que los diarios y los noticieros tienen una perspectiva reducida sobre el tema. Además, los medios no están desarrollando una actitud educativa y crítica para informar sobre los asuntos ambientales al mantenerse al margen de la problemática y sólo presentan de manera descriptiva hechos económicos-políticos, de desastres naturales y de fauna. Proporcionan sólo datos y eventos ambientales sin una contextualización que explique la problemática ambiental desde lo político, lo económico, lo social. También coinciden en afirmar que existe una concordancia entre los factores organizacionales y profesionales que interactúan en conjunto con las diferencias

individuales de los periodistas, lo que trae como consecuencia ciertas similitudes y diferencias en la cobertura ambiental, pero también deficiencias en el manejo de dicha información.

En contraste con lo anterior, Encalada (2001) en un estudio sobre los medios de comunicación de Ecuador, afirma que en ese país los medios constituyen los mejores aliados de la gestión ambiental en las islas Galápagos ya que no escatiman esfuerzos al abordar la problemática de la conservación. Esta situación la atribuye el investigador a cuatro probables razones: 1) se parte de una vocación que viene de años atrás por la riqueza gráfica e informativa que conlleva el tema, 2) por el prestigio internacional que representa ser corresponsable moral de un espacio como Galápagos, 3) por los importantes principios que la conservación por sí misma proclama y 4) el gran mercado de audiencias que existe para información y programas de esta naturaleza.

Por su parte Einsiedel y Coughlan (1993) documentaron sobre cómo las ideas del medio ambiente han ido cambiando en el manejo de la información en los medios de Canadá. Reportaron que en los primeros años que incluyeron en su estudio las categorías de los problemas analizados se referían a la contaminación del aire y agua, al manejo de la basura y a la conservación de la naturaleza. Posteriormente, los términos se transformaron y emergieron categorías holísticas e integradoras como ecología o protección ambiental. En los setenta y principios de los ochenta la tendencia se focalizó en temas locales relacionados con los globales, encontrándose nuevos términos descriptores como: “catástrofe global”, “orden medioambiental” y “ética ambiental”, entre otros, lo que significa que se incrementó la conciencia de que los problemas ambientales trascienden las fronteras geográficas.

Para el caso de México, por ejemplo, existen algunas particularidades en cuanto al manejo de la información en los medios (Martínez, 2004): 1) la agenda de los periódicos no es similar a la de los noticieros televisivos, ya que en este último existe una baja cantidad de noticias del entorno natural respecto a la prensa y 2) las organizaciones no gubernamentales ambientalistas no han tenido un gran impacto en la conformación de la agenda mediática, tal vez porque no han hecho un uso adecuado de este tipo de estrategias, por lo que advierte que los ciudadanos y los especialistas son una fuente marginada en la construcción de los contenidos de los medios estudiados.

Estos ejemplos sobre el manejo de la información ambiental en los medios de comunicación en tres áreas geográficas de un mismo continente, nos permite un primer acercamiento a la premisa de que aunado a lo que los mismos medios de comunicación ofrecen sobre la temática ambiental, existen otros factores o ámbitos de la sociedad que influyen en la construcción de la cultura ambiental.

Bajo la tendencia del estudio de los efectos de los mensajes ambientales se encuentran las investigaciones de Ostman y Parker (1987), Dunlap (2002), Hansen (1993), Hester y Gonzenbach (1995) así como los resultados de un

trabajo realizado por el Centro de Estudios de Opinión (CEO) de la Universidad de Guadalajara y el International Social Survey Programme (ISSP) (2000).

En esta tendencia es difícil encontrar una coincidencia en cuanto a los resultados obtenidos, cada una de ellas corresponden en su desarrollo a objetivos y contextos socioculturales muy particulares, ya que como Hansen (1993, pp.107-135) sugiere, además de que las noticias son un producto complejo que atraviesa procesos sociales, organizacionales y culturales que hacen que los medios presenten una versión particular de la "realidad", la decisión de exponerse a los medios está influenciada por los valores sociales y las diferencias culturales que operan en cada grupo social, por lo que comenta que es difícil comparar las percepciones que tienen diferentes públicos sobre el medio ambiente ya que éstos reflejan distintos sistemas culturales. Sin embargo, sus hallazgos proporcionan una panorámica general sobre la relación que guarda la agenda de los medios y la de los diversos públicos estudiados.

En el contexto internacional se encuentra, por ejemplo, el trabajo de Hester y Gonzenbach (1995), quienes encontraron que la relación entre el contenido de la televisión y la opinión pública durante algunos eventos ambientales (sean catastróficos o festejos) sugiere una atención cíclica, ya que tanto la agenda de los medios y la pública se encuentran, frente a estos eventos, en estados de actividad y luego regresan a períodos de inactividad en un corto tiempo.

Por otro lado, Ostman y Parker (1987, pp. 3-9) argumentaron que existe una baja evidencia sobre el uso de la televisión para informarse sobre el medio ambiente. No obstante encontraron entre los entrevistados que ven más televisión algunas manifestaciones de comportamiento favorable hacia el entorno natural, pero presentaban una menor crítica hacia el contenido de los mismos temas y no les gustaba discutir con otros sobre este tópico. Sin embargo, los que leían periódicos se encontraban más interesados en la temática, se involucraban en actividades positivas hacia su entorno natural, y expresaban un mayor conocimiento, conciencia y comportamiento positivo a favor del medio ambiente que los televidentes. Esto es, los medios impresos parecen tender a estimular más las actitudes pro ambientalistas, mientras que los medios electrónicos no, lo que se puede deber a que en el periódico puede existir una mayor contextualización y documentación de los acontecimientos ambientales, mientras que en la televisión, por sus propias características, no se abunda en información sobre el tema tratado.

Por su parte, Dunlap (2002) a través del análisis de una serie de sondeos de opinión, reportó que la conciencia ecológica ha estado presente a lo largo de varios años en la agenda del público norteamericano. Las conclusiones de dicho trabajo evidencian que entre los habitantes de ese país, sí existe una preocupación pública por la calidad del medio ambiente y la visión que la población tiene sobre estos problemas los llevan a establecer como serios; los habitantes norteamericanos estaban de acuerdo con los recursos económicos que

el gobierno aporta a la protección ambiental y, además, se percibía un crecimiento gradual en el deseo personal de pagar los costos por la protección del ambiente.

Los ámbitos a considerar en el estudio de la cultura ambiental desde la comunicación.

En México, uno de los escasos estudios en esta perspectiva, como ya se mencionó en líneas anteriores, fue el realizado por el CEO de la Universidad de Guadalajara en coordinación con el ISSP durante el 2000 (en Martínez, 2003). Se encontró que la mayoría de los entrevistados estaban conscientes de que su actuación en la vida cotidiana perjudicaba al medio ambiente, pero su posición resultaba dividida cuando se consideraba si la ciencia moderna podría solucionar los problemas ambientales sin cambiar su estilo de vida. Además, descubrieron que el nivel de conocimiento ambiental era aceptable pero, se reducía a temas más cercanos a los encuestados como la contaminación del aire, la contaminación de ríos y lagos, y la posibilidad de accidentes en plantas de energía nuclear; los temas globales como los efectos de la radioactividad en la vida humana y las causas del agujero en la capa de ozono no se encontraban presentes.

La revisión anterior pone de manifiesto que, si bien es importante entender el papel que juegan los medios de comunicación en la construcción de la cultura ambiental desde la perspectiva comunicacional, es también importante considerar que la complejidad que manifiesta la conjugación de estos dos elementos –la comunicación y la cultura ambiental– hacen necesario contar con una visión más amplia, y holística que permita la comprensión de los media en esta problemática social. Así, para su estudio se deben entretrejer algunos otros factores que se encuentran cobijando la actuación de los mismos medios, tales como las políticas gubernamentales ambientales, el trabajo de las organizaciones civiles y la educación ambiental ya que como dice Hansen (1991), éstos (los factores sociopolíticos) se encuentran por encima de los mismos medios de comunicación componentes determinantes del actual sistema comunicativo (SC) y la comprensión de dichos factores permite reconocer la resonancia cultural que tienen éstos sobre el privilegio de algunos temas sobre otros en los medios de comunicación y en la misma sociedad.

En este sentido, a continuación se proponen algunos ámbitos (categorías conceptuales, [CC]) que pueden contribuir en la construcción de la base teórica de esta línea de investigación considerando como elementos principales aspectos de la realidad social ambiental en relación con un conjunto de cuestiones teóricas y prácticas.

Las diversas categorías conceptuales que se interrelacionan para explicar la relación del sistema comunicativo (SC) y social (SS), que se encuentran determinando las representaciones sobre la temática ambiental en distintos niveles de la sociedad están expuestas en la siguiente tabla, posteriormente se describen y finalmente se plantean sus puntos de encuentro.

Ámbitos a considerar

<i>Nombre</i>	<i>Descriptor</i>
Comunicación y sociedad	En este eje, se considera la importancia de entender a la sociedad actual desde uno de sus componentes centrales: la comunicación, y el papel que juega en la construcción de la vida cotidiana y de las representaciones sociales de las cuestiones ambientales, principalmente a través de los dispositivos del sistema comunicativo actual: los medios de comunicación.
Ámbito político	Al hablarse del ámbito político nos referimos a aspectos relacionados con la dinámica donde se ha significado la problemática ambiental: los acuerdos internacionales, las leyes y normas regionales
Ámbito educativo	En este eje, se explora lo que en materia de educación se ha venido trabajando en los distintos niveles: la educación formal, la no formal y la informal con el fin de contribuir a la construcción de la cultura ambiental de la localidad.
Ámbito de las Organizaciones civiles	El incluir el ámbito social, representa reconocer el importante trabajo que la sociedad civil organizada está desarrollando para alcanzar mejores estadios de vida, promoviendo así la participación social.

El ámbito comunicación y sociedad: el punto de partida

En la actualidad, la sociedad no puede ser entendida sin uno de sus componentes indispensables: la comunicación, ya que históricamente ha sido considerada como uno de los mecanismos mediante el cual se organiza el sistema social. Dispositivo gracias al cual existen y se desarrollan las relaciones humanas (Cooley en Mattelart, 2003, p. 62) y por lo tanto las sociales, ya que la comunicación “ocupa un lugar estratégico en los procesos de reconversión cultural” (Martín-Barbero, 1992, p. 30) de los distintos sistemas sociales que se encuentran determinados, además, por el entorno natural que los rodea.

La comunicación en este ensayo es entendida como una forma de interacción, que supone la participación de al menos dos actores que mediante pautas de referencia asocian un repertorio de expresiones a un objeto de referencia a través de modalidades de comportamiento coordinados por las representaciones. Además, se considera a la comunicación como un proceso dialéctico que presenta todas y cada una de las características de los sistemas finalizados, en el que los componentes del sistema referidos en el modelo son: los actores, los instrumentos, las expresiones y las representaciones que se encuentran en relación con los objetos de referencia, las intervenciones y las mediaciones originadas en el sistema social (Serrano, 1993, pp. 13-22 y 161-172).

La definición de Serrano es uno de los puntos de partida de esta propuesta, porque ofrece claves para comprender la relación que guarda la comunicación con los problemas del medio ambiente, ya que para comunicar asuntos sobre el entorno natural se debe partir de pautas de referencia que son asociadas en función del mismo objeto de referencia –el medio ambiente– y que cuando se

hable del tema con el “otro”, se esté presuponiendo que existe en el “otro” ese marco referencial que se construye de manera distinta de acuerdo a las mediaciones originadas en el sistema social (SS) al que se pertenece. Representaciones que son edificadas a partir de la confluencia de múltiples factores, incluyendo el sistema de comunicación masiva (SC) constituidos por la prensa, la radio, la TV y recientemente el Internet.

A lo anterior, Luhmann (2000, p. XII) dice que “la comunicación (...) es el mundo social que existe previamente a que el individuo o los grupos humanos opten por introducir –en la misma comunicación – valores, sentimientos, discriminación”, y afirma que la comprensión de la sociedad se desenvuelve en tres ámbitos teóricos que se van desarrollando paralelamente, pero con interconexiones entre sí: la teoría de sistemas, la teoría de la comunicación y la teoría de la evolución (Luhmann en Rodríguez, 2001, p. 42).

Esta visión sobre la unidad sociedad-comunicación, aunada a la evolución del concepto biológico de ecosistema, que dimensiona al ser humano como un integrante activo del mismo sistema natural, ayudan a explicar la problemática del medio ambiente como la “interacción del sistema natural y el sistema socioeconómico” (Enckerlin, 1997, p. 103).

Por lo tanto, para entender la complejidad de la construcción de la cultura ambiental en un grupo social determinado, hay que comprender que el establecimiento de una sociedad implica el desarrollo de una cultura que la sustenta, en donde el proceso de comunicación permite o activa la elaboración de la representación de los objetos de referencia, de las mediaciones o de los elementos contenidos en la misma cultura. Entonces, en el ámbito de los asuntos medioambientales, la comunicación social y la materializada a través de los medios masivos de comunicación son los elementos que pueden coadyuvar, a largo plazo, en el logro de una sociedad fincada en el desarrollo sustentable.

Aunado a lo anterior, para entender al sistema comunicativo ambiental dominante en la sociedad actual como constructor y reconstructor de la conducta medioambientalista de los seres humanos en la vida cotidiana hay que tener presentes algunos de los elementos de la teoría de la construcción de la realidad social propuesta por Berger y Luckmann (1968) quienes establecen tres fundamentos esenciales para indagar el conocimiento en la vida cotidiana: la realidad, la interacción social, el lenguaje y el conocimiento.

Para estos autores “realidad cotidiana” es la realidad interpretada por las personas y el significado subjetivo que le dan al mundo que los rodea, que se origina en sus pensamientos y acciones. Está sustentada como real por ellos mismos y se organiza alrededor del “aquí” del cuerpo y el “ahora” del presente. Además, dicha vida cotidiana se presenta como un mundo intersubjetivo que se comparte con otros, en donde existe una correspondencia entre los significados de una persona y los de “otros”, estructurándose en el espacio y tiempo, considerando a este último como continuo y limitado, ya que la existencia del ser humano y la sociedad

misma, está ordenada inacabadamente en su tiempo; el cual proporciona la historicidad que determina la situación de un individuo en la vida cotidiana, no sólo en la agenda de un día, sino en su propia biografía.

Paralelamente a los conceptos de realidad e interacción que ayudan a explicar la constitución de la vida cotidiana, ésta se encuentra llena de objetivaciones, o sea, de manifestaciones productos de la actividad humana que están al alcance tanto de sus creadores como de las otras personas por ser elementos de un mundo común.

Por su parte, la significación es la que sustenta las objetivaciones comunes de la cotidianidad, vuelve imprescindible la comprensión del lenguaje para cualquier intento de explicación de la misma. El lenguaje construye, entonces, edificios de representación simbólica que parecen dominar la realidad cotidiana. De esta manera, el simbolismo y el lenguaje simbólico llegan a ser constituyentes esenciales de la realidad y de la aprehensión que tiene de esa realidad el sentido común.

Lo propuesto por Berger y Luckmann (1968) sobre la construcción de la realidad social permite introducir el importante papel que los medios de comunicación juegan en la construcción de la realidad cotidiana. Situación interpretada por otros sujetos que participan como intermediarios de la información que se convierte en el “aquí” y “ahora” para muchos de los miembros de la sociedad mediatizada.

Por otro lado, es importante la comprensión de la significación que los mismos medios de comunicación le otorgan a un acontecimiento, ya que es a través de ésta desde donde se sustentan la objetivaciones que a partir de los media se hacen de la vida cotidiana. Sin olvidar el importante papel que juega la interacción social “cara a cara”, donde finalmente se producen los procesos de recepción de los mensajes y donde también se va construyendo y reconstruyendo las representaciones sociales.

Así, el concepto de naturaleza y la relación del ser humano con ésta es producto de una serie de representaciones sociales que se han ido construyendo a lo largo de su historia.

Los psicólogos sociales, quienes han conceptualizado el término de representación social, especifican que:

(...) la representación que elabora un grupo sobre lo que debe llevar a cabo, define los objetivos y procedimientos específicos para sus miembros, (...) la elaboración por parte de una colectividad, bajo inducción social, de una concepción de la tarea que no toma en consideración la realidad de su estructura funcional (...) (Jodelet, en Moscovici, 1993, p. 470).

Entonces, se puede decir, que representación social es una manera de interpretar y de pensar la realidad cotidiana, una forma de conocimiento social que sitúa al individuo en el punto donde se intersectan lo psicológico y lo social. A través de

las representaciones sociales se aprehenden los acontecimientos de la vida diaria, las características del medio ambiente y las informaciones que lo circundan, entre otras cosas (Jodelet, en Moscovici, 1993, p. 473). Definidas de manera colectiva por los conceptos, ideas, categorías, sentimientos, emociones, móviles de actos y prácticas tradicionales, que se relacionan con un objeto, ya sea, un trabajo a realizar, un acontecimiento económico, un personaje social; esto es, toda representación social es representación de algo o de alguien y son “estructuras que fundan relaciones y comportamientos” (Vidal, 2002, p. 92).

Para Serrano (1993, p.167), las representaciones tienen la función de organizar el conjunto de datos de referencia proporcionadas por el o los productos comunicativos que poseen algún sentido para el o los usuarios de éstas, y hace la aclaración de que no puede existir un acto comunicativo si los actos expresivos tanto de Ego como de Alter no se encuentran guiados por las mismas, ya que si éstas no corresponden, la comunicación se volverá ineficaz. Por lo tanto, de acuerdo con este mismo autor, no existe en la comunicación una estructura o un proceso de representación que sea autónomo respecto a los mecanismos generales que operan en la elaboración de modelos de la realidad y en la construcción del sentido, sino que se van reconstruyendo en un continuum.

De acuerdo con este mismo autor existen una serie de representaciones diferenciadas dependiendo de su uso: a). representaciones que son modelos para la acción, dan sentido al comportamiento; b). representaciones que son modelos para la cognición, dan a la información sentido que afecta al conocimiento, c). representaciones que son modelos intencionales, dan sentido a los juicios de valor.

La representación social no es una simple reproducción, sino una construcción que conlleva en la comunicación una parte de autonomía y de creación individual o colectiva (Serrano, 1993, p. 476). El hecho de representar cuenta con cinco características fundamentales: a) siempre es la representación de un objeto; b) tiene el carácter de imagen y la propiedad de intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto; c) tiene un carácter simbólico y significativo; d) tiene un carácter constructivo, y e) tiene un carácter autónomo y creativo. En síntesis, las representaciones son “imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que sucede; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos, los individuos...teorías que permiten establecer hechos y a menudo son ...todo ello” (Vidal, 2002, p. 98).

Moscovici (en Jodelet, 1993, p. 480), por su parte, puso de manifiesto dos procesos principales que explican cómo lo social transforma un conocimiento en representación y cómo esta representación transforma lo social, procesos a los que llamó objetivación y anclaje; los que se refieren a la elaboración y funcionamiento de una representación social a través de los cuales se muestran la interdependencia entre la actividad psicológica y sus condiciones sociales de ejercicio.

De todo esto, se desprende una importante visión sobre el papel que juegan las representaciones para la construcción de la realidad cotidiana de los sujetos de una sociedad y para las referidas a los asuntos medioambientales, considerando que dichas representaciones “se forman en la múltiple interacción entre el individuo y el medio social” (Vidal, 2002, p.103), en donde la información emitida a través de los medios de comunicación permite evocar una o varias representaciones sobre el objeto o sujeto en cuestión. Esto considerando que la forma de conocimiento a través de las representaciones sociales se construye a partir del mismo proceso de recepción de los mensajes, donde se sintetizan todas las mediaciones socioculturales que han intervenido previo al acto comunicativo y que se activan al evocarse las representaciones del individuo (Vidal, 2002, 102).

El ámbito político: las disposiciones internacionales, las leyes y las acciones.

Si las representaciones son el producto de las múltiples interacciones del sujeto y su medio social, el espacio de lo público considerado no sólo como el espacio de la expresión política sino el acceso a la información desde las instituciones internacionales, nacionales, locales, de la sociedad civil y de educación se “ha convertido en una condición clave de la construcción de las identidades colectivas” (Martín-Barbero, 2000) y, por lo tanto, de las identidades medioambientales.

Los setenta es la época en que comienza a tomar fuerza la serie de reflexiones y acciones, que desde la década anterior se habían iniciado con el fin de prevenir y/o corregir el cauce que el entorno natural había tomado al transformarse como consecuencia directa de la dinámica desarrollista, que fundamentada en el progreso económico y globalizador a la cual se habían encaminado las distintas sociedades, dan paso a las políticas públicas imperante en la actualidad y que van mas allá de los límites geográficos en donde se puedan implementar.

La preocupación por el deterioro ecológico y ambiental creció a principios de la segunda mitad del siglo XX, donde diferentes organizaciones civiles ambientalistas (2) alertaron sobre el crecimiento exponencial de la población mundial y la producción industrial. Estas organizaciones argumentaban que dichos indicadores incidían en la disminución de los recursos naturales, principalmente por las acciones que los países desarrollados implementaban en los subdesarrollados, lo que se documentó posteriormente en el “Informe Meadows” del Club de Roma. Esta llamada de atención hizo que se produjera una serie de acciones en todas las latitudes, principalmente en organismos internacionales. Así, durante la década de los setenta se llevó a cabo una gran cantidad de encuentros y reuniones (3). El desarrollo, análisis y productos de lo anterior se encaminó a la conclusión de que la solución de los problemas ambientales debería darse a partir de un nuevo enfoque productivo, es decir, el proceso de industrialización debía armonizarse con la preservación del medio ambiente.

Sin embargo, problemas como el deterioro atmosférico (altos índices de emisión de dióxido de carbono, efecto invernadero, destrucción de la capa de ozono, entre otros), junto con la preocupación sobre los problemas de erosión, desertificación,

deforestación, disminución de la diversidad biológica y de recursos genéticos siguieron creciendo como consecuencia del modelo económico. Ante esta situación, el tema de la problemática medio ambiental tomó más fuerza, pues se generó un movimiento civil a escala mundial que buscaba la conservación de los recursos naturales estratégicos para la humanidad, como la Antártida, la Amazonia y los bosques tropicales, entre otros. Movimientos que llegaron a cuestionar los enfoques, estrategias y modelos aplicados en el desarrollo económico. Pero los países subdesarrollados, ricos en recursos naturales para esas fechas, habían explotado indiscriminada y abusivamente sus recursos, como una forma de superar sus niveles de pobreza y financiar su desarrollo.

La multiplicación y gravedad de los problemas ambientales llevó a que la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) presentara en 1987 el informe "Nuestro Futuro Común", el cual se convirtió en un punto básico de referencia para todos los debates y propuestas que fueron formulados hacia el final de esta década. Uno de los argumentos centrales del Informe Brundtland fue la demanda de un nuevo estilo de avance social y económico, denominado desarrollo sostenido que incluyera una reorientación en las naciones industrializadas y el reordenamiento de las relaciones Norte-Sur en su conjunto. En oposición a la política ecológica tradicional, este informe hizo un detallado diagnóstico del estado del planeta y destacó la necesidad de actuar a escala global y regional.

Esto llevó a las Naciones Unidas a convocar en 1992 a la "Conferencia sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (UNCED)", más conocida como la "Cumbre de la Tierra", realizada en Río de Janeiro, Brasil, con el fin de aprobar una amplia gama de medidas en relación con el medio ambiente, incorporadas en la llamada "Agenda 21".

Además, los nuevos planteamientos ecologistas, se vieron influenciados por la imperante tendencia de globalización, así como por los distintos enfoques ecológicos y las nuevas escuelas de pensamiento, las cuales plantearon la conciliación entre desarrollo económico y medio ambiente. Esta nueva visión del mundo, permitió que a partir del nuevo milenio la cuestión ecológica se considerara con más fuerza.

En el 2002, la Cumbre de Johannesburgo tuvo como fin evaluar los avances que en materia del medio ambiente se habían obtenido a partir del documento de Río y al mismo tiempo signar los nuevos acuerdos para que el desarrollo sustentable fuera la columna vertebral del nuevo siglo y lograr así una mejor calidad de vida.

En México las bases contemporáneas sobre la preocupación ambiental, quedaron plasmadas desde 1917 en el artículo 27 de la Constitución Política Mexicana, en donde se estableció el uso de los recursos naturales como patrimonio nacional, que posteriormente fundamentó la Ley de Conservación del Suelo y Agua, promulgada en 1940.

Pero no es hasta la década de los setenta, cuando México se une a los movimientos mundiales ecologistas. En 1971, mismo año en que el Grupo de expertos sobre Desarrollo y el Medio se reúnen en Founex y elaboran el diagnóstico sobre el estado del medio ambiente humano y natural, se aprueba en México la Ley para Prevenir y Controlar la Contaminación Ambiental.

Lo anterior, como preámbulo a las acciones emprendidas en la década de los ochenta, cuando se reforma la Constitución Política y se diseñan leyes para fortalecer la legislación ambiental; en 1982, la nueva Ley Federal de Protección del Ambiente amplió el ámbito de acción corrigiendo omisiones de la legislación anterior. En ella se incorporaron aspectos sobre la protección y conservación de los ecosistemas con apertura a un nuevo marco legal, dirigido a la protección de la fauna, flora, suelo y agua.

Y en 1987, se modificó nuevamente la Carta Magna para incorporar facultades al Estado con el fin de preservar y restaurar el equilibrio ecológico. Así, en 1988 se elaboró una nueva ley denominada Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LEGEEPA), documento donde se establece el principio rector para el uso racional del suelo a través del ordenamiento ecológico, que buscaba atacar causas y no sólo penalizar efectos, dando lugar a la participación social como complemento indispensable de la acción del Estado y extendiendo la gestión ambiental a los sectores social y privado.

Pero la exigencia social a favor de mejores condiciones ambientales rebasó las acciones de la política ecológica nacional establecidas a finales de los ochenta. Por este motivo la LEGEEPA se reformó en 1996, incorporando la iniciativa sobre el derecho a la información, al mismo tiempo que se perfeccionaron los instrumentos de gestión ambiental, se fortaleció y consolidó el ordenamiento ecológico como instrumento básico de planeación ambiental, se tipificó el delito ecológico en el Código Penal y se implementaron normas que tienen que ver directamente con los procesos que detonan la economía de los distintos países y que se encaminan a lograr que las empresas se transformen como subsistemas ecológicamente responsables.

Una característica permanente en los distintos momentos históricos descritos hasta aquí, es la preocupación de crear, mediante procesos educativos y estrategias de comunicación e información, una sociedad más participativa a favor del medio ambiente.

El ámbito educativo: formal, no formal e informal

Para el estudio del desarrollo de la cultura ambiental a través de los medios de comunicación en una comunidad hay que considerar, al igual que los otros ámbitos propuestos en este ensayo, a la educación ambiental en cualquiera de sus modalidades: formal, informal y/o no formal, ya que ésta –la educación– es por excelencia, en conjunto con la comunicación, el proceso de enculturación de la sociedad, es donde se promueven la adquisición de valores que se materializan en actitudes y capacidades para entender y apreciar las interacciones entre el ser

humano, su cultura y su entorno biofísico y por lo tanto la base donde se detona la comunicación. Desde la educación se promueve la formación de las personas para que participen en la toma de decisiones y la formulación de un código de conducta relacionada con los temas relativos a la calidad ambiental (Enkerlin, Cano, Garza, y Vogel, 1997, p. 608).

El campo de la educación ambiental en sus treinta años de vida, ha sufrido importantes transformaciones que han incidido en su práctica (González y Bravo, 2003, p. 242). Actualmente, se tiene claro que este tipo de educación es un campo emergente de la pedagogía y que aunque su nacimiento se remonta a la década de los setenta, no ha logrado permear y establecerse definitivamente en las instituciones educativas (González, 2003, p. 243).

Hasta ahora, la educación ambiental en general, tanto a nivel federal como estatal, se ha entendido como un paquete de actividades prácticas que permiten mejorar la calidad del ambiente, sin cuestionar las bases estructurales del sistema de producción, distribución y consumo causantes del deterioro ambiental. Además, se ha trabajado formalmente de manera restringida, sólo en el contexto escolar de los niveles básicos y de manera aislada en el nivel superior, principalmente con una visión conservacionista de la naturaleza como puede observarse en los contenidos ambientales de los libros de texto de educación primaria. Todo esto basado en una propuesta didáctica para la solución de problemas, la que minimiza la perspectiva preventiva que ayude a la construcción de actitudes y valores.

La educación ambiental también ha sido una de las acciones a realizar por las dependencias gubernamentales tanto a nivel nacional como estatal y municipal. Estos programas se han diseñado con el propósito de construir una conciencia del cuidado del medio ambiente en diferentes sectores de la población que atienden bajo el esquema de educación no formal (Carabaza, 2003).

Éstos van desde la capacitación para el desarrollo sustentable, proyectos educativos para el avance de los valores y el conocimiento sobre el medio ambiente, hasta planes de comunicación educativa a través de los medios masivos de comunicación implementados por la delegación de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) en conjunto con el CECADESU, así como cursos de capacitación y pláticas tanto en el sector educativo como en la población abierta, el fomento de clubes ecológicos y de participación ciudadana en las colonias de los diversos ayuntamientos. A ello se le suman estrategias de comunicación ambiental, a través de campañas de difusión hacia la población en general que se establecen en base a necesidades muy particulares y en donde los medios de comunicación juegan un papel importante, no solo porque son los vehículos por donde se transmiten dichas campañas, sino porque son también educadores informales a través de los mensajes -ambientales o no- que contiene su programación comercial.

El ámbito de la sociedad civil organizada

Dice Castells (2001, p. 136) que el movimiento ecologista civil organizado (4), del

último cuarto del siglo pasado, se ha ganado un lugar destacado en la sociedad y, pese a que su composición y expresiones varían mucho de un país o región a otra, es importante valorar en este trabajo su potencial transformador en la construcción de la cultura ambiental.

En el ámbito nacional, en el 2000, existían en México 1,316 instituciones trabajando en pro del medio ambiente, entre las que destacaban organismos no gubernamentales, del sector privado, académico, dedicados a lo agropecuario, desarrollo comunitario, ecología, educación, flora y fauna, forestal y suelos, innovación científica y tecnológica, pesca y acuacultura, además de aspectos sociales (PNUD y SEMARNAT, 2000).

En México, entre las organizaciones más importantes de este tipo se encuentran PROFAUNA A. C., Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza (FMCN), Green Peace México, Unión de grupos ambientalistas I.A.P. y CICEANA, quienes en el marco de la globalidad plantean un trabajo regional con el fin de alcanzar las metas que permitan la sostenibilidad del planeta.

El trabajo que realizan estas organizaciones va desde la búsqueda de fondos económicos para apoyar algunas zonas naturales protegidas hasta la labor directa con los integrantes de pequeñas comunidades de la sociedad en trabajos de organización y capacitación para el desarrollo sustentable. Algunas de ellas reciben financiamiento extranjero, otras buscan y promueven estrategias para la consecución de recursos económicos que les ayuden a financiar sus propias actividades.

Como puede observarse, las categorías para contextualizar el estudio de la cultura ambiental desde la comunicación permite, de alguna manera, entender que el manejo de la información ambiental en los medios de comunicación debe ser vista desde una perspectiva y contextualización mayor, a partir de la interrelación de los mismos y de la información ambiental que se desprende de esta misma relación. En donde la comunicación debe ser el punto de encuentro de las políticas públicas, la sociedad civil y la educación.

Reflexiones finales

Es importante tener presente que el papel de los medios de comunicación en la cuestión ambiental tienen la misión, en conjunto con otras instituciones, de lograr que los distintos grupos sociales conozcan y analicen las diferentes estrategias que existen y se han implementado para disminuir la problemática ambiental tanto en lo local como en lo global.

Por otro lado, si bien es cierto que para el caso de México hay que seguir trabajando en el análisis y recolección de datos que permitan comprender el papel y la importancia que el sistema de comunicación social tienen en la construcción de la cultura ambiental en el ámbito nacional, también es importante analizar si éstos realmente propician el debate sobre los asuntos ambientales sin perder de vista el contexto sociopolítico que envuelve a la misma problemática.

Como se explicó en líneas anteriores, los cuatro ámbitos que deben tomarse en cuenta para el análisis de la cuestión ambiental desde la comunicación se encuentran vinculadas entre sí, por lo tanto el conocimiento que se tiene sobre el entorno natural, tienen que ver, al menos, con estos cuatro aspectos que se encuentran interactuando y determinando la cultura ambiental de cualquier grupo social.

La consideración de estos ámbitos en el estudio de la comunicación ambiental permitiría resolver, en parte, la fraccionada visión que en muchos de los casos se tiene sobre los tópicos del entorno natural lo que trae como consecuencia la falta de buena voluntad y las diferencias entre público/expertos relativas a los datos y a la política que sostienen y saturan el clima público en los asuntos del medio ambiente.

De todo esto, lo que interesa para comprender el papel de la comunicación en el ascenso hacia una cultura ambiental de los habitantes de un espacio geográfico en específico es tener claro que en el núcleo del campo del medioambientalismo existe una gran cantidad de elementos que se articulan entre sí y que determinan la construcción de dicha cultura en pro del medio ambiente. Donde la comunicación es la base detonadora de dicha articulación y la respuesta de los individuos a un acontecimiento sobre el medio ambiente, no depende de la vía por la que llega la información, sino de la representación que se elabora con ésta y sobre todo de su implicación en lo que acontece en las sociedades donde la información que circula está determinada por los propios medios de comunicación. Esto es, como diría Serrano (1993), el producto final obtenido de la interrelación de los componentes del sistema social (SS) y del sistema comunicativo (SC) imperante en dicha sociedad.

Referencias

Alcoceba Hernando, J. A. (2004). El tratamiento de la información ambiental: los retos del periodismo ecológico. Chasqui. (87). Obtenido el 15 de junio del 2005 de <http://www.chasqui.comunica.org>

Berger, Peter L. y T. Luckman. (1998). La construcción social de la realidad. Argentina: Amorrortu editores.

Carabaza González, J. (2003). Conclusiones del Foro Municipal de Educadores Ambientales. 8 de mayo. Documento de trabajo. Ayuntamiento de Saltillo, Coahuila.

Carabaza G., J. (2004). La temática ambiental en la prensa escrita. El caso de los periódicos de Saltillo, Coahuila. En Bernardo Russi (Ed.). Anuario de Investigación, 11. México: UI-CONEICC.

Castells, M. (2001). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad (3º Ed.), Vol. 2. México: Siglo XXI.

Dunlap, E. R., F. H. Buttel, P. Dickens y A. Gijswijt. (2002). *Sociological Theory and the Environment. Classical Foundations, Contemporary Insights*. Boston: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Einsiedel, E. y E. Coughlan. (1993) *The Canadian press and the environment: reconstructing a social reality*. En A. Hansen (Ed.), *The Mass and Environmental Issues* (pp.134-149). Inglaterra: Leicester University Press.

Encalada, M. (1992). *Lluvias, parálisis y desinformación*. Chasqui. (41). Obtenido el 15 de junio del 2005 de <http://www.chasqui.comunica.org>

Encalada, M. (2001). *La prensa y la conservación en Galápagos*. Chasqui. (74). Obtenido el 15 de junio del 2005 de <http://www.chasqui.comunica.org>

Enkerlin, E. C., G. Cano, Garza, R. y E. Vogel. (1997). *Ciencia ambiental y desarrollo sostenible*. México: International Thomson Editores.

Esteinou M., J. (1992, julio-agosto). *Cultura ecológica y medios electrónicos*. *Revista Mexicana de Comunicación*, 24,15 - 16.

Esteinou M., J. (2000), "Ecología, medios de comunicación y cambio de conciencia humana". *Razón y Palabra [Revista electrónica]* (18). Obtenido el 15 de enero del 2006 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18>

Esteinou, J. (2001). *Ecología y medios de comunicación en México*. UAM: Cuadernos del TICOM.

Ezcurra, E., (2004). *Comunicación Educativa Ambiental en la Cuenca de México. Hacia la construcción de una Política*. México: Comisión Ambiental Metropolitana.

Farr, M. R. (1993). *Las representaciones sociales*. En S. Moscovici, *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. (pp. 495-506) México: Paidós.

Fregoso, G. (1993). *La prensa en Guadalajara: cuatro versiones de una tragedia*, *Comunicación y Sociedad*, (6-17), (pp.155-194).

González Gaudiano E., (2003). *Atisbando la construcción conceptual de la educación ambiental en México*. En M. Bertely Busquets (Coord.), *Educación, derechos sociales y equidad, Tomo I: Educación y diversidad cultural, educación y medio ambiente*. México: CNIE-SEP-ESU.

Hansen, A. (1991). *The Media and The Social Construction of The environment*. *Media, Culture and Society*. 13, 443-458.

Hansen, A. (Ed.) (1993), *The Mass Media and Environmental Issues*. Inglaterra: Leicester University Press.

Hester, J. B. y W. J. Gonzenbach. (1995). *The Environment: TV News, Real-World Cues, and Public Opinion over Time*, *Mass Comm Review*, (22), (1 y 2).

Igartua, J. J. (2002). *Contenidos medioambientales en televisión y cultivo de creencias sobre el medio ambiente: entre el sensacionalismo y la concienciación*. En B.

Gutiérrez San Miguel (Ed.), *Medios de comunicación y medio ambiente* (pp. 85-95). España: Ediciones Universidad de Salamanca.

Jodelet, D. (1993). *La representación social: fenómeno, concepto y teoría*. En S. Moscovici, *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. (pp. 469-494) México: Paidós.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. México: UIA - Antrophos.

Martín-Barbero, J. (1992). *Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad*. *DIÁLOGOS de la Comunicación*, 32.

Martín-Barbero, J. (2000). *Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público*. Obtenido el 1 de febrero del 2005 de http://www.colombia2000.org/centro_descarga/documentos_word/lo_publico/Transform_publico.doc.

Martínez Valdés, V. (2003) *Medios de comunicación y medio ambiente. Hiper-textos [Revista electrónica] (7)*, Agosto-diciembre. Obtenido el 10 de diciembre de 2003 de <http://hiper-textos.mty.itesm.mx>.

Martínez Valdés, V. (2003). *La noticia ambiental en la prensa y televisión mexicana*. Tesis de Maestría, ITESM, Monterrey, México.

Mattelart, A. (2003). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. México: Siglo XXI.

Ostman, R. E. y J. L. Parker. (1987) *Impact of Education, Age, Newspapers, and Television on Environmental Knowledge Concerns and Behaviors*. *Journal of Environmental Education*, 19, 3-9.

PNUD y SEMARNAT. (2000). *Directorio de organismos vinculados con el medio ambiente y el manejo de recursos naturales*. México: SEMARNAT.

Rodrigo Alsina, M. (1998). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. España: Aldea Global.

Rodríguez, M. D. (2001, 5 octubre /diciembre). La teoría de la sociedad: invitación a la sociología de Niklas Luhmann. *Metapolítica*, 42-51.

Serrano, M. M. (1993). *Teoría de la comunicación: epistemología y análisis de la referencia*. México: UNAM.

Shanahan, J. y C. Mc Comas. (1999) *Previous Research on the Mediated Environment en Depictions of the Environment and their Effect*. USA: Hampton Press, Inc.

Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Vidal, J.R. (2002). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Ed. Pablo de la Torriente.

Williams, R. (1983). *Para el viaje de la esperanza*. México: Crítica Grijalvo.

Yescas Lagunas, G. (1999/2000). La difusión ambiental a través de audiovisuales. *Razón y Palabra*, [Revista electrónica] 16 (4). Obtenido el 15 de abril del 2006 de <http://www.razónypalabra.or>

Notas

1. Julieta Carabaza González

Nacionalidad: mexicana

Grado Profesional: Dra. En Comunicación Social

Áreas de interés: Consumo de medios y cultura ambiental

Afiliación institucional: Universidad Autónoma de Coahuila

Dirección Postal: Candela 1926, Colonia República Poniente. Saltillo, Coahuila.

e-correo: jcarabaza@mail.uadec.mx

Teléfono: (844) 4 17 00 62

Fecha de envío: 3 de mayo de 2006

2. como el Club Sierra y Friends of the Earth, entre otros.

3. En Sudamérica se trabajó el “Modelo Bariloche”; en Founex, Suiza, se efectuó la reunión del Grupo de Expertos sobre el Desarrollo y el Medio; en Estocolmo se celebró la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano; la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) elaboró documentos y organizó encuentros en los que se enfatizó la relación entre el deterioro del medio ambiente y el estado de subdesarrollo de los países de América Latina; se diseñó el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y en Nairobi, Kenya, la ONU convocó a una Conferencia Internacional sobre la Desertificación.

4. Entendido éste como el conjunto de individuos, instituciones y organizaciones que no forman parte del aparato de gobierno pero que trabajan organizadamente

en bien de la misma sociedad.

Fecha de recepción: 3 de mayo de 2006.

Fecha de aceptación: 14 de junio de 2006