

82
2e7



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Ciencias Políticas
y Sociales

EL PROCESO DE COMUNICACION EDUCATIVA PARA
LA PRESERVACION AMBIENTAL EN LOS MENSAJES
PARA T.V. QUE DIFUNDE EL FONDO MUNDIAL PARA
LA NATURALEZA EN MEXICO

T E S I S A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

P R E S E N T A :

NORA LINA LOZA OTERO

Asesora: Francisca Robles



México, D. F.

1997

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA LA
PRESERVACIÓN AMBIENTAL EN LOS MENSAJES PARA T.V. QUE
DIFUNDE EL FONDO MUNDIAL PARA LA NATURALEZA EN
MÉXICO.**

**Tesina para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación
que presenta**

Nora Lina Loza Otero

Asesora: Francisca Robles

Índice

	Introducción	3
1.	Preservación ambiental y televisión	7
1.1.	La comunicación como un proceso educativo	16
1.2.	Modalidades del proceso educativo en T.V.	19
1.3.	El proceso de comunicación educativa en T.V.	23
2.	Parámetros para una comunicación educativa para la preservación ambiental a través de los mensajes de televisión.	33
2.1.	Características que marca la UNESCO para desarrollar el trabajo en educación ambiental por T.V.	34
2.2.	Desarrollo del trabajo de educación ambiental en T.V., a nivel mundial.	39
3.	Análisis de los parámetros de la Comunicación Educativa para la preservación ambiental que utilizan los mensajes del Fondo Mundial para la Naturaleza.	46
3.1.	Fondo Mundial para la Naturaleza	47
3.2.	Proyecto México del Fondo Mundial para la Naturaleza	49
3.3.	El Fondo Mundial para la Naturaleza, el proceso de comunicación educativa para la preservación ambiental y uso de la televisión. Dos spots.	51
3.4.	Criterios para medir resultados de los spots.	71
	Conclusiones	75
	Bibliografía	81

INTRODUCCIÓN

Vivir en la Ciudad de México nos obliga a oler, ingerir, y después a padecer los efectos de la contaminación ambiental, en consecuencia instituciones del gobierno federal, sociedad civil y medios de comunicación reflejan su preocupación por aportar soluciones para frenar el deterioro de nuestros recursos naturales.

En televisión, en radio, en diarios, en carteles, en revistas y folletos podemos encontrar información relacionada con la preservación del medio ambiente*, pero, cada aportación aparece como un esfuerzo independiente, sin relación con proyectos específicos de conservación.

En este sentido, las instituciones del gobierno federal han sido rebasadas en su función reguladora de las actividades que emprende la sociedad civil, y paralelamente, hacen destacar el trabajo de las organizaciones no gubernamentales (ONG's.). Las instituciones del gobierno federal hacen uso de los medios masivos de comunicación para promocionar su imagen institucional, sin vincular el mensaje con un proyecto específico en contraste con ONG's, como el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), que procuran vincular sus mensajes difundidos por T.V. con el desarrollo de proyectos y programas de conservación en México.

Como todo problema social, las posibles soluciones al acelerado deterioro ambiental son multidiciplinarias y no exentan la participación de las ciencias sociales. En consecuencia, la aportación de un egresado de la carrera de

* Se utiliza el término *medio ambiente* como el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinado que influye en la vida material y psicológica del hombre. Cfr. Genevieve Françoise Lacountre, Relación entre los seres vivos y su ambiente, Trillas, 78 p.

Ciencias de la Comunicación puede enfocarse al manejo del proceso o de los procesos de comunicación, proporcionando herramientas de análisis que surjan de la recopilación de material teórico o sean resultado del trabajo directo con las comunidades en donde se desarrollan proyectos de preservación de los recursos naturales.

Al centrar la atención en el uso del proceso de comunicación para la preservación ambiental en los medios masivos, entre las ONG's. que han insertado mensajes en la televisión mexicana destaca el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF)., institución que, sin fin de lucro, trabaja para contribuir a subsanar los problemas globales del deterioro ambiental con énfasis en los problemas regionales en más de 100 países, en donde se le ha permitido colaborar. En México, la organización canaliza recursos económicos y humanos para realizar proyectos regionales de conservación desde el año de 1968.

Por ello el objetivo general del presente trabajo es analizar el proceso de la comunicación educativa en dos mensajes de comunicación ambiental para T.V. que difunde el WWF en México.

En el desarrollo del trabajo, que se compone de tres capítulos, se persiguen tres objetivos particulares:

1. Exponer las características del proceso de comunicación educativa y su relación con los mensajes ambientales que se difunden por T.V. en México.
2. Exponer los parámetros que la UNESCO define como características de la educación ambiental y su relación con los mensajes para T.V.
3. Analizar el proceso de la comunicación educativa ambiental en dos mensajes para T.V. que difunde el Fondo Mundial para la Naturaleza en México.

Durante el desarrollo de los objetivos del trabajo se exponen como hipótesis a probar:

1. El soporte teórico de la investigación realizada en torno a la comunicación educativa, objetivos y experiencias de la educación ambiental a nivel mundial puede ser retomado, en sus aciertos, y ofrecer una alternativa para el análisis de los mensajes para T.V.
2. Aunque se utiliza el potencial de la T.V. para hacer llegar un mensaje a grandes núcleos de población, no se plantea a la comunicación como un proceso social educativo en su esencia, sino como un proceso de difusión en donde el receptor es un actor pasivo y no asume una actitud participativa.
3. Los mensajes de T.V. que difunde en México el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) cumplen parcialmente con los objetivos de un proceso de comunicación educativa ambiental.

Para sustentar las hipótesis y lograr los objetivos propuestos, se utilizaron como herramientas de análisis teórico para los mensajes de preservación ambiental para T.V. de WWF, tres rubros: 1) las características que solicita un proceso de comunicación para actuar como un proceso educativo; 2) los objetivos que ha planteado la experiencia mundial para la educación ambiental; 3) las recomendaciones que surgen del análisis, experiencias y perspectivas de desarrollo de los medios masivos de comunicación en educación ambiental; Estos parámetros se exponen en los dos primeros capítulos para dedicar un tercero al trabajo que desarrolla WWF y al análisis de sus mensajes para televisión.

Seguramente el análisis de un mensaje de televisión sería mejor si en él interviniera la opinión de los receptores del mensaje, pero la intención no siempre acompaña al presupuesto de trabajo que requiere efectuar sondeos de opinión, en cambio prioriza el desarrollo de actividades en campo a las que deben vincularse los procesos de comunicación.

Sin embargo, el favorecer las características de un proceso de comunicación educativa y los objetivos que señala la UNESCO desde la elaboración de los mensajes para televisión, puede contribuir para que lleguen a cumplir la función para la que fueron creados: proporcionar educación ambiental e integrar al espectador con conductas resolutivas en la preservación de los recursos naturales.

Cabe anotar que se eligió revisar el trabajo de una organización, sin fin de lucro, que en México como a nivel mundial, ha obtenido resultados alentadores para el medio ambiente, y su trabajo se desarrolla a partir de una estrategia que incluye, además del uso de la T.V., el desarrollo de proyectos de conservación y la participación en la creación o modificación de políticas y tratados para la conservación de la Naturaleza.

Asimismo, los mensajes que difunde WWF por T.V son muy atractivos y logran la difícil tarea de captar la atención de un receptor saturado de mensajes comerciales de gran ingenio.

1. PRESERVACIÓN AMBIENTAL Y TELEVISIÓN.

La naturaleza de los problemas ambientales ha sobrepasado las fronteras de cualquier disciplina en la búsqueda de acciones encaminadas a la preservación del medio ambiente. Es por ello que esta búsqueda no puede limitarse a una sola disciplina de estudio. Se debe actuar para lograr una reforma en la manera como nuestra sociedad considera los problemas y la toma de decisiones para el uso de sus recursos naturales.

Esta tendencia a la investigación interdisciplinaria invita a revisar la relación entre el proceso de comunicación y la educación, para tratar de definir la contribución de la comunicación educativa en la promoción de la preservación ambiental. Más aún cuando, en materia del uso de los recursos naturales la planeación de las políticas mundiales, parece ignorar a la historia contemporánea, al fomentar programas de desarrollo incompatibles con el cuidado del medio ambiente.

Es así que cotidianamente escuchamos o leemos en noticias difundidas por radio, televisión o prensa, cifras, como las representadas en los resultados de una encuesta de la agencia informativa AFP, que afirman que en la mayoría de las capitales del mundo se registran altos índices de contaminación ambiental; México en primer lugar, seguida por ciudades asiáticas como Bangkok, y europeas como Atenas.¹

Aún en países con alto grado de desarrollo como Inglaterra que, por el uso de sus medios masivos de difusión, fue uno de los modelos seguidos para el surgimiento de la televisión en México, el problema es tal que si se ha logrado disminuir la contaminación a una taza media, ha sido como una

¹ AFP, "Contaminada la mayoría de las capitales del mundo", en El Universal, 1ª sección, 10 de febrero 1996, p. 19 y 21.

respuesta activa posterior al grave peligro a que estuvo expuesta la población de Londres en 1952 y 1954, cuando las condiciones atmosféricas de baja temperatura, gran humedad y alta concentración de contaminantes provocaron muerte por padecimientos respiratorios. La contaminación es solamente uno de los problemas del deterioro del medio ambiente. ²

Genevieve Françoise define al deterioro ambiental como "...el paso de materia y energía, que ya no son utilizados por los socio sistemas, al ecosistema". ³

De esta manera se ha manifestado el crecimiento desmesurado de los sociosistemas (representados por áreas urbanas y/o transformadas: agrícolas, ganaderas y frutícolas), que convierte a los ecosistemas en verdaderos basureros, a través de los cuales da salida a una gran cantidad de elementos de desecho, como plásticos, metales, insecticidas, detergentes o materiales radiactivos que afectan no sólo el equilibrio sino la existencia total de la vida.

A nivel global se consideran como principales problemas del deterioro ambiental 7 factores, a partir de los cuales debe planearse toda acción enfocada a la preservación de los recursos naturales, que son: ⁴

1. La disminución de la capa de ozono. Provocada por el uso indiscriminado de productos clorofluorocarbonos (CFCs), -sustancias usadas principalmente en aerosoles- y productos de limpieza para

² Mercedes Juan López, "La contaminación Ambiental", SSA, informe mimeografiado agosto, 1994.

³ Genevieve François Lacouture, Relación entre los seres vivos y su ambiente 2, Trillas, 1984, p.20 - 21.

⁴ Cfr. Esther Fernández Mercado, La Comunicación Ambiental, Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM/ FCPyS, 1994, p.10-18.

industrias, como solventes químicos y agentes refrigerantes para aire acondicionado. Estos productos son químicos de larga duración, activos en la capa de ozono por 100 años o más. Actúan como destructores de la capa de ozono y en consecuencia provocan el calentamiento de la tierra.

Los efectos de los rayos ultravioleta sobre la salud humana se perciben como una reducción en la eficacia del sistema inmunológico, aparición de cáncer de la piel y cataratas. En la vegetación terrestre y acuática provocan una disminución de la productividad.

En México, a partir de marzo de 1997, las instituciones federales que integran la Comisión Metropolitana para el Combate a la Contaminación Ambiental, proporcionan información referente a la acción nociva para la salud de los rayos ultravioleta y se sugiere evitar la exposición a los rayos solares como medida preventiva de salud, el servicio se dirige a la población de la zona metropolitana de la Ciudad de México.

2. Cambio climático global. Las emisiones de CO₂ a la atmósfera, causadas por el empleo de combustibles fósiles, la deforestación y algunas prácticas de uso de la tierra, los CFCs, el metano y el óxido de nitrógeno están provocando el llamado efecto invernadero.

Las consecuencias del calentamiento global del planeta se harán sentir en la alteración del clima mundial y, por lo tanto, en la actividad agrícola, así como en un aumento en el nivel de las aguas.

A la fecha no existe en México una estrategia para prevenir los problemas que ocasiona el cambio climático; en el marco de los países latinoamericanos no se ha logrado llegar a un acuerdo para presentar una posición común en la

Convención sobre cambio climático, que se efectuará a fin de 1997 en Kioto, Japón, en especial para regular la emisión de CFCs.⁵

El periodista Iván Restrepo destaca que "a juicio de la OMS, muchas enfermedades son altamente sensibles a las temperaturas imperantes, lo que facilita la aparición de las que se consideraban controladas, que en nuestro país afectan principalmente la salud de la población de bajos recursos".⁶

Entre los daños a la salud se considera que el siglo venidero estará acompañado de enfermedades contagiosas que se creían erradicadas: tuberculosis, diabetes, el virus del ébola, cólera, malaria, entre otras.

3. Lluvia ácida. La reacción de la humedad del ambiente con el óxido de azufre y los óxidos de nitrógeno producidos por las industrias, las refinerías de petróleo y los automóviles son causa de la llamada lluvia ácida. Este fenómeno contamina los lagos, provocando la muerte de peces y afecta también las zonas boscosas. Como efecto en la salud humana provoca irritación en la piel.

En México la lluvia ácida es factor causal de que, como en todo el mundo, disminuya aceleradamente la superficie de tierras para el cultivo ante la creciente necesidad de aumentar la producción alimentaria.

4. Contaminación. Presente en suelo, agua y aire. Los agentes productores de esta contaminación son: la industria, las centrales energéticas, los vehículos automotores y los desechos orgánicos, principalmente.

⁵ Sin autor, "Impide acuerdo sobre cambios climáticos EU", El Universal, Sección Internacional, 6 de marzo 1997, p.1 y 4.

⁶ Iván Restrepo, "Salud y cambio climático", en La Jornada, 20 de enero 1997. p. 4.

En México sólo el 2% de la industria cuenta con tecnología para prevenir daños al ambiente.⁷ En tanto Petróleos Mexicanos (PEMEX) aún exporta sus residuos peligrosos a otros países al carecer de infraestructura para utilizar los desechos como materiales reciclados, de los que se pudieran obtener nuevos compuestos tanto para el sector petroquímico como para la industria en general, señala un informe del Instituto Nacional de Ecología (INE).⁸

5. Embarque internacional de basura. El problema de la basura se da a nivel internacional y en México, como en otros países pobres, se agrava al ser receptor de desperdicios exportados, gran cantidad de ellos peligrosos.

De acuerdo a datos proporcionados por el INE, se generan 30 millones de toneladas de basura al año en el país, de los cuales sólo cinco reciben un manejo adecuado y son enviados a rellenos sanitarios, y hasta 1994 el 41% de esa basura es no biodegradable (pañales desechables, botellas de plástico y material enlatado).⁹

6. Degradación de suelos. Los suelos constituyen un elemento esencial para la producción mundial de alimentos. Al despojar a los suelos de su cubierta vegetal, la deforestación los deja expuestos a la lluvia, al viento, y la contaminación; los suelos se erosionan y se vuelven improductivos.

México es uno de los países en donde la degradación y destrucción de los suelos es preocupante. El país pierde anualmente entre 500,000 y un millón de hectáreas (hs.) de bosques y selvas; y alrededor de 200,000 hs. de tierra de

⁷ Sin autor, "Sin control contaminantes, 98% de las industrias", El Universal, 7 de febrero de 1997, p.17.

⁸ Sin autor, "Invierte PEMEX más de 10 mdd. para exportar sus residuos: INE", El Universal, 7 febrero 1997, p. 6.

⁹ Sin autor, "Se generan 30 millones de toneladas de basura al año, INE", La Jornada, 2 de diciembre 1996, p. 20 y 64.

cultivo por factores ambientales adversos y prácticas agrícolas inadecuadas, como la quema de pastos sin previsión.¹⁰

7. Pérdida de la diversidad biológica. En nuestro planeta se desarrollan infinidad de especies, la mayoría desconocidas para el hombre. Se ha llegado a estimar la existencia de hasta 30 millones de especies, cuando sólo se tiene el conocimiento científico de aproximadamente 1.5 millones de ellas.

México alberga entre 60% y 80% de las diversas especies del planeta y se calcula que tan sólo de fauna existen aproximadamente 194 especies en peligro de extinción. Destrucción de hábitats, explotación excesiva de especies de valor comercial y contaminación son causas de la desaparición de especies.

La diversidad biológica en México es tal que se encuentra entre los doce países considerados como megadiversos, pues posee cerca del 10% de todas las especies conocidas, en una superficie que representa apenas el 1.4 % de la superficie total de la tierra.¹¹

Los datos expuestos hacen evidente que el hombre ha sido, hasta ahora, incapaz de obtener energía y recursos de los ecosistemas sin destruir su organización o modificar su equilibrio. Es así que para fomentar la preservación de los recursos naturales, la tendencia mundial se enfoca hacia el desarrollo de severas medidas normativas que limiten o regulen la expulsión indiscriminada de contaminantes.

El actual presupuesto estatal de los Estados Unidos de Norte América dedica cuantiosas sumas para la lucha contra la contaminación

¹⁰ Raúl Rangel, "La lucha por la tierra", El Universal, Suplemento Nuevo Siglo, 20 de enero 1996, p.26.

¹¹ Leonardo Meza, "Petróleo y biodiversidad: ¿enemigos por siempre?", La Jornada, Suplemento La Jornada del Campo, 29 de enero 1997, p.10.

ambiental, circunstancia determinante para que se perfile como país pionero en la investigación sobre incidencia de los agentes contaminantes en la mortandad, además de desarrollar vehículos limpios y legislar en torno a la implantación de severos reglamentos de protección ambiental.¹²

En México, dentro de la tendencia global se publica el 28 de enero de 1988 la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente, la cual sirve de base a toda reglamentación sobre el establecimiento y mantenimiento de reservas, protección de especies y, ahora, para cada caso o situación particular deberá emitirse la reglamentación correspondiente además de las formas de regulación adecuadas para el manejo de cada recurso.¹³

Sin embargo, aunque la reglamentación en la materia sea altamente estricta, su aplicación y seguimiento dependerá de múltiples factores socioeconómicos que enfrente cada región, así como de subsanar viejos vicios y de la creación de una cultura ecológica que involucre la participación activa de la sociedad civil, para enfrentar a corto, mediano y largo plazo el problema del deterioro ambiental.

En México, explica el investigador en comunicación Javier Esteinou, con la aplicación desmedida de la racionalidad economicista al terreno del desarrollo social, el Estado ha desconocido substancialmente que no sólo enfrentamos una transición económica, sino que también vivimos una catastrófica crisis ecológica de enormes dimensiones y consecuencias para la sobrevivencia.¹⁴

¹² AFP, *Op. cit.*, p. 21.

¹³ Diario Oficial de la Federación, 28 de enero de 1988, p. 24

¹⁴ Cfr. Javier Esteinou Madrid, "Ciudad envenenada crimen ambiental", EL Universal, 6 de febrero de 1996, 1ª plana, p.7.

Considera que en el país se ha construido un nuevo sistema de valores que ha producido una cultura de la deshumanización y no del avance de la persona. Así, encontramos un conjunto de antivalores como el individualismo, el culto al ego, la ganancia monetaria a corto plazo a costa de lo que sea, la avaricia, el consumismo ilimitado, la codicia sin freno, el placer irrestricto, la obsesión por la acumulación, etcétera, ahora son presentados por nuestro sistema cultural, especialmente difundido por los medios de información electrónicos, como los nuevos valores modernos que hay que perseguir para tener éxito y aceptación.¹⁵

Agrega que, ante este panorama de devastación nacional y mundial de la ecología, es urgentísimo que la sociedad civil y el Estado reaccionen con enorme celeridad creando una nueva cultura ecológica que enfrente a corto, mediano y largo plazos este gravísimo problema.

No podemos olvidar que la superación de la crisis de civilizaciones que nos enmarca, requiere la producción de un nuevo eje cultural y éste, en nuestro país, deberá crearse alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión, que son las instituciones culturales que más rápidamente difunden, promueven, cambian o deforman valores sociales.

Mayor importancia representan los medios masivos de difusión, cuando sabemos que la población en edad escolar del país, no siempre tiene acceso a la educación básica y que esto no es exclusivo de las regiones apartadas del país, sino que también está presente el problema en las zonas metropolitanas.¹⁶

¹⁵ Cfr. Javier Esteinou Madrid, "La reforma ético moral", EL Universal, 13 de enero de 1996, 1ª plana, p.7.

¹⁶ Datos de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica, realizada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática cita un total de 91.85 millones de habitantes en México en ———

A pesar de los esfuerzos del aparato escolar, en la actualidad la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Una investigación del Instituto Nacional del Consumidor revela que los niños mayores de seis años conocen más cierta información difundida por la televisión que la que les transmite la escuela primaria y la sociedad en general.¹⁷

A pesar de que cada día estamos más rodeados de alta tecnología, aún se confiere poca importancia a la función educativa para la preservación ambiental en la programación de los canales de televisión, en donde cotidianamente la difusión de mensajes ejerce una función casi exclusiva de entretenimiento, sin considerar necesario ofrecer una alternativa con contenidos educativos, a fin de propiciar conductas resolutivas para problemas globales, como lo es ahora la conservación de los recursos naturales.

Al hablar de la necesidad de un proyecto cultural para el uso de los medios de difusión masivos, el investigador Javier Esteinou escribe que la educación, como parte de la cultura, debe ser entendida como "...la acción orgánica que produce mayores niveles de conciencia para que la población se conozca, se organice y participe en la resolución de las grandes contradicciones estructurales por las que cotidianamente atraviesan nuestras vidas."¹⁸

1992, de los cuales son analfabetas de 15 o más años el 11.1% de la población total. Cfr., Francisco Hernández y Puente, "Censos de Población y Vivienda", El Universal, Suplemento Nuevo Siglo, octubre 1995.

¹⁷ Cfr. Javier Esteinou Madrid, La comunicación y la cultura nacionales, Fundación Manuel Buendía, México 1993, p. 32 a 44

¹⁸ Javier Esteinou Madrid, ibidem, p. 16.

Es por ello que se considera necesario exponer, en este primer capítulo, las características que debe reunir un proceso de comunicación educativa y su relación con los mensajes que se difunden en la televisión mexicana.

1.1. La comunicación como un proceso educativo.

Para los fines de este trabajo se retoma la definición resultado del Seminario de Educación Ambiental, celebrado en 1975, que afirma:

"La meta de la educación ambiental es: lograr que la población mundial tenga conciencia del medio ambiente y se interese por él y por sus problemas conexos y que cuente con los conocimientos, aptitudes, actitudes, motivación y deseo necesarios para trabajar individual y colectivamente en la búsqueda de soluciones a los problemas actuales y para prevenir los que pudieran aparecer en los sucesivos"¹⁹

Desde la perspectiva que se plantea, la educación ambiental tiene como objetivo hacer posible la integración del receptor del mensaje a través de una conducta participativa, es decir, lograr un cambio de conductas de la población ante los problemas de conservación de su medio ambiente.

En el mismo sentido Ana Meléndez Crespo expone a la comunicación como un proceso educativo, que al plantearse como proceso social, implicará un permanente y cotidiano intercambio de informaciones, conocimientos y experiencias entre emisores y receptores. Por tanto, la enseñanza y el aprendizaje sucederán a través de procesos de creación, emisión, circulación y percepción de mensajes en diversos sentidos.²⁰

¹⁹ "Carta de Belgrado: un Marco Mundial para la Educación Ambiental", en UNESCO, Tendencias de la Educación Ambiental, p. 9.

²⁰ Ana Meléndez Crespo, "La educación y la comunicación en México". La comunicación educativa, COSNET, 1985, p.13.

De esta forma, la educación, al realizarse por medio de procesos de comunicación, requiere de uno o varios medios para transmitir los mensajes y estos medios no funcionan en la sociedad de manera aislada, sino integrados a diferentes procesos de comunicación en donde interactúan diversos emisores, medios, mensajes y perceptores.

Al participar en la educación-comunicación diferentes medios (incluyendo los de difusión de masas), la formación se produce a través de todos ellos.

A su vez, ambos fenómenos sociales, educación y comunicación, son influidos por factores económicos, políticos e ideológicos que responden a los intereses e intenciones de la formación social mexicana.

En el mismo sentido, cabe señalar que en México la televisión para la educación ha sido utilizada para ampliar la educación formal desde 1964 y con mayor énfasis a partir de 1970.²¹

A partir del desarrollo del modelo neoliberal, se ha marginado la inclusión de los medios masivos en los procesos culturales como el educativo.

Al no tener una política cultural diseñada sobre los medios electrónicos, y en particular de la televisión, ni prever la incorporación al mercado mundial que abrió ya nuestras fronteras culturales, mediante las nuevas tecnologías de información, el Estado mexicano comparte con fracciones privadas y supranacionales las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica.²²

²¹ Ana Meléndez Crespo . Ibidem, p.15.

²² Cfr. Javier Esteinou Madrid, La comunicación y la cultura nacionales . Op.cit , 219 p

La educación escolarizada en México proporciona conocimientos enfocados a la preservación ambiental como parte de sus programas de trabajo; la sensibilidad que se siembra por la mañana en las conciencias de niños, jóvenes y adultos, se borra en el atardecer mediante los mensajes que difunden los canales televisivos, en donde, entre las características que determinan el proyecto cultural actual, sobresalen la propuesta cultural consumista y el debilitamiento de la identidad nacional.

Al carecer de una planificación en torno al uso de los medios de comunicación electrónicos acorde con el desarrollo del país, se permite su funcionamiento con base en las leyes de acumulación del capital; adicionalmente, las políticas de programación televisiva se abren cada vez más a la penetración foránea en la cultura mexicana y, por consiguiente, crecientemente se vulnera la seguridad nacional.

En este contexto, como nuevas tendencias en el campo de la comunicación y cultura nacionales en donde se inserta a la educación, Javier Esteinou destaca trece tendencias básicas que caracterizan la construcción del moderno proyecto de medios de comunicación y de cultura nacionales de finales de siglo y principios del milenio:

- 1) La comunicación como aceleradora del proceso de realización del capital.**
- 2) La obtención creciente de la ganancia a corto plazo.**
- 3) La generación progresiva del ingreso en términos monetarios.**
- 4) El retiro del modelo estatal.**
- 5) El surgimiento del neoconsumo nacional.**
- 6) El empleo de nuevas ideologías para abrir las fronteras culturales.**
- 7) El surgimiento de los nuevos valores sociales y la transformación de la identidad nacional.**
- 8) La modernización o el desmantelamiento de la cultura y los medios de comunicación nacionales.**
- 9) La liquidación de las formas de conciencia social.**
- 10) La producción de una cultura parasitaria.**
- 11) La comunicación moderna o el retroceso humano.**
- 12) La pérdida cultural de la sociedad mexicana.**
- 13) Los nuevos**

obstáculos: dificultades que impiden formar una cultura para la sobrevivencia humana.”²³

1.2. Modalidades del proceso educativo en T.V.

Para los fines de este trabajo, se entenderá por educación “...un proceso continuo que rebasa las paredes de la institución escolar, que resulta de la experiencia adquirida por los sujetos en la gama de sus relaciones que establecen dentro de los diversos ámbitos de la vida social”.²⁴

Al respecto, Thomas La Belle afirma que al considerar como educación a quella que se imparte en las aulas, no se ha comprendido bien las posibilidades de una concepción más amplia de este proceso.

Agrega que debemos conceptualizar la educación como un continuo que va de la educación informal, a la no formal y finalmente a la formal; es decir que estas tres modalidades, en la práctica, no son entidades separadas sino modos predominantes o modos de énfasis.²⁵

La educación como fenómeno social, considera al proceso de enseñanza-aprendizaje como un proceso que reviste carácter formal, no formal e informal, de este modo los individuos están formados simultáneamente por estas tres modalidades de la educación.

²³ Javier Esteinou Madrid, ibidem, p. 149.

²⁴ Cfr. Cecilia Rodríguez Dorantes, Medios masivos de comunicación y educación para la salud. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS/UNAM. 1990, p. 10.

²⁵ Cecilia Rodríguez Dorantes, ibidem, p. 10- 11.

Mercedes Charles define estas tres modalidades de educación a partir de las cuales explicaremos la intervención de las organizaciones no gubernamentales (ONG's), de la siguiente forma:

Educación formal. Corresponde al sistema educativo estructurado, que se rige de acuerdo con determinados planes y programas de estudio; es sistemática y progresiva y abarca desde la educación preescolar hasta la universidad; se entiende como el aprendizaje que tiene lugar en las aulas, es decir, el sistema educacional jerárquicamente estructurado, graduado cronológicamente.

La educación formal implica, por lo general, la relación directa maestro-alumno, y entre sus objetivos principales está el de transmitir a los educandos las herramientas necesarias para adaptarse a la vida social y laboral, según la posición que tengan en la gama de relaciones sociales en las cuales están insertos

En materia de educación formal, la participación de las ONG's. incide en los grupos de trabajo intersecretariales, encargados de revisar y actualizar programas de estudio en educación ambiental escolarizada.

Educación no formal. Es aquella que pretende generar un cambio en las condiciones socioeconómicas de los educandos a través de programas realizados con un propósito específico.

La educación no formal, orienta su acción en dos sentidos: por un lado al mejoramiento de la vida social o al desarrollo de destrezas ocupacionales específicas, a través de programas no normados por planes curriculares, sino que responden a necesidades predeterminadas; por otro, la formación en los niveles correspondientes a la educación básica, media superior y superior, en lo que se denomina educación abierta.

En esta modalidad se han usado ampliamente los medios de comunicación colectiva para apoyar proyectos de alfabetización, desarrollo de la comunidad, capacitación técnica media y superior, planificación familiar. ²⁶

En esta modalidad se inserta la participación de las ONG's. y su participación en espacios de la televisión, con el objetivo de promover cambios de conducta y valores, así como para transmitir habilidades a fin de que los destinatarios participen activamente en la preservación ambiental.

Idealmente los programas deben buscar dar respuesta a las necesidades e intereses de los propios destinatarios del proceso de comunicación educativa, e inclusive integrar al receptor hasta que pueda llegar a convertirse en emisor.

Educación informal. Es un proceso permanente que toda persona vive en sus relaciones, así como en sus prácticas cotidianas. En estas experiencias se incorporan una serie de conocimientos y habilidades, aunque el sujeto no esté conciente de ello .

La educación informal es relativamente desorganizada y asistemática. Comprende al proceso por el cual cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos merced a la experiencia diaria, por la relación con los grupos primarios (familia, amigos, escuela, trabajo) y secundarios (grupos políticos, instituciones religiosas y culturales), o por la influencia del ambiente y de los medios de comunicación colectiva.

²⁶

En los países de América Latina, la práctica de la educación no formal surge en el período de 1950 a 1960. Cfr. Thomas La Belle , Educación No formal y Cambio Social en América Latina, Traducción María Elena Vela. 1a. Edición en Español 1960. Editorial Nueva Imagen. 288 p

La participación de las ONG's en esta modalidad educativa, está relacionada con sus grupos de trabajo de campo, a partir de los cuales se busca integrar a los beneficiarios de proyectos específicos en el trabajo comunitario, actividad que se vincula con la recepción de la participación del grupo familiar y de la recepción de los mensajes provenientes de los medios masivos.

En la misma modalidad, la revisión de los contenidos de los programas para T.V., de los anuncios comerciales y de las actitudes que se promueven en torno a la relación del hombre con la naturaleza, son una tarea pendiente en materia de legislación en la que se pretende tener participación.

De acuerdo con esta clasificación, los programas de educación ambiental para televisión corresponden a la modalidad de la educación no formal y su función social estaría determinada por las siguientes características:²⁷

- Sirven de complemento a la educación formal.
- Tienen diferentes organizaciones, distintos patrocinadores y diversos métodos de instrucción.
- Son voluntarios y están destinados a personas, de edades, origen e intereses diversos.
- No culminan con la entrega de credenciales o diplomas
- Se realizan donde el receptor vive y trabaja.
- Su ritmo, su duración y su finalidad son flexibles y adaptables.

De acuerdo con lo anterior, La Belle señala como carencias de la educación no formal:

²⁷ Cfr. Cecilia Rodríguez Dorantes, Op.cit., p. 13.

- Recursos para llevar a cabo lo que se propone.
- Organización y colaboración, lo que provoca duplicación de esfuerzos.
- Evaluación de los resultados efectivos
- Incentivo para que los participantes completen los programas.
- Comprensión del proceso de cambio social para desarrollar una estrategia que logre efectivamente los resultados propuestos.

De acuerdo al concepto de educación que este trabajo retoma se ha expuesto que ésta implica un conjunto de procesos de carácter formal, no formal e informal presentes en el desarrollo social, que interactúan de manera articulada y por lo tanto, se entiende en un mensaje de televisión una de las partes del proceso educativo, que funciona al lado de otros procesos de comunicación paralelos, en cualquiera de las modalidades de la educación.

1.3. El proceso de comunicación educativa en T.V.

Se ha expuesto que el proceso de comunicación educativa, para la preservación ambiental, en un mensaje de televisión se da en función de la existencia de diversos procesos de comunicación, en constante interacción y destinados a un mismo grupo social.

Esta definición lleva implícita la búsqueda por lograr una participación activa, tanto individual como colectiva, en la preservación de los recursos naturales, la cual pretendemos resaltar por medio de la exposición de los elementos que integran el proceso de comunicación, en un mensaje de televisión.

Daniel Prieto afirma que se pueden reconocer los siguientes elementos fundamentales en cualquier proceso de comunicación educativa:²⁸

**Emisor+Código+Mensaje+Medios y recursos+ Referente+
Marco de referencia+ Perceptor+ Formación Social.**

Emisor. Que puede ser un individuo o grupo y tener el carácter de emisor real en tanto constituye la fuente del mensaje; o de emisor vocero, en tanto transmite lo que otros piensan o dicen.

Código. Es el conjunto de elaboración y combinación de los signos, en relación al lenguaje verbal (escrito y hablado) y no verbal (gestos, imágenes e incluso silencios).

Mensaje. Se llama mensaje a un signo o conjunto de signos que, a partir de códigos conocidos por el emisor y el perceptor, llevan a este último una determinada información.

Medios y recursos. Los medios son los instrumentos a través de los cuales se hace llegar un mensaje al perceptor. Prieto agrega los recursos, porque sin una cierta cantidad de ellos no podría ocurrir la transmisión del mensaje.

Referente. El objeto aludido en el mensaje se llama referente. El mensaje es siempre una versión de la realidad. Esta versión puede ser más o menos leal, es decir puede distorsionar o no aquéllo que se está presentando.

²⁸ Cfr. Ana Meléndez Crespo, Op. cit. , p.25

Marco de referencia. Entender el dato que presenta el mensaje requiere previa comprensión de la realidad. Esta comprensión se llama marco de referencia y es un conocimiento, una experiencia y una valoración general e inmediata de la realidad.

Perceptor. Se hace uso del concepto como una actitud participativa, no así como una masa homogénea, mecánica y sin posibilidad crítica.

Formación social. En este caso la formación capitalista mexicana.

De la forma en que se establece la relación entre estos elementos, la manera en que se desarrollan los procesos y el número de personas involucradas en ello, dependen primero la diferencia entre un tipo de proceso y otro, y después lo que pueda conceptuarse como comunicación.

Daniel Prieto distingue tres tipos de comunicación:²⁹

- **Interpersonal.** Se da a través de un diálogo (cara a cara) emisor-receptor, en donde ambos tienen la posibilidad de convertirse en emisores-receptores y a la palabra se suman gestos, miradas, entonación de la voz e incluso silencios.
- **Intermedia.** Que caracteriza la relación que se da en el seno de grupos cuyos miembros comparten cierta finalidad. Son condiciones para que se dé esta comunicación: la proximidad espacial, la similitud de tareas e intereses, la circulación de mensajes que resultan importantes para la mayoría de los miembros del grupo. El ámbito en que circulan los mensajes es más o menos limitado a la esfera de acción de los grupos, los mensajes se

²⁹ Idem.

transmiten, por lo general, a través de medios o publicaciones destinados a los miembros de la propia comunidad (revistas, circulares, boletines, periódicos murales, televisión en circuito cerrado, medios audiovisuales electromecánicos, etc.).

• **Colectiva.** Es la que corresponde a la transmisión de mensajes a través de los medios proyectados a la colectividad. Aquí, la emisión de mensajes es unidireccional, por lo cual, de acuerdo con Daniel Prieto se hace imposible la respuesta del receptor al emisor.

Sin embargo, enfatiza que estos tres tipos de procesos interactúan siempre. Los receptores reciben permanentemente mensajes a través de los medios colectivos, pero a la vez mensajes provenientes de procesos intermedios e invariablemente están actuando en procesos de comunicación interpersonal.

Aunque el análisis que realiza Daniel Prieto clasifica también al proceso de comunicación en función de la intencionalidad del emisor, en procesos de comunicación publicitaria, educativa, estética, política, literaria y científica, asegura que el carácter educativo está presente en todos estos procesos, que son parte de la educación informal con que el sistema forma, de manera directa o indirecta, al individuo. De esta manera en su contexto social, unos procesos no excluyen a otros sino que todos coexisten en permanente interacción y en este sentido, la educación es comunicación.

En ese sentido, particularmente cuando se pretende inferir en la preservación del medio ambiente, la educación se destaca como un proceso de comunicación social participativo que se expresa a través del intercambio de mensajes, ideas, actitudes, conocimientos y experiencias, por diferentes medios y en donde cobra mayor relevancia lograr que el papel del receptor

del mensaje sea el de receptor. Es decir, el proceso de comunicación para la preservación ambiental en un mensaje de televisión está en función de la existencia de diversos procesos de comunicación en constante interacción destinados a un mismo grupo social.

Con el objetivo de conocer los mensajes transmitidos por la televisión en la Zona Metropolitana del Distrito Federal, que pudieran desarrollarse dentro de un proceso de comunicación educativa para la preservación ambiental, se realizó una revisión de la programación de los canales de TELEvisa (2,4,5 y 9), Televisión Azteca (7 y 13), CNI 40, 22, 11, frecuencias de Multivisión y Cablevisión, que se anunció en prensa durante semana del 19 al 25 de enero de 1997. Asimismo se mencionarán los mensajes que se encontraron dentro de los tiempos comerciales, durante las transmisiones del período señalado:³⁰

Programación televisiva que se anuncia .	Tiempos comerciales de televisión
<p>En la programación de <i>Televisa</i> no se encontraron programas dedicados al medio ambiente, aunque sí se incluye, información ecológica en los noticieros de la cadena.</p>	<p>Se encontraron spots ecológicos elegidos del concurso "Valores Bacardi", referentes a la problemática de contaminación en el D.F.</p> <p>Diversos productos comerciales hacen uso de la palabra ecológico, o bien de imágenes de la naturaleza, como un atractivo comercial para los receptores de sus mensajes.</p>

³⁰ Programación de la T.V. en el Distrito Federal, La Jornada, 19 al 25 de enero de 1997.

Programación televisiva que se anuncia .	Tiempos comerciales de televisión
<p><i>Televisión Azteca</i> no se encontraron programas dedicados al medio ambiente. Se incluye información en los noticieros.</p>	<p>La organización Fondo Mundial para la Naturaleza ha transmitido sus mensajes, con temporalidad limitada a dos meses de 1996, durante el noticiario matutino de la cadena. No se han vuelto a transmitir.</p>
<p><i>CNI 40</i> dedica espacios para series de tipo documental en: "Hazañas de supervivencia" y "Sobrevivientes" de lunes a viernes en horarios 17:30 y 18 hrs.</p>	<p>CNI 40 incluye en sus espacios comerciales mensajes ambientalistas de las organizaciones Green Peace y del Fondo Mundial para la Naturaleza.</p>
<p><i>Canal 22</i> es el único que dedica un espacio exclusivo, con su programa "Diálogos sobre el medio ambiente", los lunes a las 22 horas. Incluye, también programas documentales en sus series "Ciencia", el lunes a las 17 hrs. y "Naturaleza" los martes a las 17:30 hrs.</p>	<p>No se encontró, eventualmente se solicita la participación de ONG's. para desarrollar contenidos de sus programas.</p>
<p><i>Canal 11</i> del Instituto Politécnico Nacional transmite programas documentales los días lunes a las 18 hrs. "La aventura del Hombre", y martes 19:00 hrs. "Secretos de la naturaleza".</p>	<p>Aparecen cortinillas que sugieren hacer un uso racional del agua potable.</p>
<p><i>Multivisión</i> reproduce documentales de la vida animal en su canal Disc, de domingo a viernes, entre las 18:00 y las 22:00 hrs. : "El mundo animal", "El mundo natural", "Animales desaparecidos en el siglo XX", "Planeta Solitario", "Vida Silvestre".</p>	<p>Aparecen spots y programas realizados y patrocinados por ONG's.</p>

Programación televisiva que se anuncia .	Tiempos comerciales de televisión
<p>Cablevisión reproduce también documentales de la vida animal en su canal Discovery de domingo a viernes, entre las 18:00 y las 22 hrs.: "El mundo animal", "El mundo natural", "Animales desaparecidos en el siglo XX", "Planeta Solitario", "Vida silvestre".</p> <p>Existe un canal para público infantil, Discovery Kids, que transmite de lunes a viernes programas documentales como "Animales sorprendentes", "Parque de los animales", "Las aventuras de los animales de Jack Hanna" en horarios de 16:30, 19:00 y 19:30 hrs.</p>	<p>El WWF incluye sus promocionales en el canal 24, Sony Entreteimnent Televisión, a razón de un impacto por hora durante todo el día.</p>

Los datos expuestos sirven de referencia para destacar la limitada presencia de programas de educación ambiental, en la programación de televisión abierta que se transmite en la zona metropolitana del Distrito Federal, se encontró: "Diálogos sobre el medio ambiente" y series de tipo documental que, en su mayoría (y en el mejor de los casos), son traducciones de producciones extranjeras; algunos de ellos con temas y problemáticas ambientales muchas veces ajenos a nuestra realidad nacional.

Por otra parte los canales culturales, como canal 11, 22 y 40 incluyen programas especializados de corte informativo, y en sus tiempos de publicidad, spots enfocados a la preservación de los recursos naturales.

A grandes rasgos se exponen las características de los mensajes ambientales, o ambientalistas, que se transmiten por los canales CNI 40, canal 11 del IPN, y 24 de Cablevisión, los cuales destacan por el número de

tiempos de transmisión asignado y, por tanto, es posible encontrarlos cotidianamente en su programación.

CNI 40 incluye en sus espacios comerciales mensajes ambientalistas de las Organizaciones Green Peace y del Fondo Mundial para la Naturaleza. El mensaje de Green Peace presenta, en imágenes blanco y negro, una ciudad contaminada por humos, donde los ciudadanos necesitan caminar por las calles auxiliados de mascarillas de oxígeno y acudir a cabinas de tipo telefónico a respirar aire sin contaminación. Finalmente aparece el nombre de la organización.

También en CNI, el Fondo Mundial para la Naturaleza presenta un spot en el cual aparecen una selva tropical, un nativo buscando en ella sus alimentos y en sobreposición, letreros sobre la cura a enfermedades que podría encontrarse en los recursos naturales. Aparece la imagen de identificación de la organización.

En canal 11 se incluye, (a manera de cortinillas para identificación del canal y deimitación de partes o tiempos del programa en transmisión) , mensajes dedicados al uso del agua potable. Uno de los tres mensajes para la preservación de los recursos naturales que difunde canal 11, presenta un vaso como una imagen de televisión inalcanzable que invita a reflexionar acerca de no poder disponer del agua más que a través de esa visión. Aparece la identificación del canal sobrepuesta a una cascada.

En canal 24 de Cablevisión, aparecen los mensajes que son objeto de estudio de este trabajo, realizados por la organización Fondo Mundial para la Naturaleza en dibujos animados con fondo musical y sin diálogos.

En ellos aparecen dos personajes centrales, un niño y un vendedor del planeta quien colocará industrias humeantes en el globo a cambio de monedas de oro, a costa de la desaparición del mundo entre humos tóxicos; o bien, contemplará y participará en llenarlo de basura hasta dejarle al niño un mundo inservible.

Tanto en los contenidos de la programación de cada canal como en los contenidos de los espacios comerciales, destaca la intervención de organizaciones no gubernamentales de carácter internacional a través de espacios comerciales en los canales de cable y televisión cultural (Cablevisión y Multivisión, canal CNI 40 y 11 del IPN); la ausencia de programas de educación ambiental y de documentales en los televisoras comerciales de mayor audiencia (Televisa y Televisión Azteca); la presencia de series documentales de la vida animal por televisión cultural y televisión por cable, y por supuesto, el programa informativo de canal 11, "Diálogos sobre el medio ambiente".

A pesar de la existencia de programas y espacios publicitarios dedicados a promover la preservación ambiental, los mensajes no siempre están vinculados a un proceso de comunicación educativa que involucre la participación activa del receptor; en la mayoría de los casos se limita la función de la T. V. a informar .

Por otra parte la contribución de los mensajes de televisión que actualmente se transmiten se ve afectada por mensajes paralelos, en los cuales la palabra "ecología" es una etiqueta comercial para elevar las ventas, así como por la promoción de conductas lascivas en la relación hombre-naturaleza.

Como se ha expuesto en este apartado el análisis de un mensaje de comunicación educativa para la preservación ambiental, debe considerar un proceso social de interacción a través de diferentes medios y/o canales de difusión, enlazando procesos educativos de carácter formal, no formal e informal.

También deberá explicar cómo educación ambiental y comunicación son influidos por los factores económicos, políticos e ideológicos, que responden a los intereses e intenciones del momento histórico que México está viviendo, en el modelo de desarrollo neoliberal aplicado desde 1982 hasta la fecha, que ha marginado la inclusión de los medios masivos en los procesos culturales como el educativo, e inclusive ha permitido la penetración foránea en la cultura mexicana para destacar una propuesta consumista.

Con el objetivo de complementar la exposición de las características propias de un mensaje para T.V. se expondrán en el siguiente capítulo las características que marca la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), para la educación ambiental.

2. PARÁMETROS PARA UNA COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA LA PRESERVACIÓN AMBIENTAL, A TRAVÉS DE LOS MENSAJES DE TELEVISIÓN.

El interés mundial por contribuir para conservar y proteger los recursos naturales se manifestó, como preocupación internacional, a partir de 1948, año en que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) fundó la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), en torno a la cual trabajó la comunidad científica sin que sus acciones logaran integrar mayor número de simpatizantes.³¹

Más tarde en 1968, la UNESCO organiza la "Conferencia de la Biosfera"; posteriormente en 1970 crea el Programa Científico Interdisciplinario "El hombre y la biosfera" y dos años después organiza la "Conferencia de las Naciones Unidas del Medio Ambiente Humano", celebrada en Estocolmo, en junio de 1972, a partir de la cual se crea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), que desde 1975 desarrolla la 1ª. fase del Programa Internacional de Educación Ambiental.³²

Como parte de los trabajos del PNUMA y la UNESCO, en octubre de 1977, se organiza la Primera Conferencia Intergubernamental Sobre Educación Ambiental, celebrada en Tbilisi (RSS de Georgia, URSS), como una prolongación de la Conferencia de las Naciones Unidas del Medio Ambiente Humano. Particular importancia tienen los acuerdos de Tbilisi como culminación de la 1ª. fase del Programa Internacional de Educación Ambiental.³³

³¹ Cfr. Esther Fernández Mercado, La Comunicación Ambiental, . p. 54.

³² UNESCO, Tendencias de la Educación Ambiental, p.11

³³ Cfr. UNESCO; La educación ambiental. Las grandes orientaciones de la conferencia de Tbilisi, Serie: La educación en Marcha. 1980, 107 p.

A nivel mundial y paralelo a los trabajos PNUMA-UNESCO, se han creado por parte de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales (ONG's.), sin fin de lucro, dedicadas a la conservación de recursos naturales -entre las que destacan, por su presencia actual en la T.V. en México, Green Peace y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) - que, con su trabajo, han logrado insertar su participación a partir de la definición de políticas de trabajo a nivel internacional y nacional, para promover parámetros de acción que comparten en el desarrollo de sus actividades en la preservación del medio ambiente, las cuales están presentes con la difusión de mensajes por la televisión mexicana, como se ha expuesto en el capítulo anterior.

Es así que de la acción conjunta del PNUMA con las ONG's., destacan esfuerzos por regular el comercio internacional de especies en peligro de fauna y flora (1973); por propiciar la prevención de contaminación por naves marítimas (1973); la creación del acuerdo internacional para maderas tropicales (1987); y la realización periódica de reuniones nacionales e internacionales para intercambiar experiencias como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD) o Cumbre de la Tierra, efectuada en 1992.

2.1. Características que marca la UNESCO para desarrollar el trabajo en educación ambiental por T.V.

Como resultado del trabajo que a nivel mundial desarrollan organismos públicos y privados en torno a la preservación de los recursos naturales se resume que la educación ambiental trata de una interacción dinámica entre el hombre y la naturaleza y tiene por objeto mejorar la calidad de la existencia de todos los seres vivos.

A partir del primer capítulo, se ha retomado la definición resultado del Seminario de Educación Ambiental, celebrado en 1975, que se ha vinculado en el

capítulo anterior con las características de un proceso de comunicación educativa. Esta dice:

"La meta de la educación ambiental es: lograr que la población mundial tenga conciencia del medio ambiente y se interese por él y por sus problemas conexos y que cuente con los conocimientos, aptitudes, actitudes, motivación y deseo necesarios para trabajar individual y colectivamente en la búsqueda de soluciones a los problemas actuales y para prevenir los que pudieran aparecer en los sucesivos."¹⁴

Cualquier definición, al llevarla a la práctica o al difundirla, no producirá ningún impacto si no se tiene un sentido y un enfoque claros y para ello los principales objetivos de la educación ambiental deben estar en consonancia con las máximas esperanzas de todo proceso educativo.

Es así que el desarrollo de una comunicación para la educación ambiental, a través de la T.V., debe planearse a partir de un proceso de comunicación educativa, inscrito en diferentes modalidades de la educación que llevan un mensaje al receptor a través de varios medios de difusión.

Por su importancia a nivel global, los parámetros para una comunicación educativa para la preservación ambiental deben plantear los principios ecológicos por encima de las fronteras ideológicas, políticas y, paralelamente, tratar de inculcar en todos los individuos un sentido de su propia importancia como agentes del cambio.

En esta perspectiva cualquier acción encaminada a resolver un problema importante del medio, dependerá de la participación activa de un amplio conjunto de personas e instituciones, quienes deberán apoyar un tipo de crecimiento

¹⁴ UNESCO, "Carta de Belgrado: un Marco Mundial para la Educación Ambiental", en Tendencias de la Educación Ambiental, p.9.

económico que no tenga repercusiones nocivas sobre la población, que no deteriore de ningún modo su medio ni sus condiciones de vida.

De la definición que se ha retomado de educación ambiental, se derivan sus objetivos universales, que se explican en la carta de Belgrado y que trataremos de vincular con las diversas modalidades de un proceso de comunicación educativa y el uso de la televisión.

De acuerdo con los objetivos de la Carta de Belgrado se propiciará en el receptor de un mensaje:³⁵

1. Toma de conciencia. Ayudar a las personas y a los grupos sociales a que adquieran mayor conciencia del medio ambiente en general y de los problemas conexos, y a mostrarse sensibles a ellos.

Lograr que el receptor de un mensaje de televisión adquiera conciencia de los problemas ambientales de su entorno es el objetivo de los mensajes de educación no formal elaborados para televisión; para lograrlo es necesario vincular la labor del mensaje con la práctica en una situación real.

2. Conocimientos. Ayudar a las personas y a los grupos sociales a adquirir una comprensión básica del medio ambiente en su totalidad, de los problemas conexos y de la presencia y función de la humanidad en él, lo que entraña una responsabilidad crítica.

Se ha destacado el papel del sistema escolarizado en la adquisición de conocimientos (educación formal), sin embargo la T.V. difunde diariamente, y con mayor eficacia, información y pautas de comportamiento en torno al uso de los recursos naturales que se reproducen en las prácticas sociales y en la familia o

³⁵ Cfr. Allen A. Schmieder, "Naturaleza y principios generales de la educación ambiental: fines y objetivos", *ibidem*, p.28.

grupos de entretenimiento que, además, van a determinar también la participación o la no participación en la preservación de los recursos naturales, (educación informal).

3. Actitudes. Ayudar a las personas y a los grupos sociales a adquirir valores sociales, un profundo interés por el medio ambiente y la voluntad que los impulse a participar activamente en su protección y mejoramiento.

No se podría hablar de fomentar actitudes de participación sin enfrentar la educación a partir de los problemas de preservación que enfrenta cada región, labor en que la educación formal, no formal e informal deben estar interrelacionadas.

4. Aptitudes. Ayudar a las personas y a los grupos sociales a adquirir las aptitudes necesarias para resolver los problemas ambientales. Aunque deben ser parte de la educación formal, necesitan estar reforzadas por la educación en casa y grupo social y por la información que se recibe por los medios de difusión masivos, como la televisión.

5. Capacidad de evaluación. Ayudar a las personas y a los grupos sociales a evaluar las medidas y los programas de educación ambiental en función de los factores ecológicos, políticos, económicos, sociales, estéticos y educacionales

Para evaluar un problema ambiental o un programa de trabajo, debes contar con un conocimiento previo, resultado de la participación activa y del conocimiento científico de que se pueda disponer. (educación formal, no formal e informal).

6. Participación. Ayudar a los individuos y a los grupos sociales a que desarrollen su sentido de responsabilidad para que tomen conciencia de la

urgente necesidad de prestar atención a los problemas del medio ambiente, para asegurar que se adopten medidas adecuadas al respecto.

El proporcionar información no necesariamente llevará a la participación, será la presencia de las tres modalidades de la educación a través de diversos medios de difusión.

Ninguno de los objetivos de la educación ambiental sugeridos en la Carta de Belgrado podrían llevarse a la práctica a través de una comunicación y difusión limitada a una modalidad o medio de difusión.

De igual forma, Allen A. Schmieder expone algunos principios que deben servir de orientación para establecer un programa de educación ambiental que, por sus características, sólo pueden darse a través de un proceso de comunicación educativa inscrito dentro de un proceso social participativo, pero deben tenerse presentes desde la planeación de un programa de trabajo, estos son:

- Debe planearse como un proceso permanente y tener una continuidad progresiva, que amplíe y extienda paulatinamente los conocimientos adquiridos.
- Vincular las ciencias sociales y biológicas que posibiliten la mayor comprensión para la resolución de los problemas ambientales.
- Debe dar la oportunidad de estudiar una comunidad en sus condiciones naturales.
- Hacer énfasis en los problemas del medio local, con objeto de que los ciudadanos tengan los incentivos y medios para hacer frente a los actuales y futuros problemas ambientales con eficacia, sin descuidar los problemas regionales, nacionales e internacionales.

- El programa debe ser utilizado de modo que el educando desarrolle un papel activo en el proceso educativo; adopte actitudes por medio de experiencias y reflexiones personales y no de la presentación de conclusiones digeridas de antemano.

A pesar de las propuestas de la UNESCO, el uso de la televisión para la educación ambiental en México se presenta sin relación con procesos de comunicación paralelos, en contradicción también con la explicación teórica del proceso de comunicación educativa. Es así que, en el mejor de los casos, los mensajes funcionan como educación no formal.

2.2. Desarrollo del trabajo en educación ambiental en T.V. a nivel mundial.

El avance en la investigación, desarrollado en torno a la educación ambiental y a su relación con los medios de difusión masivos, demuestra un panorama muy poco alentador hasta 1970.

Es así que, como resultado de la reunión de Belgrado, se solicita a los investigadores de los países participantes proporcionar información acerca de las repercusiones, la utilización y las posibilidades potenciales de los medios de comunicación de masas en materia de educación ambiental, en virtud del gran número de personas a quienes pueden dirigir sus mensajes, especialmente cuando los receptores son niños o adultos ajenos al sistema de enseñanza regular.

Además, se considera esencial elaborar listas de los programas y materiales ya preparados y ponerlos a disposición de la educación y se enfatiza la necesidad de que los dirigentes de los medios de comunicación sean instruidos sobre las consecuencias en el ambiente de los contenidos de los programas. "Los

medios de comunicación se afirmó, deberían utilizarse cada vez más para educar y no sólo para informar³⁶.

En contradicción con el uso, a nivel mundial, de la televisión como medio de difusión para la educación en el año de 1970, los documentos del PNUMA-UNESCO resumen la ausencia de mensajes dirigidos a la preservación ambiental.

Más tarde, siete años después, en la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental, celebrada en Tbilisi, nuevamente se enfatiza el papel fundamental de los medios de comunicación en la educación ambiental y se resalta el uso "desde hace algunos años", de los medios de comunicación social para:³⁷

- **difundir** conocimientos científicos sobre el medio ambiente;
- **sensibilizar** al público sobre problemas de contaminación, el deterioro de los suelos y de los recursos forestales o los peligros que corren ciertas especies vivas;
- **informar** en materia de higiene sanitaria y alimentaria;
- **inculcar** a los consumidores un comportamiento más racional.

Así mismo se manifiesta que la percepción del público y de los dirigentes de la gravedad de algunos de los problemas ambientales así como la aparición de importantes corrientes de opinión al respecto, se deben en gran parte a la acción de los medios de comunicación social.

³⁶ Ibidem, p.32.

³⁷ Cfr. UNESCO: La educación ambiental. Las grandes orientaciones de la conferencia de Tbilisi, 107 p.

Entre los trabajos de Tbilisi destaca la exposición de los resultados de la encuesta sobre necesidades y prioridades internacionales en materia de educación ambiental.

En lo referente al empleo de la radio y la televisión en los países en desarrollo, se señala su utilidad para la educación general y funcional en las poblaciones rurales. "En ciertas regiones del mundo la radio educativa es el medio más eficaz, cuando no el único, de integrar a las poblaciones geográficamente aisladas y culturalmente marginales a la comunidad nacional y dispensarles una educación que les ayude a enfrentarse con los problemas de su medio ambiente inmediato".³⁸

Pese a lo costoso de los sistemas tecnológicos de comunicación, se considera que la enseñanza a través de la televisión resulta tan eficaz como la educación interpersonal (profesor-alumno) y además hace posible captar la atención de un público más amplio, e inclusive que la enseñanza impartida sea de mejor calidad, al efectuarse mediante la difusión de programas seleccionados.

Las recomendaciones elaboradas en los trabajos de la conferencia de Tbilisi, con respecto a la educación ambiental y uso de los medios masivos, funcionan para México en virtud de que existen variados esfuerzos por proporcionar educación ambiental pero, al estar insertos en modalidades de la educación que pretenden funcionar de manera aislada y no integrados a un programa de trabajo que los interrelacione, resultan infructuosos y no cumplen con la función social para la que han sido creados.

³⁸ Ibidem, p. 56.

De las recomendaciones de Tbilisi destacan:

- a) Que los Estados (países) utilicen, suficientemente y con fines educativos, su infraestructura en materia de telecomunicaciones.**

- b) Procurar que los medios de masas sean utilizados de modo más intensivo, sistemático y variado para que el público general reciba una educación relativa a los problemas ambientales.**

- c) Efectuar en los casos necesarios modificaciones de orden institucional destinadas a facilitar la comunicación entre los administradores y los especialistas y coordinar las actividades de los diversos servicios públicos y privados con responsabilidad en materia de comunicación y educación.**

- d) Para que los medios de comunicación social puedan desempeñar plenamente su función en materia de educación y de información tendrán que abrirse a todas las corrientes de opinión y, en particular, a los individuos o asociaciones que propugnan soluciones nuevas.**

- e) Los medios masivos no deberán limitarse a difundir informaciones, sino que deberán educar a la población para que, a través de las imágenes presentadas, pueda interpretar por sí misma al mundo y los acontecimientos.**

Se enfatiza que la educación ambiental sería una empresa vana si los medios de comunicación de masas presentaran informaciones contradictorias o poco coherentes, contribuyendo a desorientar al público en vez de mejorar actitudes y comportamientos con respecto al medio ambiente.

f) Prestar particular atención a la preparación de los instructores y personal directivo encargado de la difusión de los programas.

g) Priorizar la formación de personal especializado en el control y evaluación de dichos programas, a fin de que los mensajes transmitidos cumplan una verdadera función educativa.

h) Es preciso que las autoridades competentes tomen las iniciativas necesarias para que los programas educativos (radio, televisión y prensa) estén en armonía con las finalidades de la educación ambiental.

Particular atención merecen las recomendaciones que en materia de educación ambiental por medio de los medios masivos se concluyeron en Tbilisi.

Estas recomendaciones están centradas en 6 rubros que incitan a los responsables de los medios de comunicación a tener conciencia de su función educativa, en especial mediante:³⁹

1. Programas y anuncios comerciales, en la formación de la actitud del consumidor con miras a no estimular el consumo de los bienes perjudiciales al medio ambiente.

En nuestro país es frecuente encontrar en los anuncios comerciales la palabra ecológico, como un atractivo comercial más que como una propuesta de preservación de los recursos.

2. Reconocer su influencia en el comportamiento individual y colectivo en la utilización de los recursos naturales.

³⁹ UNESCO, " Recomendación No. 16: Contenidos y Métodos de educación ambiental", en ibidem, p.86-87.

La promoción para el consumo de bienes materiales que puedan afectar el ambiente al parecer no tiene restricciones en su difusión por televisión.

3. Recomienda la realización de campañas de información encaminadas a la educación pública sobre problemas ambientales de interés nacional y regional (tales como el tema del agua dulce), así como involucrar a los organismos y organizaciones existentes (públicas y privadas) para fomentar la difusión por medio de prensa, radio y T.V. de los conocimientos acerca de la protección y la mejora del medio ambiente.⁴⁰

Aunque se han expuesto, en la primera parte de este trabajo, los varios mensajes que se difunden por los canales de televisión en México, éstos no siempre funcionan dentro de un proceso de comunicación educativa, sino de manera aislada.

4. Recomienda la organización de cursos de formación destinados a los periodistas, directores de periódicos y a los productores de radio y T.V. y personal de comunicación de masas a fin de que puedan tratar adecuadamente los aspectos de la educación ambiental.

Las ONG's., así como las universidades e institutos ofrecen en nuestro país alternativas de formación.

5. Recomienda, instituir mecanismos de planificación y coordinación de los programas de educación ambiental para llevarla a los sectores de la población urbana y rural que queda al margen de la educación formal.

⁴⁰ UNESCO. "Recomendación No. 20 Difusión de la Información". ibidem, p.89

Destaca el trabajo de las ONG's. con recursos propios, que se suman al trabajo de las Secretarías de Estado.

6. Finalmente a establecer en cada región una red para el intercambio de información de los materiales para la educación ambiental.

Las organizaciones no gubernamentales han integrado archivos, abiertos a la consulta pública, que funcionan de manera aislada.

Aunque han existido posteriores reuniones en la materia⁴¹, en este trabajo interesa resaltar el desarrollo de los medios masivos de comunicación de acuerdo con el avance en nuestro país, que es aún limitado y está inmerso en los retos de esta primera etapa de la educación ambiental, sintetizada en las recomendaciones de Tbilisi.

En este sentido, se puede afirmar que los mensajes de comunicación ambiental que se transmiten por la televisión en México y las características con que sus emisores han programado su difusión, no responden a las necesidades de un proceso educativo para la educación y preservación ambiental, de acuerdo con los parámetros marcados por la UNESCO, de la cual México es miembro activo.

Sin embargo, la participación de las ONG's. como el trabajo que realiza el Fondo Mundial para la Naturaleza -que se expondrá en el siguiente capítulo-, puede responder a las características que plantean, a nivel teórico, el proceso de comunicación educativa y los parámetros del PNUMA, como requisitos para proporcionar educación ambiental.

⁴¹ La más reciente: El Foro Río+5 se celebró en marzo de 1997, en Río de Janeiro, Brasil; reunió la asistencia de 500 expertos en medio ambiente y desarrollo sostenible para hacer un seguimiento de los acuerdos celebrados hace 5 años por más de 100 jefes de estado que asistieron a la cumbre de la tierra de 1992.

3. ANÁLISIS DE LOS PARÁMETROS DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA LA PRESERVACIÓN AMBIENTAL, QUE UTILIZAN LOS MENSAJES DEL FONDO MUNDIAL PARA LA NATURALEZA (WWF).

La creciente necesidad de proporcionar una educación ambiental ha rebasado, de inicio, los esfuerzos de las instituciones federales dedicadas al cuidado del medio ambiente.

La educación escolarizada en México proporciona, mediante sus programas de trabajo, información sobre el uso adecuado de los recursos naturales y los canales de televisión abiertos, incluyen en los contenidos de su programación temas enfocados a la preservación ambiental. Sin embargo esfuerzos tan destacados como el de canal 11 de televisión, que durante todo el día inserta, a manera de cortinillas, mensajes para hacer un uso racional del agua potable, se ven minimizados al no estar vinculados de origen con proyectos paralelos que se desarrollen de acuerdo con los problemas específicos de cada región e integren la aportación de las ciencias sociales y biológicas a través de la participación activa.

El manejo de los medios de difusión masivos de las Secretarías de Estado en México, difícilmente concentra las características que se han señalado como propias de un proceso de comunicación educativa para la preservación ambiental. Ante ello, cobra mayor importancia el trabajo de las ONG's, que constituye una alternativa real al conjuntar esfuerzos y opiniones diversas y enfocar su trabajo hacia proyectos específicos de conservación.

Es así que para concluir este trabajo se analiza el uso de la televisión en el proceso de comunicación educativa para la preservación ambiental que desarrolla WWF en México .

Se eligieron para desarrollar este capítulo 2 spots de dibujos animados que por su carácter universal en torno a la preservación del medio ambiente, han sido transmitidos en la T.V. mexicana.

De acuerdo con lo expuesto en dos capítulos anteriores, un mensaje de educación ambiental difundido por televisión, para cumplir su función, debe reunir las siguientes características que se proponen como herramientas de análisis:

- Si cumple los parámetros que integran un proceso de comunicación como proceso educativo.
- Si está en concordancia con los objetivos que se han planteado a partir de la experiencia mundial en educación ambiental.
- En el marco de los avances y perspectivas de desarrollo que han logrado los medios masivos de comunicación en la educación ambiental.

3.1. Fondo Mundial Para la Naturaleza*

WWF, por sus siglas en inglés (World Wide Foundation) y la silueta de un oso panda son la identificación del Fondo Mundial para la Naturaleza, una organización fundada hace 35 años, que actualmente trabaja en más de 100 países del mundo, entre ellos México en donde ha incursionado a partir de 1968 iniciando su labor en el estado de Oaxaca.

En fecha reciente, hace tres años, WWF instaló oficinas también en la Ciudad de México, Distrito Federal para desarrollar el "Programa México".

* El desarrollo del siguiente capítulo se fundamenta en información de : Fondo Mundial para la Naturaleza, Programa México 1997, Documento mimeografiado, diciembre, 1996.; y en entrevista con el Sr. Guido Bolaños, Jefe de la Oficina de Comunicación, en México Distrito Federal, del Fondo Mundial para la Naturaleza, realizada en Diciembre 1996.

El trabajo del Fondo Mundial para la Naturaleza se desarrolla a partir de dos esquemas de financiamiento, que se aplican en función de las características socioeconómicas de cada país, éstos son:

1. En países como Estados Unidos de Norte América, Canadá y Holanda, se trabaja en colaboración con organizaciones nacionales que autofinancian los proyectos con fondos recaudados a nivel local.
2. En el caso de México, y países con características económicas similares, se trabaja por medio de oficinas regionales de programas las cuales canalizan los recursos que la organización recaba a nivel mundial para el desarrollo de proyectos específicos.

En sí el Fondo Mundial para la Naturaleza no es una institución ejecutora, sino que su trabajo es canalizar recursos tanto materiales como humanos hacia proyectos específicos y facilitar su ejecución a nivel local; también contribuye para dar seguimiento y posteriormente evaluar el desarrollo de los proyectos, de acuerdo con las necesidades de preservación ambiental de cada región. Al año, WWF invierte en la preservación de recursos naturales en México más de un millón de dólares.

Para llevar a cabo su trabajo en México, WWF colabora con más de 60 organizaciones mexicanas e internacionales: gubernamentales, académicas, organizaciones no gubernamentales, grupos de base, empresas e instituciones multi y binacionales. Entre ellas se cuentan: las secretarías de Marina Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP), de Recursos Hidráulicos (SARH), de Turismo (SECTUR), y de la Defensa Nacional (SEDENA); los gobiernos de Oaxaca, Chiapas, Campeche, Quintana Roo, Yucatán y Sonora.

A nivel mundial, como en México, WWF define sus líneas de acción a partir de los principales problemas de preservación ambiental, básicamente:

- Conservar las especies en extinción y favorecer la preservación genética.
- La protección y preservación de áreas estratégicas ecológicamente.
- Asegurar el uso sustentable de recursos.
- Enfrentar y revertir las amenazas globales.

3.2. Proyecto México del Fondo Mundial para la Naturaleza

Originalmente WWF otorgó apoyo a proyectos pequeños orientados a la protección de especies, capacitación de recursos humanos e investigación de la biodiversidad en México.

Actualmente, a nivel global, ha definido seis estrategias que aplica en sus programas:

1. Áreas naturales protegidas
2. Uso sustentable de recursos
3. Desarrollo de infraestructura para la conservación (conocimiento, capacitación, legislación y fortalecimiento organizacional)
4. Protección de especies raras o en peligro de extinción,
5. Amenazas globales y,
6. Tratados internacionales

En México, actualmente WWF apoya tres tipos de proyectos:

1. Proyectos integrales de desarrollo y conservación:

- Selva Zoque (Chimalapas, El Ocote, Uxpanapa)
- Selvas y Litoral de la Península de Yucatán
- Bosques Mesófilos de la Sierra de Juárez, Oaxaca.
- Golfo de California

2. Iniciativas Estratégicas:

- Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza
- Análisis de Políticas y Tratados
- Educación sobre el Medio Ambiente
- Análisis y Difusión sobre las prioridades de conservación

3.- Proyectos Especiales:

- Conservación de humedales y ecosistemas marinos
- Manejo y conservación de bosques templados y habitat invernal de la mariposa monarca
- Planificación y manejo de la reserva de la biosfera de Manatlán, Jalisco
- Desarrollo comunitario en la zona de amortiguamiento de la reserva de la biosfera de El Truinfo, Chiapas.
- Conservación de áreas críticas de la zona fronteriza México-EUA.

3.3. El Fondo Mundial para la naturaleza, el proceso de comunicación educativa ambiental y uso de la televisión. Dos spots de WWF.

En el proceso de comunicación educativa

En su proyecto México y para un futuro inmediato, la estrategia de trabajo de WWF está encaminada a cuatro aspectos:

- **Educación Ambiental.** A través de campañas de dibujos animados y musicalización, que tienen como objetivo contribuir a la creación de una conciencia ecológica de preservación.
- **Procesos participativos.** Trabajo a partir de su voluntariado y de la integración de escolares de universidades privadas y de las comunidades en donde se desarrollarán proyectos.
- **Políticas Públicas.** Colaboración en torno a la elección de sitios de trabajo de acuerdo a las necesidades del país y la posible coparticipación en las políticas públicas de preservación ambiental.
- **Imagen institucional.** El uso de los medios de difusión masiva como líneas de colaboración, propios para la difusión de modelos ejemplares de preservación obtenidos en el trabajo de WWF en el mundo.

En el proceso de comunicación educativa, WWF prioriza el desarrollo de dinámicas intergrupales, en las zonas en donde se desarrollarán o desarrollan los programas, como la mejor manera de sensibilizar a la comunidad, pero, a la vez, se plantea el uso de los medios de difusión masivos para facilitar los procesos de

intercambio, la participación en trabajos, en políticas públicas y para poner al alcance general el desarrollo en la aplicación de programas de preservación ambiental.

En el uso de la T.V. en México.

En México el trabajo del WWF de difusión es reciente y por el momento se busca abrir canales; sin embargo los medios de difusión masiva se consideran herramientas trascendentales para transmitir mensajes a gran cantidad de público.

Para la realización de sus campañas, aunque en México no existen estudios preliminares, se trabaja a partir de las estrategias generales que se han expuesto. En la elaboración del material se busca reproducir el logro de los objetivos de la organización a nivel mundial y para ello se trabaja con equipos multidisciplinarios a partir de lograr niveles de consenso.

A pregunta expresa en cuanto a la vinculación del uso de los medios de difusión masiva y del proceso de comunicación educativa con proyectos específicos de conservación, se refiere que no se apela a la compra de la preservación ambiental como un producto, sino a la madurez, a la conciencia de preservación de los recursos.

En México WWF destaca el uso de la televisión en su función informativa, así como para enfatizar o fomentar una buena imagen pública de la institución. Ocasionalmente se realizan proyectos de campo dirigidos, con temporalidad máxima 2 meses.

También se hace uso de los medios masivos para llegar a las comunidades en donde posteriormente se impulsarán proyectos. El uso de los medios de

difusión masivos está acompañado de la organización paralela de talleres, charlas y discusiones con las comunidades afectadas.

En los medios impresos, se procura la inserción de información en aquellos que ya trabajan una sección dedicada al medio ambiente (como el periódico Crónica).

De la televisión interesa el uso de los canales abiertos de televisión comercial: de las cadenas Televisión Azteca y Televisa, con quienes se trabaja permanentemente para insertar mensajes informativos y spots periódicamente.

Con Televisa existe un programa de trabajo permanente para el cual WWF provee de materiales informativos, entrevistas y su presentación institucional. Su participación es a través de reportajes, programas, entrevistas y/o espacios informativos.

Con Televisión Azteca se han realizado campañas de mensajes dirigidos, realizadas en dibujos animados, durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 1996, con inserciones en el programa "Hola México", a razón de un impacto diario, entre siete y ocho de la mañana.

En el presente año se preve iniciar un esquema de retroalimentación a través de la realización de seminarios, edición de herramientas de consulta, y de la inserción de una página de información permanente vía internet, que permita la retroalimentación y consulta de los programas que desarrolla WWF en el mundo.

Aunque la oficina en México de WWF, distingue la preferencia por los canales abiertos de televisión comercial, el trabajo de la organización a nivel mundial está presente en los canales de televisión por cable, compartiendo así

experiencias de comunicación educativa para la preservación ambiental de países como Estados Unidos o España.

Por sus características de realización y uso de la imagen, destaca el material que se transmite por el canal Sony de Cablevisión (con quien tiene convenio WWF-USA). Dichos spots que iniciaron nuestro análisis se transmiten actualmente a razón de un impacto por hora, durante todo el día.

Es decir que además del trabajo que WWF desarrolla a nivel local, está la presencia de sus mensajes de educación ambiental a través de la televisión por cable, o televisión directa al hogar a partir de finales de 1996.⁴²

Si bien, el trabajo de WWF en México en torno al uso de los medios de difusión masivos es un proceso que inicia, a nivel mundial, como antecedente cercano en la experiencia en Estados Unidos de Norte América existe una continuidad en su proceso de comunicación, necesaria en un proceso educativo.

El trabajo de la red mundial, conjuga 35 años de experiencia de WWF en la preservación ambiental, por lo que se considera la posibilidad de insertar en México aquellos materiales que puedan resultar válidos.

Es así que actualmente WWF-EUA desarrolla una campaña, con base en el uso de carteles y video, en donde dos jóvenes adolescentes, al ritmo de música "joven", se preguntan y responden sobre la naturaleza.

La cobertura actual de los mensajes de WWF dentro del territorio nacional siempre estará en función de canal de difusión elegido; se considera que de

⁴²

Hasta enero de 1997 estaban autorizadas para manejar canales de televisión directa al hogar las empresas Televisa, Multivisión, Medecom y Acir, las cuales operan a través de señales de los satélites mexicanos. En Víctor Cardoso, "Podrían empezar a operar empresas de T.V directa", en La Jornada, 9 de octubre de 1996, p. 48.

acuerdo con el tipo de campaña que se presente, se inferirá o no a muchos públicos. Desde la planeación del mensaje se trabaja para impactar amplios públicos; interesan todos, niños, industriales, amas de casa, etc.

No existe una evaluación de sus campañas en los distintos públicos, ni de los resultados que han obtenido; es a través del trabajo del voluntariado, de los equipos interdisciplinarios y de los oficiales de programa contratados por la institución que se reconoce el trabajo realizado, por medio de pláticas con las comunidades en donde se trabaja.

Dos Spots de WWF

Mensaje 1: Contaminación Industrial.

Duración: 27 segundos

Emisor: Fondo Mundial para la Naturaleza WWF

Código: Realizado en dibujos animados, sin diálogos. Se utiliza música instrumental de fondo que aumenta su intensidad en relación con el número de empresas humeantes que se colocan sobre el mundo y finalmente aparece un mensaje escrito en inglés, solicitando auxilio.

Los personajes centrales son: un niño, un vendedor de empresas, el mundo.

Se utilizan los colores azul (como fondo y para los mares del mundo); el amarillo (representa a los países y el dinero); gris (para las empresas y el humo); negro (para el traje del vendedor); blanco,(para el traje del niño),

Medios y recursos: Canal 13 de Televisión Azteca y canal 24 de Cablevisión (hasta abril de 1997). Ambas transmisiones se acordaron por WWF (en México y USA) con los canales comerciales quienes sufragaron los costos del tiempo comercial.

Referente : El mensaje hace referencia a la compraventa del mundo para colocar empresas, priorizando la ganancia monetaria a costa de la desaparición de la vida entre humos que, finalmente, envenenan a los personajes.

Marco de referencia: En México, la educación formal, no formal e informal proporcionan información sobre la preservación ambiental. Se ha destacado a lo largo de este trabajo que un mensaje de comunicación educativa existe en función de la integración del receptor, con conductas participativas en proyectos específicos de conservación de los recursos naturales.

Perceptor: El público receptor del noticiero y del canal 24 de Cablevisión que difunde series de comedia dirigidas a todo público.

Formación Social: Si bien los mensajes a que se hace referencia fueron elaborados para el público de Estados Unidos de Norteamérica hacen referencia a problemas de preservación ambiental que son universales por ello el mensaje es también válido para nuestro país. La difusión por televisión comercial en México tiene a la fecha poco apoyo, comparado con el tiempo de transmisión que dedican los canales de Cablevisión debido a los espacios que consiguió por convenio WWF-USA.

Inicia fondo musical.

Aparece la imagen de identificación de WWF: la silueta en blanco y negro de un oso panda, en un círculo blanco sobre un fondo negro.



1.1.

continúa...

Se acelera el ritmo de la música.

Sobre fondo azul claro, aparece un niño observador del mundo y se presenta un vendedor con un maletín del cual toma una empresa para colocarla sobre el mundo. El niño observa sorprendido.

La empresa empieza a generar monedas doradas.



1.2.

continúa...

Sube el ritmo de la música.

1.3.

El vendedor dirige al mundo con una batuta en mano, la industria continúa arrojando monedas doradas pero inicia a emitir humos grisáceos. El niño es un observador sorprendido.



continúa...

Aumenta la intensidad, volumen y ritmo de la música.

1.4.

Rápidamente el vendedor extrae de su maletín varias empresas humeantes, las coloca en distintas partes del mundo y continúa dirigiendo al mundo y observando como aparecen cada vez más monedas. El niño observa sorprendido.



continúa...

Se establece el fondo musical.

1.5.

Las empresas que se han colocado sobre el mundo emiten humo grisáceo que empieza a crear una nube, la cual cubre el fondo azul; a la par las monedas doradas forman un montón y caen al suelo desde todas las empresas ante la sonrisa del vendedor y la inquietud del niño.

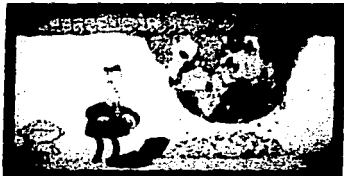


continúa...

Se mantiene ritmo musical.

1.6.

Ante la expectación del niño por la nube de humo que empieza a cubrir el mundo y la imagen en cuadro, el vendedor saca su calculadora para contabilizar la gran cantidad de monedas que caen de las industrias humeantes que ha colocado sobre el mundo.



continúa...

Se mantiene ritmo musical.

1.7.

El niño busca llamar la atención del vendedor, quien continúa contabilizando sus ganancias.

La nube de humo es cada vez mayor, cubriendo cada vez más la imagen y el mundo.



continúa...

Baja la intensidad de la música, el ritmo se pierde.

1.8.

El niño continúa tratando de llamar la atención del vendedor, quien continúa contabilizando sus ganancias a pesar de que la nube de humo, ya cubrió la mitad de la imagen y empieza a cubrir el rostro del vendedor.



continúa...

Baja el fondo musical, el ritmo se ha perdido.

1.9.

El vendedor cae al suelo, ante la nube de humo que ha cubierto por completo la tierra y tres cuartos de la imagen.

El niño trata de detener el avance de la nube grisácea, aparece un mensaje escrito en inglés y subtulado en español, solicitando auxilio.



continúa...

Sale fondo musical.

1.10.

Aparece la imagen de identificación de WWF.



sale imagen

Mensaje 2 : Desechos.

Duración: 30 segundos.

Emisor: Fondo Mundial para la Naturaleza WWF.

Código: Realizado en dibujos animados sin diálogos. Se utiliza música instrumental de fondo que cambia en relación con la época de la civilización que representan los personajes y aumenta su intensidad y ritmo en función de la cantidad de desechos que se arrojan al interior del mundo.

Los personajes centrales son: un niño observador, un hombre primitivo, un personaje de las primeras civilizaciones, un hombre del siglo pasado, el hombre que aparece en el primer mensaje expuesto como vendedor de empresas del siglo XX, el niño observador (quien también aparece en el mensaje de contaminación industrial) y el mundo.

Se utilizan los colores azul (como fondo y para los mares del mundo); el amarillo (representa a los países), diversos colores para representar los desechos y vestuarios.

Medios y recursos: Canal 24 de Cablevisión (hasta abril de 1997). Transmisiones que acordó WWF-USA) con el canal comercial de cable, quien sufragó los costos del tiempo comercial.

Referente : El mensaje hace referencia a distintas etapas de la civilización, a través de las cuales el hombre continúa generando desechos que se arrojan al interior del mundo, sin previsión de los efectos, hasta saturarlo para dejar a las nuevas generaciones un mundo que explota inservible.

Marco de referencia: En el primer capítulo de este trabajo se ha hecho referencia a la situación de los desechos en México y el mundo, como uno de los principales problemas de preservación del medio ambiente.

Como en el mensaje anterior, el marco de referencia del receptor estará en función de la educación formal, no formal e informal que se proporciona en México, (la cual prioriza dar información sobre la preservación ambiental).

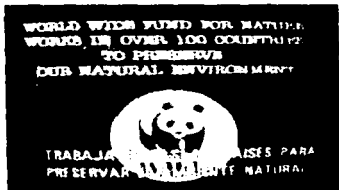
Nuevamente se hace énfasis en que un mensaje de comunicación educativa existe en función de la integración del receptor con conductas participativas en proyectos específicos de conservación de los recursos naturales, que se propicien desde las diversas modalidades de la educación.

Perceptor: El público receptor del canal 24 de Cablevisión que difunde series de comedia dirigidas a todo público.

Formación Social: Si bien los mensajes que se presentan fueron elaborados para el público de Estados Unidos de Norteamérica hacen referencia a problemas de preservación ambiental que son universales por ello el mensaje es también válido para nuestro país. Sin embargo las imágenes que se exponen no se han difundido por los canales abiertos de televisión comercial en México.

Inicia rúbrica del WWF, sube y sale con imagen.

Aparece imagen de identificación de WWF. La silueta de un oso panda en blanco y negro, sobre fondo negro.



continúa...

Música instrumental de fondo, en relación con el hombre primitivo. Entra y sale con imagen.

Sobre fondo azul, aparece un hombre primitivo, comiendo un plátano. A un lado, el mundo en colores amarillo para los países y azul para los mares.



continúa...

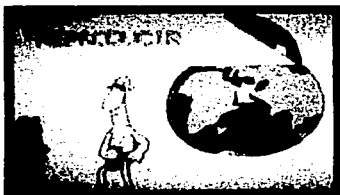
2.1.

2.2.

Cambia paulatinamente en fondo musical.

2.3.

El hombre primitivo arroja la cáscara del plátano al interior del mundo y se retira, para dar paso a otro personaje.



continúa...

Sube música de fondo en relación con el personaje.

2.4.

Representando a las primeras civilizaciones, aparece un personaje cargado de basura, quien nuevamente la arroja al interior del mundo y se retira, para dar paso a otro personaje de una época posterior.



continúa...

Cambia tono musical en relación con el personaje.

2.5.

Un personaje del siglo pasado aparece cargado de basura, la cual también arroja al interior del mundo.



continúa...

Cambia la música en relación con los personajes.

2.6.

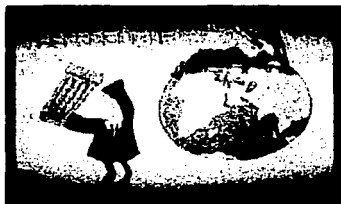
Nuevamente el personaje del siglo pasado es relevado por otro, representante del siglo XX, quien aparece cargando su bote de basura en dirección al mundo.



continúa...

Permanece música y sube su intensidad

El personaje del siglo XX, arroja su basura en el interior del mundo, la cantidad de basura que se ha generado excede el espacio que se le había destinado en el interior del mundo.



continúa...

Permanece música.

Aparece un niño quien observa como se ha saturado el mundo de basura, el personaje del siglo XX, con su bote de basura, observa al niño.



continúa...

2.7.

2.8.

Permanece ritmo musical.

2.9.

El personaje del siglo XX cierra la abertura que aparecían en la parte superior del mundo, lo envuelve en un moño y lo obsequia al niño quien gustoso lo recibe.



continúa...

Permanece fondo musical.

2.10.

Al recibir el mundo, el niño intenta cargarlo en sus brazos.

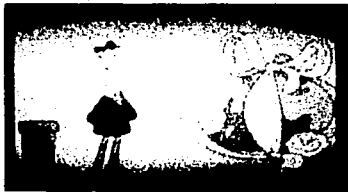


continúa...

Permanece fondo musical.

2.11.

El niño logra detener al mundo en sus manos, ante el personaje del siglo XX como observador.



continúa...

Sube fondo musical. cambia ritmo.

2.12.

El mundo saturado de basura explota en las manos del niño, ante la pasividad del personaje del siglo XX.



continúa...

Baja fondo musical y sale.

El niño observa enojado al hombre que le obsequió el mundo, quien permanece pasivo.

2.13.



continúa...

Entra rúbrica de WWF y sale con imagen.

Aparece la imagen de identificación del WWF.

2.14.



sale imagen

3.4. Criterios para medir los resultados de los spots de WWF.

El proceso de comunicación educativa

De acuerdo con lo expuesto el trabajo del Fondo Mundial para la Naturaleza que se desarrolla en México utiliza paralelamente diversos procesos de comunicación que interactúan de manera permanente.

Es así que se trabaja dentro de un proceso de comunicación educativa para la preservación ambiental que aporta una formación a través de educación formal, no formal e informal, en donde destaca el uso de los mensajes de T.V. no sólo a nivel nacional sino como beneficiarios del trabajo de la organización a nivel internacional, por medio de la transmisión de los mensajes en televisión por cable.⁴³

En el contexto social mexicano la participación del organismo de preservación no ha obtenido aún un respaldo significativo de los medios masivos de difusión, sobre todo los comerciales abiertos.

En contraste, con la frecuencia en la transmisión de los spots de dibujos animados que transmite el canal SONY, (que en convenio con WWF-USA ha logrado una presencia permanente), la televisión comercial en México ha limitado la participación, que aunque es continua, en proyectos dirigidos se ha limitado a dos meses y en general se ha priorizado informar no así educar.

⁴³ Cabe anotar que mientras que los usuarios de los circuitos abiertos a nivel nacional representan una cifra aproximada de 17 millones, se calcula que actualmente el mercado de televisión restringida en el país está compuesto por alrededor de 1.7 millones de suscriptores, cifra que representa el 10% del potencial nacional. *Ibidem*, p. 48.

En los objetivos de la educación ambiental.

Como prioridad dentro de las características que enmarca la teoría de la educación ambiental está el apoyar un desarrollo que no repercuta nocivamente sobre el ambiente, vincular las ciencias sociales y biológicas y propiciar la participación en el proceso educativo en condiciones naturales.

De acuerdo con los objetivos planteados por la educación ambiental, los mensajes a través de la T.V., en el caso de WWF, sí pueden contribuir a fomentar una toma de conciencia; sin embargo, el aportar conocimientos, fomentar actitudes y aptitudes para la preservación ambiental estará en función de una interacción entre todos los procesos de comunicación paralelos. Más aún cuando en México se hace necesario planear adecuadamente los procesos de comunicación que se dirigen a la población de las zonas en que se efectúan proyectos de preservación, para fomentar la participación activa de la población regional.

En este sentido, para que la T.V. cumpla una función educativa sobre la preservación ambiental, necesita obtener un mayor apoyo en tiempos de difusión, además de elaborar el mensaje y difundirlo en relación con la regionalización de los medios masivos que permita reforzar la imagen de WWF para la consecución de proyectos de preservación y aportar conocimientos para propiciar una participación activa de acuerdo a las necesidades de preservación de cada región.

Como institución encargada de canalizar recursos a proyectos específicos, WWF ha logrado conjuntar la participación de personas e instituciones a nivel nacional y desarrolla sus actividades a partir de un equipo interdisciplinario, que enriquece el proceso de comunicación educativa en todos sus ámbitos.

Su trabajo en el proceso educativo ha permitido la permanencia y el avance en la planeación de sus políticas, basado en la experiencia mundial de la institución, sin embargo el uso de los medios masivos deberá encontrar continuidad en su proyecto.

Por otra parte, como organización no gubernamental dedicada a la preservación ambiental está abierta a diversas corrientes de opinión y desarrolla un esfuerzo destacado en la coordinación de actividades con organismos tanto públicos, como Secretarías de Estado e Institutos, como privados: canales comerciales de difusión y ONG's.

Asimismo cumple con instituir mecanismos para llevar educación ambiental a poblaciones marginadas.

En el marco de los avances y perspectivas de desarrollo en el uso de la T.V..

La experiencia en educación ambiental, tanto del PNUMA-UNESCO como del WWF marcan como recomendaciones algunas actividades que quedarían aún como reto para 1997, como:

- 1) Contribuir para propiciar el uso de la T.V. en su función educativa, más que como medio de información.
- 2) El propiciar un mayor uso de la infraestructura de telecomunicaciones en función de los problemas de cada región.
- 3) La formación o participación de personal especializado en el control y evaluación de la función educativa de los mensajes que se transmiten por T.V..

En torno a los contenidos de los mensajes:

- Especial énfasis merece la elaboración de propuestas para que la regulación que pudiera generarse en torno a programas y anuncios comerciales trate de evitar presentar informaciones contradictorias vinculadas con intereses comerciales, perjudiciales para la adecuada relación del hombre con los recursos naturales.
- Reconocer a priori la influencia en los comportamientos de los perceptores de los mensajes de T.V., trabajo que idealmente debería solicitarse a universidades o institutos con función educativa, no así publicitaria y comercial.

CONCLUSIONES

Para alcanzar el objetivo general de la presente, ha sido útil plantear un análisis que integre la teoría de la comunicación educativa con las recomendaciones para la educación ambiental por televisión que propone el PNUMA- UNESCO. Se ha logrado analizar el trabajo que el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) desarrolla en México a partir de una visión global para la resolución de los problemas de preservación ambiental, con énfasis en la situación regional, pero siempre en atención a los parámetros que fundamentan la labor de las organizaciones de carácter internacional.

De lo anterior se concluye que los mensajes del WWF cumplen parcialmente con su función educativa, e integran al receptor de las zonas geográficas en donde desarrollan trabajo de campo. Logran parcialmente integrar a los receptores de sus mensajes de T.V. con conductas participativas, en tanto WWF plantea la difusión de sus mensajes dentro de un proyecto de comunicación educativa, que vincula diversos procesos de comunicación con un mismo objetivo. En las regiones y países en que difunde sus mensajes por T.V., el organismo:

Canaliza recursos económicos y humanos para desarrollar proyectos de preservación, en México ha elegido allegar recursos económicos (que obtiene a nivel mundial) a los proyectos prioritarios y ha logrado integrar la participación voluntaria de la población.

Trabaja para formar dinámicas educativas, y para capacitar promotores a partir del trabajo de su voluntariado; en México lo lleva a cabo en las regiones en donde desarrolla proyectos integrales de desarrollo (Selva Zoque, Península de Yucatán, Sierra de Juárez en Oaxaca, Golfo de California, habitat invernal de la mariposa monarca, y Manatlán, Jalisco).

Utiliza diversos medios masivos que, en función de la problemática de la zona, promueven el uso sustentable de los recursos. En México la presencia en T.V. se ha limitado por la escasa oferta para ocupar tiempos de las cadenas comerciales, paralelamente el trabajo internacional se recibe a través de los canales de cable.

Al participar con otras organizaciones internacionales (integradas en la ONU) ha logrado intervenir en grupos de trabajo para la creación o modificación de leyes y acuerdos de preservación; en nuestro país, además de canalizar recursos tanto humanos como económicos para promover medidas legales, ha participado en la elaboración e impresión de documentos referentes a los acuerdos del gobierno federal para la preservación de los recursos naturales.

Su trabajo, a nivel mundial, también repercute en las acciones que realiza en México tanto para la canalización de recursos para el desarrollo de proyectos regionales, como en el manejo de sus mensajes en los canales por cable en la televisión mexicana.

Sin embargo, aún inscritos en un proceso de comunicación educativa, los mensajes de WWF cumplirán su función social, la de integrar a los receptores de sus mensajes con actitudes para la preservación del medio ambiente, en tanto sus proyectos se dirijan a un mismo público: el que enfrenta una problemática regional para la cual se desarrollan, a la vez, acciones de solución en los cuales él puede intervenir.

El análisis que se ha presentado contribuye para afirmar que el uso de la televisión para la educación ambiental puede cumplir su función social al vincular la difusión de sus mensajes con otros muchos procesos de comunicación paralelos, en los cuales se priorice integrar al espectador.

De otra manera, al utilizar un medio masivo de comunicación, como la T.V., sin enlazarlo con actitudes participativas se limita la efectividad del medio y del mensaje, se rompe con las necesidades educativas y en el mejor de los casos se informa o se entretiene.

Desgraciadamente se considera que en nuestro país se utiliza el potencial de la T.V. para hacer llegar un mensaje a grandes núcleos de población, pero no se plantea a la comunicación como un proceso social educativo en su esencia, sino como un proceso de difusión en donde el receptor es un actor pasivo.

Es de destacarse cómo a pesar de que se transmiten variados mensajes para la preservación ambiental por T.V. en México, la mayoría de ellos no están vinculados con las acciones que realmente se están efectuando en cada región del país. De esa forma, ya sea en dibujos animados o con imágenes de la problemática regional, los mensajes podrían llegar a propiciar la participación.

En este sentido la presencia gubernamental con mensajes por T.V. es difícil de percibir, en tanto la presencia en los espacios auspiciados por ONGs. y empresas comerciales es cada día más notoria, pero al igual que el trabajo de las Secretarías de Estado, necesitan de estrategias tanto para el uso de los medios masivos como para los contenidos de los mensajes que logren unificar criterios y vincular actividades entre los activistas afines.

En este sentido, el papel regulador del Estado Mexicano parece indefinido al compartir las tareas de cohesión ideológica. Si las Secretarías Estado encargadas de la preservación de los recursos naturales no regulan el uso de la T.V., los contenidos de los tiempos comerciales, ni los contenidos de los programas para favorecer el uso racional de los recursos naturales, tampoco regulan la participación de las ONG's.. En tanto, las cadenas de televisión

comercial no se consideran obligadas a ofrecer su potencial, su infraestructura de regionalización, de imagen y poder institucional para vincular los mensajes para el cuidado del medio ambiente que se transmiten.

Quizá esta situación esté vinculada con la necesidad de: a) aceptar la interdisciplina para afrontar el problema; b) integrar la aportación de estudiantes y egresados de las carreras sociales en el desarrollo de procesos de comunicación educativa y; c) evitar excluir la participación de T.V. en la elaboración de los programas de desarrollo, más aún en el proyecto cultural del país.

Este trabajo propone para prever que un mensaje de comunicación educativa para la preservación ambiental televisado integre activamente al receptor se deberán propiciar, desde su creación, las características propias de un proceso de comunicación educativa, así como los parámetros que el PNUMA-UNESCO definen para la educación ambiental por T.V.

Ambos apoyos teóricos (el de la comunicación educativa y los proporcionados por la experiencia del PNUMA-UNESCO) son cambiantes, están en constante desarrollo y vinculados con las características propias de cada país o región, a lo cual habrá que atender antes de efectuar cualquier propuesta de análisis.

Sin embargo, ambos planteamientos conservan objetivos afines como punto de partida para el desarrollo de mensajes de comunicación ambiental por T.V., éstos son :

Reconocer "*a priori*" la influencia de los medios masivos como la T.V. en los comportamientos y conductas de los espectadores.

Buscar el apoyo de las cadenas de televisión abierta para programar tiempos de difusión.

Utilizar adecuadamente la infraestructura y regionalización de los medios existentes.

Elaborar un mensaje a partir del conocimiento de los problemas del deterioro ambiental a nivel global, para centrar la atención del receptor en el impacto regional.

Evitar en el uso de los medios masivos proporcionar información contradictoria, ante la fuerte tendencia al consumismo.

Lograr la participación activa del receptor del mensaje en la preservación ambiental.

Lo anterior cobra mayor importancia cuando -como resultado del reciente Foro de Río+ 5 celebrado en Brasil durante marzo de 1997, al dar seguimiento a los acuerdos firmados por los 100 jefes de estado que asistieron a la Cumbre de la Tierra- se informó cómo en los últimos 10 años el medio ambiente mundial ha seguido degradándose a ritmo acelerado. Paralelamente, el PNUMA enfrenta serios problemas de operatividad al no contar con el aval de todos los países socios ni con los recursos suficientes para continuar su labor.

En función de la estructura que se empleó para realizar el análisis de los mensajes para T.V. del Fondo Mundial para la Naturaleza, se han señalado formas para mejorar el trabajo en los proyectos de comunicación educativa para la preservación ambiental; para ello parece fundamental alentar la participación de las universidades, sobre todo las carreras sociales ya que, como se sustenta en este trabajo, ni con una estricta normatividad o los mayores recursos económicos

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

se podrá enfrentar el deterioro del medio ambiente si no se prioriza el subsanar viejos vicios y la creación de una cultura ecológica que involucre la participación activa de la sociedad.

Finalmente, son los egresados de las universidades del país quienes al elaborar mensajes para radio y televisión, pueden determinar si un proceso de comunicación tendrá una función educativa para la preservación ambiental y estarán por encima de la ganancia monetaria.

Bibliografía

1. Chaim S. Katz y otros, Diccionario Básico de Comunicación, Nueva Imagen, 1984, 514 pp.
2. Esteinou Madrid, Javier, La comunicación y la cultura nacionales, Fundación Manuel Buendía, México 1993, 287 p p.
3. Equihua Zamora, Miguel y Benítez Badillo, Griselda, Dinámica de las comunidades ecológicas, Trillas, México 1984, 120 pp.
4. Fernández Mercado, Esther, La Comunicación Ambiental, Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM/ FCPyS, 1994, 59 pp.
5. François Lacouture, Genevieve ,Relación entre los seres vivos y su ambiente 2" , Trillas, México 1984, 78 pp.
6. Garza Mercado, Ario, Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes en Ciencias Sociales, Colegio de México, México 1981, 287 pp.
7. Meléndez Crespo, Ana y otros, La Comunicación Educativa, COSNET, México 1985, 112 pp.
8. Rojas Zamorano, Alberto y otros, La televisión educativa en México, COSNET, México 1985, 90 pp.

9. Rodríguez Dorantes, Cecilia, Medios masivos de comunicación y educación para la salud, Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS/UNAM. 1990, 242 pp.
10. Toussaint Alcaraz Florence, ¿Televisión Pública en México?, CONACULTA, México 1973, 179 pp.
11. Vázquez Yanes, Carlos y Alma Orozco Segovia, La destrucción de la Naturaleza, FCE, México 1995, 102 pp.
12. UNESCO, Tendencias de la Educación Ambiental, 1977.
13. UNESCO, La educación ambiental. Las grandes orientaciones de la conferencia de Tbilisi, Serie: La educación en Marcha. 1980, 107 pp.

Documentos y Entrevistas

1. Bolaños, Guido, Jefe de la Oficina de Comunicación, en México Distrito Federal, del Fondo Mundial para la Naturaleza, Entrevista, Diciembre 1996.
2. Fondo Mundial para la Naturaleza, Programa México 1997, Documento mimeografiado, diciembre, 1996.
3. Juan López, Mercedes, "La contaminación Ambiental". SSA, informe mimeografiado agosto, 1994.

Hemerografía

1. AFP, "Contaminada la mayoría de las capitales del mundo", en El Universal, 1ª sección, 10 de febrero 1996, p. 19 y 21.
2. Cardoso, Víctor, "Podrían empezar a operar empresas de T.V directa", en La Jornada, 9 de octubre de 1996, p. 48
3. Diario Oficial de la Federación, "Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al ambiente", 28 de enero de 1988, p. 24
4. Sin autor, "Impide acuerdo sobre cambios climáticos EU", El Universal, Sección Internacional, 6 de marzo 1997, p.1 y 4 .
5. Sin autor, "Sin control contaminantes, 98% de las industrias", El Universal, 7 de febrero de 1997, p.17.
6. Sin autor, "Invierte PEMEX más de 10 mdd. para exportar sus residuos: INE", El Universal, 7 febrero 1997, p. 6.
7. Esteinou Madrid, Javier, "Ciudad envenenada crimen ambiental", El Universal, 6 de febrero de 1996, 1ª plana, p.7.
8. Esteinou Madrid, Javier , "La reforma ético moral", El Universal, 13 de enero de 1996, 1ª plana, p.7.

9. Sin autor, "Se generan 30 millones de toneladas de basura al año, INE", La Jornada, 2 de diciembre 1996. p. 20 y 64.

10. Programación de la T.V. en el Distrito Federal, La Jornada, 19 al 25 de enero de 1997.

11. Hernández y Puente, Francisco, "Censos de Población y Vivienda", El Universal, Suplemento Nuevo Siglo, octubre 1995.

12. Meza, Leonardo; "Petróleo y biodiversidad: ¿enemigos por siempre?", La Jornada, Suplemento La Jornada del Campo, 29 de enero 1997, p.10.

13. Restrepo, Iván, "Salud y cambio climático", La Jornada, 20 de enero 1997, p 4.

14. Rangel, Raúl , "La lucha por la tierra", El Universal, Suplemento Nuevo Siglo, 20 de enero 1996, p.26.