

Los spots, una posibilidad para desarrollar la educación ambiental a través de la televisión

The spots, a possibility to develop the environmental education through the television

Carlos Alberto Saez Martínez
(Cuba)

RESUMEN

La investigación es el fruto de un detallado trabajo de más de cinco años que el autor ha dedicado al empleo de la televisión y otros medios de comunicación para contribuir a resolver algunas de las problemáticas de la educación ambiental y el medio ambiente en la provincia cubana de Camagüey y fue defendida como tesis en opción al título de Master en Ciencias, en la Universidad Pedagógica Enrique José Varona, de la ciudad de La Habana, con resultados satisfactorios.

La novedad de la investigación radica en la propuesta de un conjunto de spots con el objetivo de desarrollar la educación ambiental, mediante las vías formal y no formal, a partir de las principales problemáticas que se plantean en la Estrategia de Medio Ambiente y Educación Ambiental de la República de Cuba y de la provincia de Camagüey. En el proyecto se aplicaron fundamentos psicopedagógicos, filosóficos y sociológicos que permitieron pedagogizar los spots para que no constituyan pura publicidad, sino que se logre mediante ellos transformar el pensamiento y el modo de actuación de los niños y jóvenes, así como del pueblo en sentido general.

En los materiales que se diseñaron se tuvieron en cuenta los ecosistemas y especies que mayor grado de afectación tenían y que a su vez presentaran relación con los programas de la Geografía escolar que se impartían en los diferentes niveles de enseñanza de Cuba.

La investigación fue estructurada en dos capítulos, uno referente a la fundamentación teórico conceptual metodológica para el empleo de la televisión en la educación ambiental y particularmente los spots y el otro dedicado fundamentalmente a la selección, diseño y utilización de los referidos spots, así como el análisis de los instrumentos aplicados para valorar la efectividad e impacto del proyecto en los niños, jóvenes y pueblo en general.

El proyecto es aplicable en cualquier territorio pues la variante consideró la publicación o salida al aire de los spots en los canales territoriales, televisoras locales e incluso en las videocaseteras que se utilizan en los centros escolares para la enseñanza.

ABSTRACT

The investigation is a detailed work of more than five years than the author has dedicated to the use of the television and other mass media to contribute to solve some of problematic of the environmental education and the medio.ambiente in the Cuban province of Camagüey and was defended like thesis in option to the title of Masters in Sciences, in the Pedagogical University Enrique Jose Varona, of the city of Havana, with satisfactory results.

The newness of the investigation is in the proposal of a set of spots with the objective to develop the environmental education, by means of the routes formal and nonformal, from main the problematic ones that consider in the Strategy of Medio.ambiente and Environmental Education of the Republic of Cuba and the province of Camagüey.

In the project psicopedagogical, philosophical and sociological foundations were applied that allowed to pedagogizar spots so that they do not constitute pure publicity, but that is managed by means of them to transform the thought and the way of performance of the children and young people, as well as of the town in general sense.

In the materials that were designed they considered the ecosystems and species that greater degree of affectation they had and which as well they presented/displayed relation with the programs of scholastic Geography which they were distributed in the different levels from education of Cuba.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Educación ambiental, publicidad televisiva, televisión.
Environment education, TV advertising, television.

El perfeccionamiento constante de la sociedad en Cuba, ha permitido cada vez más emplear los medios de comunicación con el objetivo de elevar la educación y la cultura del pueblo, lo que se ha realizado planificadamente y de acuerdo a las necesidades y particularidades de cada medio.

Una de las líneas importantes a desarrollar por los medios masivos de comunicación es la batalla por convertir al pueblo cubano en esta década, en uno de los más cultos e instruidos del mundo. Para ello es muy importante además, formar o llevar a planos superiores la Educación Ambiental en la población y particularmente en las nuevas generaciones y es mediante estos medios y en especial de la televisión, entre otras formas que se puede llevar a cabo esta noble tarea.

En la época actual la Educación Ambiental reviste gran importancia, en Cuba está legislada por un capítulo de la Constitución de la República y desglosada en la Estrategia Nacional de Educación Ambiental y esta a su vez en las provinciales. Según este documento, existen tres vías para llevarla a cabo: la formal, la informal y la no formal, en este trabajo precisamente se pretende emplear las dos primeras, en dependencia de la forma que se emplee la televisión como medio para desarrollar la Educación Ambiental.

Hoy, en pleno siglo XXI es imposible educar a los niños, a los jóvenes y a la población en sentido general, solo con la labor educativa de la escuela, es necesario recurrir a otros recursos tan importantes como los medios de comunicación para que la educación sea verdaderamente integral y completa.

Para que la Educación Ambiental mediante la televisión, desempeñe un verdadero papel educativo es necesario que tenga un correcto enfoque filosófico, sociológico, y psicopedagógico y así aprovechar al máximo las potencialidades de este medio de comunicación y que no se convierta el mensaje ambiental en

pura publicidad sino en educación, es decir, que modifique la forma de pensar y actuar de los individuos.

La Televisión Cubana ofrece algunos espacios habituales sobre diferentes problemáticas ambientales, entre los que se encuentran programas como: «Entorno», «Pasaje a lo desconocido», «Antenas», «Encuentro con Clío», «La otra Geografía» y otros, pero solo con estos espacios habituales; casi todos en horario nocturno y de frecuencia semanal; no se puede llevar a cabo una educación ambiental sistemática, es necesario además utilizar otros resortes tan o más importantes que ellos y precisamente uno de estos, son los spots o menciones que salen al aire entre los diferentes programas o dentro de espacios habituales.

Estos spots deben reflejar las principales problemáticas ambientales de cada territorio y a su vez las del país, deben diseñarse para aprovechar al máximo las potencialidades del canal visual y el auditivo ya que precisamente es en este momento; entre programa y programa; donde muchas personas abandonan por instantes la atención para dedicarse a conversar o realizar otra actividad, además los spots son de muy corta duración (45 y 55 seg.).

Una vez valorado lo expuesto anteriormente, y además con la aplicación de algunos instrumentos a diferentes estratos de la población del municipio de Camagüey, de la provincia de igual nombre se declara el problema siguiente:

¿Cómo contribuir a desarrollar la educación ambiental en niños y jóvenes así como de la población en general, mediante el diseño de una propuesta de un conjunto de spots para que se puedan emplear como fuente de conocimiento y como medio de comunicación?

El objeto de estudio de esta investigación es la influencia de la televisión en el desarrollo de la Educación ambiental en el proceso de enseñanza y el campo de acción se circunscribe a la propuesta de los spots para desarrollar la educación ambiental en el contexto escolar y extraescolar.

Para dar respuesta a este problema el investigador se trazó el siguiente objetivo:

- Diseñar una propuesta metodológica para desarrollar la educación ambiental de niños y jóvenes, así como de la población, mediante las vías formal y no formal, a partir del empleo de un conjunto de spots en televisión.

A partir de todo lo antes expuesto se trazó las siguientes interrogantes científicas:

- ¿Se explota correctamente el género spots para desarrollar la educación ambiental de niños y jóvenes tanto en la escuela como en la televisión?

- ¿Cómo emplear la televisión y dentro de ella el género spots, para desarrollar la educación ambiental de niños, jóvenes y población a partir de una propuesta?

Al valorar la pregunta científica planteada, es evidente que la variable independiente es el conjunto de spots en televisión que propone el presente trabajo y las que varían como resultado de la acción de la variable independiente, son el nivel de desarrollo de la educación ambiental de niños, jóvenes y la población.

Las tareas a resolver en el proceso de la investigación son las siguientes:

- Estudiar de la literatura y análisis de la experiencia acumulada en la televisión educativa y la televisión cubana relacionada con esta temática.

- Diagnosticar mediante diferentes técnicas e instrumentos el estado actual del problema, así como las posibilidades de aplicación de la propuesta metodológica.

- Análisis de los documentos normativos del MINED en esta esfera, tales como programas, indicaciones metodológicas, libro de texto, política educacional sobre medio ambiente y educación ambiental y otros del nivel de secundaria básica.

- Seleccionar, diseñar y argumentar la propuesta metodológica a desarrollar.

La novedad de esta investigación radica en la propuesta de un conjunto de spots (estrategia) con el objetivo de desarrollar la Educación Ambiental mediante las vías formal y no formal, a partir de las principales problemáticas que se plantean en la estrategia de medio ambiente y educación ambiental de la provincia de Camagüey, así como en la aplicación de un conjunto de fundamentos psicopedagógicos, filosóficos y sociológicos que permiten pedagogizar los spots para que no constituyan publicidad, sino que se logre mediante ellos transformar el pensamiento y el modo de actuación de las nuevas generaciones y del pueblo en sentido general.

1. Fundamentos teóricos de la televisión y la educación ambiental

1.1. Fundamentación teórica

En la época actual cualquier persona se enfrenta más de cuatro horas diarias frente al televisor, escucha la radio mientras realiza otras labores, lee la prensa, revisa Internet, disfruta de cualquier material en un video domestico o visita una sala cinematográfica para deleitarse con una película. Todos estos son los llamados medios de comunicación masivos, medios de difusión masivos o con el anglicismo mass medias.

Ellos aunque pueden llegar a todos los individuos de la sociedad, no todas las personas pueden tener acceso a ellos, por ejemplo más del 80% del acceso a Internet esta concentrado en los países del primer mundo, aunque en menor escala sucede otro tanto con la televisión y con el resto de estos medios, en lo anterior radica la característica común que presentan todos, no obstante tienen sustanciales diferencias en

cuanto a los códigos, canales y lenguaje que emplean, incluso dentro de un país, un mismo medio tiene horarios, páginas o programas para grupos con determinadas características sociales, de edad o culturales. Esto en la televisión y la radio sucede mucho, que en dependencia del horario, así será la estructura de la programación, esta se diseña aplicando diferentes instrumentos y así poder determinar el rating y otras características de los individuos.

“Los medios de comunicación constituyen un poder, pero en esencia, lo más importante de todo esto es el valor de influencia que tienen estos en los individuos y en la sociedad así como en las relaciones entre los individuos; al respecto el especialista en comunicación de masas Ignacio Ramonet plantea «...los medios de comunicación que antes aparecían como un cuarto poder, porque podían criticar el funcionamiento del poder desde el exterior, hoy constituyen un poder, y siguen sin querer aceptar la idea que son un poder y que por consiguiente tienen que ponerse en causa de ellos mismos. Hay un enorme condicionamiento intelectual. La comunicación, los medios de comunicación de masas, se ligan, casi juntos, para cualquiera que sea su opinión, defender un esquema según el cual la solución neoliberal no sólo es única sino que es la mejor. La idea es hacernos creer que estamos en el mejor de los mundos y, aunque vayamos mal, probablemente en otros países se está peor y si aplicásemos otra política sería aún peor. Esta es la maqueta. Ahí los medios de comunicación juegan un papel ideológico. Defienden una concepción de la sociedad, defienden una concepción del mundo en la que ellos creen porque los medios de comunicación están, ellos mismos, muy implicados en la nueva economía»¹.

El poder de estos medios, sobre todo la televisión es tan elevado, que las grandes potencias o los grupos de alto poder económico, tratan de aplastar las verdades, los hechos e informaciones verdaderas, para manipular a su antojo la verdad tal y como sucede. El ejemplo más reciente son los hechos acaecidos en la República Bolivariana de Venezuela entre el 10 y el 12 de abril del 2002, donde las televisoras privadas, plegadas a la oposición ultraderechista manipularon toda la verdad de los hechos y en menos de 24 horas se supo toda la infamia inventada por estos medios.

No por casualidad los gobiernos norteamericanos de turno, los partidos políticos y los magnates, dedican sumas millonarias a una cuidadosa selección, diseño y utilización de los medios para las campañas electorales, así como para actividades subversivas contra algunos países como Irak, Libia, China y el clásico ejemplo cubano, donde dedican una suma multimillonaria para las mal llamadas Radio y TV Martí con las que tratan de debilitar a toda costa la ideología de nuestro pueblo y de su Revolución.

Precisamente es en este contexto en que el país lleva a cabo la batalla de ideas y, es desde donde se deben defender las conquistas y continuar la construcción de una sociedad socialista verdaderamente justa y humana, donde estos medios masivos de comunicación constituyan el soporte para elevar la cultura del pueblo, donde se divulgue la verdad, el quehacer diario del país, donde se eduque en valores y donde se resuelvan además las necesidades espirituales y recreativas de la población sobre la base del buen gusto estético.

En entrevista aplicada a especialistas en medios de comunicación masivos y en televisión plantearon en sentido general, que el género spot es el de mayor potencialidades para desarrollar la Educación Ambiental mediante la televisión porque los materiales se hacen más dinámicos, digeribles fácilmente y por la propia efectividad e impacto que causan estos en la psiquis de los niños y jóvenes fundamentalmente. Los mensajes en este género se dirigen al individuo al aspecto más íntimo, al menos confesable, se saca mejor provecho de este corto lapso de tiempo que con otros géneros.

Precisamente el especialista en medios de Comunicación, Dr.C. Vicente González Castro plantea que la televisión tiene cuatro funciones generales: la informativa, la cibernética, la formativa y la recreativa, las que el autor de la investigación, con veinte años de experiencia en la realización de diferentes materiales en cine y video, comparte:

- Función informativa: esta función se sustenta en la difusión de los conocimientos, tanto aquellos que pueden ser de valor utilitario para los individuos, como los que permiten el reforzamiento de sus convicciones personales, principios político ideológicos o morales.

Es necesario conocer que desde que se elabora la información hasta que se saca a la luz pública, existe una intencionalidad por parte del comunicador, pero no hay intencionalidad más limpia que la de informar la verdad y solo la verdad. De allí la importancia de la imparcialidad y confiabilidad de la noticia.

- Función cibernética: es la extensión de la teoría de la dirección científica de la sociedad, donde los medios establecen una influencia sobre las masas en general, y como consecuencia existe una respuesta más o menos evidente, mediata o inmediata sobre los mensajes que se reciben. La televisión puede influir, por ejemplo, en el estado de opinión acerca de un problema medioambiental, su repercusión en el pueblo o en sectores determinados de la población y lo más valioso es la valoración que este tenga del fenómeno.

- Función formativa: Mediante esta función en la sociedad se establece la educación de las masas, la elevación de la cultura, la instrucción y la formación de sentimientos, valores, normas de conducta y la concepción científica del mundo de los ciudadanos.

- Función recreativa: el hombre tiene necesidad de entretenerse, distraerse y descansar física e intelectualmente, cambiar de actividad y precisamente, los medios masivos de comunicación ayudan a llevar a efecto el descanso del hombre.

La televisión, al formar parte de los medios de comunicación, cumple con estas funciones, y precisamente cuando se pretende desarrollar la Educación Ambiental mediante el empleo de spots se cumplen perfectamente estas funciones, el medio nos abre el espectro y la lleva más allá de ser un simple medio informativo, para desarrollar la instrucción, la educación, el gusto estético, los sentimientos de amor a la naturaleza, a la Patria y a cuidar el entorno, encamina a la sociedad a estar mejor preparada y capacitada para la toma de posiciones con respecto al manejo de los recursos de la naturaleza.

Entre las grandes ventajas que ofrece la televisión para desarrollar la presente investigación están las siguientes:

- Es un medio que puede llegar simultáneamente a muchos lugares dispersos desde el punto de vista geográfico.
- Puede sintetizar en poco tiempo grandes volúmenes de información, lo que se logra gracias al buen manejo e integración de la imagen y el sonido.
- El uso de los primeros planos favorece que el estudiante o la persona que la vea tenga una posición privilegiada.
- Favorece la objetivación de hechos, fenómenos y procesos que son difíciles de observar directamente en su propia realidad ya sea por su lejanía, peligrosidad o tamaño.
- Enriquece considerablemente el factor emocional, crea motivaciones e intereses significativos.
- La combinación imagen y sonido permite explotar al máximo dos de los órganos sensoriales.
- Facilita la formación de sentimientos, convicciones y valores que contribuyen a la formación de la personalidad.

La televisión tiene un amplio espectro y posibilidades para desarrollar la Educación Ambiental, ella posee diferentes géneros de programas tales como noticiarios, telenovelas, animados, infantiles, musicales, programación dramática, filmica, programas de participación y espacios para publicidad, que además se le conoce como programación de cambios, donde salen, promociones a diferentes espacios, efemérides, campañas políticas y comerciales y campañas educativas de diferentes cortes en el caso de nuestro país. Ejemplo fehaciente de ello en Cuba son espacios como: Este Día, Para la Vida, campañas de Educación Para la Salud y otras.

Precisamente dentro de esta programación de cambios o de publicidad de la televisión, es donde se inserta la propuesta de este trabajo, es decir se pretende con un corto margen de tiempo (45-55 seg.) entre programa y programa, diseñar una propuesta de spots que reflejen algunas de las problemáticas ambientales de la provincia de Camagüey, expresada en su estrategia provincial, haciendo énfasis fundamentalmente en lo referente a los problemas de biodiversidad y ecosistemas en peligro o con cierto valor ambiental.

Este género en ocasiones es mal empleado y se utiliza para campañas publicitarias y para manipular subliminalmente a las masas, como parte de la necesidad de supervivencias de la economía. El especialista Jean-Luc Godard resume los spot como las únicas películas eficaces y bien hechas. Este género es el fruto de una considerable labor investigativa, de diferentes profesiones tales como la psicología, el comunicador, el especialista en la materia de contenido, el semiólogo, la lingüística, la música y otros más, pues en pocos segundos hay que dar un cúmulo enorme de información y «vender el mensaje».

En el diseño de cada spots se estudia desde cada punto de vista antes mencionado, cada plano, cada sonido, el montaje, los efectos de imagen y sonoros, el tiempo, la dramaturgia interna y sobre todo el efecto que se espera después de los pocos segundos que dura cada emisión.

El spots es un género discreto, no se anuncia en carteleras, ni se mencionan en los programas, su verdadero impacto lo alcanzan cuando aparentemente de forma natural, irrumpe entre dos espacios o dentro de un mismo programa cuando la dramaturgia interna y la curva de atención psicológica llegan a su punto cumbre aquí irrumpe el spots y allí va el mensaje que quiere publicar. En esos breves segundos se han utilizado sintetizadamente tantos recursos televisivos, como para un material de varios minutos de duración y el éxito radica en gran medida en su dinámica.

Según el especialista en medios de comunicación, el francés Ignacio Ramonet, en su libro «Propagandas Silenciosas» existen cuatro tipos o categorías de spots: comedias, testimoniales, limpiadores y estéticos. El autor de esta investigación comparte esta tipología y de hecho la asume en el trabajo².

Las comedias:

Se realizan para elogiar los méritos de una marca de producto ya muy arraigada en el mercado, en ellos se recurre a grandes directores para su realización, así como actores de primera línea, ricos decorados, trucajes, etc.

- Los testimoniales: es donde aparecen personas de la vida misma, testimoniando y certificando la calidad del producto, dando las características de este y cómo lo usa.

Los limpiadores:

Incitan científicamente a la venta del producto, en ellos se usa un lenguaje pseudo científico para que pueda ser entendido por el destinatario, les ofrece su composición química, modo de empleo, consecuencias y efectos.

- Los estéticos: corren a cargo de fotógrafos importantes que valoran la sofisticación, la línea de un objetivo, la plástica, el cuidado en su iluminación, así como en el montaje o edición.

En la práctica en todos los spots están presentes los elementos expresados en cada categoría, pero casi siempre se impone alguna corriente. Esto propicia que la lectura del spot sea fácil, se necesite de poco

esfuerzo para leerlos, por su sentido elemental, su coherencia, los comentarios en off. Los spots se imponen para cualquier campaña porque son agradables de mirar, fáciles de escuchar y rápidos de comprender y casi siempre se establece una relación de complicidad con el espectador para incitarlo a cumplir el mensaje del spot.

Con este trabajo, no se pretende vender un producto, ni se manipulan las mentes, ni se pretende lavar cerebros, se quiere a partir de las potencialidades que brindan estos materiales y probada su eficacia en otras facetas de la vida, educar al hombre nuevo, crear en él valores, convicciones sobre el cuidado y conservación del medio ambiente y con un carácter provincial y local para accionar en lo que es factible y materialmente posible, cambiar, mejorar y educar al individuo en su terruño.

No podemos absolutizar que el investigador se ha ido por alguna de las categorías antes mencionadas, él las ha tenido en cuenta y las ha adecuado a los principios de la educación en una sociedad socialista, pero con la finalidad de contribuir desde este modesto trabajo a la Educación Ambiental en la provincia de Camagüey, ya sea por la vía formal o por la no formal. En ellos se ha tenido en cuenta la estética de las imágenes, se ha buscado la mayor naturalidad y buen gusto y una banda sonora acorde a la selección de las imágenes a la atmósfera psicológica que se pretende crear.

Esta relación imagen-sonido aporta un conjunto de códigos diferentes pero que a su vez el mensaje sobre Educación Ambiental llegan por ambos canales, teniendo en cuenta que entre programa y programa el televidente cambia de actividad, se para, conversa, realiza otras labores, etc.

2.2. Evolución histórica de la educación ambiental

Desde hace varias décadas el hombre se ha dado cuenta del deterioro que ha sufrido el planeta, con toda la acción que sobre este ha tenido la especie humana en la constante transformación y explotación de la naturaleza en afán de tratar de vivir mejor y desarrollarse económicamente.

La UNESCO realizó estudios sobre el medio ambiente en la escuela en 1948 y en 1968. Por estas últimas fechas se sitúan diversas reuniones sobre el tema y algunas decisiones que demuestran el sentimiento colectivo al respecto. La especie humana de una forma u otra tiene que tener conciencia del deterioro sufrido en cada una de sus geoesferas.

A partir de Estocolmo 1972 se comenzaron a establecer una serie de tratados, convenios y acuerdos para la protección y conservación del medio ambiente y la Educación Ambiental. En lo organizativo, la creación en 1973 del PNUMA como instrumento de coordinación entre organismos nacionales e internacionales dará un nuevo impulso a la Educación Ambiental.

Las realizaciones de esta primera etapa del PIEA se examinaron, en 1977, en la muy importante primera Conferencia Intergubernamental de Educación Ambiental de Tbilisi (Georgia, antigua URSS), estableciéndose pautas de actuación y prioridades para el futuro. La declaración y recomendaciones de la Conferencia se convirtieron en referencia indispensable para los organismos y personas interesados por la Educación Ambiental.

Los diez años que transcurren entre Tbilisi y el Congreso de Moscú (1987) son trascendentales para la Educación Ambiental, que de una vaga aspiración pasa a convertirse en un cuerpo teórico sólido y dotado de una estrategia rigurosa y con carácter institucional. En el medio se sitúa un cúmulo de actuaciones e iniciativas entre las que destaca, en 1982 y en el marco del PIEA, la Reunión Internacional de expertos de París. La revisión de todas estas políticas y el diseño de un plan de actuación para la década de 1990, fue realizado en el Congreso de Moscú de agosto de 1987 (17/21) con participación de 110 países del mundo. Sus trabajos se organizan en torno a los elementos decisivos de la educación ambiental.

La Conferencia Mundial de las Naciones Unidas de Río de Janeiro (3-14 junio, 1992), conocida como Cumbre de la Tierra o Cumbre de Río, a la que han asistido 178 países durante doce días y que ha reunido a más de cien jefes de Estado o gobierno, es un hecho importante de la serie de reuniones internacionales a la que se viene refiriendo y en la consolidación de la relación desarrollo sostenible-educación ambiental y en la difusión de estas y otras aportaciones de la educación ambiental.

Pocas veces un jefe de estado se ha referido con tanta seguridad, base y conocimiento de causa sobre la protección y cuidado, así como sobre educación ambiental como el Comandante en Jefe Fidel Castro, quien llevó a la reflexión y al pensamiento a decenas de gobernantes reunidos allí.

Los años posteriores a Río permiten ver de qué manera avanza la necesaria alfabetización medioambiental que en sus declaraciones se reclama. La conferencia ha dado ocasión de insistir y completar los planteamientos de reuniones anteriores que habían dotado ya a la educación ambiental de una serie de objetivos, contenidos y métodos. Lo que sí parece ya claro es que las aportaciones de Río son sustanciales tanto por lo que significan sus aportaciones directas cuanto por lo que conllevan de consolidación y difusión de la idea de desarrollo sostenible ligado a la educación ambiental, idea que no ha dejado de crecer desde entonces.

En Cuba desde el triunfo de la Revolución se ha comenzado a poner de manifiesto un conjunto de hechos y medidas en beneficio del medio ambiente entre las que se encuentran la repoblación forestal, el mejoramiento de suelos, el aprovechamiento racional de las aguas superficiales y subterráneas, etc.

El estado cubano ha rectorado esta actividad primero por la Academia de Ciencias de Cuba y posteriormente por el Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente, que se ocupa tanto del cuidado y protección como de la Educación Ambiental propiamente dicha, para lo que basada en la Constitución de la República y La Ley 33 o Ley del Medio Ambiente, aprobada por la Asamblea Nacional del Poder Popular el 11 de julio de 1997. Esta ley tuvo sus antecedentes en otra dictada el 10 de enero de 1981 y conocida con el nombre de Ley 33 o Ley de Protección de Medio Ambiente y del Uso Racional de los Recursos, así como en otros decretos dictados anteriormente.

A partir de estos momentos el estado y sus organismos centrales, se ha dado a la tarea de elaborar una serie de documentos que constituyen la legislación ambiental vigente, tales como: el Programa Nacional de Medio Ambiente y Desarrollo, la Estrategia Nacional de Educación Ambiental, así como las estrategias ramales y provinciales, entre otros.

En la Estrategia Nacional de Educación Ambiental quedan bien definidas las líneas a seguir para proyectar y/o ejecutar cualquier trabajo de esta índole por cualquier organismo o institución gubernamental o no gubernamental, así como una serie de términos y conceptos que el autor comparte y los tomó como parte de la teoría de su tesis. En ella se plantea al respecto:

La Educación Ambiental se considera un modelo teórico, metodológico y práctico que trasciende el sistema educativo tradicional y alcanza la concepción de medio ambiente y de desarrollo.

Exige de una concepción integral sobre los procesos ambientales y de desarrollo; se concibe la Educación Ambiental como una educación para el desarrollo sostenible, que se expresa y se planifica a través de la introducción de la dimensión ambiental en los procesos educativos.

Esta dimensión introducida integralmente en todo el sistema educativo debe estar dirigida a la adquisición y generación de conocimientos, al desarrollo de hábitos, habilidades, cambios de comportamientos y formación de valores hacia nuevas formas de relación de los seres humanos con la Naturaleza, de estos entre sí y con el resto de la Sociedad.

Debe ser un proceso continuo y permanente que alcance todos los ámbitos educativos, formales, no formales e informales, dirigida a todas las edades, sectores y grupos sociales.

Debe preparar para la participación y la competencia en la solución de problemas, debe cambiar las visiones de la planificación, enfatizando en el mediano y largo plazo; debe modificar las concepciones de consumo y de bienestar, y potenciar actitudes de austeridad, fortalecer la identidad y las tradiciones culturales, el valor de lo propio, de la independencia y de la soberanía, entre otros muchos conocimientos y valores que es necesario enraizar para transitar hacia el desarrollo sostenible.

La esencia dinámica y el carácter complejo del contenido de la Educación Ambiental requiere de una metodología activa, flexible, y participativa, que estimule la creatividad y el desarrollo de la inteligencia, donde la relación sujeto-objeto sea una interacción de doble sentido, y se potencie la actividad del sujeto.

- Educación formal: se caracteriza por ser planificada, y controlada por planes estables (planes de estudio), generalmente estatales o aprobados estatalmente, o jurídicamente refrendados. Es secuenciada, y permanente. Tiene un público homogéneo y relativamente estable. Se refiere fundamentalmente a los procesos de escolarización de todos los niveles.

- Educación no formal: procesos educativos planificados, que poseen un carácter específico y diferenciado. Pueden ser o no secuenciados y controlados, y generalmente son dirigidos a públicos heterogéneos y no estables. Es el caso de las actividades extradocentes y extraescolares, las que se realizan en los parques, en las instituciones especializadas científicas, y culturales, así como los procesos educativos comunitarios.

- Educación informal: es un proceso educativo espontáneo que resulta de la interacción del individuo con su entorno y que ocurre independientemente de la planificación institucional y familiar. Puede ser incluso cualquier hecho fortuito que ejerza una influencia educativa. Es una tendencia en el contexto latinoamericano, considerar la actividad de los medios de difusión masiva como parte de esta modalidad.

El autor tiene en cuenta este documento íntegramente, asume toda la terminología empleada en la estrategia y el papel que juegan la educación y los medios de comunicación masivos en la misma.

La presente propuesta tiene su radio de acción en el trabajo de la televisión como medio de comunicación masivo, en el marco de la provincia de Camaguey, pero además se plantea puede ser utilizado en la escuela tanto dentro del marco de la enseñanza de la Geografía como para el trabajo con otros materiales en video en el programa audiovisual, por lo que se valora que la vía que fundamentalmente se emplea es la no formal, no obstante puede estar presente en otras vías, en dependencia de cómo se utilice y dónde se utilice. Este trabajo parte desde el punto de vista ambiental además de la Estrategia Nacional de Educación Ambiental, de la Estrategia de Medio Ambiente de la provincia de Camaguey.

3. Propuesta de spots sobre educación ambiental

En este capítulo se expone de forma detallada en qué consiste la propuesta del conjunto de spots sobre algunas de las problemáticas ambientales de la provincia de Camagüey, ellos se han diseñado teniendo en cuenta la Estrategia de Medio Ambiente de la Provincia de Camagüey, así como el resultado de los instrumentos aplicados en el transcurso de la investigación al pueblo en general y a los maestros de diferentes niveles de enseñanza.

Los spots que se han diseñado son un total de seis, ellos tienen en común las siguientes características:

- A pesar de responder a la Estrategia Provincial de Medio Ambiente de Camagüey, no conforman un sistema, por lo que el director de emisión o el editor, en caso de video tape, pueden darle el orden que deseen, repetirlo tantas veces como sea necesario e incluso transmitir uno o varios, en dependencia de su interés.

- Todos los materiales su duración oscila entre 45 y 55 segundos, lo que permite emplearlos, tanto dentro de un material grabado como filmes, documentales, entre otros, así como en la programación de cambios de Televisión Camagüey o los canales nacionales.

- Las temáticas abordadas tratan en lo fundamental sobre ecosistemas en peligro o de gran importancia para el país o la provincia así como temas de biodiversidad, entre ellos especies en peligro de extinción.

- La estructura de los spots desde el punto de vista interno se divide en tres partes: una introducción que es común para todos con un collage de imágenes variadas referentes a la temática de medio ambiente de la provincia de Camagüey, con una banda sonora que funde efectos sonoros de la naturaleza con música incidental; un desarrollo que se destaca por ser diferente en cada material para abundar sobre la problemática que se aborda, donde las imágenes permiten observar al detalle el contenido y la banda sonora los refuerza en cuanto a texto y música incidental y una tercera parte que sirven a modo de conclusiones para reforzar el mensaje ambiental, que es un collage de imágenes y una banda sonora con música incidental y un texto ambientalista, que es común a todos los spots.

- Los spots están diseñados de forma tal, que si el televidente se levanta momentáneamente de frente al televisor, el mensaje puede surtir efecto también al escuchar la banda sonora.

- El empleo de los primeros planos y los movimientos de cámara permite al individuo observar cada problema desde una posición privilegiada.

Así mismo, en la concepción del autor en la presente investigación, la propuesta se circunscribe fundamentalmente al proceso de selección y diseño del conjunto de spots, en la propuesta se llega a considerar algunos elementos del contenido donde puedan ser utilizados los materiales, el momento, la forma y la estrategia metodológica a seguir obra en las manos del maestro.

Los spots para el maestro en la escuela, constituyen un medio más para desarrollar la Educación Ambiental y depende de este y de la forma en que lo haga el éxito, es de destacar que los medios son el soporte material de los métodos, pero que a su vez, la existencia de un medio o el propio diseño de este hace que cambie el método, la estrategia metodológica a seguir y por ende que cada maestro le ponga su sello autoral. Ellos pueden ser utilizados directamente en la docencia, es decir en la clase, dentro de un documental, filme u otro material a proyectar en el aula o aisladamente, también en una actividad extradocente como videodebates, matutinos o vespertinos, reuniones colectivas, entre otros. Este proceso queda en manos de los profesores, de su creatividad, de su preocupación y en especial de su maestría pedagógica.

Todo esto sugiere estar trabajando continuamente por y para el fortalecimiento de la Educación Ambiental en los estudiantes, no solo desde la clase de Geografía, sino desde otras disciplinas como la Biología, la Física, la Química, hasta llegar a todas, ello redundará en el mejoramiento del entorno, de la calidad de vida de la escuela, el barrio, el municipio, la provincia y el país y en particular se revierte en la salud de la población.

3.1. Breve descripción de los spots

- Título: El maja de Santa María

Duración: 45 segundos

Objetivo del spots: contribuir a la protección y conservación del medio ambiente de la provincia de Camagüey, al demostrar las falsas supersticiones tejidas en torno a este valioso animal endémico.

- Título: Cayería Norte de Camagüey.

Duración: 55 segundos.

Objetivo del spots: Contribuir a la protección y conservación del medio ambiente de la provincia de Camagüey, al destacar al turismo como una actividad proteccionista y no depredadora.

- Título: La vida verde

Duración: 55segundos

Objetivo del spots: Destacar la importancia que tienen los árboles para controlar la contaminación ambiental, así como refugio de la fauna silvestre para la protección y conservación del medio ambiente en la provincia de Camagüey.

- Título: Las Orquídeas

Duración: 50 segundos

Objetivo del spots: Destacar la belleza natural de las orquídeas así como el cuidado que se debe tener para trasladarla del medio natural al jardín, para no deteriorar el medio ambiente.

- Título: La Sierra de Cubitas.

Duración: 50 segundos

Objetivo del spots: Contribuir a la protección y conservación del medio ambiente al presentar a la Sierra de Cubitas como el parque nacional de mayor importancia en Camagüey.

- Título Los Paredones de Cubitas

Duración: 45 segundos

Objetivo del spots: Contribuir a la protección y conservación del medio ambiente al presentar uno de los más bellos monumentos naturales locales de la provincia.

3.2. Efectividad de la propuesta

Para poder constatar que la propuesta de spots sobre Educación Ambiental para la provincia de Camagüey, fundamentada en el epígrafe anterior el investigador se dio a la tarea de profundizar en las mismas mediante reuniones celebradas con personal especializado tanto en televisión como en Educación Ambiental y profesores de Geografía.

Se consultaron como parte del personal especializado en medios de comunicación masivos cuatro periodistas, tres directores de programas de televisión, una guionista y un editor de video, estos en su gran mayoría trabaja en el telecentro Televisión Camagüey, Radio Rebelde y el Videocentro del Instituto Superior Pedagógico José Martí de Camagüey (vídeos JM), todos graduados de nivel superior, con mas de diez anos de experiencia en esta labor, dos de ellos Master en Ciencias y dos Diplomados en Periodismo.

En sentido general el 100% de los especialistas consultados considera que el conjunto de spots diseñados para contribuir a elevar la Educación Ambiental en las nuevas generaciones y en el pueblo de la provincia de Camagüey no presentan limitaciones para ser utilizados tanto en el telecentro territorial, como en la enseñanza de la Geografía, así como en otras actividades del programa audiovisual del MINED.

4. Conclusiones

La educación ambiental en la época actual reviste gran importancia, no solo para los niños y jóvenes sino para el pueblo en sentido general y precisamente los medios masivos de comunicación tienen potencialidades para contribuir a esta encomienda social.

Mediante la televisión se pueden mover diferentes resortes motivacionales, que hacen que lo presentado en ella llegue con más eficacia y por tanto una de las vías para desarrollar la educación ambiental es la televisión.

La programación actual de la televisión cubana, en sus canales nacionales y territoriales es insuficiente en lo que respecta al desarrollo de una educación ambiental en las nuevas generaciones y en la población en sentido general.

Los spots en televisión, ofrecen grandes potencialidades para desarrollar la educación ambiental, a pesar de que no es el género mas utilizado en los momentos actuales para esta actividad.

La propuesta que se ha desarrollado en el presente trabajo contribuye a desarrollar la Educación Ambiental en niños, jóvenes y pueblo en general.

El conjunto de spots diseñados en la presente investigación cumple con los principios de la enseñanza de la Geografía y pueden ser utilizados en cualquier forma organizativa que se planifique.

Los spots diseñados tienen potencialidades para ser empleados en la enseñanza de otras ciencias naturales como la Biología, además pueden utilizarse en otras actividades extradocentes y extraescolares planificadas por la dirección del centro o de las organizaciones estudiantiles.

Añadimos una seria de recomendaciones, recogidas en las siguientes:

- Estrechar aun más los vínculos entre el I.S.P. José Martí y el telecentro televisión Camagüey, con el objetivo de brindar accesoria en materia de educación ambiental, para llevar a planos superiores esta tarea mediante este medio.

- Sacar al aire por el canal provincial sistemáticamente la propuesta de spots de la presente investigación, con el objetivo de profundizar en el desarrollo de educación ambiental en las nuevas generaciones y en la población.

- Divulgar por los centros docentes de la provincia la presente propuesta, para que pueda ser utilizada por los profesores, tanto en la clase de Geografía, como en otras disciplinas y en otras actividades extradocentes y extraescolares.

- Sacar copia a los materiales diseñados y extenderlos a las videotecas de los centros de documentación, para ponerlos al alcance de las escuelas y los maestros.

- Continuar incursionando en la selección, diseño y utilización de los spots y en otros géneros de televisión para desarrollar la educación ambiental en las nuevas generaciones y en la población en sentido general.

Referencias

RAMONET, I.: Hoy los medios de comunicación constituyen un poder. La Haine.
<http://lahaine.f2s.com/index.html>

RAMONET, I. (2001): Propagandas silenciosas. La Habana, Ed. Especiales, Instituto Cubano del Libro.

Carlos Alberto Saez Martínez es profesor en las Universidades Pedagógicas José Martí de Camagüey y la Enrique José Varona de La Habana (Cuba). Actualmente es periodista del Noticiero Nacional de la Televisión Cubana (csaez@enet.cu).