

# Claves para Pensar la Educación Ambiental

Cómo involucrar a los visitantes a través de nuestro discurso conservacionista

*Por Helene Alonso*

## RESUMEN

How can we construct a story inspiring commitment and love with nature? The Belgrade Letter describes the main goals of all environmental education subjects and they must be applied in all learning processes in order to increase environmental commitment. However, when developing exhibitions about nature, environmental problems appear everywhere and, in most of the cases, before giving people the chance to care about first. By applying these goals as concepts into a storyline, we can develop appealing and educational content in our exhibitions that could induce further participation in the conservation movement.

## PALABRAS CLAVE

Comunicación, Educación, Discurso, Contenido.

Communication, Education, Storytelling, Content.

Cuando iniciamos un proyecto de interpretación en el zoológico, lo primero que hacemos es detenernos a pensar en el tipo de información que vamos a dar. Lo más fácil y evidentemente funcional, es explicar todo lo relacionado a sus cualidades biológicas, como nombre común, científico, rango de distribución, alimentación y nivel de peligro de

extinción. Sabemos que parte del público que las lee regresa a casa por lo menos distinguiendo un jaguar de un tigre.

Sin embargo, este breve ejercicio informativo que hacemos en la elaboración de nuestros materiales se queda corto a la hora de apoyar la inmensa tarea de conservar. Si bien el conocimiento es bendecido siempre, algunos ingredientes están faltando en nuestra poción de amor. Para establecer un vínculo sólido entre nuestros visitantes y la naturaleza que pretendemos conservar, debemos generar una historia compleja que construya un puente afectivo entre nuestro público y la vida que exhibimos en nuestro parque.

Si deseamos que esta historia oriente a nuestros visitantes hacia la conservación cambiando sus valores y inclinándolos hacia un papel más participativo, deberemos entonces considerar el hecho de que en el zoológico hacemos educación ambiental más allá de las charlas, las actividades y los juegos. En el idioma expositivo, son muchas las voces que hablan. Si queremos ser congruentes debemos intentar que las voces de la exposición coincidan en un mismo mensaje. Nuestra exhibición debe comunicar lo mismo que los paneles, que las actividades y los materiales impresos, y la estructura de la exposición y los mensajes que de ella emanan deben ser generados bajo la perspectiva de la educación ambiental.

En 1975, se definieron en la Carta de Belgrado, los seis objetivos fundamentales de la educación ambiental, orientando con ello las labores educativas hacia una misma meta. Estos eran los siguientes:

ALONSO, Helene (2003): Claves para pensar la educación ambiental”, Revista Zoológica Latinoamericana, Buenos Aires Zoo, p. 16 – 18.

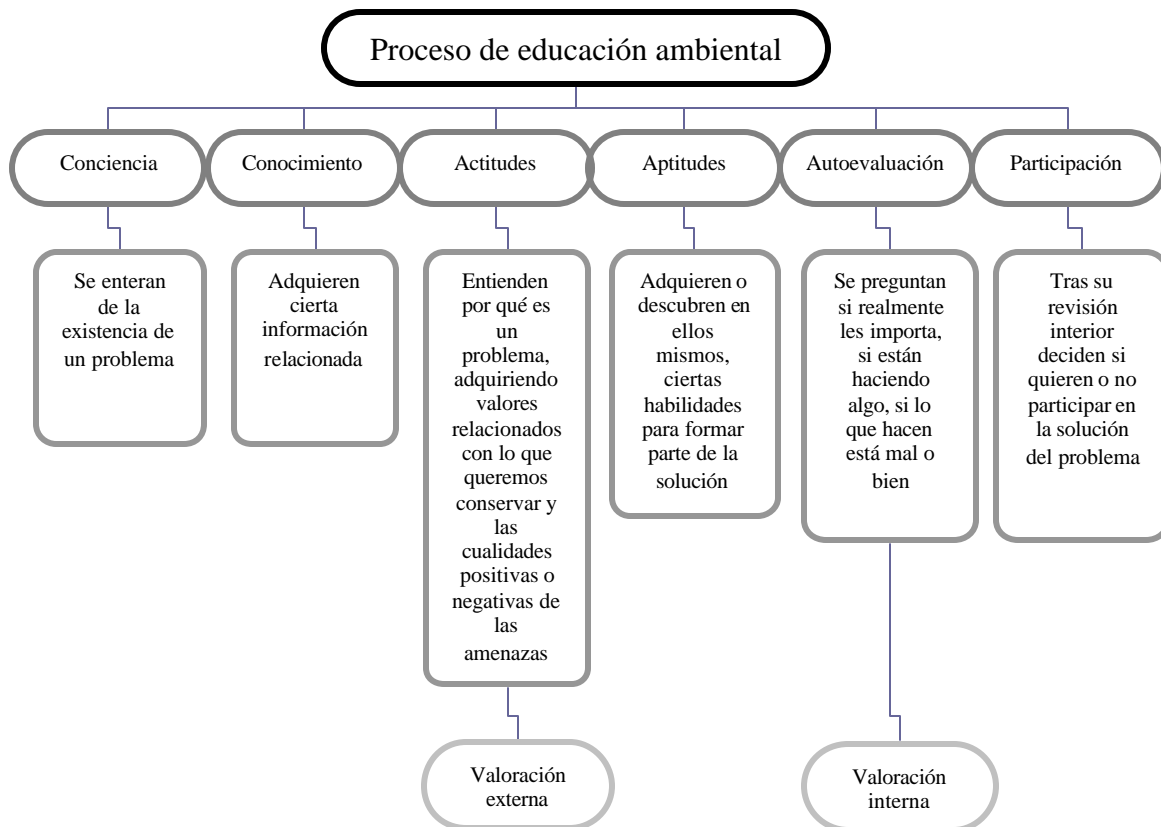
1. **Toma de conciencia:** ayudar a las personas y a los grupos sociales a que adquieran mayor sensibilidad y conciencia acerca del medio ambiente en general y de los problemas.
2. **Conocimientos:** ayudar a las personas y a los grupos sociales a adquirir una comprensión básica del medio ambiente en su totalidad, de los problemas conexos y de la presencia y función de la humanidad en él, lo que entraña una responsabilidad crítica.
3. **Actitudes:** ayudar a las personas y a los grupos sociales a adquirir valores sociales y un profundo interés por el medio ambiente que los impulse a participar activamente en su protección y mejoramiento.
4. **Aptitudes:** ayudar a las personas y a los grupos sociales a adquirir las aptitudes necesarias para resolver los problemas ambientales.
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, sociales, estéticos y educativos.
6. **Participación:** ayudar a las personas y a los grupos sociales a que desarrollen su sentido de responsabilidad y a 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.

Los objetivos fueron definidos como las características deseables en los individuos comprometidos con la naturaleza, fueron los ingredientes claves de un proceso conservacionista bien llevado. Es de suponer que con estas armas, estaremos listos para la

batalla ecológica. La pregunta es, ¿cómo logramos que nuestros visitantes adquieran todas esas cualidades?

### **Una vía para contar historias**

Si observamos detalladamente los objetivos, podemos encontrar una secuencia lógica entre ellos que se puede traducir como la estructura de un proceso. La suma organizada de estos objetivos abre un camino hacia nuestra meta final, el compromiso y la participación. Si nos enteramos de la existencia de un problema (obj. 1), adquirimos cierta información al respecto (obj. 2), entendemos por qué es un problema, adquiriendo valores relacionados con lo que queremos conservar y las cualidades positivas o negativas de las amenazas (obj. 3), adquirimos o descubrimos en nosotros ciertas habilidades para formar parte de la solución (obj. 4), nos preguntamos si realmente nos importa, si estamos haciendo algo, si lo que hacemos está mal o bien (obj. 5) y finalmente, tras nuestra revisión interior decidimos que queremos o no participar en la solución del problema (obj. 6), tenemos que de forma automática, nuestros objetivos se han transformado en un proceso.

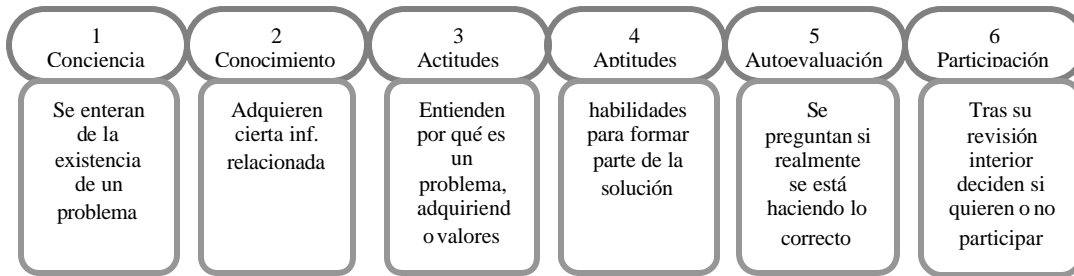


Si este es el camino a seguir para obtener visitantes comprometidos con la causa ambientalista, podemos adaptar nuestra historia, nuestro mensaje, nuestros paneles y nuestra exposición zoológica completa, a esta nueva estructura de contenido que, de llevarse a cabo cuidadosamente, dará por resultado lo que nuestras instituciones se han planteado como meta principal: educar para conservar.

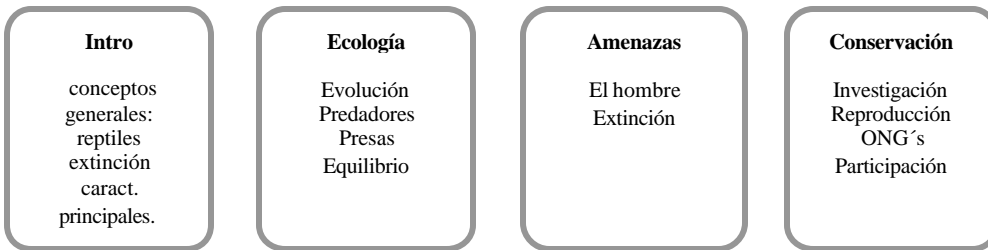
Una vez que hemos identificado las partes del proceso, debemos sincronizarlo con la historia que queremos contar. La estructura generada por los objetivos de la educación ambiental puede funcionar de dos maneras cuando la aplicamos al desarrollo de una historia en la exhibición. Cada objetivo puede proveer de información relacionada con él, como por ejemplo en el módulo de evaluación, escribir “¿qué estás haciendo tú para conservar la naturaleza?” o podemos orientar otro tipo de información hacia esa pregunta, de forma que la estructura deje de ser una información, para convertirse en un enfoque. Un enfoque es una tendencia en nuestra historia que intenta comunicar disimuladamente nuestro objetivo, orientando al receptor hacia un determinado punto de vista, sin que el mensaje oral sea explícito. Ambas estrategias serán válidas y su uso dependerá, no sólo del estilo general de la exposición, sino del tiempo que el visitante pueda dedicarle o del conjunto de voces expositivas que respaldarán el mensaje.

Para sincronizar el temario con el proceso distribuimos cada objetivo de forma escalonada, distribuyendo uniformemente los enfoques de forma que éstos se repitan consecutivamente dentro de nuestra exposición. Tomemos por ejemplo una exposición sobre tortugas. El temario se expresa en el siguiente cuadro.

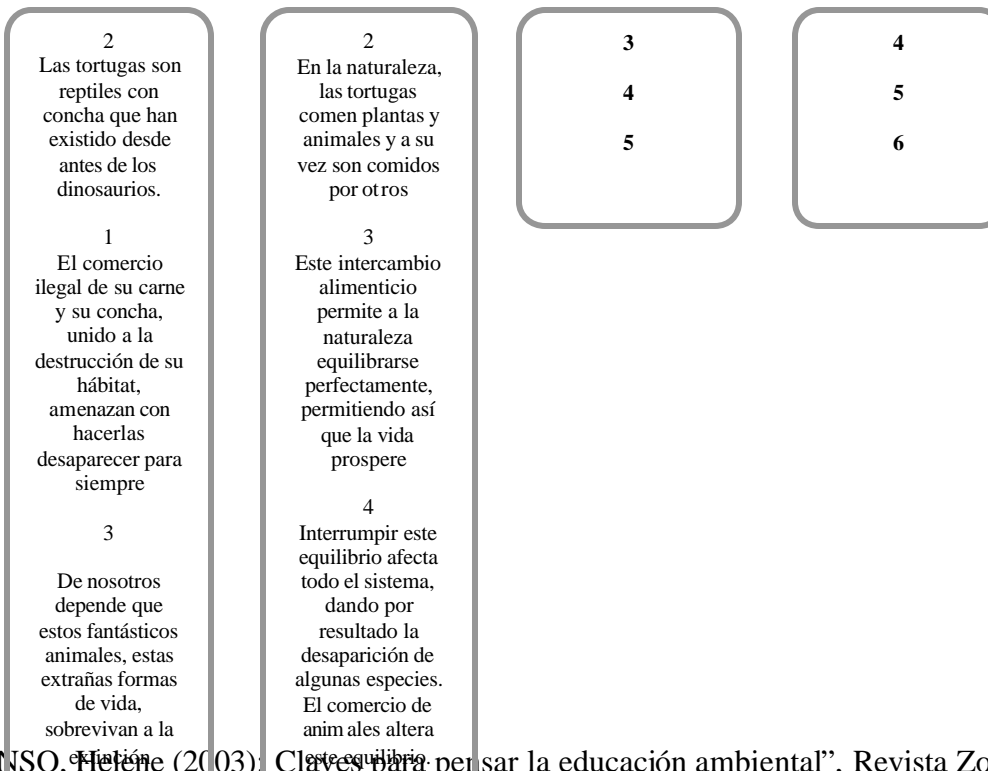
El módulo uno presenta a su vez el problema, parte del conocimiento asociado a él e incluye la primera valoración. Como introducción, ya está definiendo el problema completo. El segundo módulo, presenta su información enfocándose en los objetivos 2, 3 y 4, y así sucesivamente hasta llegar al final, escalonando y repitiendo los enfoques a lo largo del trayecto.



Exposición sobre tortugas



Temario dentro del proceso



Es importante señalar que si bien nuestros temas van usualmente asociados con amenazas y que el proceso de educación ambiental considera como primer objetivo la toma de conciencia acerca de un problema ecológico, la presentación de ideas partiendo del punto de un problema puede ser un arma de doble filo en nuestras instituciones. La sociedad actual está inmersa en un ritmo de vida sumamente estresante, que plaga de problemas y penalidades la existencia de la mayoría de las personas. Vienen a nuestras instituciones en busca de descanso, de recreación, como un modo de evadir la realidad citadina. Lo último que desean es adquirir un nuevo problema, un nuevo sentimiento de pesar. Así que es aconsejable que, si bien cuesta evitar hablar de las amenazas y los peligros que ciernen sobre la naturaleza, es indispensable fomentar sentimientos de afecto hacia ella y especialmente de esperanza antes de comenzar a bombardearlos con mensajes negativos. La presencia temprana de un problema tan complejo, sin la debida presentación de elementos inspiradores, puede impedir que esos sentimientos se desarrollen libremente. Una vez que el amor invade el corazón de las personas, el compromiso es natural y la lucha se vuelve incluso placentera.

### **Valores y sentimientos**

Para inspirar estos sentimientos, debemos usar todas las herramientas comunicacionales que podamos. La información expresada en los módulos no tiene por qué ser solo texto. Si las voces de nuestra exposición enriquecen y complementan el mensaje de un modo menos leído, será incluso mejor. Así que podemos emplear los distintos lenguajes expositivos para comunicar estos mensajes de amor y esperanza, sin necesidad de eliminar la presencia del

problema en nuestro discurso. Debemos comenzar y terminar nuestra experiencia en el zoo con un ah!... dejando el oh!.. para ciertas partes solamente.

Analizando detalladamente el proceso de la educación ambiental, podemos ver que hay dos áreas clave, dos puntos de giro en nuestro mensaje que involucran al visitante más allá de lo que podemos controlar y que cambiarán el final de nuestra historia. Los objetivos correspondientes a “actitudes” y “evaluación” son las áreas relacionadas con valores. Orientan los sentimientos y los pensamientos en base a un esquema personal de valoración que determina la importancia del problema que planteamos y el papel de cada quien en su solución. Será en estos puntos donde libremos la mayor batalla comunicacional, y donde nos comprometeremos más como institución, asumiendo posiciones con respeto a situaciones conflictivas de carácter social. Aquí es donde decimos qué está bien y qué está mal, y donde el visitante decide colocarse en uno de los bandos. Si nuestros receptores no toman una posición, habremos perdido en nuestro intento. El objetivo no es crear guerreros intolerantes e incomprensivos con algún lado del problema (el ecológico o el humano), sino orientar a estas personas hacia una tendencia que sea la mejor para todos y que al involucrarse activamente en las actividades conservacionistas, permitan solucionar las raíces de dichos problemas.

La tarea de contar historias que conllevan la carga de las consecuencias esperadas es siempre tarea difícil. Mucho más cuando aspiramos a transmitir valores a través de ellas. Pero si los cineastas puedes hacernos llorar con sus películas e incluso cambiar algo en nuestro interior, inspirarnos, enamorarnos o deprimirnos, nosotros también podemos. Lo

ALONSO, Helene (2003): Claves para pensar la educación ambiental”, Revista Zoológica Latinoamericana, Buenos Aires Zoo, p. 16 – 18.

que nos espera, además de la ardua tarea de intentarlo, es avanzar en el conocimiento de nuestra exposición como medio y explorar cada esquina y cada voz para unirla a nuestro discurso. La naturaleza tiene de por sí una inmensa fuerza, y de nosotros depende sacar el justo provecho de su carisma. Los pasos generados por este proceso de educación ambiental son solo el comienzo de un sistema convincente para contar historias. Otros modelos se le irán sumando hasta que sepamos finalmente qué herramienta usar y como emocionar a nuestros visitantes hasta ese punto. Esperemos que el proceso sea breve y que logremos salvar a las especies más amenazadas antes de que descubramos cómo hacerlo.

### **Nota sobre las voces de la exposición**

Cuando nos vestimos para una ceremonia formal, escogemos nuestro mejor traje, nos peinamos de un modo clásico y nos colocamos pendientes, collares o pisa-corbatas de cierta calidad. Si con el traje elegante colocamos zapatos deportivos, nuestro discurso de formalidad se pierde. Esta parte del arreglo, desmiente el mensaje que el resto de las partes está tratando de comunicar. Decimos entonces que los zapatos, como el peinado, el traje y los accesorios, tienen su propia voz y dicen algo.

En la exposición zoológica, al igual que en todo, hay distintas voces que comunican distintos mensajes. La distribución de los árboles, la amplitud de las caminerías, las barreras entre personas y animales, el tipo de suelo, la tipografía que escogemos para los paneles... todo comunica. Si diseñamos un impreso que da a entender que los animales merecen respeto y consideración, que todos nos debemos avocar a la tarea de protegerlos y conservarlos, pero exponemos a un animal aburrido, dentro de un espacio completamente

humanizado, con comportamiento estereotipado y con gruesos barrotes entre él y el público, estamos contradiciendo el mensaje del panel. Y éstas son solo algunas de las voces más obvias. Conocer el poder comunicativo de cada uno de los elementos dentro de nuestra exposición nos ayudará a establecer un mensaje más coherente y determinará el éxito del mismo. No hay proceso de educación ambiental que se exprese en paneles y sobreviva a la contradicción entre voces. El zoológico es un espacio de múltiples medios y si queremos tener éxito en la transmisión de nuestro mensaje, deberemos diseñar una estrategia que los incluya a todos y que los emplee del modo correcto.

#### BIBLIOGRAFIA

BENAYAS, Javier y Clara Barroso (1995): *Conceptos y fundamentos de la educación ambiental*, Instituto de Investigaciones Ecológicas, España, pág. 44.

UNESCO (1975): Informe final del Seminario de Educación Ambiental de Belgrado. Unesco. París.

ALONSO, Helene (2003): Claves para pensar la educación ambiental”, Revista Zoológica Latinoamericana, Buenos Aires Zoo, p. 16 – 18.