

Lineamientos de educación ambiental

“La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental”



Comisión Intersectorial de
Educación Ambiental 2023



SECRETARÍA DE
AMBIENTE

BOGOTÁ



Contenido

<i>Presentación</i>	1
<i>Introducción</i>	3
<i>Contexto</i>	4
Entidades, oficinas de comunicaciones	5
Medios alternativos	6
<i>Componente normativo</i>	6
Enfoques de política pública (Resolución 2045 de 2017)	10
<i>Componente conceptual</i>	11
<i>Lineamientos generales</i>	23
<i>Bibliografía</i>	25
Anexo 1. Entidades	28
Anexo 2. Medios alternativos	33
Anexo 3. Elementos de evaluación	39



Directivos

Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá

Fabián Ricardo Pertuz Peña

Director Gestión Ambiental del Sistema Hídrico

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico

Inirida Morales

Asesora Dirección General

Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis

Tania Elena Rodríguez Angarita

Subdirectora Educativa y Cultural

Secretaría Distrital de Salud

Marcela Martínez Contreras

Subdirectora de Acciones Colectivas

Secretaría Distrital de Gobierno

Camila Cortés Daza

Directora para la Gestión Policial

Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos

Fabián Humberto Fajardo Restrepo

Subdirector Técnico y de Aprovechamiento

Universidad Distrital Francisco José de Caldas

Wilmar Darío Fernández Gómez

Decano Facultad del Medio Ambiente y Recursos Naturales

Secretaría de Educación del Distrito

Yulieth Marcela Bautista Macía

Directora de Educación Preescolar y Básica

Secretaría Distrital de Ambiente

Alix Montes Arroyo

Jefe Oficina de Participación, Educación y Localidades



Delegados de la Unidad Técnica de Apoyo (UTA)

Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá

Jaime Alberto Hernández Acero

Dirección Gestión Ambiental del Sistema Hídrico

Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis

Patricia Alexandra Velasquez Bernal

Subdirección Educativa y Cultural

Secretaría Distrital de Salud

Oscar Mauricio Fernández Cantor

Subdirección de Determinantes en Salud

Secretaría Distrital de Gobierno

Alfonso Moreno Buitrago

Dirección para la Gestión Policial

Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos

Ivonne Melisa Méndez Corredor

Subdirección de Aprovechamiento

Universidad Distrital Francisco José de Caldas

Luz Fabiola Cárdenas Torres

Facultad del Medio Ambiente y Recursos Naturales

Secretaría de Educación del Distrito

Yeinson Fernando Cerquera Mojoco

Erick Yadier Alonso Álvarez

Dirección de Educación Preescolar y Básica

Secretaría Distrital de Ambiente

Rosa Angela Salamanca Camargo

Oficina de Participación, Educación y Localidades

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (IDEP)

Francy Milena López García

Subdirección Académica

Edición

Rosa Ángela Salamanca Camargo

Revisión editorial

Laura Rodríguez Mejía



Presentación

Para dar respuesta a los resultados y, en particular, al producto 1.1.2. "Lineamientos y metodologías por estrategia de educación ambiental, teniendo en cuenta los enfoques de políticas públicas y validados en la Comisión Intersectorial de Educación Ambiental", del Plan de Acción de la Política Pública Distrital de Educación Ambiental, avalada por el Conpes D. C. de diciembre de 2019, la Comisión Intersectorial de Educación Ambiental (Cidea) elaboró, para la vigencia 2023, los lineamientos para la estrategia de educación ambiental "Comunicación y divulgación".

Teniendo en cuenta lo mencionado, así como el trabajo y los aportes desarrollados por diferentes actores en el marco de las acciones de educación ambiental y comunicación en el Distrito, y en aras de fortalecer y cualificar los procesos de comunicación y divulgación que contribuyen a la generación de conocimiento y, por ende, a la mejora en la toma de decisiones relacionadas con la gestión ambiental en Bogotá, se proponen estos lineamientos, que responden a las dinámicas de las comunidades, los enfoques de política (Resolución 2045 de 2017¹) y las realidades ambientales de Bogotá.

El documento cuenta con un componente normativo que expone las principales normas que soportan el desarrollo de la comunicación y divulgación en el país y el Distrito; con un componente de contexto donde se relacionan las principales acciones adelantadas desde la institucionalidad y demás actores que implementan la estrategia; un apartado conceptual que define los principales componentes de la educación ambiental, y de la comunicación en particular, con énfasis en la teoría de la comunicación para el desarrollo, y los lineamientos que contienen los principales criterios que se deben tener en cuenta para la puesta en marcha de esta estrategia en el Distrito Capital.

¹ Por la cual se adopta la guía para la formulación e implementación de las políticas públicas del Distrito Capital.

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.





Introducción

La Política Pública Distrital de Educación Ambiental (PPDEA) (Decreto 675 de 2011), que tiene como objetivo “*consolidar una ética ambiental en el Distrito capital, que coadyuve a la mejora de las condiciones ambientales de la ciudad, y que redunde, por lo tanto, en la calidad de vida de quienes transitan, disfrutan y habitan en ella*”, establece, en su capítulo IV, artículo 9, siete estrategias de educación ambiental que deben ser promovidas en el marco del contexto ambiental del Distrito.

Para el caso del presente documento, en consonancia con una de las estrategias definidas en el capítulo IV del Decreto 675, denominada *comunicación y divulgación*, se indaga por los procesos llevados a cabo a nivel distrital, y se consolidan aportes para el desarrollo de la misma.

Es importante resaltar, que desde la Política Nacional de Educación Ambiental (PNEA) se contempla la estrategia “*diseño, implementación, apoyo y promoción de planes y acciones de comunicación y divulgación*” concebida para apoyar y desencadenar procesos de participación ciudadana en los asuntos ambientales. Igualmente, se indica que la intención educativa de la comunicación debe estar orientada a contribuir en la formación de comunidades críticas y responsables frente al manejo del ambiente, que se traduzca en una relación nueva de los individuos y de los colectivos entre sí y con su entorno. Este debe permitir el acceso ágil y oportuno a la información y posibilitar las instancias de diálogo entre los diferentes actores del SINA, desde sus competencias y responsabilidades y teniendo en cuenta los diversos escenarios de proyección de su quehacer en el campo de lo ambiental y lo educativo ambiental (PNEA, 2002).

Por ello, después de revisar la información primaria y secundaria, relacionada con la implementación de la comunicación y divulgación como una estrategia de educación ambiental, y de consolidar los aportes de algunos de los actores que comunican y divulgan en el distrito, se propone que esta estrategia responda a las necesidades, intereses y realidades de los habitantes de la ciudad, donde a través de un diálogo fluido entre aquellos que generan los contenidos y canales para comunicar y quienes reciben dichos contenidos, se propenda por la generación de conocimiento, la formación en valores y el desarrollo de acciones que lleven al reconocimiento, cuidado y protección de los escenarios y situaciones ambientales del Distrito.

La Comisión Intersectorial de Educación Ambiental (Cidea), en respuesta al producto n.º 1.1.2., “*Lineamientos y metodologías por estrategia de educación ambiental, teniendo en cuenta los enfoques de políticas públicas y validados en la Comisión Intersectorial de*



Educación Ambiental", del PPDEA, de manera conjunta con las entidades participantes, elaboró los lineamientos para la estrategia de educación: *Comunicación y divulgación*.

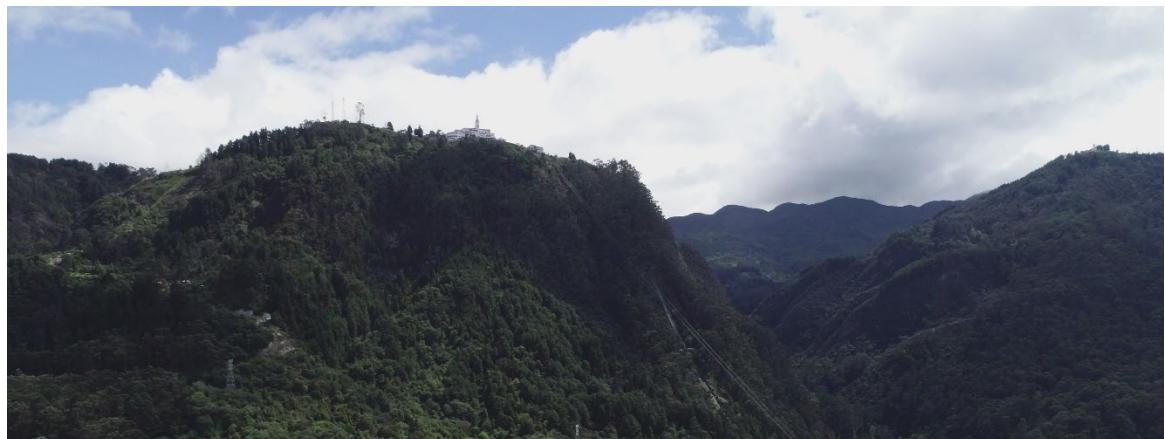
El presente documento determina los lineamientos generales para la estrategia enunciada, que tiene como objetivo:

definir orientaciones generales para llevar a cabo la comunicación y divulgación como estrategia de educación ambiental en el marco de un componente formativo, direccionado a la construcción de conocimiento de manera colectiva frente a las realidades ambientales y territoriales de Bogotá D. C.

La aplicación de los lineamientos estará sujeta a las dinámicas y competencias de cada una de las entidades que implementan procesos de educación ambiental en el Distrito, al igual que aquellas que a través de sus canales, medios y/u oficinas de comunicaciones contribuyen al incremento del conocimiento ambiental en la ciudad.

Contexto

Para el desarrollo de la estrategia de comunicación y divulgación del Distrito, se cuenta con información de los instrumentos elaborados para la recolección de datos, aplicados entre los meses de abril y mayo de 2023, en los que participaron las oficinas de comunicaciones de las entidades distritales, medios alternativos de comunicación y docentes que lideran canales de comunicación en instituciones educativas. Igualmente, se contó con un instrumento dirigido al público en general, publicado en la página web de la SDA. En total se contó con la participación de 89 personas, que diligenciaron los instrumentos propuestos, 25 correspondientes a medios alternativos, 15 a entidades y 49 al público en general.





Entidades, oficinas de comunicaciones²

Las entidades perciben la **comunicación** como una herramienta con la cual se intercambia y se accede a información, para incluir al aumento de conocimiento, la mejora y la visibilización de los procesos estratégicos de las entidades, enfocándose, principalmente, en dar a conocer la misionalidad de la entidad y los temas relevantes en la implementación de las políticas públicas distritales, en el marco de la visión y misión de estas. Con relación a la **divulgación**, la relacionan con las formas de salida de la información a través de los canales disponibles por cada una de las entidades.

El principal objetivo es dar a conocer, socializar y visibilizar las funciones misionales, encaminadas a fortalecer la imagen institucional.

Con relación a las oficinas de comunicaciones de las entidades, la información que se comunica responde a temas, procesos estratégicos y campañas propias de cada una, y propende por el reconocimiento de las mismas y el aumento del conocimiento de la población. Esta información la dan a conocer a través de los canales disponibles, que pueden ser físicos, virtuales, digitales o presenciales.

La información principalmente va dirigida a grupos etarios entre los 18 y los mayores de 60 años, pertenecientes a la comunidad en general, y a la población escolarizada. Es de resaltar que eso depende de la misionalidad de cada entidad, como en el caso de la Secretaría de Educación, donde el grupo focal comprende desde la primera infancia hasta los adolescentes.



² Secretaría Distrital de Ambiente, Jardín Botánico de Bogotá, Secretaría de Educación del Distrito, Secretaría Distrital de Hábitat, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA), Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (IDEP), Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá (EAAB), Secretaría Distrital de Salud, Instituto Distrital de Gestión de Riesgos y Cambio Climático (Idiger), Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP), Instituto Distrital de Recreación y Deporte, Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.



Dentro de las características presentes al momento de generar contenidos, las entidades destacan que debe presentarse en un lenguaje claro, sencillo, veraz, entendible, atractivo, incluyente y diferencial, que involucre diferentes grupos poblacionales. Además, propendan por fortalecer procesos de sensibilización ambiental que incidan en las transformaciones culturales en favor del cuidado del ambiente.

Con relación a los canales y recursos utilizados, las redes sociales, las páginas web y los correos electrónicos son los más utilizados. En cuanto a recursos, los más empleados son las piezas gráficas y el material audiovisual (ver anexo 1).

Medios alternativos

Con relación a los medios alternativos, se contó con la participación de 25 personas, pertenecientes a medios y a instituciones educativas del distrito que manejan canales de comunicación como emisoras, periódicos y blogs, entre otros.

Los medios participantes, en su gran mayoría, tienen entre 3 y 10 años de funcionamiento. Sus principales usuarios son población escolarizada y comunidad en general, que oscilan entre las edades de 14 a 17 años y de 18 a 59 años.

Con relación a la información que se comunica y/o difunde, sobresale lo referido a programas, proyectos o campañas de interés común; promoción de eventos de educación ambiental, y socialización de recursos pedagógicos y acciones referidas al calendario ambiental. Los canales más usados para difundir la información incluyen las redes sociales, seguidas de las páginas web y el correo electrónico, a través de piezas gráficas, material audiovisual y contenido escrito.

Dentro de las características que se tienen en cuenta para la producción de los contenidos sobresalen la veracidad, la innovación, la claridad en el lenguaje. Igualmente, velan porque estos sean de interés para la comunidad, aporten a la comprensión de los problemas ambientales y brinden herramientas para la generación de acciones transformadoras que incidan en el cuidado del ambiente (ver anexo 2).

Componente normativo

La estrategia de comunicación y divulgación se encuentra concebida como una estrategia de educación ambiental desde la PNEA, "diseño, implementación, apoyo y promoción de planes y acciones de comunicación y divulgación" y desde la PDEA, en el artículo 9, el cual establece que la Comisión Intersectorial de Educación Ambiental

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



promoverá y adoptará las estrategias planteadas en la PNEA, dentro de las cuales se encuentra la de "comunicación y divulgación". A continuación, se relacionan las normas que dan sustento al desarrollo de los lineamientos de esta estrategia.



Norma	Descripción
Constitución Política Nacional	Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.
Ley 1549 de 2012	<p><i>Artículo 2. Acceso a la educación ambiental.</i> Todas las personas tienen el derecho y la responsabilidad de participar directamente en procesos de educación ambiental para apropiar los conocimientos, saberes y formas de aproximarse individual y colectivamente a un manejo sostenible de sus realidades ambientales, a través de la generación de un marco ético, que enfatice en actitudes de valoración y respeto por el ambiente.</p> <p><i>Artículo 9. Fortalecimiento de las estrategias a las que hace referencia la Política Nacional de Educación Ambiental.</i> Todos los sectores e instituciones que conforman el Sistema Nacional Ambiental (SINA), deben participar técnica y financieramente, en a) el acompañamiento e implementación de los PRAE, de los Proyectos Ciudadanos y Comunitarios de Educación Ambiental (Proceda), y de los Comités Técnicos Interinstitucionales de Educación Ambiental (Cidea); estos últimos, concebidos como mecanismos de apoyo a la articulación e institucionalización del tema y de cualificación de la gestión ambiental del territorio, y b) En la puesta en marcha de las demás estrategias de esta política, en el marco de los propósitos de construcción de un proyecto de sociedad ambientalmente sostenible.</p>
Política Nacional de Educación Ambiental	Estrategia 5. Diseño, implementación, apoyo y promoción de planes y acciones de comunicación y divulgación. Reto 5. 1. Fortalecer las unidades de comunicación en las entidades y organizaciones que trabajan en ambiente y en educación ambiental. Promover una forma de comunicación institucional con una clara intención pedagógica, y que reconozca las diferencias culturales, regionales y étnicas.
Decreto 675 de 2011	Artículo 4. Numeral 3. 2. Programa Bogotá Ambiental y Comunicativa. a). Fomentar campañas dirigidas a la restauración ecológica, conservación, concientización y promoción del patrimonio natural y a la recuperación de culturas ancestrales (especialmente de la cultura Muisca) del Distrito Capital. b). Articular y establecer acuerdos o alianzas de gestión con medios de comunicación masiva y alternativa que promuevan las estrategias e instancias de educación ambiental, contempladas en esta política.



	<p>Artículo 9. Estrategias de educación ambiental. Para garantizar la implementación de la Política Pública Distrital de Educación Ambiental (PPDEA), la Cidea distrital promoverá y adaptará las estrategias planteadas en la Política Nacional de Educación Ambiental y las que se generen de las dinámicas locales o distritales, como Proyectos Ambientales Escolares (PRAE), Procesos Comunitarios de Educación Ambiental (Proceda), Servicio Social Ambiental, procesos de formación a dinamizadores ambientales, aulas ambientales, ethoeducación y comunicación y divulgación, sobre las cuales se construirán los criterios de acuerdo con el contexto ambiental de Bogotá.</p>
Conpes 13 - 2019. Plan de Acción de la Política Pública Distrital de Educación Ambiental	A través del documento del Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital (Conpes) 13, se aprueba el Plan de Acción de la Política Pública Distrital de Educación Ambiental, el cual, dentro de su producto 1. 1. 2. Lineamientos y metodologías por estrategia de educación ambiental, teniendo en cuenta los enfoques de políticas públicas y validados en la Comisión Intersectorial de Educación Ambiental, comina a la Cidea a elaborar los lineamientos de las diferentes estrategias contempladas en el Decreto 675 de 2011. Para la presente vigencia, contempla la construcción de los lineamientos relacionados con la estrategia de caminatas ecológicas, relacionada en el Producto 3. 1. 1. Estrategia de Caminatas Ecológicas y Urbanas.
Ley 1978 de 2019 Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones	Artículo 3. Numeral. 7. El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC. En desarrollo de los artículos 16, 20 y 67 de la Constitución Política el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, el libre desarrollo de la personalidad, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente, el Estado establecerá programas para que la población pobre y vulnerable incluyendo a la población de 45 años en adelante, que no tengan ingresos fijos, así como la población rural, tengan acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet, así como la promoción de servicios TIC comunitarios, que permitan la contribución desde la ciudadanía y las comunidades al cierre de la brecha digital, la remoción de barreras a los usos innovadores y la promoción de contenidos de interés público y de educación integral. La promoción del acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas se hará con pleno respeto del libre desarrollo de las comunidades indígenas, afrocolombianas, palenqueras, raizales y Rrom.



Además de estas normas y teniendo presente que los lineamientos corresponden a uno de los productos del Plan de Acción de la PPDEA, a continuación, se relacionan los enfoques definidos en la guía para la formulación e implementación de las políticas públicas del distrito capital.

Enfoques de política pública (Resolución 2045 de 2017)

Los enfoques se entienden como la forma de dirigir la atención o el interés hacia un asunto para lograr una mayor comprensión de las realidades, situaciones y necesidades sociales, que permita al Estado dar respuestas pertinentes (Secretaría Distrital de Planeación, 2019).



Es importante precisar que los enfoques se abordarán siguiendo los derechos humanos para posibilitar la participación de las diversas expresiones de la ciudadanía en equidad e igualdad de condiciones. De esta manera, y teniendo presente que los lineamientos planteados forman parte de uno de los productos del Plan de Acción de la PPDEA, a continuación, se propone el modo en que se involucran los enfoques propuestos en el desarrollo de la estrategia de comunicación y divulgación.

Derechos: cualquier ciudadano podrá tener acceso a los procesos a través de la comunicación y la divulgación, de acuerdo con la metodología que defina cada organización.

Diferencial: las orientaciones generadas contarán, en su implementación, con la inclusión de diferentes grupos poblacionales, étnicos y etarios. Dependiendo de esto, se definirán acciones diferenciales para su desarrollo. Dentro de las categorías que deben tenerse en cuenta para el abordaje de dicho enfoque están el transcurrir vital (infancia y adolescencia, juventud, adultez y vejez); las orientaciones sexuales e identidades de género; los grupos étnicos (índigenas, raizal, Rrom, afrodescendientes y palenqueros), y la situación o condición.

Territorial: la información que se dará, independiente del medio definido para tal fin, partirá de las realidades ambientales presentes en las diferentes zonas tanto del área urbana como rural. Asimismo, para la implementación de estos, se contemplará el contexto territorial referente a los territorios ambientales de la ciudad. Para el abordaje



de dicho enfoque se tendrán en cuenta, en los casos que aplique, los siguientes componentes: jurisdicción, segregación socioespacial, ciudad urbana y rural, ciudad-región y ciudad-región global.

Ambiental: las temáticas abordadas propenderán por generar espacios de intercambio de saberes y valores, concertación y generación de conocimiento, que contribuirán a la conciencia ecológica, la conservación del capital natural de la ciudad y la promoción de comportamientos responsables con el ambiente. El desarrollo de este enfoque se enmarca en los objetivos ambientales estipulados en el Plan de Gestión Ambiental (PGA) y las diferentes políticas ambientales como la de biodiversidad y de humedales.

Género: se propenderá porque la participación de los habitantes en el desarrollo de la estrategia sea equitativa entre mujeres, hombres y población LGBTIQ+.

Enfoque poblacional: la información suministrada a través de la estrategia estará direccionada a atender diferentes grupos poblacionales, definidos en las siguientes categorías: ciclo vital y generacional (primera infancia, infancia y adolescencia, juventud, persona mayor); condición y situación (personas con discapacidad, víctimas del conflicto), e identidad y diversidad (población étnica).

Componente conceptual

Para comenzar, es imprescindible retomar algunos de los conceptos relacionados con los procesos de educación ambiental con base en una perspectiva sistémica del ambiente, que, dicho de otro modo, se presenta como una alternativa epistemológica para entender y resignificar las relaciones entre la sociedad y la naturaleza, opuesta a la perspectiva reduccionista de la realidad, donde esta palabra es concebida como la suma de las partes del orden ecosistémico.

De esta manera, se recuerda que el **ambiente**, en el marco de una visión sistémica, es:

un conjunto dinámico de relaciones entre elementos sociales y naturales que interactúan de manera permanente y producen cambios en las condiciones previas existentes en un lugar y momento determinado. Las interacciones entre los seres humanos y la naturaleza dan lugar a ciertos hechos ambientales que pueden ser positivos o negativos (constituirse en problemas ambientales) en función de los resultados y los procesos en curso (Tréllez, 2004).

Asimismo, Leff (2010) afirma que las concepciones sistémicas sobre el ambiente se encuentran en un proceso de amplio desarrollo desde hace varios años, al sustituir las



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



definiciones generales del pasado, que establecían básicamente que el ambiente es simplemente "todo lo que nos rodea". Actualmente, hay numerosas aproximaciones a la definición sistémica del ambiente como una concepción dinámica cuyos elementos básicos son una población humana (las personas y sus diferentes maneras de organización, más todo lo producido: cultura, ciencia, tecnología, etc.), un entorno geográfico con elementos naturales (todo lo que existe en la naturaleza) y una infinita gama de interacciones entre ambos elementos. Para completar el concepto, hay que considerar, además, un espacio y tiempo determinados en los cuales se manifiestan los efectos de estas interacciones con el objetivo de acercarnos a la construcción del nuevo saber ambiental.

A su vez, Reigota (1995) considera que el ambiente no solo es un concepto científico, sino una representación social que expresa el sentido común que se tiene sobre un tema determinado. Por lo tanto, este puede incluir los preconceptos, prejuicios, ideología personal y marcas específicas de la actividad que realiza cada persona. Las representaciones sociales son construcciones simbólicas que se crean y recrean en el curso de las interacciones sociales y conforman un conjunto de principios construidos y compartidos por diferentes grupos que comprenden y transforman la realidad.

Por último, Ángel (1996) afirma que el ambiente nos conduce al conocimiento y estudio de las leyes que rigen la estructura y funcionamiento del ecosistema y cómo se establecen las relaciones sociales y la manera en que interactúan estos dos sistemas. De esta forma, considera que los problemas ambientales no pueden ser entendidos sin analizar los sistemas sociales y simbólicos, ni que los sistemas culturales puedan ser comprendidos adecuadamente sin tener en cuenta la manera en que son acorralados por los problemas ambientales que ellos mismos suscitan (Ángel, 2013). En este contexto, el autor entiende lo ambiental como la interacción que se establece entre el ecosistema y la cultura (Bermúdez, 2016).

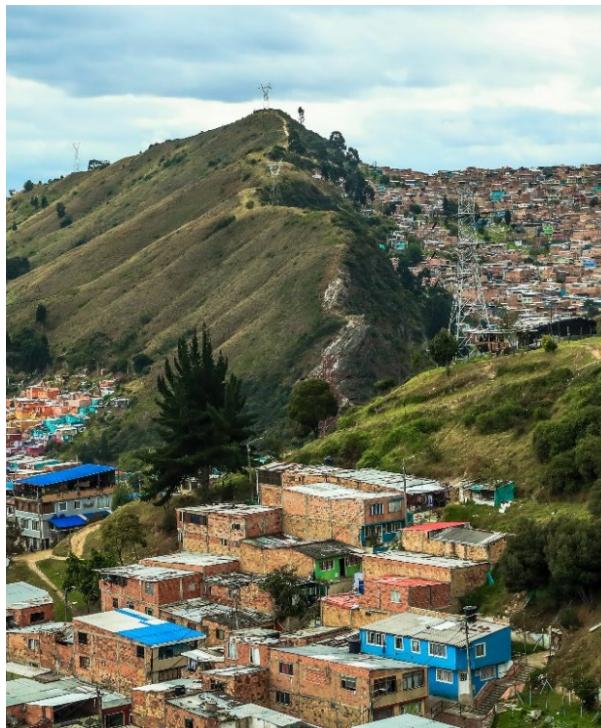
Partiendo de lo anterior, y reconociendo los preceptos dados por diferentes pensadores latinoamericanos con relación al desarrollo de los procesos de educación ambiental, se conciben las realidades o situaciones ambientales como un sistema donde interrelacionan elementos naturales, sociales, políticos, económicos, geográficos y culturales, que abarcan los diferentes componentes y variables presentes.



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



Educación ambiental



Para Sauve (1999), la educación ambiental ha sido reducida a una herramienta o actividad puntual orientada a solucionar problemáticas del entorno biofísico y vinculada a la adquisición de conocimientos sobre la naturaleza, que da muy poco espacio al desarrollo de competencias éticas, críticas y estratégicas. Por lo tanto, se requiere una nueva narrativa del ambiente y la educación con respecto a este, a partir de la que se tejan relaciones complejas entre la sociedad y la naturaleza.

En este sentido, y con relación al papel que se le ha dado a la educación ambiental para solucionar problemáticas ambientales, Breiting (1997) sostiene que el término "problemática" remite a la

dimensión social del ambiente, puesto que estas son siempre humanas —de los individuos, los grupos o las sociedades—, no de la naturaleza; es decir, no hay problemas puramente ecológicos o técnicos sino, básicamente, sociales.

En otras palabras, las problemáticas son controversias y confrontaciones de los diversos grupos sociales que viven en una sociedad. En esta línea, la educación ambiental se ocupa de analizar la forma en que las personas se relacionan entre sí —relaciones económicas, sociales, políticas y culturales— para disponer de los recursos que la naturaleza provee, así como de la manera en que se conectan con otros seres vivos.

Esencialmente, el autor propone que la educación ambiental es social y prioriza conceptos filosóficos, políticos y culturales como autonomía, ciudadanía y justicia social. De esta manera, entiende que se trata una educación política "que apunta hacia la participación de los ciudadanos en la búsqueda de alternativas y soluciones a los graves problemas ambientales locales, regionales y globales". A la vez, afirma que la autonomía, la ciudadanía y la justicia social no son metas por conquistar en un futuro distante, sino que deben construirse en las prácticas y relaciones educativas, sociales y afectivas cotidianas.



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



Así las cosas, y según lo dispuesto en la Carta de Bogotá, las soluciones concretas a las problemáticas ambientales dependen, en última instancia, de una nueva capacidad organizativa de la sociedad en su conjunto, basada en los valores culturales de las comunidades, la creatividad popular y el potencial innovativo. Estas soluciones no pueden darse fuera del marco de una voluntad política que rompa con la dependencia económica, ideológica y tecnológica y proporcione las condiciones para una gestión participativa y democrática de los recursos (Carta de Bogotá en Maya, 2015).

En el ámbito nacional, según la Ley 1549 de 2012, se concibe la educación ambiental como un proceso dinámico y participativo orientado a la formación de personas críticas y reflexivas, con capacidades para comprender las problemáticas ambientales de sus contextos (local, regional y nacional), así como para participar activamente en la construcción de apuestas integrales (técnicas, políticas, pedagógicas y otras), que apunten a la transformación de su realidad en función del propósito de construcción de sociedades ambientalmente sostenibles y socialmente justas.

A continuación, se relacionan varios conceptos presentados por la PNEA y la PDEA y académicos de Latinoamérica y del país:

La educación ambiental es concebida como el proceso que le permite al individuo comprender las relaciones de interdependencia con su entorno, a partir del conocimiento reflexivo y crítico de su realidad biofísica, social, política, económica y cultural (PNEA, 2002).

La educación ambiental [...] es una educación integradora, multitemática y teórico-práctica, dirigida al pensamiento crítico y la acción. Busca la construcción colectiva del conocimiento y se orienta al diseño y la construcción conjunta de futuros alternativos (Tréllez, 2010).

La educación es un derecho humano fundamental, un factor decisivo del desarrollo sostenible, la paz, la estabilidad, el crecimiento socioeconómico y la cohesión mundial (Declaración Mundial de la Educación para Todos - Foro Mundial de Educación, 2000).

Para el caso del Distrito, y en el marco del Plan de Acción de la PPDEA (Conpes 13 de 2019), la educación ambiental se plantea como un modelo de desarrollo humano integral que propende por una formación en valores, contextualizada, territorial, sistémica, participativa, activa e incidente en la transformación de situaciones ambientales en los



territorios del Distrito, a través de espacios de reflexión, intercambio de saberes, concertación, planeación y desarrollo de acciones que redunden en el mejoramiento de las condiciones ambientales de Bogotá.

Por su lado, y en el marco del presente documento, la **comunicación y divulgación**, entendidas como una estrategia de educación ambiental, deben responder a las necesidades, intereses y realidades de los habitantes de la ciudad, donde a través de un diálogo fluido entre aquellos que generan los contenidos y canales para comunicar y aquellos que reciben dichos contenidos, se propenda por la generación de conocimiento, la formación en valores y el desarrollo de acciones que lleven al reconocimiento, cuidado y protección de los escenarios y situaciones ambientales del distrito.

En el marco de la estrategia, la comunicación y la divulgación responden a las siguientes características:

- *Participativa*. Los contenidos, canales y medios utilizados para el desarrollo de la comunicación y divulgación deben velar por la participación de los diferentes grupos poblacionales, respondiendo a las necesidades e intereses de los habitantes de la ciudad.
- *Constructivista*. Brindan escenarios de diálogo, donde a través del conocimiento y saberes propios de las comunidades participantes, se responde colectivamente a las realidades identificadas por la población o el grupo objetivo.
- *Contextual*. Los temas y la información a comunicar responderán a las realidades ambientales y territoriales del Distrito.
- *Axiológica*. Velar por la formación en valores de la ciudadanía, de tal manera que incida en los cambios proambientales esperados para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del Distrito, en el marco de un bien común.

Comunicación y educación

Según lo estipulado por Kaplún (1998), a cada tipo de educación corresponden una concepción y una práctica de comunicación. El autor retoma los modelos de la educación propuestos por Díaz, Bordenave:



Modelos Exógenos →
(educación = objeto)

1. Educación que pone el énfasis en los *contenidos*
2. Educación que pone el énfasis en los *efectos*

Modelo Endógeno →
(educando = sujeto)

3. Educación que pone el énfasis en el *proceso*

Los dos primeros modelos se denominan exógenos porque están planteados desde fuera del destinatario, como externos a él: el educando es visto como objeto de la educación, mientras que el modelo endógeno parte del destinatario: el educando es el sujeto de la educación. Cada uno pone el énfasis en un objetivo distinto; esto es, que acentúa o da prioridad a ese aspecto. No es que prescinda radicalmente de los otros dos, pero se centra y privilegia al que le es propio.

1. Énfasis en los contenidos: corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la élite «instruida» a las masas ignorantes.
2. Énfasis en los efectos: corresponde a la llamada «ingeniería del comportamiento» y consiste esencialmente en «moldear» la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos.
3. Énfasis en el proceso: destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y las comunidades. No se preocupa tanto por los contenidos que van a ser comunicados ni por los efectos en término de comportamiento, sino de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad (del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social).

Con relación al término de comunicación, a lo largo de la historia han coexistido dos formas de entenderla:

1. Acto de informar, de transmitir, de emitir. Verbo: COMUNICAR.
2. Diálogo, intercambio; relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad. Verbo: COMUNICARSE.

En realidad, la más antigua de estas acepciones es la segunda.



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



La comunicación deriva de la raíz latina *communis*: poner en común algo con otro, es la misma raíz de comunidad, de comunión; expresa algo que se comparte, que se tiene o se vive en común.

Calvelo, en su artículo "El Modelo de Interlocución: un Nuevo Paradigma de Comunicación", expone varias denominaciones y concepciones del término comunicación:

Puede definirse la comunicación como el proceso de producción, conservación y reproducción de mensajes, pero esta será una definición meramente operacional.

la comunicación como el proceso de intercambio de signos destinados a la convivencia entre seres humanos, pero esta definición es válida sobre todo en el caso de la comunicación interpersonal.

la comunicación como la trama supraestructural de signos que, intercambiados, permiten a las personas convivir en sociedad, pero esta definición no nos dice mucho sobre los procesos mismos de producción y reproducción de los signos.

la comunicación como el proceso que, a través de la creación e intercambio de signos, reproduce o modifica los valores de una sociedad, pero esta definición no abarca todos los elementos del proceso comunicativo.

Aparicio (2016), a través de su minuciosa revisión bibliográfica sobre la conceptualización de la comunicación ambiental como un campo emergente, analizó los planteamientos de los autores, en su mayoría hispanoamericanos, y abstrajo cinco perspectivas desde las cuales se observa la comunicación: ontológica, epistemológica, axiológica, estructural y práctica. Estas, en su conjunto, involucran una visión integral del fenómeno comunicativo, focalizado en "la compleja relación entre el sujeto, la sociedad y las formas de mutua interacción".

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN EN FUNCIÓN DE PERSPECTIVAS

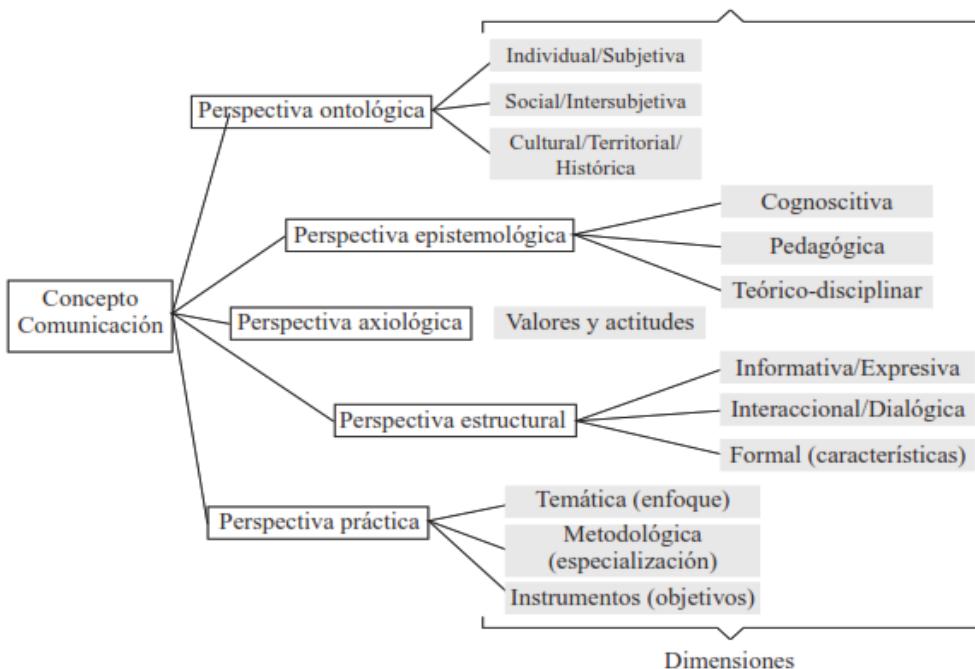


Figura. 2. Dimensiones de la comunicación en función de perspectivas
Fuente: tomado de Aparicio (2016).

La figura 2 permite visualizar en conjunto una noción de comunicación que involucra, desde una perspectiva ontológica, un sustrato del ser social e individual, que es formador de cultura y de cosmovisiones; que refiere, desde una perspectiva epistemológica, a procesos relativos al conocimiento; que desde lo axiológico incluye a los valores y las actitudes; que abarca en lo estructural a los componentes y las funciones del campo, y que, con base en una perspectiva práctica, define a la comunicación en función de su aplicación (Aparicio, 2016).

Por último, es importante enunciar la interrelación entre los campos de educación y comunicación, denominada **educomunicación**, donde expertos latinoamericanos convocados por UNICEF, UNESCO y el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística(CENECA) acordaron:

la educomunicación incluye, sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la



formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad (CENECA/Unicef/Unesco, 1992).

Mario Kaplún, en su libro *Una pedagogía de la comunicación* afirma que la educomunicación:

«(..) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación —redes de interlocutores, próximos o distantes— para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas» (Kaplún, 1998, p. 244).

Barbas (2012) habla sobre el carácter dialógico de la educomunicación, y resalta que tendría como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados. Esto supone considerar, en primer lugar, la naturaleza colaborativa y participativa de la educomunicación; en segundo lugar, sus posibilidades creativas y transformadoras, y, en tercer lugar, los medios y códigos a través de los que se establece el proceso educomunicativo.

1. Naturaleza colaborativa y participativa de la educomunicación. La educomunicación pone el acento en el intercambio de los participantes a través de la puesta en acción de su capacidad para el diálogo, es decir, mediante su participación activa en el proceso. Esto nos lleva a establecer la horizontalidad y la igualdad como condiciones esenciales e imprescindibles para su práctica. Este modelo resalta el carácter democrático de la educación-comunicación donde las intervenciones de los participantes deben situarse en planos simétricos.

2. Posibilidades creativas y transformadoras de la educomunicación. La educomunicación concibe el aprendizaje como un proceso creativo donde solo es posible la construcción de conocimientos a través del fomento de la creación y la actividad de los participantes. El conocimiento no es algo dado o transmitido sino algo creado a través de procesos de intercambio, interacción, diálogo y colaboración. La educomunicación debe favorecer este tipo de dinámicas de aprendizaje donde la creatividad es, al mismo tiempo, objetivo y método en procesos de análisis y experimentación permanente.



3. El uso de los medios en el proceso educomunicativo. Todo acto de educación-comunicación se produce a través de una serie de significados culturales compartidos por los participantes. En este sentido, los códigos lingüísticos, que nos permiten expresarnos a través del lenguaje verbal, son los medios en la relación entre pensamiento y mundo y estos, una vez compartidos y socializados, convierten a la comunicación —entendida ahora como auténtico diálogo— en el medio entre individuos y sociedad. El lenguaje es a la relación entre pensamiento y mundo lo que la comunicación y el diálogo son a la relación entre individuos y sociedad, esto es, el medio (Barbas, 2012).

Comunicación ambiental

Desde una dimensión pedagógica la comunicación ambiental permite adquirir conocimientos básicos y aprender a buscar las informaciones pertinentes para mejorar la comprensión de los fenómenos y de las problemáticas ambientales con el fin de emitir diagnósticos y tomar decisiones acertadas, formando a los individuos para propiciar el cambio de actitudes, valores, prácticas y comportamientos respecto del manejo de los ecosistemas (Aparicio, 2016).

La comunicación ambiental va más allá de una comunicación con contenidos de asuntos ambientales, comparte el objeto de la educación ambiental, definido por Sauvé (2003) como el desarrollo óptimo de las personas y los grupos sociales en su relación con el medio de vida. A su vez, surge de una visión de complejidad y privilegia la noción de la comunicación como espacio para la transformación sociocultural (Aparicio, 2016).

La comunicación para el desarrollo

"Si lo Oigo me Olvido, si lo Veo me Acuerdo, si lo Hago lo Aprendo"
Calvelo

En el marco de la construcción de la estrategia de educación ambiental Comunicación y Divulgación, y retomando las concepciones sobre la influencia de la comunicación en los procesos de transformación social, que son los pilares para el cambio de comportamientos en el relacionamiento con el ambiente de los habitantes del Distrito y para el presente documento, se tomará como referencia la teoría relacionada con la *comunicación para el desarrollo*.

El profesor Manuel Calvelo (FAO, 2015), pionero de dicha teoría define que la comunicación, como una intervención deliberada, es el elemento con mayores posibilidades para influir en el cambio social y económico. Una estrategia de desarrollo que aplica enfoques de comunicación puede revelar las actitudes silenciosas de la gente y su sabiduría tradicional, al mismo tiempo que ayuda a la gente a adaptar sus



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



perspectivas, adquirir nuevos conocimientos y habilidades, y propagar de forma masiva nuevos mensajes con un nuevo contenido social para públicos más amplios.

Por su lado, Cueto (2015) afirma que la comunicación es algo más que enviar mensajes de un emisor a un supuesto receptor y establecer un sistema de retroalimentación que solo permitirá saber si se recibió el mensaje, pero no necesariamente si lo comprendió, si lo comparte, si lo rechaza parcial o totalmente, si necesita modificarlo o si requiere otros diferentes.

De esta manera, tal como señala Calvelo, la comunicación se hace esencial para el desarrollo humano, social y económico. Es el motor y la expresión de la actividad social y la civilización. La comunicación facilita varias funciones del desarrollo: la información, la socialización, el diálogo, la participación, la expresión cultural, la educación y la capacitación, entre otros. La comunicación para el desarrollo (CpD) es un enfoque participativo que asegura que las voces y puntos de vista de todos los interesados, independientemente de su condición social, edad, género o etnia, son escuchados y reconocidos. El primer Congreso Mundial sobre la Comunicación para el Desarrollo definió la CpD como

un proceso social basado en el diálogo que utiliza una amplia gama de herramientas y métodos. Tiene que ver con buscar el cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender a fin de lograr un cambio sostenido y significativo (FAO, 2015).

Por otro lado, se afirma que todo proceso de enseñanza-aprendizaje requiere de medios de comunicación para ser llevado a la práctica como los medios interpersonales, grupales o masivos de acuerdo a las posibilidades del que enseña y a los requerimientos que plantea el universo del que aprende. Cuando se desea solamente informar, puede tener validez el modelo teórico de la información: Emisor-Medio-Receptor (E-M-R), pero este implica un flujo unidireccional y el establecimiento de una relación de dominante (E) a dominado (R), a través del uso de los medios (M). Un posible sistema de realimentación tiene como única finalidad garantizar al emisor la correcta recepción de los mensajes por el receptor. Si se desea un modelo de capacitación participativo es necesario optar por





un modelo alternativo de real comunicación. En este modelo, los mensajes intercambiados entre grupos diversos de interlocutores son el producto de una elaboración común, en los códigos del interlocutor masivo (usuario) y como respuesta a sus necesidades y requerimientos de comunicación para la educación. El modelo propuesto es el de Interlocutor-Medio-Interlocutor (IMI), en el cual la relación entre interlocutores es horizontal y democrática (Calvelo, 1998).

El profesor Calvelo (tomado de Cueto, 2007), afirma que para el desarrollo de estrategias de comunicación para el desarrollo:

- Los contenidos de los mensajes deben ser la respuesta a las necesidades reales de los receptores.
- Los códigos utilizados para construirlos deben ser comprensibles para los destinatarios y la introducción de nuevos códigos debe estar precedida por su aclaración.
- El nivel al que se tratan dichos contenidos debe, inicialmente, ser el de los receptores para incrementarlo paso a paso.
- El orden en que se crean los mensajes necesariamente tiene que corresponderse con la estructura de relato habitual y ser conocida por el mismo.
- El momento de intercambio con los usuarios tiene que ser definido por ellos en función de sus disponibilidades de tiempo y sin que perturbe sus procesos productivos o pautas sociales.
- Los instrumentos para producir los mensajes no pueden ni deben ser definidos a priori por el emisor, sino establecidos en función de los parámetros del receptor y de una óptima relación entre la inversión y los resultados.

Por último, en el marco de la estrategia abordada en el presente documento, Cueto (2007), en el desarrollo de su artículo titulado “Comunicar para conservar, estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental”, concluye que la finalidad de la educación ambiental no debe ser la adecuación de las representaciones sociales o los imaginarios colectivos de las representaciones o conocimientos científicos, sino que debe abrir múltiples posibilidades a que la información, los conocimientos y las experiencias disponibles elaboren una imagen coherente, realista y multidimensional en sus expresiones locales y globales, de la crisis ambiental por la que atravesamos. Esto quiere decir que debe estar enfocada a promover cambios individuales y colectivos y no solo a presentar la naturaleza y sus problemas como algo lejano a nosotros, sino introducir en nuestros imaginarios colectivos una nueva manera de interactuar con nuestro medio, reflejada en prácticas cotidianas más armónicas.



Lineamientos generales

A continuación, se relacionarán los principales criterios a tener en cuenta en el desarrollo de la estrategia de comunicación y divulgación. Se enuncia el propósito de los lineamientos, la población a la cual van dirigidos y los aspectos a considerar para su planeación y desarrollo.

Propósito

Establecer orientaciones generales para la comunicación y divulgación ambiental como estrategia formativa para la construcción colectiva de conocimiento sobre las realidades ambientales y territoriales de Bogotá D. C.

Población objetivo

Entidades, medios de comunicación masivos y alternativos, instituciones educativas, educadores ambientales y ciudadanos que adelanten o cuenten con programas de comunicación y divulgación.

Aspectos para tener en cuenta en el desarrollo de la estrategia

En el entendido que la comunicación se configura como una herramienta que incrementa el conocimiento, conlleva cambios e incide en las transformaciones sociales y, para el caso del presente documento, en las transformaciones ambientales, relacionadas con las realidades de los habitantes del distrito se definen los siguientes criterios para la implementación de la estrategia:

- **Contenidos.** Estos deben ser claros, acordes a la normatividad vigente (dependiendo el tema), oportunos, dinámicos, creativos y responder a las necesidades y realidades de la población objetivo. Así mismo, deben tener presente el enfoque diferencial del público a quien va dirigido en el momento de generar dichos contenidos.
- **Diálogo de saberes.** Procura generar herramientas que permitan la participación de la comunidad tanto en la elaboración de la estrategia comunicativa como en la difusión de la información, garantizando una comunicación bidireccional (interlocutor <-> mensaje <-> interlocutor) e incentivando de esta manera espacios de participación y construcción colectiva.
- **Acceso a la información.** La información debe ser actualizada, pertinente y confiable, de tal manera que le permita a la población que la recibe comprender, aportar y generar acciones que les permitan enfrentarse a las nuevas realidades de sus territorios.



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



- **Generación de conocimiento.** Que las herramientas o instrumentos utilizados sean pensados para contribuir en el incremento de los conocimientos ambientales de la ciudadanía, de tal manera que en el momento de tomar decisiones se encuentren bien informados velen por el bienestar común y sean acordes a las realidades ambientales y necesidades de la comunidad.
- **Retroalimentación.** Proponer instrumentos que le permitan a los ciudadanos que reciben la información generar espacios de análisis, crítica y discusión, sobre los temas abordados y las realidades ambientales, históricas, geográficas, culturales y económicas, entre otras, en las que se encuentran las comunidades. Tener en cuenta las experiencias y contextos de los grupos y personas que recibirán los mensajes, así como las herramientas que tienen disponibles para la interpretación de los mismos.
- Propender porque la comunicación y divulgación sea coordinada y coherente entre las diferentes entidades, organizaciones y personas que implementan la estrategia. Cuando los mensajes son contradictorios es probable que los ciudadanos se confundan y no comprendan la complejidad de las situaciones ambientales. En cambio, si trabajan de manera articulada en la elaboración de contenidos, es más probable que las personas se vean influenciadas por los mensajes y que se genere un mayor consenso sobre la necesidad de tomar medidas para actuar.
- **Evaluación.** Integrar herramientas evaluativas que permitan generar un diálogo fluido entre quienes comunican y quienes reciben la información, de tal manera que se reflexione sobre cómo esta es recibida e incide en las acciones que generan los individuos en su quehacer cotidiano, familiar, laboral y como miembros de una comunidad. En el anexo 3, se proponen algunos elementos para tener en cuenta con sus respectivos ejemplos.

Esta última recomendación se fundamenta en la idea de que la evaluación es una herramienta fundamental para identificar los logros y oportunidades de mejora de una estrategia, tomar decisiones informadas y mejorar la efectividad de cualquier proceso. La evaluación de la comunicación y divulgación permite identificar los aspectos que funcionan bien y los aspectos que pueden mejorarse.

En conclusión, la evaluación de la comunicación y divulgación es una herramienta fundamental para mejorar la efectividad de estas estrategias, pues permite recopilar información sobre la calidad de los contenidos, la adaptación a las audiencias objetivo y el impacto de las estrategias. Esta información puede utilizarse para la toma de decisiones y el mejoramiento del proceso.



Por último, recalcar que la comunicación y divulgación, al configurarse como una estrategia de educación ambiental, cuenta con el carácter procesual es un proceso continuo y permanente de comunicación y divulgación que permite:

- Mantener a las personas informadas sobre las situaciones, oportunidades, potencialidades y problemáticas ambientales de los contextos en los que habitan.
- Apropiar las problemáticas y situaciones ambientales de sus territorios.
- Promover la reflexión y el debate sobre las situaciones ambientales, con incidencia en la toma de decisiones informadas.
- Generar cambios en las actitudes y comportamientos de las personas que contribuyan en una relación armónica con los sistemas naturales.
- Participar en escenarios de interlocución ciudadana y de toma de decisiones.



Bibliografía

1. APARICIO, R. Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Comunicación y Sociedad, Nueva época*, 2016, n.º 25, enero-junio, pp. 209-235. ISSN 0188-252X.
2. BARBAS COSLADO, A. Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 2012, vol. 10, n.º 14, pp. 157-175. FahrenHouse Cabrerizos, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544618012>



3. BERMÚDEZ, O. Educación ambiental, valores y prácticas sustentables y las transformaciones globales. Bogotá: Instituto de Ciencias Ambientales, Universidad Nacional de Colombia, 2016.
4. CALVELO RÍOS, M. La pedagogía masiva multimedial. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México), 1998, vol. XXVIII, n.º 4, trimestre, pp. 197-205. Centro de Estudios Educativos, A.C., Distrito Federal, México.
5. CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CUNDINAMARCA – CAR. Plan de uso público para el desarrollo de actividades de recreación pasiva en la reserva forestal protectora bosque oriental de Bogotá. 2018.
6. CUETO, I. Comunicar para conservar: estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. PANORAMA, 2007, vol. 1, n.º 2, pp. 31-42. Politécnico Grancolombiano, Bogotá, Colombia.
7. GONZÁLEZ, E. Educación para la ciudadanía ambiental. Interciencia, 2003, 28(10), pp. 611-615. [Consulta: 6 de julio de 2020]. ISSN 0378-1844. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339/33908509>
8. GUMUCIO-DAGRÓN, A. Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. [Consulta: fecha no especificada]. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n58/v30n58a02.pdf>
9. KAPLÚN, M. Una pedagogía de la comunicación. Proyecto Didáctico Quirón, n.º 101. Madrid, España, 1998.
10. LEFF, E. Aventuras de la epistemología ambiental: de la articulación de ciencias al diálogo de saberes. México, 2006.
11. LEFF, E. Complejidad, racionalidad ambiental y diálogo de saberes. España: Centro Nacional de Educación Ambiental, 2006. [Consulta: 29 de septiembre de 2020]. Disponible en: https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2006_01eleff_tcm30-163650.pdf
12. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA. Resultados del Foro Regional Latinoamericano sobre Desarrollo Territorial, Innovación y Comunicación Rural. Desarrollo Territorial, Innovación y Comunicación Rural Hacia Un Enfoque Integrado En Apoyo A La Agricultura Familiar. 2015. Disponible en: <https://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/449011/>
13. REIGOTA, M. Meio ambiente e representação social. São Paulo: Cortez Editora, 1995.



14. SANTIAGO RIVERA, J. La problemática del ambiente, la educación ambiental y el uso didáctico de los medios de comunicación social. *Investigación y Postgrado*, 2008, 23(2), pp. 241-270. [Consulta: 5 de septiembre de 2023]. Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872008000200009&lng=es&tlang=es
15. SAUVE, L. La educación ambiental entre la modernidad y la posmodernidad, en busca de un marco normativo de referencia educativo integrado. *Tópicos de EA*, 1999, vol. 1, n.º 2, México. [Consulta: 28 de septiembre de 2020]. Disponible en: http://www.ecominga.uqam.ca/ECOMINGA_2011/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/5/2.Sauve.pdf
16. TRÉLLEZ, E. Educación ambiental comunitaria, participación y planificación prospectiva. [Consulta: fecha no especificada]. Disponible en: https://www.vocesenelfenix.com/sites/default/files/pdf/21_o.pdf



ANEXOS

Anexo 1. Entidades

Con relación a la pregunta: ¿cómo perciben desde la entidad que representa el término "comunicación"? se logró evidenciar que las entidades perciben la comunicación como una herramienta con la cual se intercambia y tiene acceso a la información, que contribuye a aumentar el conocimiento, la mejora y la visibilización de los procesos estratégicos de las entidades. Cuenta con la interacción entre dos o más personas que comparten mensajes. Se enfocan principalmente en dar a conocer la misionalidad de la entidad y los temas de relevancia en la implementación de las políticas públicas distritales todo en el marco de la visión y misión de cada una de las entidades. Manejan comunicación externa e interna.

Con relación a la pregunta, ¿cómo perciben desde la entidad que representa el término "divulgación"? coinciden las entidades en que se relaciona con las formas de salida de la información o emisión de mensajes de manera unidireccional (campañas, publicaciones, investigaciones, actividades de gestión), a través de los canales disponibles por cada una de las entidades (pueden ser físicos, virtuales, digitales o presenciales). Se enfoca en transmitir información de importancia e interés para el público.

¿Cuál es el objetivo de los procesos de comunicación y divulgación de la entidad que usted representa? Las entidades coinciden en que su principal objetivo es dar a conocer, socializar y visibilizar sus funciones misionales. Para ello, garantizan la disponibilidad de información pertinente y oportuna, con el fin de promover la gestión, los planes, los proyectos, las campañas y las actuaciones que ejecutan. También indican, como es el caso del Jardín Botánico de Bogotá, que buscan incidir en la apropiación social del conocimiento científico, a la participación de la comunidad en el cumplimiento de la misionalidad de la entidad y a la construcción de una ciudadanía ambiental informada y comprometida. Así como fortalecer la imagen institucional.

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

¿A cuál o cuáles de los siguientes grupos etarios va dirigida la estrategia de comunicación y divulgación de su entidad?

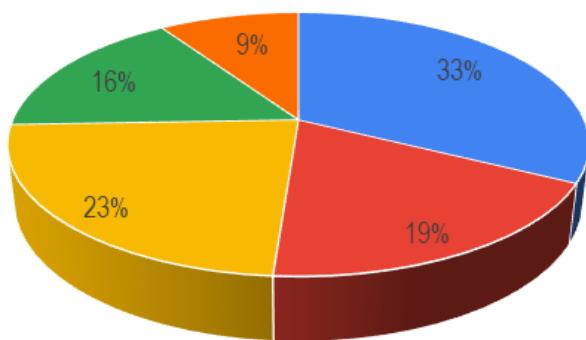


Figura 1. Grupos etarios

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.



Grupo poblacional objetivo

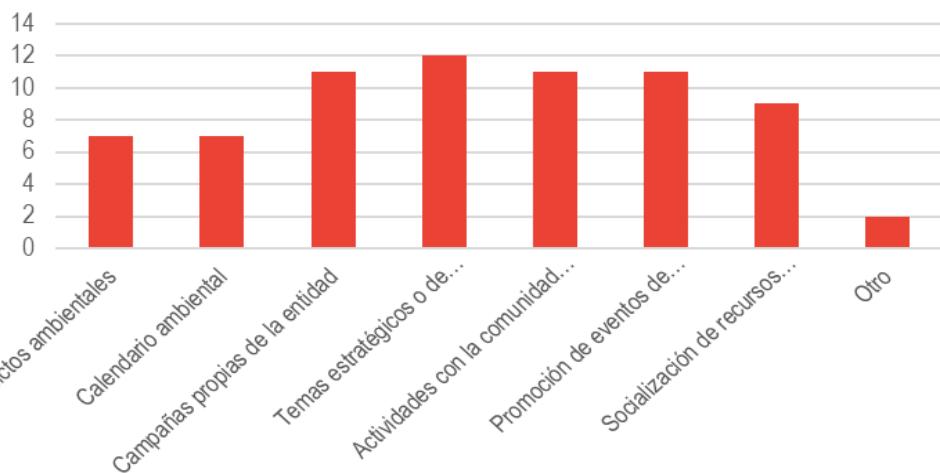


- Comunidad en general ■ Servidores públicos ■ Población escolarizada
- Sector Empresarial ■ Otros

Figura 2. Grupo poblacional

Al momento de generar contenido de comunicación y/o divulgación ambiental, mencione qué aspectos tiene en cuenta.

Temas



La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

Figura 3. Conflictos ambientales; calendario ambiental; campañas propias de la entidad; temas estratégicos o de misión de la entidad; actividades con la comunidad (de participación ciudadana); promoción de eventos de educación ambiental; socialización de recursos pedagógicos en educación ambiental.

¿Cuáles son los canales que utiliza para comunicar o divulgar la información ambiental de su entidad?

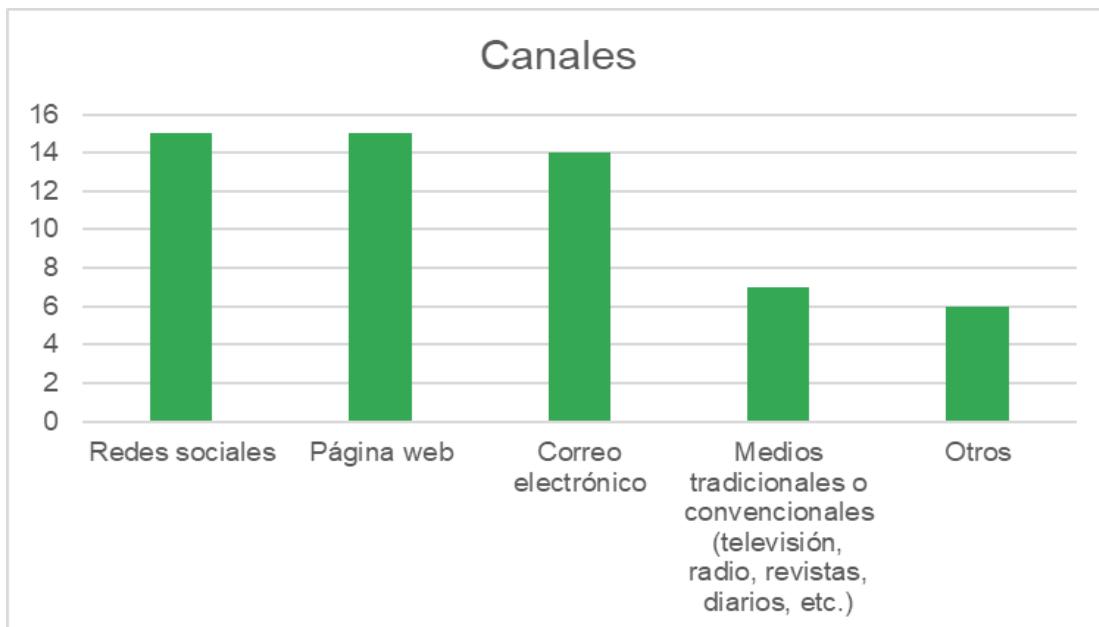


Figura 4. Canales para comunicar y/o divulgar

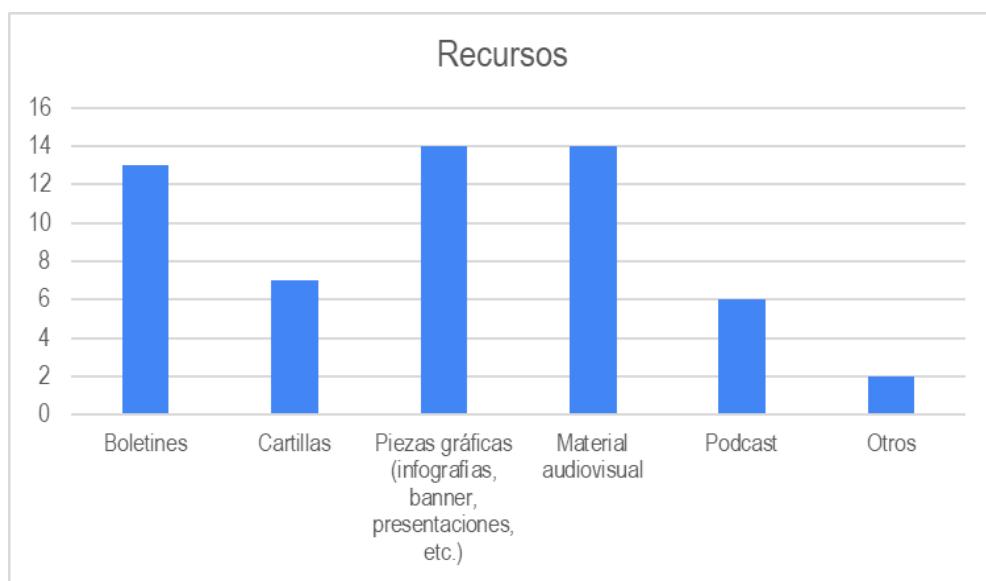


Figura 5. Recursos para comunicar y/o divulgar



Especifique si el contenido de comunicación y/o divulgación se articula con alguna de las estrategias de educación ambiental estipuladas en el Decreto 675 de 2011.



Figura 6. Estrategias de Educación Ambiental

¿Qué características tienen en cuenta para la producción de contenidos de comunicación y/o divulgación ambiental?

La producción de contenidos tiene un enfoque ambiental que fortalezca los procesos de sensibilización, pedagogía y difusión de información y contenidos, que incida en las transformaciones culturales en favor del cuidado ambiental. Así mismo, deben tener un lenguaje claro, sencillo, veraz, entendible, atractivo, incluyente, según la población objetivo del contenido (grupo etario, discapacidad, género, vulnerabilidad social, nivel de escolaridad), tipo de producto (infografía, video presentación, póster, mapa conceptual, podcast, entre otros). Por último, deben ser educativos, de sensibilización, de innovación e incentivar el cuidado de los recursos.



Anexo 2. Medios alternativos

Con relación a la pregunta, ¿describa cómo perciben desde el medio que representa el término "comunicación"?; entendemos la comunicación como la interconexión con la comunidad, forma de educar informando, la divulgación de información ambiental, la entrega de un mensaje a una audiencia con el fin de hacerla partícipe; el intercambio de emisor y receptor a través de un medio para la apropiación de información y conocimiento, y la socialización, interacción, información, divulgación.

La comunicación la trabajamos desde el punto de vista sociocientífico que incluye aquellas actividades relacionadas con la difusión de informaciones y contenidos que cumplen determinados criterios de noticiabilidad; es decir, que sean novedosos y de actualidad en relación con temas de educación ambiental locales, nacionales e internacionales.

En el contexto educomunicativo, la comunicación es vista como una herramienta clave para la enseñanza y el aprendizaje. Es el medio a través del cual los educadores transmiten información y conocimientos a los estudiantes, y los estudiantes expresan sus ideas, dudas y opiniones. La comunicación educomunicativa se basa en una relación dialógica y participativa, donde se fomenta el intercambio activo y significativo de información.

Intercambio de información y emoción, donde ocurre una transformación porque participan diferentes elementos como el mensaje que se transmite, el contexto en el que se da, el lenguaje que se utiliza y los roles que participan.

Con relación a la pregunta, ¿cómo perciben desde el medio que representa el término "divulgación"? Describa.

La divulgación corresponde a la difusión de la información que se produce, ampliar canales para comunicar un fin e informar, compartir, replicar un mensaje, publicar contenido y opiniones. Es un mecanismo para que la información llegue a diversos estamentos.

La divulgación desde lo sociocientífico incluye actividades orientadas a difundir información y contenido que no necesariamente tiene que ser novedoso o de actualidad, pero debe contribuir a aumentar el nivel de cultura científica y tecnológica en la ciudadanía. Dicho en otras palabras, la divulgación sociocientífica pretende transmitir actividades, con el objetivo de enseñar, formar y generar apropiación social del conocimiento ambiental desde la complejidad.

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

Entregar o hacer circular información sobre aspectos varios mediante un medio. En el contexto educomunicativo, la divulgación se considera una herramienta poderosa para acercar la ciencia, la cultura y otros campos del conocimiento a la sociedad en general, de una manera atractiva, clara y didáctica. La divulgación educomunicativa busca superar las barreras del lenguaje técnico y especializado, utilizando recursos visuales, narrativos y multimediales para hacer más accesible la información y despertar el interés del público.

Mencione cuánto tiempo lleva en funcionamiento el medio de comunicación que representa.

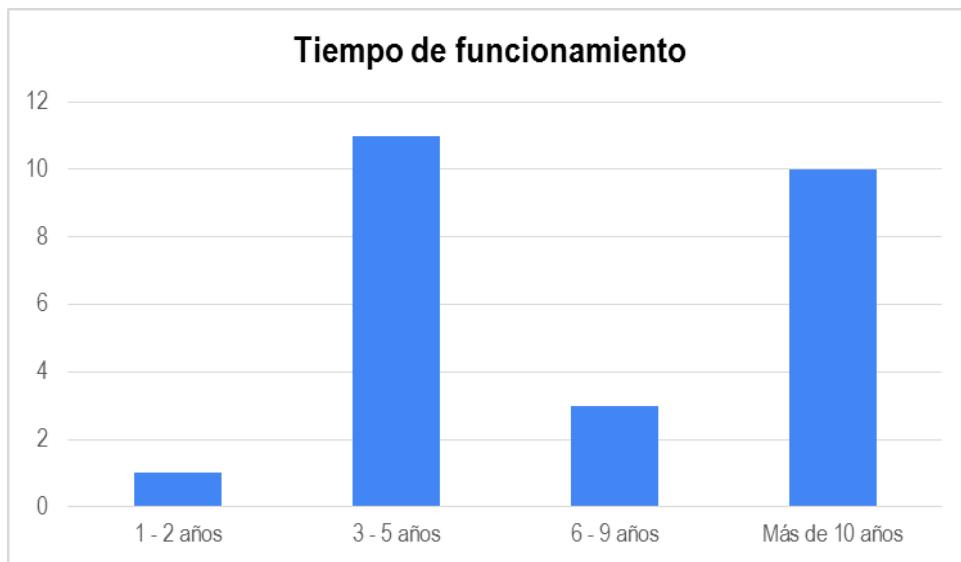


Figura 7. Tiempo de funcionamiento

¿A cuál o cuáles de los siguientes grupos etarios va dirigida la estrategia de comunicación y divulgación del medio?

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

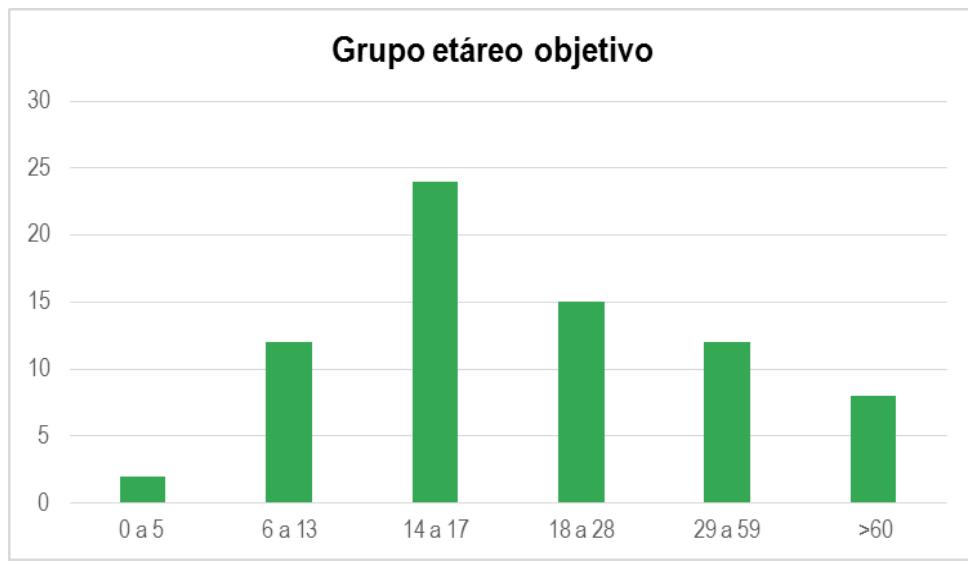


Figura 8. Grupos etarios

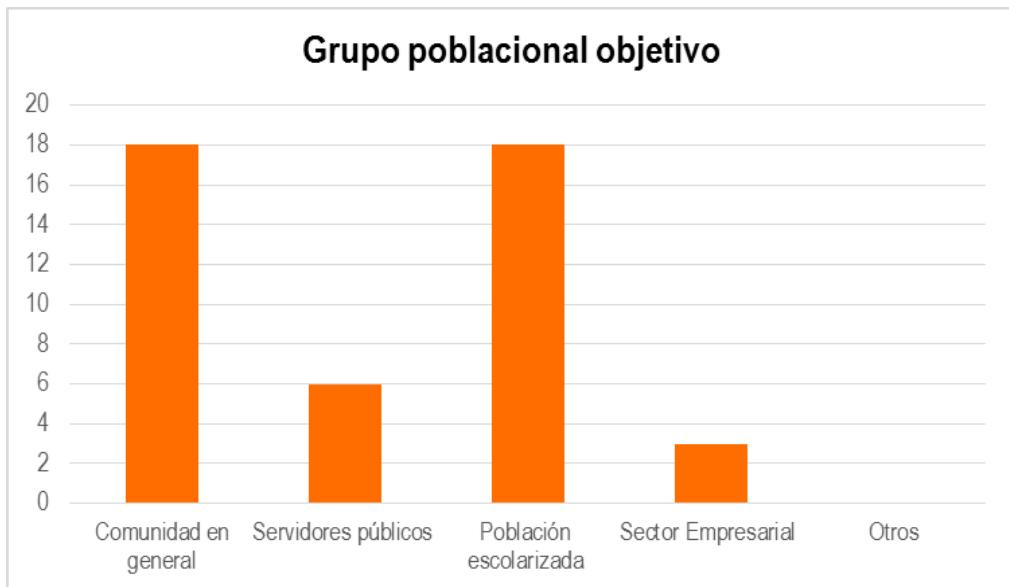


Figura 9. Grupos poblacionales

Al momento de generar contenido de comunicación y/o divulgación ambiental, mencione qué aspectos tiene en cuenta:

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

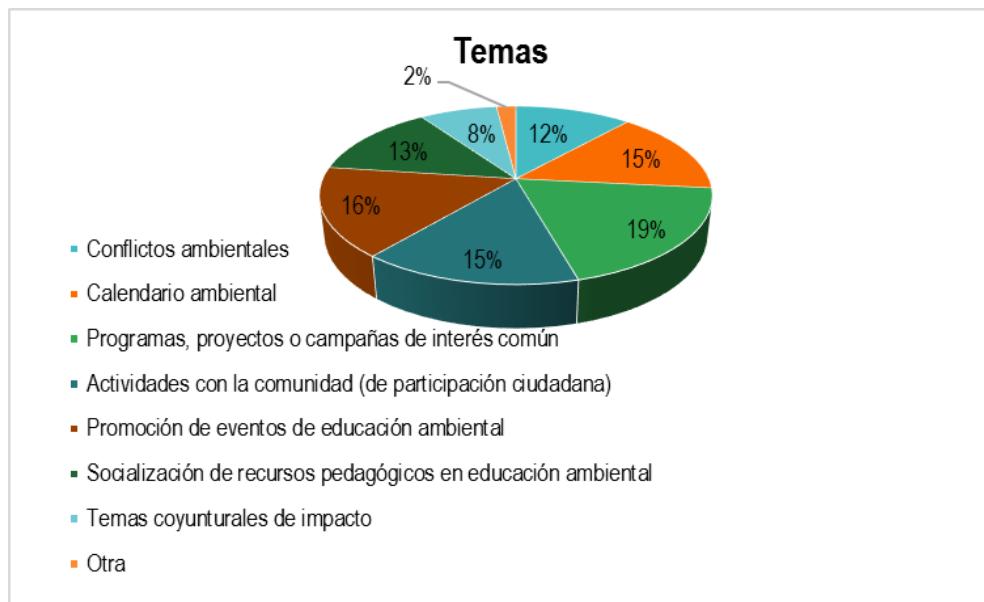


Figura 10. Temas

¿En cuáles de los siguientes canales tiene presencia el medio de comunicación que representa?

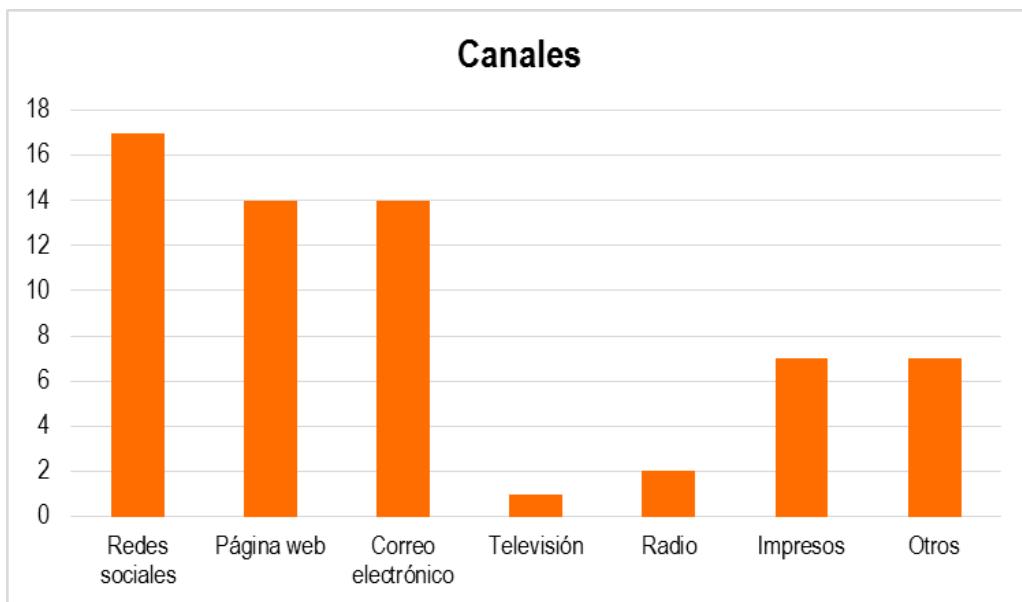


Figura 11. Canales

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

¿Cuáles son los recursos que utiliza para comunicar o divulgar la información ambiental?

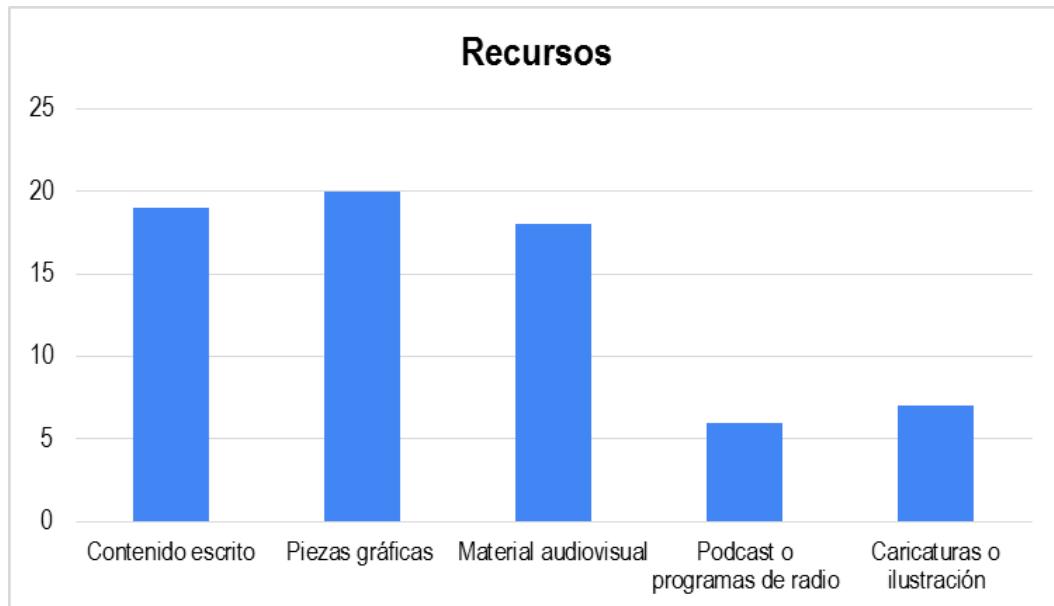


Figura 12. Recursos

Especifique si el contenido de comunicación y/o divulgación se articula con alguna de las estrategias de educación ambiental estipuladas en el Decreto 675 de 2011.

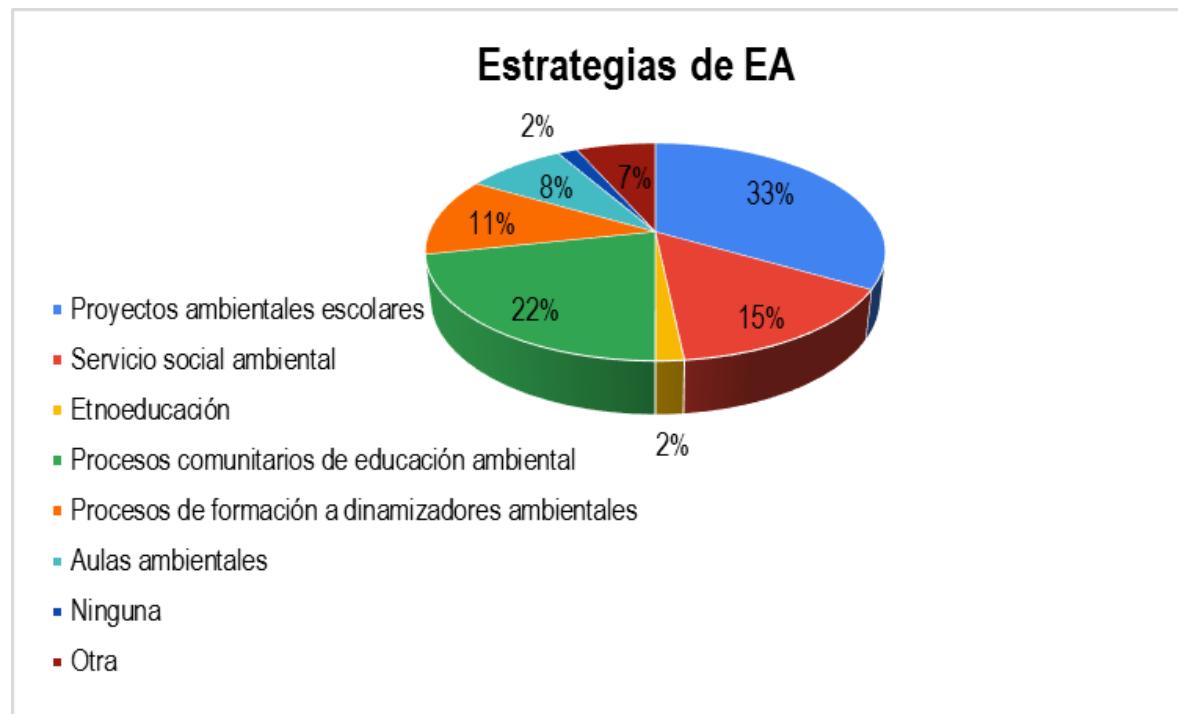


Figura 13. Estrategias de educación ambiental

¿Qué características tienen en cuenta para la producción de contenidos de comunicación y/o divulgación ambiental?

Que sea de interés para la comunidad, contenidos no mediáticos, que contribuya a la educación ambiental, los contenidos producto del Proyecto Ambiental Escolar (PRAE), problemas ambientales que afectan a la población y comunidad educativa, lenguaje sencillo (según las características de la población), actividades de la institución educativa en el marco del PRAE, el calendario ambiental y/o la semana ambiental. Reconocimiento de alternativas y acciones para el cuidado del ambiente. Recalcan las dimensiones del ambiental (natural, social y cultural).

Que sean llamativos, veraces, respetuosos, innovadores, de lenguaje claro y de calidad aceptable. Accesibilidad y facilidad en la difusión de la información.



Anexo 3. Elementos de evaluación

En el entendido que la evaluación hace parte fundamental de los resultados propuestos en la implementación de la estrategia de comunicación y divulgación, a continuación, se presentan algunos elementos que pueden fortalecer dicho proceso evaluativo.

- Mejorar la calidad de los contenidos de comunicación y divulgación: la evaluación debe permitir obtener y analizar la información sobre la calidad de los contenidos divulgados y comunicados e identificar oportunidades de mejora, en torno a la claridad y precisión de los mensajes para adaptar los mensajes a las audiencias objetivo e incrementar el impacto de las estrategias empleadas.

Por ejemplo:

Una entidad distrital encargada de gestionar la recolección de residuos sólidos en la ciudad, hizo una campaña durante dos semanas para la separación de residuos orgánicos en conjuntos residenciales de un barrio determinado, que consistió en realizar charlas informativas en colegios del sector y en fijar carteles en las zonas de uso común de los conjuntos. Después de tres meses, la entidad evaluó el nivel de percepción de los residentes sobre la estrategia, donde encontró que solo el 35% de ellos identificaban el procedimiento para la separación de residuos orgánicos. Debido a ello, los responsables de la estrategia deberían evaluar su efectividad e impacto, analizando lo siguiente:

¿El tiempo de la campaña fue suficiente? ¿se contempló el público objetivo? ¿La herramienta de divulgación fue la adecuada?

Estas y otras preguntas que pueden ayudar a la toma de decisiones y a generar un plan de mejoramiento.

- Adaptar los mensajes a las audiencias objetivo: la evaluación de la comunicación y divulgación debe permitir recopilar información sobre las audiencias objetivo. Esta información puede utilizarse para adaptar los mensajes de comunicación ambiental a las necesidades y preferencias de estas audiencias.

Por ejemplo, si una evaluación muestra que las audiencias objetivo son jóvenes, los responsables de la estrategia pueden utilizar un lenguaje y una estética más atractivos para esta población, mediante el uso de herramientas digitales y redes sociales.

- Maximizar el impacto de las estrategias de comunicación y divulgación: la evaluación de la comunicación y divulgación ambiental debe permitir recopilar información sobre el impacto de estas estrategias. Esta información puede

La comunicación y la divulgación como estrategia de educación ambiental.

utilizarse para identificar las estrategias que son más efectivas y para mejorar las estrategias que son menos efectivas.

Por ejemplo, si una evaluación muestra que una estrategia de comunicación ambiental está generando cambios en el nivel de participación de los ciudadanos en las Comisiones Ambientales Locales de la ciudad, los responsables de la comunicación ambiental pueden ampliar esta estrategia. De manera similar, si una evaluación muestra que la estrategia no está generando cambios en la participación de los ciudadanos, pueden modificar la estrategia para hacerla más efectiva.

