

UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO

Carrera de Periodismo

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. MARCO TEÓRICO
4. METODOLOGÍA
5. RESULTADOS
6. CONCLUSIONES
7. BIBLIOGRAFÍA

**CONTRIBUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS A
LA CONCIENCIA AMBIENTAL DE LOS JÓVENES**

**Profesor guía: Orláindo Mella
Alumna: María Rosa Verdejo R.**

Tesis para optar al título de Periodista

**Santiago
1998**

“.....Mira lo que me entregas. No me importa tanto la tierra como lo que hiciste con ella, Yo puedo crear dondequiera otra tierra, otras tierras, No me cuesta reparar lo que destruyes. Pero tu propia destrucción me importa y me cuesta. La Tierra es tu retrato, Mírate en esos cerros secos, agrietados, satánicos. Aquí no brotan semillas. Ni siquiera malezas. ¿No es éste tu propio retrato?”
Luis Oyarzún, en “Defensa de la Tierra”.

14

AGRADECIMIENTOS

Caminar por la senda del aprendizaje y llegar a obtener un resultado fue posible gracias al apoyo de muchas personas, y muy especialmente de mi familia.

Pancho, José y Diego fueron los rostros que iluminaron este camino. El sentido y los valores puestos en esta investigación son aquellos que juntos hemos tratado de cultivar, esencialmente los del respeto por el hombre, y por lo que nos rodea.

Mis maestros contribuyeron con el traspaso de conocimientos y sabiduría. Ellos, en muchas ocasiones, fueron la guía en este desarrollo.

Un profundo reconocimiento a los alumnos del Liceo Experimental Manuel de Salas y a los docentes del establecimiento. El haberme abierto las puertas para realizar el estudio fue clave, tanto para vislumbrar el fin de una etapa, como para comprobar que los sueños se pueden convertir en realidad.

No puedo dejar de mencionar a quienes me estimularon a emprender un nuevo camino en la vida, Texia Iglesias y Lina Zúñiga; así como tampoco a quienes me acompañaron con la incondicionalidad que identifica la amistad, Laura y Andrea. Y, a todos aquellos que depositaron su confianza en mí.

	14
	15
	16
	17
	18
	19
	20
	21
	22
	23
	24
	25
	26
	27
	28
	29
	30
	31
	32
	33
	34
	35
	36
	37
	38
	39
	40
	41
	42
	43
	44
	45
	46
	47
	48
	49
	50
	51
	52
	53
	54
	55
	56
	57
	58
	59
	60
	61
	62
	63
	64
	65
	66
	67
	68
	69
	70
	71
	72
	73
	74
	75
	76
	77
	78
	79
	80
	81
	82
	83
	84
	85
	86
	87
	88
	89
	90
	91
	92
	93
	94
	95
	96
	97
	98
	99
	100

INDICE

	Nº página
INTRODUCCIÓN	7
I. MARCO TEÓRICO	14
1. Pregunta de Investigación	14
2. Definición de Conceptos	14
3. Teorías de la Comunicación de Masas	17
4. Otros factores que contribuyen a la Conciencia Ambiental	28
5. Hipótesis	35
6. Metodología	38
II. TRABAJO DE CAMPO	43
III. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	48
* Capítulo I : Consumo de MCM y Conciencia Ambiental a Nivel de Información	49
Introducción	50
1. Los MCM se convierten en el número uno del consumo de los jóvenes	54
1.1 Televisión	54
1.2 Radio	57
1.3 Diarios	58
2. Consumo de MCM versus manejo de Información	60
2.1 Bosque Nativo	60
2.2 Esmog	62
2.3 Aluviones	64
2.4 Mujeres y Medio Ambiente	67
3. Consumir más no es suficiente	70
3.1 Sólo una cifra	70
3.2 Falta de Información	73
4. Las mujeres en los MCM	75
4.1 Las mujeres en época de crisis	75
4.2 Entre ideas y poderes	78
Reflexiones	80

* Capítulo II : Exposición a los MCM y Conciencia Ambiental a Nivel de Opiniones	82
Introducción	83
1. Exposición a los MCM y Opiniones de los jóvenes	88
2. Lectura de diario y formación de Opiniones	92
3. Prensa Escrita : Opiniones y Realidad sobre envases desechables	96
3.1 Opiniones Valorativas	99
3.2 Opiniones Diagnósticas	103
3.3 Opiniones de Solución	108
3.4 Los sin Opinión	116
4. Prensa Escrita : Opiniones, Realidad y contaminación del agua y del aire	117
4.1 Opiniones Valorativas	119
4.2 Opiniones Diagnósticas	127
4.3 Opiniones de Solución	135
4.4 Los sin Opinión	140
Reflexiones	140
* Capítulo III : Mensajes que gatillan Emociones y Actitudes frente al Tema Ambiental	143
Introducción	144
1. Emociones frente a los mensajes medioambientales	149
2. Alarma y medio ambiente juntos	151
2.1 La Televisión	157
2.2 La Prensa	159
3. Fuentes de Información	160
3.1 Los Noticieros	161
3.2 El diario los fines de semana	162
3.3 A menor elección menor emoción	163
4. El fin justifica los Medios	165
4.1 Dignamente Indignados	165
4.2 Pre-Ocupación	166
5. Reiteración y Medio Ambiente juntos	169
6. Brotan actitudes frente a la reiteración	170
6.1 "Siento ganas de protestar"	173
6.2 "Me da lo mismo"	174
6.3 "La avalancha de información....me satura"	176
7. Actitudes que provoca la información reiterativa	178
7.1 Sobre la contaminación del aire	178
7.2 Sobre la contaminación de las playas	181

8. Actitudes de las mujeres frente a los problemas ambientales	184
8.1 De las emociones a la acción	187
8.2 Los jóvenes y su disposición al cambio	190
Reflexiones	190

CONCLUSIONES	194
--------------	-----

Notas y Referencias	199
---------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	202
--------------	-----

ANEXO I : Cuestionario	208
------------------------	-----

ANEXO II : Antecedentes Liceo Experimental Manuel de Salas	215
--	-----

INTRODUCCIÓN

La influencia que ejercen los medios de comunicación de masas, MCM, sobre las personas es un tema tan viejo como recurrente en el ámbito del estudio de las comunicaciones. Por lo mismo, ha sido materia de constante debate e investigación empírica. De igual forma, se han hecho esfuerzos orientados a conocer hasta dónde, y cómo, los MCM contribuyen tanto a la formación de opinión, como al cambio de actitud en las personas y en los distintos grupos.

La antigüedad del debate se remonta al año 1834, fecha en que las primeras ediciones de periódicos baratos llegaban a las calles de Nueva York; mientras que los estudios empíricos comenzaron en los años veinte. En esa época, confirman De Fleur y Ball-Rokeach (1996:222), "Payne Fund realizó la primera investigación a gran escala para ver el impacto de la exposición a las películas en cine". En dicho momento los resultados despertaron una gran atención e, inevitablemente, causaron una cierta alarma ya que parecían apoyar la idea de que el cine influía en el público, siendo esta influencia de carácter directo, inmediato y generalizado en los niños.

A medida que se completaban más y más estudios, se alcanzaba un conocimiento más sofisticado y menos mecanicista, llegando al resultado de que la teoría de "bala mágica" o "bullet theory" —que afirmaba la mecanicidad entre exposición a los mensajes y comportamientos (Wolf, 1994:29)— no parecía consistente con los hechos. Eso mismo dio origen a la búsqueda de teorías sobre la comunicación de masas, que apuntaran a la recepción de los medios desde un punto de vista más individual que social, tipo de investigaciones que sería dirigido principalmente por psicólogos.

Nuevas implicancias sobre la influencia de los MCM en la conciencia fueron emergiendo desde los campos de la sociología, por un lado, y de la psicología, por otro. Enfrentada desde estos dos puntos de vista, la investigación produjo un gran avance en el conocimiento del tema. Asimismo, aumentaron tanto las controversias entre una teoría y otra como la participación de antropólogos, historiadores y periodistas en el estudio de la influencia de los medios.

Pese a la cantidad de investigaciones, debates, comprobación de algunas teorías y refutación de otras, el tema no está acabado. Como aseguran De Fleur y Ball-Rokeach (1996), no todo está dicho sobre la influencia de los MCM. El tema es tan complejo

todo lo que se investigue es poco. "Siempre hace falta realizar combinaciones de las distintas teorías, así como la aplicación de alguna específica para un tema específico que ocurre en un momento determinado y, bajo ciertas condiciones", concluyen los autores.

Convencidos de que los MCM juegan un rol en el conocimiento y la formación de opiniones, en esta tesis se revisan distintas teorías de la comunicación, cuyo eje central fue la contribución que hacen los MCM a la formación de la conciencia, con el propósito específico de entender su efecto en los jóvenes, acerca de un tema candente y actual, como es el medio ambiente.

La indagación en el campo teórico ayudó a la formulación de una serie de hipótesis. La primera se basa en la influencia que sobre la conciencia ambiental tiene el tiempo de exposición y la asimilación de información, de acuerdo a la teoría sobre la "función mediadora" de los MCM. Otra sondea la influencia de los distintos medios, de acuerdo a la teoría del "determinismo tecnológico" de los MCM. Y, por último, una tercera hipótesis, apoyada en la teoría de los efectos y el rol persuasivo de los MCM. Esta apunta a las emociones que provocan en los jóvenes, los mecanismos y mensajes utilizados por los medios para llegar al público en el tema ambiental.

En su conjunto, estas hipótesis buscan conocer la contribución de los MCM a la formación de la conciencia ambiental de los jóvenes de entre 14 y de 18 años, estudiantes de educación media.

La metodología para comprobar o refutar las hipótesis planteadas se amparan en un trabajo de "periodismo de precisión". Los periodistas nos ocupamos de contar lo que ocurre minuto a minuto en el mundo, y cuando los hechos noticiosos corresponden a la opinión de la gente sobre temas específicos entonces recurrimos, entre otros, a los resultados de las investigaciones realizadas por otros profesionales sobre esas opiniones, como sociólogos y antropólogos, por ejemplo. Pero también los periodistas hacemos investigación. Hablamos de "periodismo de investigación", a través del cual se buscan la objetividad y la denuncia como piedras angulares del trabajo de los comunicadores. Este tipo de periodismo busca crear noticias y no simplemente registrar los hechos o comunicar las noticias que otros han creado.

Más recientemente ha emergido una forma específica y avanzada de periodismo de investigación, el llamado "periodismo de precisión". Su especificidad consiste en

... el periodismo

que la búsqueda de la información se centra en “los métodos de conocer y verificar” (Meyer, 1993).

Si bien el “periodismo de precisión” tiene una gran relación con lo que hasta hoy ha sido el periodismo de investigación, difiere de éste en que recurre a instrumentos sistemáticos de recolección de información propios de las ciencias sociales, como la encuesta. La idea es ir más allá de la intuición, del voluntarismo, e incluso, de la desorganizada forma con que se practica comúnmente el periodismo de investigación (Meyer, 1993). El “periodismo de precisión” apunta a descubrir nuevos instrumentos —soportes tecnológicos y metodologías de trabajo— que permitan describir e interpretar la realidad. Entre las herramientas propuestas para esta tarea se encuentran los computadores, las encuestas, el Internet, y el análisis de estadístico de bases de datos disponibles.

La creciente disponibilidad de computadores, un hecho relativamente reciente, permite el acceso de los periodistas a grandes conjuntos de datos, de una manera nunca antes factible (Meyer, 1993). Esta es una de las razones que explican el ascenso de esta nueva modalidad de hacer periodismo.

Explorar esta forma de conseguir y tratar la información no sólo sirve al periodista que trabaja en un medio de comunicación; también a los que se desempeñan en instituciones gubernamentales y organizaciones sociales. Allí, los periodistas forman parte de equipos interdisciplinarios y, por tanto, su tarea no consiste sólo en traspasar la información de un lugar a otro, sino que principalmente en saber conseguirla o producirla en forma eficiente para luego procesarla, interpretarla y editarla. De esta forma, el “periodismo de precisión” puede contribuir a ampliar el campo laboral del periodista.

El “periodismo de precisión” no consiste, entonces, en la mera transcripción de números emanados de una encuesta. Hay que saber interpretarlos con el fin de poner sobre la mesa temas de interés para la población, por una parte, y de hacer explícitas y claras opiniones, que de otra forma quedarían cubiertas con el manto misterioso de los números, como es propio de los informes de investigación científica tradicionales, por otra.

Hasta hoy en Chile los sondeos de opinión han estado básicamente sujetos a las interpretaciones que le dan las ciencias sociales a los datos producidos. El “periodismo

de precisión” no pretende negar ni menospreciar la conexión entre datos e interpretación que hacen las ciencias sociales. Pero ofrece ventajas significativas en tres sentidos: Primero, puede hacer más “digerible” esta información para el público; segundo, abre al periodista la posibilidad de “crear noticias” y no sólo depender de los estudios hechos por terceros; y por último, como señala Meyer (1993), abre la posibilidad de rebasar el campo de los fenómenos sociales, incursionando en otras áreas, como las de la investigación médica, biológica y medioambiental.

El “periodismo de precisión” parece especialmente adecuado para la época que vivimos, caracterizada por la vorágine de los acontecimientos, y por el despliegue de poderosos intereses económicos y políticos que buscan influir la actividad de los periodistas. El periodismo y los medios “son fácilmente dominados por los políticos poderosos y sus diestros equipos de analistas que pretenden controlar la definición de lo que es noticia y lo que no lo es” (Meyer, 1993).

El “periodismo de precisión” defiende a los periodistas contra la pasividad y la inocencia hacia la que estas fuerzas lo pueden empujar. Al crear noticias recurriendo a los métodos de las ciencias sociales, el periodista no tiene que depender enteramente de lo que otros hayan investigado, ni tiene que someterse a los tiempos que esos otros definan para producir la información. Puede investigar temas nuevos y en la oportunidad que elija. Además, puede hacerlo rápido, un requisito cada vez más apremiante. El uso eficiente e imaginativo de los métodos de las ciencias sociales le permite ganar en rapidez. En suma, la creación de noticias, lo propio del periodismo de investigación, gana en rapidez, oportunidad y sustento empírico con el “periodismo de precisión”.

El estímulo y formación académica entregados por la Escuela de Periodismo de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano y, en segundo término, la presencia en Chile durante el invierno de 1995 del profesor de Periodismo y Comunicaciones estadounidense, Philip Meyer, fueron los factores cruciales que despertaron el interés por incursionar en el “periodismo de precisión” en esta tesis,

Ella tiene como propósito aplicar el enfoque de “periodismo de precisión” a un tema sobre el que hay gran polémica: El de la influencia de los MCM sobre la conciencia de los jóvenes. Y planteó hacerlo en un tema específico de creciente sensibilidad pública y relevancia política: El del medio ambiente. ¿Es verdad que la televisión enajena a los jóvenes de la realidad social circundante, incluidos los problemas del medio ambiente?

¿O la raíz del problema radica, más bien, en el desinterés de los jóvenes por el medio ambiente, independientemente de lo que los medios pudieran hacer? ¿Tienen los distintos tipos de medios la misma influencia sobre la conciencia de los jóvenes? ¿Es mejor la prensa escrita que la televisión o la radio, en este sentido?

Estas y otras preguntas que se pudieran formular no las resolveremos aquí. Son cuestiones complejas que requieren mucho estudio y que estarán abiertas a interpretaciones conflictivas aún por mucho tiempo. Nuestro propósito es ver cómo, con una perspectiva de “periodismo de precisión”, se pueden “crear noticias” que, a la vez de informar, podrían contribuir a un debate público provechoso. Precisamente, el trabajo realizado en esta tesis consiste, en buena medida, en construir noticias en la forma de reportajes a partir del análisis de la información recogida con una encuesta entre jóvenes de educación media.

Nuestro objetivo se refiere más a los MCM que a los jóvenes. Consiste en conocer la contribución de los medios, a la formación de conciencia antes que conocer el nivel de conciencia ambiental que tienen los jóvenes. Para ello estudiamos un caso “de laboratorio”: El Liceo Experimental Manuel de Salas por cumplir con algunos requisitos indispensables para poder contestar nuestra pregunta de investigación. Estos fueron; el nivel educacional de los padres (68% educación universitaria completa) y, el acceso material de los alumnos a los distintos medios, especialmente el diario tanto en la semana como los fines de semana, y estímulo familiar e intelectual para exponerse a ellos.

La metodología utilizada en la investigación es de carácter cuantitativo más que cualitativo: una encuesta a estudiantes de enseñanza media que incluyó dos preguntas abiertas, las que le dan el tono cualitativo. La combinación de ambas formas de preguntar permite obtener cifras precisas, por un lado, y opiniones, por otro. Estas últimas son, sin duda las que enriquecen los temas investigados en la tesis, porque corresponden a materias de interés para ellos, a temáticas que preocupan a este sector juvenil de la población chilena.

La elección del tema ambiental se debe principalmente a la importancia que éste ha cobrado en las últimas décadas. Los MCM han tratado de masificarlo y extenderlo como un problema de convivencia nacional y global. Sin embargo, la mayoría de la información entregada por la televisión, radio y prensa escrita es muchas veces sesgada y en un tono catastrófico, lo que genera un relativo desinterés por conocer más sobre la

interacción del hombre con su entorno". Esto fue comprobado a través de un trabajo diagnóstico (Verdejo 1995) que se realizó en dos colegios de Santiago, Rubén Darío y Railén, con alumnos de segundo ciclo de enseñanza básica —5° a 8° año—, para elaborar un proyecto de un medio escrito sobre el tema ambiental. El resultado de dicho diagnóstico, fue otro de los motivos para investigar sobre la contribución de los medios a la conciencia ambiental en estudiantes de enseñanza media.

Si bien el tema ambiental está en el tapete actual de la discusión, centrar la investigación en los adolescentes fue una forma de examinar las futuras acciones que nuestra sociedad intentará emprender, para proteger y conservar los sistemas naturales: "No heredamos el mundo de nuestros antepasados, lo pedimos prestado a nuestros hijos", como dijo sabiamente un indio americano.

Diseñar una encuesta y recoger la información a través de ella resulta ser una tarea ardua, por decir lo menos. Pero creemos poder demostrar que no es algo que un periodista no sea capaz de realizar. Y con los resultados en la mano la cosa es distinta, muy distinta! Es cierto que es fácil ahogarse en el mar de números que produce una encuesta extensa como la que diseñamos, sobre todo para quienes no sabemos resolver mucho más que las cuatro operaciones aritméticas, la regla de tres y una ecuación simple. "Para eso están los especialistas —nos recuerda Philip Meyer (1993)—: y a ellos hay que acudir".

El primer problema que debe enfrentar un o una periodista cuando tiene como información un disquete de computador repleto de números, es buscar la mejor forma de comunicarlos. Si bien hay muchos que creen que las cifras hablan por sí solas, eso está lejos de ser cierto. En sí mismas, no dicen mucho si no son trabajadas e interpretadas en función de las teorías disponibles y de nuestras propias ideas y conjeturas.

En el camino se va aprendiendo a identificar una forma de administrar este recurso que, a la postre, sentimos como fructífero. Entre otras cosas, ir mezclando porcentajes con texto en forma equilibrada. Ni un mar de números que entorpece la comunicación, pero tampoco especulación que no tenga un sustento empírico sólido. Allí están los gráficos y los cuadros, repletos de números. Los interpretamos desde el texto, haciéndolos más amables para los lectores, quienes podrán examinar el sentido que se le dio a la información.

La cantidad de información que arrojó la encuesta fue mucho más que la requerida para estudiar las hipótesis. Hubo que poner un límite al “cruce de variables”, por ejemplo. El trabajo con las cifras fue llevado hasta la frontera que nos fijaba la idea original del proyecto: La comprobación o refutación de las tres hipótesis planteadas. Ello dio como resultado la estructuración de la tesis en tres capítulos: 1) Consumo de MCM y conciencia ambiental, entendida ésta como nivel de información de los jóvenes sobre el tema; 2) La prensa y su vinculación con la formación de opiniones, una segunda dimensión de la conciencia ambiental; y 3) La importancia que tienen los mensajes de los medios como gatilladores de emociones y actitudes, elementos centrales porque conducen a la acción, lo que significa una integración completa de la conciencia ambiental. Previamente, entregamos la fundamentación teórica de las hipótesis.

Como hemos señalado antes, los resultados de este estudio se entregan en forma de noticias. Levantadas en un estilo de reportaje, nos ofrecen la posibilidad de saber cuánto nos ayudan las distintas teorías comunicacionales para entender la relación entre MCM y conciencia ambiental juvenil. Y nos informan directamente, por ejemplo, sobre lo que buscan los jóvenes tras prender la televisión, la radio y tomar un diario.

En términos generales, nos permitieron comprobar que los MCM no cumplen a cabalidad su rol mediador entre el acontecer y la audiencia, en lo que al tema ambiental y a este sector tan importante de la población, se refiere. Y por último, pero no menos importante, nos ayudaron a romper con ciertos mitos sobre el comportamiento de los jóvenes.

En efecto, tal vez uno de los resultados más valiosos de este trabajo sea el de darnos cuenta que los jóvenes tienen ansias de información sobre lo que ocurre a su alrededor. También tienen a flor de piel valores culturales, de justicia y solidaridad, así como la disposición a dejar de lado los intereses individuales en aras del bien colectivo.

Finalmente, encontramos que la información entregada por los MCM no les son indiferentes. Los hace pensar, les provoca emociones y les suscita reacciones, las más de ellas positivas, frente a hechos y problemas, como los ambientales, que tienen tanta importancia para el bienestar y la supervivencia del ser humano.

En síntesis, esta tesis pretende contribuir a mostrar una forma distinta de trabajar la información periodística. Distinta, pero no menos enriquecedora. Difícil, pero jamás imposible.

I. MARCO TEÓRICO

1. Pregunta de Investigación. ¿Cuál es la contribución de los MCM a la formación de conciencia ambiental en los jóvenes?

2. Definición de Conceptos

A. Conciencia ambiental. Condición personal (individual) de ser capaz de comprender lo que ocurre en relación con el medio ambiente (ver definición de Medio Ambiente). La conciencia ambiental presenta básicamente los siguientes dos niveles sucesivamente inclusivos: (i) el estar informado sobre el medio ambiente (estar en conocimiento de hechos); y (ii) tener opiniones sobre el medio ambiente y sus problemas.

Debe tenerse en cuenta que la conciencia ambiental es un requisito de la "acción ambiental". Por lo tanto, el rol que los MCM juegan en la conciencia ambiental es, al mismo tiempo, un tema de alta relevancia práctica.

La "información ambiental", como primer componente de la conciencia ambiental, puede variar en cantidad y calidad entre las personas.

Por su parte, una "opinión ambiental" puede descomponerse en niveles que también son sucesivamente inclusivos: apreciación valórica, juicio diagnóstico y sugerencia de acción. La opinión ambiental más "completa" es la que indica o sugiere una acción, ya que esa sugerencia implica tanto el tener un juicio formado sobre lo que ocurre y por qué ocurre (diagnóstico) como el estar motivado por valores ambientales.

De tal forma una "opinión ambiental" puede presentar importantes variaciones: desde sólo manifestar un valor (o apreciación valórica) sobre el medio ambiente o algún problema específico de él, hasta sostener una opinión sobre lo que debe hacerse, pasando (como situación intermedia) por un juicio explicativo o diagnóstico. Estos tres niveles del concepto de "opinión ambiental" son similares a los niveles de la ideología que Thompson diferencia (1986): lo que es bueno, lo que existe y lo que es posible (valor, diagnóstico y sugerencia de acción).

Finalmente, debe tenerse en cuenta que los tres niveles de una "opinión ambiental" están contruidos sobre el primer nivel de conciencia identificado: el poseer información

sobre el medio ambiente. Una deficiente información, ya sea en cantidad o calidad, afectará el contenido de las opiniones ambientales en cada uno de sus tres niveles.

La integración de estos distintos niveles, o "integración de la conciencia ambiental" es, en gran medida, un fenómeno de carácter subjetivo. Está vinculado con los sentimientos y las actitudes de las personas. La forma en que éstas acceden a la información sobre el medio ambiente que, como dijimos, es el nivel básico de la conciencia ambiental, tiene gran influencia en definir el tipo de sentimientos y actitudes que determinarán la integración de la conciencia ambiental. Esquemáticamente hay sentimientos y actitudes que son inhibitoras de la acción —ver argumentos de Maturana y de Ortiz en la sección C de este Marco Teórico— y, en cambio, otros que favorecen el paso de la conciencia a la acción.

B. Medio Ambiente. El término medio ambiente se refiere, en líneas generales, al entorno en que vive y se desarrolla un organismo animal o una comunidad de organismos, incluidos los seres humanos. El medio ambiente abarca hasta la biosfera, definida como la zona del planeta Tierra que es capaz de sostener la vida. (Crespo, 1994). Por entorno se entiende el conjunto de materia inerte y viviente que juega algún rol en la existencia de los organismos de que se trate, desde el suelo y el aire hasta aquello de lo que el organismo se alimenta o aquello a lo que el organismo sirve, a su vez, de alimento. Cualesquiera otros factores que actúan sobre el organismo, tales como el calor, la luz y la gravedad, asimismo forman parte de su medio ambiente.¹

Cuando se habla de ambiente y de medio se alude a aspectos concretos del medio físico, pero cuando mencionamos medio ambiente se entiende que estamos hablando de la relación del ser humano con la biosfera. Esa relación es cada vez más problemática en las sociedades industrializadas, estando marcada por fenómenos como la contaminación del medio físico y el agotamiento de los recursos naturales.

Los estudios, actividades, reflexiones y políticas públicas referidos al medio ambiente suelen ser adjetivados como "medioambientales" o, más simplemente, "ambientales". En francés, se utiliza el adjetivo "mesológico", donde "meso" significa "medio" (Parra, 1984).

C. Medios de Comunicación de Masas. En primer lugar, se entiende por medios de comunicación de masas a la radio, televisión y prensa escrita. McQuail (1996) ha señalado que los medios de comunicación de masas constituyen un conjunto inconfundible de actividades (consistente en enviar y recibir mensajes) que llevan a cabo personas que ocupan determinados roles (reguladores, productores, distribuidores, miembros del público) de acuerdo con determinadas normas y acuerdos (leyes, códigos y usos profesionales, expectativas de la audiencia y rutinas).

Según este autor, los rasgos más importantes de los medios de comunicación de masas son:

- el producir y distribuir "conocimientos" (información, ideas, cultura);
- el proporcionar canales para relacionar a unas personas con otras;
- el operar casi exclusivamente en la esfera pública;
- el que la participación del público en ellos es en esencia voluntaria;
- el depender de la industria y el mercado en términos de acceso a tecnologías y financiación; y
- el estar siempre vinculados de una u otra forma al poder estatal, ya sea a través de mecanismos jurídicos o de ideas legitimadoras que varían de una sociedad a otra.

3. Teorías De La Comunicación De Masas

A. Función mediadora de los medios de comunicación de masas. Los medios de comunicación de masas cumplen un rol mediador entre los individuos y grupos sociales, de una parte, y la realidad que ellos no alcanzan a experimentar directamente, de otra. La función mediadora es una de las características de la comunicación de masas que más influye sobre la conciencia del individuo y, específicamente, sobre la conciencia ambiental, el tema que esta investigación propone abordar. Wolf (1994) habla de los "mass media" como "un sistema de mediación cultural y de agregación social".

La actividad principal de los medios de comunicación de masas es la producción, reproducción y distribución de conocimientos. Estos conocimientos nos permiten dar sentido al mundo, conforman nuestra percepción de él, y se suman al fondo de conocimientos anteriores y a la continuidad de nuestra actual comprensión. McQuail (1996).

Desde luego, los medios de comunicación no constituyen la única institución generadora de conocimiento. Otras como la escuela, la familia, los amigos, la religión y desempeño de otras actividades cumplen también con dicha tarea. De hecho, distintos profesionales de las comunicaciones señalan que "vivimos en una sociedad mediática, donde la familia y la escuela versus la prensa, televisión y radio son formadores del estilo de pensar y enfrentar el diario vivir".^{2 y 3}

El interés por el tema ambiental y mayor conocimiento sobre el mismo se ve mediatizado por los medios de comunicación. La periodista española y doctora en Ciencias de la Información, Mar de Fontcuberta reitera una y otra vez que en general la gente habla de lo que ve en la televisión, escucha en la radio y lee en la prensa e ignora los acontecimientos que no han merecido la calificación de noticias. Se ha llegado a decir, según Mar de Fontcuberta, "que lo que no aparece en los medios no existe o no es importante. En ese sentido se afirma que los medios construyen la realidad más que reflejarla".⁴

Se desprende de lo anterior la idea de que los medios de comunicación fomentan y ayudan a difundir un sistema personal de valores favorables a la innovación, la movilidad, la realización y el consumo.

En la exposición a los medios de comunicación existe un primer contacto entre las vivencias personales y la realidad más universal. Las semejanzas percibidas entre una y

otra llevan al individuo a afiatar sus intereses y valores, e identificarse con otros. De ahí que se sostenga que la función de los medios es la de *conectar y mediar dentro de la sociedad*, ya que proporciona los materiales con que el individuo se hace una idea de la realidad social y de su sociedad.

Esta teoría puede ser aplicada a distintas situaciones. Sin embargo, ha tomado mucha relevancia en las sociedades en vías de desarrollo. Lerner (1958), por ejemplo, sostiene que los medios de comunicación ayudarían a acabar con el tradicionalismo, que es un obstáculo para la modernidad, al crear expectativas y aspiraciones, ampliar horizontes y hacer posible que las personas imaginen y deseen una "alternativa mejor" para ellas mismas y para sus familias. La concepción es coherente con las explicaciones psicosociológicas del desarrollo (por ejemplo Hagen, 1962) y pone el acento en el cambio espontáneo, basado en la demanda, más bien que en el cambio planificado desde "arriba".

La idea de fondo, dice McQuail, es que los MCM existen para satisfacer determinadas necesidades o exigencias de la sociedad y su función consiste en satisfacer dichas necesidades.

De acuerdo a los distintos postulados mediológicos relativos a las funciones psicológicas y sociales que cumplen los MCM, hay tres autores (Katz-Gurevitch-Haas 1973) que sostienen que los medios de comunicación satisfacen distintos tipos de necesidades de la audiencia.

Necesidades cognoscitivas : La adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión del acontecer.

- Necesidades afectivas-estéticas : El esfuerzo de la experiencia estética, emotivas del individuo.

- Necesidades integradoras a nivel de la personalidad : Seguridad, estabilidad, emotiva, incremento de la credibilidad y del estatus.

- Necesidades integradoras a nivel social : Refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, amigos.

- Necesidad de evasión : Relajación de las tensiones y de los conflictos.

La función mediadora tiene dos caras. Una son las necesidades de la audiencia y la otra es cómo los MCM satisfacen esas necesidades.

Por su parte, los medios de comunicación...

A lo largo de la historia se han hecho unas cuantas clasificaciones que encierran las ideas básicas de los objetivos de los media. Sin embargo, la más universal y que por tanto ha encabezado la lista a lo largo del tiempo y, de las discusiones de los estudiosos en el campo de las comunicaciones, se resume en lo siguiente:

- **Información** : Proporcionar información sobre los acontecimientos y las condiciones de la sociedad y del mundo; señalar las relaciones de poder; facilitar la innovación, la adaptación y el progreso.

- **Correlación** : explicar, interpretar y comentar el significado de los acontecimientos y de la información ; dar apoyo a la autoridad y las normas establecidas; socializar; coordinar actividades distintas; creación de consenso; determinación de las prioridades y asignación del status relativo.

- **Continuidad** : Difusión de la cultura dominante y reconocimientos de las subculturas y de los nuevos avances culturales; forjar y mantener la comunidad de valores.

- **Entretenimiento** : Proporcionar entretenimiento, diversión y formas de descanso; reducir la tensión social.

- **Movilización** : Hacer campañas a favor de los objetivos sociales en la esfera de la política, la guerra, el desarrollo económico, el trabajo, a veces la religión, y, últimamente sobre el medio ambiente.

No es fácil ordenar jerárquicamente los puntos señalados con anterioridad, así como tampoco decir algo sobre su frecuencia relativa. “La correspondencia entre la función y el exacto contenido no es precisa, pues unas funciones se superponen a otras y algunos objetivos se extienden en mayor medida que otros por el abanico de actividades que tienen los medios de comunicación de masas. Sin embargo, McQuail (1996) cree que, en general, las entradas de Información y Movilización guardan alguna relación con el “cambio”, y las de Correlación, Continuidad y Entretenimiento colaboran a la “integración”.

Dentro de estas funciones resulta importante destacar aquellas, que en nuestra opinión, cumplen un rol determinante en el desarrollo de la conciencia ambiental y que son las entradas de Información, Correlación y Movilización.

La exposición a los medios constituye uno de los primeros, y a veces único, contacto entre el individuo y el mundo externo. Por su parte, la exposición a funciones

mediadoras específicas que cumplen los MCM proporciona información sobre acontecimientos específicos, lo que es la base de la participación del acontecer; pero también la base para formarse una opinión sobre lo que sucede en su entorno. Asimismo, estas funciones satisfacen -en mayor o menor medida- las necesidades e inquietudes de los individuos frente a la sociedad. Este es en definitiva el papel mediador que cumplen los MCM en la sociedad.

Al llevar este conjunto de reflexiones al problema de investigación de esta tesis, significaría -por tanto- que la difusión de información sobre el medio ambiente estaría representando las preocupaciones personales de los individuos sobre el tema ambiental; y de alguna manera ayudando a que el interés personal pase a ser tema de reflexión y análisis de una situación específica.

Dicho de otra manera sería que, mientras más implicada se sienta la persona en la información entregada por los medios mayor será la capacidad de respuesta frente al tema, y también será mayor su adhesión al medio que lo informa.

De esta forma cobra validez el esfuerzo por conocer la relación entre exposición a los medios y la formación de conciencia ambiental en los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas.

B. Determinismo tecnológico. El rol que han cobrado los medios entre los jóvenes en los últimos años constituye un motivo relevante para conocer la relación entre exposición al medio y formación de conciencia ambiental. Son los jóvenes y las mujeres del sector socioeconómico medios quienes lideran el consumo radial y televisivo en Chile.

En la encuesta realizada por la Universidad Católica en conjunto con la Asociación de Radiodifusores (Archi), en mayo de 1996 se constata que los jóvenes escuchan radio en un promedio de 4,7 horas los días de semana y un promedio de 3,8 horas los días sábado y domingo. El tiempo que destinan a la televisión los días de semana es de 3,6 horas y, los fines de semana un promedio de 2,9 horas.

Si bien no hay cifras que muestren la disposición a la lectura de la prensa, es indispensable hacer notar que "los medios radiales y, especialmente los televisivos son los que despiertan sensaciones e intereses en niños y jóvenes, los que posteriormente se

sacian con la prensa escrita".⁵ La prensa escrita es utilizada sobre todo como fuente adicional para interpretar y contextualizar la información entregada por los otros medios.

La radio y la televisión pueden o no incluir información periodística que contribuya al conocimiento en su programación (musical, deportiva, teatral, etc.), mientras que la prensa escrita tiene como única oferta y razón de ser, la información :

Al preguntarse cuál es la función específica de la radio, el profesor universitario y especialista en persuasión, José Luis León (1993), contestaría que este medio cumple muchas funciones. Sin embargo hay tres principales que son la información, la educación y la entretención. Estas funciones también son propias de la televisión, pero la diferencia está en que la radio posee una magia que es muy propia del medio y que es la capacidad de establecer un contacto directo con los individuos de la audiencia.

La radio es el medio que mejor reproduce la relación interpersonal. Ello resulta evidente y ha sido puesto de relieve por muchas personas que trabajan en el medio. "Así, Roger Carroll, famoso periodista y entrevistador de la radio norteamericana ha señalado que se ve a sí mismo como sacerdote, psiquiatra, líder y hasta miembro de la familia (...) Hay demasiada gente sola y nosotros tenemos la finalidad de hablarles y acompañarlos. Me veo, más que periodista, como un trabajador social de las comunicaciones de masas" (cit. por Snow 1983).

Resultaría evidente que el poder de la radio, al igual como ocurre con los otros medios, pueda configurar opiniones además de entregar información y acompañar. Para que ello ocurra es indispensable que exista una relación interpersonal entre emisor y receptor. De no ser así resulta tremendamente difícil que las "autoridades" de la radio puedan convertirse en una especie de guías de opinión. No hay que olvidar que el carácter efímero de la radio es un factor tan importante como el carácter pasivo del receptor ante los mensajes de este medio. Ambos factores -efímero y pasivo- juegan en contra de poder establecer esta relación interpersonal.

Por su parte está el poder de la imagen. "Ver para creer" dice una vieja expresión muy común en nuestro lenguaje y asociada con sentimientos de sorpresa, admiración o disgusto. La expresión puede tomarse al pie de la letra siempre y cuando sean las imágenes el único contacto con la realidad o la única fuente de información visual que dispone el público para enjuiciar la realidad.

La televisión tiene como función básica la de entretener lo que incide en una actitud pasiva el individuo tiene frente al medio. El individuo se entrega a las imágenes que van apareciendo en la pantalla de una forma tal que deja poca atención al contenido de los mensajes. Y por mucho que se sostenga que una imagen vale más que mil palabras, es importante la implicancia del público en los mensajes para que éstos cumplan a cabalidad con la función de educar, y despertar interés por el acontecer.

Desgraciadamente la baja implicación o pasividad del receptor caracterizan a este medio. La baja implicación se refiere a la pasividad perceptiva del público frente a las ideas o situaciones expuestas por la televisión.

A partir del siglo XVIII la prensa escrita ha tenido como prioridad difundir opiniones más que noticias, o hechos objetivos. "Propagar opiniones era el objetivo de aquellos que se decidían a fundar periódicos, sirviendo a determinados grupos de poder, o bien constituyéndose en poderes indirectos debido a su peso en la opinión de las élites de cada época". (León, 1993)

Ya en el siglo XIX las noticias fueron incluidas en forma sistemática. Ello no oculta el hecho de que incluso en la actualidad, los periódicos además de comunicar lo nuevo, es decir las noticias, están sirviendo también para suministrar al público un cierto modo de pensar y configurar la realidad, y de interpretar las realidades sociopolíticas a través de determinadas claves de pensamiento.

José Luis León (1993: 129) sostiene que "a diferencia de la televisión y la radio, la prensa escrita exige de los receptores un esfuerzo cognitivo mucho mayor, ofreciendo a cambio un basamento bastante más amplio para el afincamiento de convicciones y la configuración de valores individuales y sociales. Por lo tanto, la relación del medio escrito con el público requiere de una atención activa, lo que significa que el ritmo de consumo del medio depende del propio individuo y, por tanto, del interés que tenga para destinar tiempo a ese consumo".

Entonces, es la prensa escrita la que en definitiva genera reflexión, los cambios en la forma de pensar y aprender sobre lo que al receptor le interesa. En el caso a que estamos abocados, sería la prensa escrita la que ayudaría más entre los MCM a la formación de una conciencia ambiental, formación sustentada por el interés generado previamente por la radio y la televisión.

Hasta aquí todo apunta a que la prensa escrita puede facilitar mucho más la reflexión de contenidos que los medios electrónicos (radio y televisión). ¿Por qué? Eso se debe a que la televisión, por ejemplo, emite contenidos más complejos en el sentido de la cantidad de estímulos (visuales, verbales, con mayor dinámica expresiva); asimismo la transmisión de elementos secundarios (vestuario, expresiones faciales de los personajes) que pueden distraer al público de una comprensión fidedigna, dificultando la reflexión y posterior postura sobre los temas. (León 1993)

La radio, por su parte, necesita de varios factores para que se produzca la relación interpersonal. En primer lugar, tenemos la capacidad del locutor de inspirar confianza y credibilidad ante la audiencia. Luego, la forma de decir las cosas en las que influye por sobremanera el lenguaje y las expresiones. Por último, debe existir una compatibilidad de horario entre programación y auditor. Estos tres factores adquieren el valor de todo o nada para la real comprensión de la información y su posterior reflexión.

Otra razón a favor del papel de la prensa escrita está dado por el hecho de que el material comunicativo de los medios escritos es susceptible de repaso por el lector. La lectura -además- puede ajustar el ritmo de cada cual, a su propia capacidad y velocidad de comprensión de los mensajes y, por último, a la disposición de horario de cada individuo.

Varios autores han citado ejemplos históricamente determinados de los efectos sociales de las formas de comunicación y hay una extensa bibliografía sobre las consecuencias sociales de la información impresa (por ejemplo Eisenstein, 1978 y Vásquez Montalbán, 1980).

Una interpretación del cambio político en los tiempos modernos que concede un lugar importante a la tecnología de las comunicaciones es la propuesta por Gouldner (1978). Este autor atribuye la "era de la ideología" de los siglos XVIII y XIX a la enorme disponibilidad de materiales impresos, sobre todo en forma de noticias, que condujeron a la necesidad de procesar e interpretar la información. La ideología fue una respuesta a la "revolución informativa".

Luego, el mismo autor, describe los medios de comunicación modernos -la radio, el cine y la televisión- como los acusantes de la "atenuación de la ideología", al pasar del "simbolismo conceptual al icónico", poniéndose de manifiesto la separación entre el

"aparato cultural" (la inteligencia), que crea ideología, y la "industria de la conciencia" que controla al moderno público de masas.

A los medios de comunicación, y en especial a la prensa escrita, les corresponde un rol muy importante en la creación de la mencionada conciencia ambiental, por ser generadores de preferencias y valores. Los medios de comunicación son capaces de producir cambios significativos en nuestra cultura, siempre y cuando los mensajes contengan explicaciones de los hechos.

La imagen y la voz suelen cautivar al público en tanto información. Pero es la pluma quien realmente lo atrapa y lo lleva por la senda de la reflexión y la formación de opiniones propias. Apto camino para desarrollar una conciencia sobre el tema ambiental.

C. Efectos de los media y el problema de cómo los mismos construyen la imagen de la realidad social. La influencia de los media es postulada porque éstos nos ayudan a "estructurar la imagen de la realidad social, a largo plazo, a organizar nuevos elementos de dichas imágenes, a formar nuevas opiniones y creencias". (Roberts, 1972)

En el centro de la problemática de los efectos está pues la relación entre la acción constante de los media y el conjunto de conocimientos sobre la realidad social, que da forma a una determinada cultura interviniendo en ella de forma dinámica. En esta relación son importantes tres características de los media: la acumulación, la consonancia, la omnipresencia (Noelle-Neumann, 1973)

En los últimos años es frecuente obtener información sobre el tema ambiental. Los distintos géneros de la noticia son usados en los espacios de programación periodísticas. Se vive, además, en un período donde lo fundamental en la información ambiental es la alarma, como una forma de advertencia de los peligros de la destrucción del medio ambiente. Algunos medios de comunicación también han utilizado este tipo de información para magnificar hechos que de otro modo no ganarían el interés del público. "El uso de distintas estrategias son necesarias para la formación de una conciencia que lo preserve". (Suárez, 1994)

La información catastrófica ha sido utilizada tanto por los medios de comunicación como por fuentes de índole educativa. En Estados Unidos, por ejemplo, ha sido enorme

el caudal de información sobre el medio ambiente y generalmente entregada en forma extremista, incompleta y alarmista. De hecho, en norteamérica este tipo de información ha entrado en el ámbito de las preocupaciones, debido a que el mensaje transmite que el mundo se está acabando; por tanto, ha generado, según el analista ambiental Jonathan Adler, que la conciencia ambiental sea una manía; esto es una especie de locura, caracterizada por un delirio general, que se apodera de la juventud norteamericana en vez de favorecer un conocimiento acabado de lo está ocurriendo en el planeta.⁶

Distintos estudios sobre los efectos de la información catastrófica o exagerada han demostrado que este tipo de mensajes logran elevar la importancia que la gente le da a los hechos. Sin embargo, este tipo de información tiene un efecto negativo que consiste en la pérdida de credibilidad de los mensajes cuando la gente llega a conocer directamente la realidad (van den Bergh y Reid, 1980).

Por otra parte, el tipo de información catastrófica suele llevar a muchos a una cierta depresión, a un cierto miedo a la catástrofe, ya que difícilmente esta información llega en forma explicativa o educativa. La falta de educación en la información impide que la audiencia tome medidas adecuadas respecto a qué hacer frente a la catástrofe.

Muchas veces esta especie de inacción constituye parte de una realidad más general; es decir, la prensa transmite el comportamiento que tiene el país frente a acontecimientos inusitados, o de los que conoce poco o nada. Adicionalmente, la prensa difícilmente advierte al público sobre situaciones que podrían desencadenar una catástrofe y ante las cuales se podrían tomar algunas prevenciones, contribuyendo a la reacción más que a la inacción asociada al miedo.

En tal sentido, la alarma y la información catastrófica provoca un "miedo que surge de una conciencia sin conocimiento y una conciencia sin acciones posibles." Cuando el individuo tiene conocimiento y tiene acciones posibles al alcance de la mano no tiene miedo. Sin embargo, si uno ve que Santiago se contamina cada día más y escucha lo que pasa con la salud a raíz de la contaminación atmosférica, uno siente que no tiene nada que hacer al respecto. Y de ahí surgen dos actitudes: Me deprimó e ignoro". (Maturana, 1994)

A nivel individual, además, la difusión de noticias alarmantes (sobre peligros naturales o conflictos ambientales) pueden generar reacciones de pánico en lugar de reacciones de vigilancia consciente, ya que la gente se ve tan afectada por los mensajes

exagerados o alarmistas como por aquellos basados en hechos **estrictos**. Esto puede conducir a una disminución de la capacidad para discernir entre **mensajes exagerados** y aquellos que se ajustan más a la realidad.

El hecho dice José Luis León (1993:79), que "existan numerosas **personas** con capacidad para discernir no invalida la conclusión de que la **exageración** se cree literalmente y por ello mismo es capaz de confundir al público y de afectar sus **actitudes**; creencias y conductas".

La otra manera de abordar la información ambiental es repitiendo una y otra vez la misma noticia, la que puede sumarse, en caso de no tomar las precauciones del caso, a la disfunción que muchas veces los MCM estarían provocando con la alarma. Desde la infancia todos hemos escuchado que repetir y repetir es la clave del éxito para **aprender**. Por tal motivo no resulta sorprendente que los medios utilicen "la **repetición de los mensajes** como una forma de aumentar la capacidad de procesamiento de la **información**" (León, 1993).

Pero no siempre "el que la sigue la consigue", ya que el exceso de **información** puede llevar a un repliegue sobre lo privado, a la esfera de las propias **experiencias** y relaciones, sobre la que cada individuo puede ejercer un control más adecuado. Asimismo, la **información** reiterativo puede provocar un sentimiento de rechazo por dicha información, producto de la saturación o hastío.

La saturación es denominada "disfunción narcotizante" por Lazarsfeld y Merton (1948). Esta definición se origina en el principio completamente opuesto a lo que los comunicadores denominan función de los MCM, ya que tiene relación con el interés de una sociedad moderna de contar con grandes masas de población apáticas e inertes. El ciudadano interesado e informado puede sentirse **satisfecho** por todo lo que sabe, **sin** darse cuenta de que se abstiene de **decidir** y **de actuar**. Considera su contacto mediatizado con el mundo de la **realidad política**. Leer, escuchar la radio y reflexionar pasan a constituirse en como un **sucedáneo de la acción**. Llega a confundir el **conocer** los problemas diarios con el **hacer algo al respecto**, sostienen estos autores.

La repetición de los **mensajes**, así como las **exposiciones múltiples** tienden a provocar efectos en la **construcción del recuerdo del mensaje**; pero **inciden menos** en la formación de un cambio de **actitud**, y aún **menos** en el **desarrollo del interés conductual**.

Así lo demuestra la experiencia y los estudios realizados en laboratorio, acota José Luis León (1993)

Por otra parte, la reiteración de mensajes en los medios puede terminar produciendo lo que Bateson (1972) denomina "habituación" y, con ello, la extinción de la reacción que originalmente provocó ese mensaje o información.

Los mensajes sobre contaminación ambiental han pasado a formar parte de lo permanente, sobre todo en los meses de invierno. En este período la información tiene que ver principalmente con las medidas preventivas anunciadas por las autoridades para combatir el próximo período crítico. Es así como se anuncian las campañas contra la contaminación y las autoridades señalan que "este año el problema de la contaminación tendrá prioridad, ya que lamentablemente ha recrudecido y esto se refleja a través del esmog, especialmente en las calles céntricas" (Arenas, 1986: 185-191)

Estos mensajes llegan a la población en forma habitual y a lo largo de los años han ido produciendo un cierto acostumbramiento a la catástrofe ambiental.

En síntesis, los mensajes alarmistas o exagerados han sido utilizados por los medios con el fin de despertar interés y motivación en los problemas ambientales. motivación por el tema.

En tanto, el mensaje reiterativo, persigue un cambio en la actitud de los receptores de la información más proclive a la acción. Sin embargo, ambas formas de abordar el tema ambiental constituyen en sí un arma de doble filo, porque a veces, lejos de conseguirse el objetivo, se distorsiona completamente o, en su defecto, se produce una suerte de "fragmentación" de la conciencia (Ortiz, 1980), consistente en la falta de integración entre valores y diagnósticos, por una parte, y conducta, por otra.

4. Otros Factores Que Contribuyen A La Conciencia Ambiental

*Mujersemilla, fruto, flor, camino.
Mujer, hay en tu pecho dos manantiales,
y en tu vientre la fortaleza de la vida.
Mujer....has pasado siglos en una incubadora.
Mujer. Pensar, es altamente femenino.
(de Amparo Ochoa)*

A. **Género.** La fuerte oposición entre el hombre y la mujer radica en las culturas patriarcales de nuestras sociedades occidentales, sobre todo en el campo científico a partir de la Revolución Industrial. El ámbito de la investigación científica ha sido dominado por los hombres durante casi toda la historia, en tanto que las mujeres siempre han tenido un rol más de espectadoras que de activas participantes del proceso del saber.⁷

Hasta la década de los ochenta, fecha en que se introduce el enfoque de género, lo masculino es asociado con la razón, fortaleza, inteligencia, creación, orden y cultura. Mientras que lo femenino con la emoción, la oscuridad, el caos y la naturaleza.

Estas características que diferencian a los hombres de las mujeres dan por hecho que el estudio de las ciencias es una empresa que encarna valores masculinos ya que para ejercerla se requiere de racionalidad, objetividad y aptitudes para el dominio de la naturaleza.

Ante las afirmaciones realizadas por el historiador inglés, Brian Easlea, hay otras opiniones tales como las de Simone de Beauvoir -escritora y feminista- agrega que "la contradicción entre el hombre y la mujer es tan primitiva y fundamental que no importa ninguna más. Después de todo es media humanidad contra la otra media. A mi entender esta contradicción es tan importante como la lucha de clases". También De Beauvoir reconoce que la religión de la mujer -en términos de cultura- está más ligada al reino de la agricultura, al reino de la duración irreductible, de la contingencia, del azar de la espera, y del misterio. (cit por Easlea 1981).

Por su parte, el filósofo norteamericano Herbert Marcuse conocido por sus críticas a la civilización industrial señala en su libro *Contra-revolución y Revuelta* que "el principio varón es el predominante en todos los campos del saber pero que es la mujer quien encarna, literalmente, la promesa de la paz, de la alegría, del fin de la violencia".⁸

Suma y sigue. Según el teólogo brasileño Leonardo Boff las mujeres tienen una habilidad especial para el análisis de lo complejo, de los detalles. "Ellas son más sensibles ante la injusticia. De hecho, las mujeres no matan a los niños en la calle. Eso lo hacen los hombres policías. Ellas son más reconciliadoras y siempre procuran curar la parte enferma de la sociedad y más decididas a enfrentar las crisis".⁹

Las mujeres "están mejor equipadas para desarrollar un nuevo paradigma de la relación con la naturaleza" afirma Boff.

¡Pero el problema ambiental es de todos! contestaría más de alguien a las declaraciones de Boff. De eso no cabe duda. El problema es de todos y nos afecta a todos por igual, a pesar de las diferencias de género. Sin embargo, y en esto sí hay consenso, existe una importante participación de las mujeres en la defensa del medio ambiente y, por tanto, no resulta difícil sostener que son las mujeres quienes contribuyen en mayor medida, que los hombres, a tomar conciencia sobre el tema ambiental.

La incorporación de la mujer a la defensa del medio ambiente tiene casi dos décadas de historia. Su quehacer incluye iniciativas internacionales donde las mujeres se han abocado a temas relacionados con armas nucleares, pesticidas, ingeniería genética; conservación del agua y de los bosques, aditivos cancerígenos en los alimentos, por nombrar algunas.

La notoriedad de la acción de las mujeres frente al tema ambiental se debe a que éste generalmente apela directamente a la emocionalidad, gatillando los sentimientos de solidaridad, protección y preservación, tan propios de quienes han ejercido ese rol por milenios; por una parte, y por otra, porque constituye una herramienta para la búsqueda de la eliminación de la opresión de las mujeres en la sociedad futura. "El ecofeminismo sostiene como premisa fundamental que en las culturas patriarcales los hombres tienen el derecho de explotar la naturaleza del mismo modo que explotan a las mujeres". (Salleh, 1992: 230-233)

En lo que lleva de historia el desarrollo de los movimientos medioambientales han sido —principalmente— las mujeres quienes han puesto las iniciativas de participación tanto en las campañas emprendidas en defensa del medio ambiente, como en el liderazgo de la denuncia sobre su destrucción.

La preocupación por el medio ambiente tiene relación con la "Madre Naturaleza" o relación de la mujer con la tierra lo que corresponde a una tradición matriarcal y no patriarcal, según el biólogo Humberto Maturana y Petra Kelly -líder ecologista que se suicidó en 1992-. Ambos señalaron en su momento que "lo patriarcal fue lo que llevó un poco a fragmentar y separar a la naturaleza del ser humano". La mujer es más alimentadora, más conciliadora y eso tiene que ver con la función biológica que cumple en términos de reproductora y protectora de la vida de sus hijos. (Maturana, 1994)

Sara Larraín (1994), coordinadora de la Red Nacional de Acción Ecológica (Renace) y hoy Directora Ejecutiva del Grupo Chile Sustentable, reconoce que tiene que haber una lógica en lo femenino que tiende hacia la conservación más que a la destrucción. "Creo, dice la ecologista, que hay una especie de determinismo en la mentalidad femenina que es diferente de la mentalidad masculina. Hay una tendencia en lo femenino más hacia la conservación, preservación, redondamiento y acumulación: Actitudes que son menos puntudas que la de los hombres".

Retomando la ligazón de la mujer con la agricultura y la relación mujer-tierra de origen matriarcal, no hay que perder de vista que es la Tierra la que está dando vida y origen a la existencia de los seres vivos en el planeta. Son mujeres, son hembras animales, hembras de las plantas, quienes tienen la función biológica primaria de dar la vida y alimentarla, para luego volver a reproducirla. Los procesos de fecundación, además de su importancia intrínseca para la pervivencia del grupo que los practica, suele ligarse con la fertilidad de la tierra y el ganado.

La relación de la mujer con la tierra tiene que ver con el cultivo, situación en que están inmersas las creencias de lo humano y lo divino; así como también la estabilidad territorial y dependencia de ciertas características que sólo brinda la naturaleza. Todas forman parte de los factores que generan una cultura. De ahí que en las distintas culturas existan ritos a la fertilidad. Un caso concreto en nuestro país es el guillatún del pueblo mapuche, donde a través de bailes y plegarias se le agradece a la tierra los elementos brindados para la supervivencia de la comunidad.

Las características femeninas o cualidades del género hacen que sean las mujeres, en gran parte, las protagonistas por la defensa del medio ambiente. Si bien el número de mujeres es muy inferior al de hombres que lideran la política, la economía o temas sociales; son ellas quienes llevan el panderero cuando se trata de dirigir organizaciones no

gubernamentales, sociales y comunitarias vinculadas al tema ambiental. Asimismo, cuando se trata de organizar campañas de recolección de desperdicios, de denunciar actos que atentan contra la extinción de especies, talas de árboles o contra la salud de la población en general.

La fuerte presencia femenina en la defensa ambiental corresponde a "una reacción ante el paradigma racional, pragmático y muy masculino como resultado de la Revolución Industrial", señala Ximena Abogabir, presidenta de la Casa de Paz, ONG pacifista y ecologista.

"Podemos afirmar -agrega Ximena Abogabir- que existe una identidad entre los valores que sustenta la preocupación ambiental y los valores tradicionalmente asociados a lo femenino: Proteger, compartir, contemplar, nutrir".¹⁰

Las mujeres, los niños y los jóvenes "intuyen que sobre sus hombros recaerá la responsabilidad de arreglar el lío que les estamos dejando"; esto significa tener la responsabilidad de reconstruir lo que destruimos, y lo más probable que en esta tarea los principales actores ambientales sean las mujeres, niños y jóvenes.

El quehacer de la mujer en este campo cuenta con una relativa receptividad en los medios de comunicación de masas. Frente a un problema ambiental es más frecuente ver en televisión a algunas mujeres encabezando denuncias o informando sobre conflictos ambientales. Asimismo oír, en entrevistas radiales —por ejemplo— a la directora de la Alianza por los Bosques de Chile, Adriana Hoffman. Informarse sobre las denuncias hechas por Greenpeace a través de Myriam Urzúa, coordinadora de la filial para el Pacífico Sur. Y últimamente, conocer las declaraciones de Mary Anne Muller, quien se consagró como una de las activistas de la Corporación de Defensa de Pirque, al protestar abiertamente por la instalación del gasoducto en dicha localidad.

Con respecto a la presencia de la mujer en los medios de comunicación, Ximena Abogabir reconoce que los medios brindan más acogida a líderes mujeres en asuntos ambientales. "Tal vez - agrega esta periodista- porque les parecen más "auténticas" y sospechan que detrás de los varones ecologistas hay siempre una sandía: Verde por fuera, rojo por dentro. Es decir, que el discurso ecologista masculino a menudo persigue otros fines".¹¹

La temática relacionada con la ecología suscita un problema de vida, de muerte y de transformación para la especie humana. La ecología es la primera ciencia que apela

casi directamente a una toma de conciencia en términos de **información y conocimiento** sobre lo que ocurre con nuestro entorno y, por ende, con el hombre mismo. **Y, además,** es la primera vez que una ciencia, y no una filosofía, nos pone ante el **problema de la** relación entre la humanidad y la naturaleza viva. (Florín, 1992)

Frente a este dilema es la mujer quien posee las mejores **herramientas para** reflexionar y actuar tanto en la defensa como en la preservación de la vida y **del medio** ambiente. Las características intrínsecas del género así lo demuestran.

B. Edad. Entre los 14 y los 18 años el ser humano experimenta **una** transformación que es comparable con la metamorfosis de la larva en mariposa, **entre** otras razones porque no se produce de improviso sino en fases y además en **distintos** aspectos.

La edad de la adolescencia se caracteriza por la variedad de intereses, **conductas y** emociones. Entre éstas tres características generales se destacan:

- la exploración y búsqueda de nuevos horizontes y posibilidades;
- los deseos de conocer otras personas y otras cosas;
- la consolidación de nuevas relaciones con sus pares;
- el despertar al conocimiento y,
- la adquisición de compromisos e ideales. (Florenzano, 1995 :161-a-)

Para efectos de esta investigación es importante tomar en cuenta el conjunto de estas características, ya que unas más que otras, contribuyen al desarrollo de una conciencia ambiental.

Los cambios biológicos provocados por la adolescencia traen consigo un proceso de maduración neurológica y psicológica. En este proceso, el individuo experimenta un cambio en la forma de percibir y conocer todo aquello que lo rodea, ya sea por motivaciones personales o por el beneficio que encuentra al sentirse con mayores capacidades para razonar y actuar.

Despertar al conocimiento también lleva consigo desafíos y logros en la consolidación de una identidad personal, lo que permite que el sujeto se separe de su familia y funcione y piense en forma independiente. Dentro de este contexto, el adolescente comienza a elegir **por mutuo propio lo que desea saber, y cuando algo es de**

su interés es capaz de gastar todo el tiempo del mundo para encontrar "la" respuesta que para él es valiosa porque constituye "su" verdad.

Es así como si se entusiasman con una idea que involucra valores, generalmente es por el desafío de no seguir la corriente de ser solamente observador del mundo desde la platea frente al televisor, sino de responder a la invitación a ser protagonista de su vida.

"Este tipo de niño constituye la mayor parte de los adolescentes de hoy. Trabaja bien su proceso de maduración. Se les ve a menudo participando generosamente en tareas de beneficio comunitario, sin que los grupos de esas comunidades lo reconozcan, e incluso los olvidan cuando se tiende a generalizar y se da amplia publicidad a la mala conducta de algunos". (Peláez, 1995:149)

Algunos ejemplos de lo anterior son : el trabajo realizado por los escolares en los dos últimos censos de población del país; la ayuda prestada después de catástrofes naturales como el aluvión de la Quebrada de Macul en 1992; la participación en las brigadas juveniles organizadas por la CODEFF para asistir tanto a niños de escasos recursos en el sur de Chile, como hacer plantaciones de árboles en suelos erosionados.

Muchas de "estas actividades que realizan los jóvenes, ya sea por motivación personal o como una forma de lograr independencia, no se saben a cabalidad porque el quehacer de estos adolescentes no es noticia". (Peláez, 1995: 141) Ahora, lo que sí daría pie para una noticia sería que el sentido de la propia identidad se traduce en decisiones con respecto a elecciones de vida y vocaciones; del mismo modo que decisiones con respecto al respeto por el hombre, por las relaciones humanas y la naturaleza.

"Así como el período pre-adolescente, entre los 10 y 14 años, es importante en la adquisición de costumbres alimentarias apropiadas y de aprender a decir no al consumo de alcohol, cigarrillo y drogas, en la adolescencia aparece más relevante la opinión de los pares que la de los adultos. De ahí la importancia que cobran la incorporación de adolescentes a las brigadas de salud, por ejemplo.

El compromiso e idealismo que se adquiere en la adolescencia puede canalizarse positivamente. "Los adolescentes más que campañas antidrogas o anti-Sida, quieren actividades en pro de un futuro más sano, con mayores oportunidades laborales, o de un medio ambiente más limpio". (Florenzano 1995:172-b-)

El deseo de participar en este tipo de actividades da muestra de que la enseñanza sobre el medio ambiente que se va sembrando en la niñez se puede ir cosechando durante la adolescencia. Obtener buenos frutos significa contar con jóvenes con conciencia ambiental. En sus manos está no sólo el futuro de una sociedad sino también el presente porque ellos ponen en jaque a la autoridad, y a los adultos que la ejercen, dificultando la convivencia.

Cartas al Director. Diario La Época, septiembre de 1996.

Señor Director:

Soy una estudiante de 15 años y quiero preguntarle a través de mi carta el problema que hoy en día nos preocupa a todos referente a las medidas que han tomado ustedes para mejorar el ambiente.

1. ¿Son buenas las medidas que han tomado ustedes para mejorar lo relativo al smog?

2. ¿Qué debemos hacer para ayudar?

3. ¿Por qué no están de acuerdo los médicos?

Muchas gracias por su atención. Si me responde por favor hágalo con palabras que puedan entender los niños.

Firma: Carolina Maldonado del Colegio El Greco, Pedro Aguirre Cerda.

"Los cambios en la adolescencia son profundos, y sobre todo en culturas como la actual, donde los hijos deben desarrollar adaptaciones sociales muy diferentes, preocuparse de temas tan difíciles y distintos a los que fueron la preocupación de sus padres. Por ello, las crisis de adolescencia y las brechas generacionales son más evidentes en sociedades de transformación rápida". (Florenzano, 1995:78 -c-)

El tema ambiental es asumido en forma distinta por padres e hijos. De hecho en los jóvenes existe un interés por el tema. De ser bien encaminado se puede lograr concretizar una actitud ecológica, con respeto a la naturaleza y su equilibrio como condición para la supervivencia humana.

5. Hipótesis

Las siguientes tres hipótesis constituyen respuestas a la pregunta formulada en distintos niveles. Cada una de ellas está basada en las teorías antes discutidas.

Hipótesis 1

A mayor tiempo de exposición a los medios de comunicación de masas mayor información ambiental entre los jóvenes.

Esta hipótesis se apoya en la teoría sobre la función mediadora de los medios.

Hipótesis 2

El tipo de medio al que se exponen los jóvenes favorece distintos niveles de conciencia ambiental, desde la mera “información ambiental” hasta la “opinión ambiental” (ver definición de Conciencia Ambiental).

Esta hipótesis se apoya en la teoría sobre el determinismo tecnológico de los medios de comunicación de masas, y se descompone en las siguientes subhipótesis.

Subhipótesis 2.1 : A mayor tiempo de exposición a la televisión y la radio mayor conciencia ambiental del nivel (i) o “información ambiental” entre los jóvenes

Subhipótesis 2.2 : A mayor tiempo de exposición a la prensa escrita mayor conciencia ambiental del nivel (ii) u “opinión ambiental” entre los jóvenes.

Hipótesis 3

La exposición a noticias, reportajes o entrevistas de carácter alarmista o reiterativo debilita entre los jóvenes la conciencia ambiental de nivel (ii) u “opinión ambiental”, en la medida que favorece sentimientos o actitudes negativas, tales como el sentimiento de frustración y la actitud de no hacer nada. De esta manera los MCM no ayudan a formar una “opinión ambiental” conducente a la acción.

Esta hipótesis se apoya en la teoría de los efectos de los medios de comunicación y se descompone en las siguientes dos subhipótesis:

Subhipótesis 3.1 : La exposición a información ambiental alarmista, se corresponde con sentimientos de temor e inseguridad entre los jóvenes.

Subhipótesis 3.2 : La exposición a información ambiental reiterativa, se corresponde con actitudes entre los jóvenes de no querer hacer nada ni volver a escuchar la noticia.

Esta hipótesis se apoya en la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas.

Las siguientes dos últimas hipótesis apuntan a factores que refuerzan la relación entre MCM y conciencia ambiental de los jóvenes: La edad y el género.

Hipótesis 4

Las mujeres desarrollan un mayor nivel de conciencia ambiental que los hombres.

Esta hipótesis se apoya en los argumentos del género.

Hipótesis 5

A mayor edad, mayor conciencia ambiental.

Esta hipótesis se apoya en la presunción de que una mayor madurez y desarrollo de la personalidad les permite a los mayores del tramo estudiado (14 a 18 años de edad) aprovechar mejor la exposición a los MCM, en términos de extraer información, conceptos ambientales y formarse opiniones.

Variables

Las siguientes son las variables incluidas en las hipótesis. Un grupo de ellas se refieren a la exposición de los jóvenes a los medios de comunicación; mientras que otro grupo se refiere a aspectos de la conciencia ambiental de los jóvenes. El primer grupo fue clasificado como "variables independientes" y el segundo como "variables dependientes". Sin embargo, la investigación estableció correspondencias más que causalidades entre los dos grupos de variables. Es muy difícil establecer causalidades en lo que se refiere al

impacto de los medios de comunicación de masas en la conciencia de la gente (McQuail,1996).

La razón es que la conciencia ambiental, como toda forma de conciencia, está influida por muchos factores además de los medios de comunicación de masas. Por otra parte, la conciencia se forma en el largo plazo. Por lo mismo, la exposición a los medios, además de influir sobre la conciencia ambiental, puede estar en cierta medida determinada por ella. Los jóvenes con determinado nivel de conciencia ambiental buscarán acceso a determinados medios y con determinada frecuencia.

(i) Variables independientes

- tiempo de exposición a los medios de comunicación de masas
- tipo de medio al que se exponen los jóvenes
- exposición a información ambiental alarmista
- exposición a información ambiental reiterativa

(ii) Variables dependientes

- conciencia ambiental
- niveles de conciencia ambiental
- sentimientos de temor e inseguridad entre los jóvenes
- actitudes negativas, como indiferencia y hastío frente a la información

6. Metodología

La presente investigación se enmarcó dentro de un estudio descriptivo. Donde de nuestras "grandes preguntas", o "porqués", escogimos una que nos pareció manejable y relevante al mismo tiempo. Sin embargo, la afirmación contenida en esa pregunta tal vez todavía nos suscite dudas y nos convenga someter a escrutinio empírico esa afirmación, como paso previo a la investigación propiamente explicativa". (Sabatini, 1993)

La investigación descriptiva resulta útil como forma de poner a prueba afirmaciones de sentido común, o aquello que "todo el mundo sabe", y que muchas veces constituye fundamento de decisiones concretas.

Por otra parte, un estudio descriptivo "busca especificar las propiedades de un fenómeno, como también mide las dimensiones de éste. El investigador elige distintos conceptos que posteriormente somete a medición. Los resultados obtenidos sirven para describir el fenómeno".¹²

Para realizar este estudio se usó un análisis metodológico cuantitativo. La recolección de datos se hizo a través de una encuesta administrada, a la muestra elegida al azar.

Seguramente surgirá la pregunta de ¿por qué un periodista usa una metodología cuantitativa y un instrumento como la encuesta?

Hasta el año 1973 el uso de metodologías cuantitativas era casi de "propiedad" de los sociólogos. Si bien a lo largo de la historia los periodistas han estado más preocupados por una cuestión de principios más que por cuestiones de métodos, hoy se plantea a nivel mundial el uso de metodologías cuantitativas como estrategias radicalmente diferentes para el ejercicio del periodismo de investigación.

"Hubo un tiempo en que todo lo que hacía falta era amor a la verdad, vigor físico y cierta gracia literaria. Todavía el periodismo necesita esos recursos, pero ya han dejado de ser suficientes. El mundo se ha vuelto más complicado, el incremento de información disponible tan ingente, que el periodista tiene que ser alguien que criba y no sólo que transmite, un organizador y no sólo un intérprete, así como alguien que reúne y hace accesibles los hechos. Además de saber cómo redactar informaciones de prensa o cómo contarlas en los medios audiovisuales, él o ella deben descubrir cómo introducirlas en la cabeza a su público. En otras palabras, el periodista ahora tiene que

ser un administrador de datos acumulados, un procesador de datos y un analista de esos datos". (Meyer, 1993)

La cantidad de información se duplica cada cinco años (Wurman, 1989) ; por tal razón es preciso aprender, y ojalá poder especializarse, en la elaboración e interpretación de los datos arrojados por el uso de una metodología cuantitativa. Para lograrlo, es necesario que un periodista pueda conciliar los siguientes elementos:

- Cómo encontrar la información
- Cómo valorarla y analizarla
- Cómo transmitirla de forma que traspase la mezcla inconexa de la sobrecarga informacional y llegue al público que la necesita y la desea.

En la medida que los periodistas consigan realizar tales objetivos estarán cumpliendo con uno de los fundamentos de la profesión, que es aportar al conocimiento.

El uso de metodologías cuantitativas conduce a los profesionales de las comunicaciones a insertarse en el Periodismo de Precisión. Este constituye una de las formas más usadas en Estados Unidos y Francia y, forman parte de las nuevas fronteras para el desarrollo del periodismo de investigación.

Fomentar la investigación periodística ha sido una de las finalidades de la Escuela de Periodismo de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano (UAHC). Desde ese punto de vista resulta congruente el desear indagar en el campo del periodismo de precisión. La aplicación de los métodos científicos de investigación cuentan con un campo abonado en quienes desean explorar y desarrollarse en esta área, usando metodologías que ya no sólo pertenecen al campo de la sociología.

Más allá de la importancia que cobra el "periodismo de precisión" está el hecho de que esta metodología es válida para los efectos de esta investigación. A través de ella se pretendió medir las relaciones entre las distintas funciones que cumplen los medios de comunicación y el nivel de conciencia ambiental existente entre los jóvenes.

La idea fundamental es poder establecer la existencia de diferencias o coincidencias entre categorías de jóvenes (según sexo, edad, educación de los padres, etc.) en cuanto a la relación observada entre exposición a los medios de comunicación y conciencia ambiental, relación que es tratada en las hipótesis.

Uno de los instrumentos más utilizados en las metodologías cuantitativas es la encuesta, la que consta de los siguientes elementos:

- Determinación del objetivo o conjunto de objetivos sobre los que obtener información.

- Una muestra

- Un cuestionario

- Un método de sondeo (Entrevista personal, telefónica, cuestionario autoadministrado, cuestionario administrado por un encuestador)

- Codificación y análisis

A. Objetivo. La necesidad de síntesis entre la reflexión sobre el papel del periodista y su contribución a la configuración de la opinión pública, por un lado, y la aplicación, por otro, de métodos rigurosos y científicos en el trabajo de los profesionales de los medios forman parte de los objetivos para usar las encuestas.

B. Muestra. Se sacó una muestra aleatoria al azar del Primer Ciclo de Enseñanza Media (1° y 2° Año Medio); y Segundo Ciclo de Enseñanza Media (3° y 4° Año Medio) del Liceo Experimental Manuel de Salas.

La edad de los jóvenes a estudiar fue entre 14 y 18 años. La elección de este grupo etareo y del establecimiento, se fundamenta en primer lugar, en que este grupo de estudiantes tiene acceso a los distintos medios de comunicación de masas (televisión, radio y prensa) durante toda la semana; requisito fundamental para medir la influencia de los tres MCM. En segundo lugar, un alto porcentaje de los padres tiene un educación universitaria completa. Y por último, el liceo imparte un promedio de cuatro horas de clases obligatorias sobre el tema ambiental, ya sea a través de la asignatura de Ciencias Naturales o de Biología. Por tanto, el Liceo Experimental Manuel de Salas era un terreno fértil para ver en qué medida contribuyen los MCM, en la conciencia ambiental de estos estudiantes de enseñanza media.

Por otra parte, la elección de esta audiencia como objetivo principal de estudio puede asociarse a la idea de que los intereses, deseos y necesidades del público determinan en buena medida la visión del mundo que ofrecen los medios de comunicación y, de hecho, toda la configuración de las instituciones de medios de comunicación. Esto no descarta la posibilidad de que la accesibilidad a una determinada

información, sea nada más que producto de la "oferta" que hacen los medios a esta audiencia.

Acercarse a una respuesta sobre estas últimas ideas forma parte de los motivos de la elección de la audiencia y de la investigación misma.

El tipo de muestra a establecer depende del método de obtención de la información. En este caso se realizó un cuestionario que fue administrada por tres periodistas, a todos aquellos jóvenes de enseñanza media que fueron elegidos al azar ; es decir, todos y cada uno de los estudiantes del Liceo Experimental Manuel de Salas tuvo la misma probabilidad de participación en la muestra.

Para respetar el estándar de las probabilidades idénticas, se recordó la siguiente regla: **"Desde el momento en que una persona forma parte de la muestra hay que empeñarse sin desaliento en conseguir su respuesta. Toda sustitución viola la regla de la aleatoriedad"** (Meyer, 1993)

Todo proyecto de investigación empírica está sujeto a la primera ley de la economía, aquel que dice : Nadie tiene suficiente de algo como para lograrlo todo. En cada diseño muestral, en consecuencia, hay que considerar un equilibrio entre el tamaño de la muestra y la mortalidad de la misma, de acuerdo con la siguiente regla: **"Una muestra pequeña con una buena tasa de respuesta es mejor que una muestra grande con una mala tasa de respuesta"** (Meyer, 1993)

C. Cuestionario. Las respuestas se obtuvieron a través del cuestionario; por tanto las preguntas fueron estructuradas cuidadosamente y redactadas en forma coloquial para que pudieran ser entendidas por todos los estudiantes.

Las preguntas de un cuestionario de una encuesta cuantitativa se sitúan en una estructura específica, porque su propósito es medir la respuesta a un estímulo. Por ello ese estímulo ha de ser formulado de manera que pueda repetirse ante un encuestado u otro de modo que cada entrevistado esté reaccionando ante la misma cosa exactamente.

"El entrevistador no puede improvisar o reformular la pregunta para establecer el grado existente de conocimiento o interés del entrevistado. Cada punto ha de ser expuesto exactamente de la misma forma como fue diseñado en la factoría de los cuestionarios. Dicho procedimiento produce una clara ganancia en exactitud pero con el

coste de generar una situación antinatural en la que no se tiene en cuenta el pleno potencial de la comunicación oral". (Meyer, 1993)

Este mismo autor plantea algunas recomendaciones que son importantes de señalar. En primer lugar dice que: " nunca ha de perderse la oportunidad de copiar o plagiar una pregunta que ya ha funcionado en alguna investigación en otra oportunidad. Así como también, nunca ha de confeccionarse una pregunta para corroborar el titular de prensa que uno ya tiene pensado escribir".

D. Codificación de los datos y análisis. Una vez terminado el trabajo de campo y la grabación de los datos en el programa computacional es cuando se inicia la investigación en sí. Lo primero es mirar las cuantificaciones totales, el número y porcentaje de gente que se agrupa en cada una de las posibles respuestas correspondientes a las preguntas del cuestionario. La determinación de esta información básica no es tan evidente como parece, ya que por adelantado se habrá decidido que hacer o cómo tratar las variantes de respuestas tales como : "no sabe", "sin respuesta" y "sin opinión".

Por último, la interpretación de los datos no es de ninguna manera la culminación del análisis, sino que el primer paso, porque la interpretación de éstos se sustenta de modo condicional hasta que la presencia de otras evidencias la apoyen.

II. TRABAJO DE CAMPO

El análisis teórico dio paso al trabajo práctico. Por lo tanto, había que formular un instrumento que fuera capaz de recoger la información que más tarde validaría, o rechazaría las hipótesis planteadas.

Los datos estaban echados. ¿Cuál sería el resultado de este nuevo desafío? Resultaba difícil hacer cualquier vaticinio. Dar inicio a esta nueva etapa significó, en primer lugar, hacer las gestiones necesarias para saber si las autoridades del Liceo Experimental Manuel de Salas estaban dispuestas a aceptar que se pasara una encuesta a un determinado número de alumnos de los niveles 1º, 2º, 3º y 4º de Enseñanza Media.

Fue a través de una carta firmada por Orlando Mella, entonces rector de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, que se solicitó tanto a Marcela Khon —orientadora—, como a Hugo Toncio —jefe de la Unidad Técnico Pedagógica (UTP)—, la posibilidad de ejecutar el proyecto de tesis en ese establecimiento.

Desde el primer momento fue acogida la petición. Marcela Khon —orientadora del liceo— sostuvo: “Me parece interesante y para nosotros es importante saber qué están pensando nuestros alumnos sobre el tema ambiental. Es un tema de actualidad y el liceo no cuenta con recursos para hacer un estudio de este tipo”. Por su parte, el jefe de la UTP se mostró igualmente interesado en el tema de la investigación, pero temeroso: “No estoy seguro de que los alumnos estén tan dispuestos a contestar una encuesta de ese tipo. Ellos “no están ni ahí” con los temas de actualidad. Además, no les gusta ser conejillos de Indias”, manifestó.

Cabe señalar que el interés prevaleció por sobre los temores. En menos de una semana la respuesta era positiva y con mucha disposición a facilitar el trabajo práctico de esta investigación. Dos reuniones en la segunda semana de octubre con el jefe de la UTP fueron suficientes para interiorizarse del proyecto, fijar fechas y entregar las listas de los 21 cursos de Enseñanza Media del liceo.

Para llevar a cabo el trabajo práctico, resultaba indispensable contar con la muestra. Sin embargo, lo imperioso era el confeccionar la encuesta. Hasta ese momento la muestra no era más que una idea vaga y el cuestionario un sinnúmero de preguntas que así como afloraban se desvanecían. Todo esto dentro de un estado casi

de emergencia. El carácter de urgente que tomaba el trabajo se debía a que la primera quincena de noviembre los alumnos de 4º medio finalizaban las clases y el resto entraba en la etapa de pruebas globales y exámenes. Es decir, alumnos con agenda estudiantil copada.

A. Dos cosas a la vez

Si bien no se puede precisar qué se hizo primero y qué después, sí se puede constatar que ambas etapas se realizaron y a tiempo: el diseño y la extracción de la muestra.

Una vez conocido el número total de alumnos de Enseñanza Media del Liceo Manuel de Salas se sacó una muestra aleatoria estratificada por curso, representativa del universo total de los 724 alumnos. Esta dio un total de 242 alumnos a encuestar. Con el sistema del “dado” -es decir, al azar- se eligieron entre doce y trece alumnos por curso, dependiendo del tamaño de este último.

En el intertanto se diseñaba el cuestionario. Cada pregunta tenía que tener directa relación con las hipótesis. Se formularon 26 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas, las que conformaron un total de 28 preguntas a responder.

Las 26 preguntas cerradas tenían como finalidad medir el tiempo de exposición de los jóvenes a los medios de comunicación, cómo ellos perciben la información que los distintos medios entregan sobre las noticias de carácter ambiental, y poder conocer la cantidad de información ambiental que manejaban. Entre las preguntas cerradas también se quiso recoger información sobre el sexo, edad, contacto con el medio ambiente y calificaciones en las asignaturas de Ciencias Sociales y Biología, que fueron factores a considerar en la formación de la conciencia ambiental. Las dos preguntas abiertas buscaban saber si los jóvenes tenían o no opinión sobre tres temáticas medioambientales.

Aunque la encuesta se había confeccionado de acuerdo a las hipótesis planteadas en el proyecto, no había seguridad de que fuera completamente entendible para los jóvenes. Por tanto, hubo que hacer un pre-test. Esto consistió en pasar el cuestionario a un grupo de jóvenes similar al del grupo de estudio. Otros alumnos de Enseñanza Media y otro establecimiento.

Con todos los temores del caso y con el mito de que los jóvenes no tienen interés en nada, se solicitó hacer el pre-test en el Colegio Rubén Darío, ubicado en la comuna de La Reina. Aceptada la solicitud se programó con Felix Huerta –director del colegio– un día equis para acudir al colegio y hacer la prueba.

Se juntó en una sala un total de 20 alumnos, cinco de cada nivel entre hombres y mujeres. Luego de una breve explicación acerca del proyecto de tesis se les pidió que contestaran, pero por sobre todo que consultaran todo aquello que no entendieran. Las consultas de los jóvenes fueron la clave para darse cuenta qué preguntas no estaban claras. Pese a ello, no les tomó más de quince minutos responder la encuesta.

B. Desmistificación

En esta primera aproximación con los jóvenes se vislumbró el interés que ellos tienen por el tema ambiental. En una conversación informal que se produjo después de contestar el cuestionario se mostraron críticos a las “soluciones” que se dan para mejorar el medio ambiente. Y sobre los medios de comunicación dijeron que “se refieren siempre a lo mismo y eso da lata”. Posteriormente, al hojear las encuestas se corroboró lo manifestado verbalmente.

El resultado del pre-test llevó a replantearse aquellas preguntas turbias por un lado; y por otro, se llegó al convencimiento de que las dos preguntas abiertas bien merecían un lugar en el cuestionario. El temor a que los jóvenes no contestarían o no tendrían opinión al respecto quedó por completo superado.

C. Liceo Experimental Manuel de Salas

Una vez modificado el cuestionario se vuelve al Liceo Manuel de Salas y se le da a conocer al jefe de la Unidad Técnica Pedagógica, Hugo Toncio, con el fin de recoger sus opiniones y sugerencias.

Luego de leer el cuestionario y hacer algunas acotaciones Toncio la aprobó con un simple movimiento de cabeza y agregó. “Partamos con los 4º medios. Ellos salen de clases la próxima semana; o si no se va quedar sin encuestarlos”.

Dicho y hecho. A los dos días se le entregó la lista con los alumnos seleccionados por curso y nivel. Y, tal como había sido programado el lunes 11

de noviembre a las 12:00 hrs. llegamos –tres periodistas– con 70 encuestas en la mano; una caja con 70 lápices grafito y unos cuantos sacapuntas. A la cita –que se hizo a través de los profesores jefes– acudió la totalidad de los seleccionados de 4º año medio.

Reunidos los 58 alumnos en el auditorium del liceo, se procedió a explicarles de qué se trataba la encuesta pero sin entrar en detalles ni mencionar el tema ambiental; de modo que no existiera ninguna predisposición antes de responder. Después de 15 minutos fueron devueltas las encuestas marcadas. Algunas con respuestas breves y otras con respuestas extensas. Y no estuvieron ausentes las acotaciones al margen.

Esta tarea se repitió cinco veces en un periodo de tres semanas. En dos oportunidades se encuestó a la totalidad de los jóvenes seleccionados por nivel. En otra ocasión se realizó con tres cursos de un nivel y dos cursos de otro nivel. Y, en dos oportunidades se encuestó sólo a un curso. Esto se debió, exclusivamente, a que los estudiantes tenían que disponer de horarios libres de pruebas más la aprobación del profesor jefe. Cualquiera fuera el caso, la encuesta siempre fue autoadministrada.

D. Muestra : “Los conejillos de Indias”

- Primero Enseñanza Media : Un total de 176 alumnos conformaban los cinco cursos del nivel. Fueron seleccionados 59 y otros 4 de reserva en caso de ausencia de los anteriores. Contestaron los 59.

- Segundo Enseñanza Media : Un total de 205 alumnos conformaban los seis cursos del nivel. Fueron seleccionados 68, más 5 de reserva en caso de ausencia de los anteriores. Contestaron los 68.

- Tercero Enseñanza Media : Un total de 174 alumnos conformaban los cinco cursos del nivel. Fueron seleccionados 58 y otros 4 de reserva en caso de ausencia de los anteriores. Contestó un total de 58.

- Cuarto Enseñanza Media : Un total de 169 alumnos conformaban los cinco cursos del nivel. Fueron seleccionados 57, más 4 de reserva en caso de ausencia de los anteriores. Contestaron los 57 seleccionados.

E. Procesar la información

Lograr pasar el cuestionario se transformó por momentos en lo único importante de este proyecto. Si bien la premura del tiempo logró llevar el panderero en dichos instantes, ésta nunca logró disminuir ni invalidar los deseos por conocer las respuestas de los jóvenes. Respuestas que serían motivo de análisis en este proyecto.

¿Y ahora qué? Esta es una pregunta que afloró en forma constante durante la realización de este trabajo. Lo satisfactorio es que siempre encontró respuesta.

Esta vez lo primero fue diseñar una base de datos que contuviera las variables y la codificación de las respuestas. Para llegar a esto se tuvo que dar un nombre a cada variable que no tuviera más de ocho caracteres y, a la vez, darle un número entre el 0 y el 9 a cada alternativa de respuesta.

Una vez construido este esquema se procedió a insertar los datos en un programa computacional. Excel 5.0.

Aquel momento específico en que se encontraba el proyecto de tesis "Contribución de los Medios de Comunicación a la Conciencia Ambiental en los Jóvenes" se puede definir como : "el estar frente a una pantalla de computador repleta de celdillas que esperan ser llenadas con números".

A la izquierda aguardaba un alto de papeles blancos, llenos de preguntas y respuestas, que se iban transformando en datos. Un período en que el periodista trabaja centrado en ir del papel a la pantalla del computador y viceversa. Es un trabajo mecánico y lento. Pero tras él se siente latir aquello que será la **INFORMACION.**

III. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

“Así como nuestra sociedad se vuelve cada vez más intrincada nosotros, los periodistas, tenemos que descubrir instrumentos más complejos y representativos para describir e interpretarla”

Philip Meyer, 1993

Capítulo I
CONSUMO DE MCM Y CONCIENCIA AMBIENTAL A NIVEL DE INFORMACIÓN

experiencia, dar forma a nuestras percepciones y contribuye al almacenamiento de conocimiento del pasado y a la continuidad de la comprensión presente. Colectivamente, los MCM se diferencian de otras instituciones del conocimiento por :

- desempeñar una función general como portadores de todo tipo de conocimiento, por tanto también en nombre de otras instituciones;
- operar en la esfera pública, accesibles en principio a todos los miembros de una sociedad sobre una base abierta, voluntaria, no específica y de bajo costo;
- en principio la relación entre emisor y receptor es equilibrada e igualitaria; y
- los MCM llegan a más gente que otras instituciones, y por más tiempo, pues “arrancan” con las primeras influencias de la escuela, los padres, la religión, etc.”.

Por su parte, el sociólogo De Moragas Spá (s.f) sostiene que los MCM atienden a muchas funciones sociales y entre ellas se pueden distinguir tres que son las que claramente tienen relación con el papel social de los medios : la función otorgadora del estatus, la reafirmación de normas sociales y la disfunción narcotizante.

En primer lugar, dice De Moragas Spá, los MCM dan prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos al legitimizar su estatus. El reconocimiento por parte de la prensa, radio o televisión, noticieros, testifica que la persona ha llegado a tener una importancia suficiente como para destacarse entre las grandes masas anónimas, que la conducta y las opiniones de tal persona son lo suficientemente significativas como para requerir la atención pública.

En cuanto a la reafirmación de normas sociales, señala este autor que los MCM pueden hacer pública la transgresión a normas sociales que se consideran inconvenientes para individuos de la sociedad. “Hacer públicos los hechos, el reconocimiento forzoso en miembros del grupo de que estas desviaciones han tenido lugar, requiere que cada individuo asuma una postura”.

Esta función de exposición pública es institucionalizada en los MCM. Prensa, radio y televisión exponen hechos de corrupción, violaciones a menores por ejemplo y, esta exposición fuerza un cierto grado de acción pública contra lo que ha sido privadamente tolerado. “Cualquiera —afirma este autor— sea el resultado de la puesta al público de un hecho, igualmente los MCM sirven para reafirmar las normas sociales que imperan en un territorio”.

función mediadora que tienen los distintos medios de comunicacion.

III. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

**“Así como nuestra sociedad
se vuelve cada vez más intrincada
nosotros, los periodistas, tenemos
que descubrir instrumentos más
complejos y representativos para
describir e interpretarla”**

Philip Meyer, 1993

Capítulo I
CONSUMO DE MCM Y CONCIENCIA AMBIENTAL A NIVEL DE
INFORMACIÓN

experiencia, dar forma a nuestras percepciones y contribuye al almacenamiento de conocimiento del pasado y a la continuidad de la comprensión presente. Colectivamente, los MCM se diferencian de otras instituciones del conocimiento por :

- desempeñar una función general como portadores de todo tipo de conocimiento, por tanto también en nombre de otras instituciones;
- operar en la esfera pública, accesibles en principio a todos los miembros de una sociedad sobre una base abierta, voluntaria, no específica y de bajo costo;
- en principio la relación entre emisor y receptor es equilibrada e igualitaria;y
- los MCM llegan a más gente que otras instituciones, y por más tiempo, pues “arrancan” con las primeras influencias de la escuela, los padres, la religión, etc.”.

Por su parte, el sociólogo De Moragas Spá (s.f) sostiene que los MCM atienden a muchas funciones sociales y entre ellas se pueden distinguir tres que son las que claramente tienen relación con el papel social de los medios : la función otorgadora del estatus, la reafirmación de normas sociales y la disfunción narcotizante.

En primer lugar, dice De Moragas Spá, los MCM dan prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos al legitimizar su estatus. El reconocimiento por parte de la prensa, radio o televisión, noticieros, testifica que la persona ha llegado a tener una importancia suficiente como para destacarse entre las grandes masas anónimas, que la conducta y las opiniones de tal persona son lo suficientemente significativas como para requerir la atención pública.

En cuanto a la reafirmación de normas sociales, señala este autor que los MCM pueden hacer pública la transgresión a normas sociales que se consideran inconvenientes para individuos de la sociedad. “Hacer públicos los hechos, el reconocimiento forzoso en miembros del grupo de que estas desviaciones han tenido lugar, requiere que cada individuo asuma una postura”.

Esta función de exposición pública es institucionalizada en los MCM. Prensa, radio y televisión exponen hechos de corrupción, violaciones a menores por ejemplo y, esta exposición fuerza un cierto grado de acción pública contra lo que ha sido privadamente tolerado. “Cualquiera —afirma este autor— sea el resultado de la puesta al público de un hecho, igualmente los MCM sirven para reafirmar las normas sociales que imperan en un territorio”.

Y por último, existe una tercera función social a la que, De Moragas Spá, llama disfunción narcotizante, que consiste en que la cantidad y repetitiva información que se le entrega a la población puede servir para narcotizar más bien que para dinamizar al lector o al oyente del medio. “A medida que aumenta el tiempo de exposición disminuye la acción organizada. El individuo lee relatos sobre cuestiones y problemas y puede comentar incluso líneas alternativas de acción, pero esta conexión, hartamente intelectualizada y hartamente remota, con la acción social organizada no es activada. El ciudadano interesado e informado puede felicitar a sí mismo por su alto nivel de interés e información y dejar de ver que se ha abstenido en lo referente a decisiones y acciones. Llegando, en ocasiones, a confundir el *saber* acerca de los problemas del día con el *hacer* algo al respecto. Su conciencia social se mantiene impoluta. Se preocupa. Está informado, y tiene toda clase de ideas acerca de o qué debiera hacerse, pero después de haber escuchado la radio, visto la televisión y leído el periódico, se acuesta.

En ese aspecto peculiar, las comunicaciones de masas pueden ser incluidas entre las más respetables y eficientes de los narcóticos sociales”, concluye el autor.

Frente a esta tercera función social de los MCM, Denis McQuail (1996:158) pone énfasis en la teoría de la responsabilidad social de los medios, donde subraya que éstos deben aceptar y cumplir ciertas obligaciones con la sociedad, y que son las de satisfacerla mediante el establecimiento de niveles altos o profesionales de información, veracidad, precisión, objetividad y equilibrio. Asimismo, deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de la sociedad, dando acceso a diversos puntos de vista y derecho de réplica. El cumplimiento de dichas funciones, dice McQuail, motiva a la audiencia más que la inactiva.

El psiquiatra Ramón Florenzano (1995:71) cree en el postulado que sostiene que los MCM tienen efectos tanto en la conducta de los niños como de los jóvenes, y que muchas veces estos pasan a transformarse en un miembro más de la familia —sobre todo la televisión—. Por eso se les llama “el tercer padre”. Los MCM, —sigue Florenzano— poseen atributos positivos porque entretienen, educan e informan. Pero, para algunos la televisión y la radio son la única compañía o el antídoto del aburrimiento, de ahí la cautela con los contenidos que se entregan. Esta posición invalida la formación de conciencia adquirida a través de los padres y/o la escuela, dándole gran importancia a la función mediadora que tienen los distintos medios de comunicación.

“Tradicionalmente se vio a los padres como los únicos responsables de la ignorancia o del conocimiento de sus hijos. Pero en la medida que ambos padres desempeñan tareas fuera del hogar, se cede esta función a la escuela y a los medios de comunicación”, manifiesta Florenzano.

A pesar de la importancia que tienen los MCM en la función mediadora, como hemos visto en la revisión teórica, pensamos sin embargo, que la entrega de conocimiento y la posterior formación de una conciencia en los jóvenes está mediada por tres agentes educativos que son : la familia, la escuela y los MCM.

La médula de la primera parte

Dado que la primera hipótesis planteada en esta tesis sostiene que, a mayor tiempo de exposición a los MCM mayor es el nivel de conciencia ambiental entre los jóvenes, es que en esta ocasión nos abocaremos a ver cuál es la contribución informativa que hacen los MCM sobre el tema medioambiental, en los jóvenes. Por tanto, el análisis se basará, principalmente, en el tiempo destinado a los medios y la cantidad de información que manejan sobre algunos temas específicos.

Esto no significa, de ningún modo, despreciar la importancia que tienen la familia y la escuela en la formación de la conciencia ambiental. Sabemos, por la encuesta realizada, que cuando un joven desea tener más información sobre un tema medioambiental que le interesa recurre en primer lugar a su familia, siendo el padre la principal fuente de información.

Otro grupo dice recurrir a los MCM y en especial a la televisión. Y la minoría acude con preguntas sobre el reciclaje, explotación de bosques u otros, a los profesores, compañeros o amigos, siendo estos últimos los menos confiables en estos conocimientos. “A mis amigos no les pregunto nada que tenga que ver con medio ambiente porque ellos saben tan poco como yo”, afirmó un alumno de 2º Año Medio durante una conversación informal. Mientras varios otros reafirmaron lo dicho por su compañero de colegio.

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS SE CONVIERTEN EN EL NUMERO UNO DEL CONSUMO DE LOS JÓVENES

1.1. Televisión EL PODER DE LA IMAGEN

¿Consumen televisión los jóvenes? ¡Sí, señor! y por Dios que consumen diría cualquier cristiano, después de leer los resultados de la encuesta realizada a una muestra representativa del total del alumnado de enseñanza media, del Liceo Experimental Manuel de Salas

De acuerdo a los resultados de la encuesta un 58% ve televisión durante dos horas o más los días de semana. Este porcentaje se desglosa en un 26% que pasan de dos a tres horas diarias frente al televisor; mientras que el 32% lo está por tres horas y más.

El mismo 58% de los encuestados ve televisión durante el fin de semana, con la salvedad de que los sábados y domingos, aumenta el número de jóvenes que permanecen frente al aparato por tres horas y más (36,4%), en relación a quienes lo están entre dos y tres horas (21,5%).

Tales resultados no sorprenden si los comparamos con estudios centrados en los adolescentes, realizado por el Simposio Nacional en 1996 (Adler:1996), sobre los efectos de la televisión en Estados Unidos, donde se indica que éstos dedican entre un cuarto y medio día a esta actividad; sobrepasando en muchos casos al número de horas de clases (986 horas-clases contra 1.343 horas-televisión al año).

Respecto a lo mismo, el sociólogo Carlos Catalán ¹³ agrega que “en América Latina, hombres y mujeres ven en promedio dos horas de televisión al día. En algunos países se ha cruzado la curva descendente de horas invertidas en trabajo con la curva ascendente de horas pasadas frente a la televisión. Según proyecciones, una persona nacida en 1990, cuando cumpla sesenta años en el 2050, habrá estado expuesta a la pantalla alrededor de 70 mil horas, mientras que habrá cursado estudios durante 30 mil horas y, habrá dedicado a la vida laboral unas 65 mil horas”.

Tomando en cuenta las cifras resulta evidente el peso de este medio de comunicación. La exposición al medio es una de las principales actividades que realizan los jóvenes mientras están despiertos y no escapa a nación alguna.

Entretenimiento e Información

La atracción que ejerce la televisión se entiende al constatar que muchas veces las personas se sientan frente a ella buscando distracción, descanso o simplemente usándola como pasatiempo. No hay que olvidar que hace 30 años, cuando nació la televisión, para muchos este medio comenzó más como un juguete que como una contribución seria, e incluso popular, a la vida social.

La televisión tomó prestado casi todos los elementos existentes y usados por otros medios hasta esa fecha (películas, noticias y deporte) y agregó la imagen, la que se constituyó en el gran atractivo para el hombre, dice el teórico en comunicaciones y profesor de la Universidad de Amsterdam, Denis Mc Quail (1996:37).

La cautivación que produce la imagen se debe a la posibilidad de acercarse al televidente a lugares y situaciones difíciles de conocer en la cotidianeidad. Además, la magia de ver produce la sensación de inmediatez o cercanía ya sea con hechos o lugares. Mayor aún es la relevancia del medio cuando las imágenes se transforman en el único referente de información del que dispone el público.

Sin embargo, el periodista Paulo Ramírez¹⁴ después de hacer un exhaustivo análisis de la programación de la televisión abierta concluyó que este medio “nos enseña cómo es la realidad que nos rodea y qué debemos hacer para vivir en ella”. Este periodista echa por tierra el gran mito que la televisión entretiene, ya que sostiene que desde la carta de ajuste hasta las palabras de cierre, la televisión es una gran clase magistral.

La opinión de Ramírez tiene como trasfondo sostener que la exposición al medio permite identificaciones colectivas, héroes similares, desarrollo de actitudes tolerantes, así como también uniformidad en la recepción de información sobre temas sociales, políticos y culturales. Dicho análisis se contradice completamente con las reflexiones y expectativas que Umberto Eco hizo acerca de la televisión en su libro “Apocalípticos e Integrados”¹⁵, donde en lo fundamental “prevalcía en ella una consideración abiertamente optimista y positiva sobre el rol que debía y podía jugar en la sociedad moderna, sobre todo si se tenía presente sus potencialidades educativas y culturizadoras. La televisión, anunciaba Eco, será un elemento de cultura para el ciudadano de las áreas subdesarrolladas, haciéndoles conocer la realidad nacional y la dimensión del mundo”.

Entre los análisis hechos por Eco y las reflexiones de Ramírez han transcurrido treinta años, un período nada despreciable como para ver los cambios sufridos por este medio. Y qué mejor sino medirlo entre la propia audiencia.

“Se busca Información”

De partida no todo es entretención para los jóvenes encuestados. Al indagar sobre cuál es el MCM al que acuden para enterarse de las noticias nos encontramos con que ellos buscan la información, principalmente, en la televisión durante la semana (82%); Mientras que un 60% recurre a la pantalla chica los fines de semana. Según estos datos, la televisión tiene una importancia —entre los MCM— significativa, ya que se constituye en la principal fuente de información de los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas.

No se puede negar que es alto el número de televidentes jóvenes que tienen los noticieros. Entre las nueve y las diez de la noche estos consumidores de imágenes e información son claramente consumidores activos; es decir, personas interesadas por saber qué ocurre en el mundo.

Durante una hora diaria estos jóvenes tienen una actitud receptiva frente a los hechos. Por una hora diaria estos jóvenes no son presa de la indiferencia ni de la resistencia, sino personas que buscan información. Destinan parte de su tiempo para recibir lo que este medio de comunicación haya definido como noticia.

En suma, para los jóvenes la televisión no es sólo un medio de entretención sino que también una fuente de información. La alta frecuencia en el uso de la televisión como canal de información es consistente con los resultados de la encuesta del CNEP, 1993 (Sunkel, 1997:6) en el sentido que, el 78 por ciento de los encuestados considera a la televisión como el medio más influyente, comparado con el 10 por ciento que menciona la radio, el 7 por ciento que señala a los diarios y el 1 por ciento que menciona a las revistas.

La tarea de entretener se cumple a cabalidad transmitiendo programas estelares, de conversación, concursos, películas o documentales; y las transmisiones deportivas, por nombrar algunos. En tanto para informar, este medio cuenta con los noticieros, reportajes y análisis de temas de actualidad, donde muchas veces el objetivo es inducir al televidente a la reflexión sobre los mismos.

1.2 Radio: UN VIEJO AMOR

Uno podría pensar que la radio, por ser el medio de comunicación más “viejo”, no lograría captar la atención de los jóvenes en la forma que aquí quedó demostrado. Sin embargo, tanto la encuesta realizada por la Universidad Católica¹⁶ como ésta han demostrado que los jóvenes son el grupo de la población que lidera el consumo radial. Una de las razones de esta preferencia se puede atribuir a la gran capacidad de innovación que ha tenido este medio a lo largo de sus setenta y siete años de vida, cosa que le ha ayudado a mantener audiencia.

Dicen que las cifras hablan por sí solas. Del total de jóvenes encuestados un 40% escucha radio durante dos horas y más durante la semana. Este porcentaje aumenta en 13 puntos los fines de semana en igual período de tiempo. El resto de los jóvenes también enciende el receptor diariamente, aunque sea por períodos de tiempo que van entre quince minutos y una hora treinta minutos.

El poder de la palabra y la voz del locutor son fundamentales para cautivar auditores. Estas cualidades se reflejan en la capacidad para crear imágenes auditivas, lo que hace que la radio llegue a ser tan visual o más que la propia televisión y eso, claro está, depende de que”en radio, la palabra es una imagen y la voz es una persona”, afirma el especialista en comunicaciones José Luis León (1993:134).

En la actualidad, la radio no sólo es parte fundamental del actual tejido comunicacional, sino que nada indica su desplazamiento o sustitución en un porvenir cercano. Según el sociólogo Carlos Catalán¹⁷ la radio ha superado con éxito el desafío inicial que implicaba competir con la televisión. La radio ha sabido adaptarse a las condiciones de un territorio donde el cambio y la sofisticación tecnológicas son la nota dominante. Y no se trata sólo de un fenómeno circunscrito a los países de América Latina o de menor desarrollo: en rigor representa una tendencia global, que tiene curso tanto en Santiago como en Ancud, en Nueva York como en Madrid o Estocolmo.

De alguna manera, concluye Catalán, esta flexibilidad y ductilidad de la radio para prevalecer en contextos cambiantes, cruza toda su historia.

Se puede sostener que el surgimiento de emisoras segmentadas y con programación especial para jóvenes pareciera ser la mejor herramienta para que este “viejo” medio logre conquistar jóvenes. Una buena selección musical, programas

interactivos —de conversación y consultas— más algunos datos avisos, son lo importante para estos oyentes. De ahí que le destinan tiempo.

Esta deducción se hace después de saber que son contados con los dedos de las manos los jóvenes que acuden a este medio en busca de información. Sólo un 9% de ellos se entera del acontecer nacional, e internacional, por la radio los días de semana. En tanto, el 5% hace lo mismo los fines de semana.

Por años la radio ha cumplido una función de acompañamiento y al que muchas veces se le pide que sea nada más que el contrapunto sonoro del lugar donde la persona se encuentre, hogar, vía pública o el metro, entre otros.

Lo anteriormente acotado justificaría en parte que la audiencia activa sea menor con respecto a la televisión. De acuerdo a estas cifras los jóvenes acudirían a la radio en busca de compañía y entretenimiento, más que como un medio formador de opinión y reflexión.

1.3 Diarios:

LA LECTURA EN NÚMEROS

Por fin logramos enterarnos que para los jóvenes la prensa escrita no ha muerto del todo. El avance de la tecnología y acceso a otros medios de información como son las redes de Internet y por sobre todo la televisión abierta y por cable, hacen pensar que los jóvenes jamás toman un diario.

Se suma a lo anterior las permanentes quejas por la disminución del hábito de lectura entre los chilenos. El lamento aumenta cuando los padres y los profesores reclaman por la ausencia de hábitos de lectura de los jóvenes, atribuyéndole de paso responsabilidad al cine, televisión y videos. Esta queja se acrecienta aún más, cuando se mide el nivel de actualidad noticiosa que maneja el grupo etario que fluctúa entre los 15 y 19 años.

Según un estudio de la Cámara Chilena del Libro, realizada en 1995, los jóvenes leen más libros que diarios. Y eso lo hacen por obligaciones escolares más que por iniciativa propia. Este hecho impidió incluir en los resultados de la encuesta al grupo etario de 15-19 años, ya que dicho factor distorsionaría el porcentaje real de personas que habían leído un libro en los últimos tres meses, que era la pregunta de la encuesta.¹⁸

Pero si se trata de tener sorpresas.....aquí hay una. La noticia es que los estudiantes del Liceo Experimental Manuel de Salas, son lectores por gusto propio. Los lectores habituales están concentrados en los días sábados y domingos con un 40%. Mientras un 16% lee el diario todos los días; un 22% del total de la muestra lo lee a veces. Y el 22% restante, se divide entre los que no lo leen nunca (6%), y los que lo hacen casi nunca (16%). En síntesis quienes más se exponen a la prensa escrita constituyen un 56% de estos jóvenes.

Junto con sondear la información sobre lectura de diario, la investigación ahondó en los temas de preferencia que eligen los jóvenes al hojear los periódicos.

Gustos y preferencias

Con un diario entre las manos y sin la presión de tener que leer para rendir, los jóvenes comienzan por la página deportiva (39%). Otro 25% se va derecho a las notas de espectáculos. Mientras que un 15% parte por las notas culturales.

Otros temas como son los desastres naturales, las guerras, la política nacional e internacional, la economía y el medioambiente son lectura secundaria o terciaria para los jóvenes.

Cabe señalar, que ellos se interesan más por los desastres naturales y el medioambiente que por la política y la economía. Un 13% se inclina por lectura sobre los desastres naturales y medio ambiente, contra un 4% que se informa sobre política y economía.

Es preciso estar informado para no caer en el rango de los “ignorantes”, diría más de un docente de Periodismo. Para saber lo que pasa en el mundo hay que acercarse a los medios de comunicación, porque son ellos los encargados de informar.

Hasta aquí hemos visto que los jóvenes consumen medios de comunicación tanto o más de lo imaginado. Ahora cabe preguntarse qué recogen de ellos y cómo éstos contribuyen, por medio de la información, a la conciencia ambiental de los jóvenes. El manejo de información forma parte del nivel básico de la conciencia ambiente. Eso, de acuerdo a lo planteado en esta investigación.

2. CONSUMO DE MCM VERSUS MANEJO DE INFORMACIÓN

* Los jóvenes ven televisión, escuchan radio y leen diario. ¿Cuánto saben de medioambiente?

Con el propósito de averiguar cuanta información manejan los jóvenes sobre temas medioambientales, se elaboró un conjunto de preguntas sobre diversos temas ambientales, pero todas enfocadas a la relación del hombre con la naturaleza.

La primera pregunta se centró en el ámbito político, ya que se les pidió identificar la situación legal del Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo en dicho momento. En segundo término se les consultó por la composición del smog, donde está implícita la agresión, y el poco respeto que tiene el hombre con el ecosistema y con su propia calidad de vida. En tanto, la tercera interrogante estuvo dirigida a la situación de inadaptación del hombre al medio ambiente y sus leyes naturales. Es sabido que la instalación en zonas de riesgo es una demostración de la colocación del hombre en situación de vulnerabilidad. Finalmente tenían que reconocer a dos actores políticos; es decir, a quienes — igual que los actores de una obra de teatro— suben la voz y pisan las tablas para comunicarse con el público.... o con la audiencia.

2.1 Bosque Nativo

Los resultados indican que una gran mayoría de los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas no saben cuál es la situación actual del Proyecto de Ley del Bosque Nativo. Asimismo, los resultados señalan que los que manejan una información correcta sobre el tema es equivalente a quienes tienen una información errada de la misma.

Para ver la diferencia entre una respuesta y otra hay que remitirse a las cifras. Estas indican que la alternativa “no sabe” ganó por mayoría, ya que el 65% de los alumnos optó por ella dentro de las cuatro posibilidades a elegir. El otro 35% de alumnos se repartieron por partes iguales entre los que no están bien informados, y los que realmente saben que el Proyecto de Ley de protección al Bosque Nativo fue presentado al Parlamento, encontrándose aún en discusión.

Ante estos resultados surge preguntarse ¿por qué sólo un 17 por ciento de los jóvenes está informado?

El porcentaje es bajo. El consumo de MCM es altísimo. Esto a simple vista significaría que no existe mayor relación entre el tiempo de exposición a los medios y el nivel de información sobre el bosque nativo que tienen los jóvenes.

Según los resultados de la encuesta, el grupo que lee los diarios periódicamente — todos los días o fines de semana—, resulta ser el más informado sobre el Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo (22%); lo sigue el grupo que pasa menos tiempo escuchando radio (21%). En tanto la información entregada por la televisión durante la semana, o los fines de semana, incide de igual manera en el grupo que se expone más tiempo a la pantalla chica (19%).

Cuadro N° 1
Proporción de jóvenes bien informados sobre Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo por tipo de MCM, según tiempo de exposición al MCM

Tiempo de exposición a los MCM	Tipo de medio de comunicación				
	TV en la semana	TV el fin de semana	Radio en la semana	Radio el fin de semana	Diario
Menos*	14%	15%	21%	21%	10%
Más**	19%	19%	13%	15%	22%

* TV y radio: entre 15 y 90 minutos al día; Diario: nunca, casi nunca, a veces lo lee.

** TV y Radio: más de una hora y media al día; Diario: lo lee todos los días o los fines de semana.

Estas cifras nos indican que el tiempo de exposición a la televisión y, especialmente, a la prensa escrita contribuyen a una mayor información sobre el Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo. Mientras la televisión ayuda a elevar el porcentaje de jóvenes bien informados en 5 puntos (en la semana) y 4 puntos (el fin de semana), la prensa lo hace aumentar en 12 puntos.

En cuanto a la radio, se podría pensar que este medio “desinforma”, ya que mientras más escuchan radio los jóvenes menos saben del tema. Probablemente lo que sucede, en realidad, es que los jóvenes se acercan a este medio en busca de música o programas de entretenimiento, quedando con menos tiempo para informarse sobre el medio ambiente; cuestión que ya habíamos anticipado.

Estos datos coinciden con el postulado de dos especialistas en comunicaciones, McQuail (1996:36) e Iyengar (1994:10), respecto de la exposición a la televisión y a la prensa. Ellos sostienen frente a la exposición a la televisión que, “las imágenes entregadas por este medio nos hacen sentir muy cerca de los hechos y de los lugares”. Sumándose a lo anterior, la importancia que cobra la televisión al ser un medio que puede transmitir una observación directa de los acontecimientos en el momento que se producen.

Por tanto, la información sobre los bosques que entrega la televisión pasaría a ser más fácilmente parte de nuestro bagaje de conocimiento, y en ello radicaría el aumento de los cinco puntos, a mayor tiempo de exposición a este medio.

Respecto a la prensa escrita, los mismos autores sostienen, que ésta tiene mayor impacto en este tema específico, lo que podría explicarse porque se trata de un tema de carácter político y legislativo. “Este tipo de temas —político y legislativo— constituye, en principio, la base de la tarea de informar de un medio escrito, y por tanto, pone más énfasis en lo que para muchos puede resultar de interés humano. A la vez el medio escrito permite la relectura y, por lo mismo, la fijación de información resulta más factible que la exposición a la televisión o la radio”, añade José Luis León (1993: 145).

Por último, queda una pregunta pendiente: ¿Los que no manejan información sobre el bosque nativo pertenecen al grupo de jóvenes que “no están ni ahí”? Creemos relevante escarbar en estos datos para saber qué pasa con los que “no saben”. Sobre esto hablaremos más adelante. No hay que olvidar que ellos son mayoría: un 65% de los encuestados.

2.2 Esmog

Un alto porcentaje de respuestas correctas marcaron los jóvenes al tener que identificar los tres componentes principales del esmog de Santiago. Es probable que ese alto nivel de conciencia ambiental se deba a que viven en un ambiente sucio, sufren los efectos nocivos que provoca la contaminación atmosférica y, estudian estos temas ambientales en el colegio.

A diferencia de la pregunta anterior —Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo—, los jóvenes sabían perfectamente de qué se estaba hablando. Esto se comprueba al ver que sobre el 90% sabía que los gases de los vehículos motorizados y el

humo de las chimeneas industriales forman parte del esmog. Mientras que **cercá de un 70%** añadió el componente, polvos en suspensión. En resumen, el **64%** de los encuestados sabe a ciencia cierta, cuáles son los tres componentes principales que contaminan el aire en Santiago.

Si bien los datos arrojados en esta pregunta resultan ser muy gratificantes hay que señalar que tanto el grupo que se expone menos tiempo como aquel que se expone más, a cualquiera de los tres medios, manejan casi el mismo nivel de información. Por tanto, el tiempo de exposición a los MCM no sería el factor fundamental en el conocimiento de esta información. Ante lo cual queda refutada la hipótesis que sostiene que a mayor tiempo de exposición mayor conciencia ambiental del nivel información. Los MCM en este caso específico no cumplen una función medial en estricto rigor. Para comprobarlo, veamos los resultados.

Por ejemplo, más del **90%** de los alumnos marcó dos de las alternativas correctas (gases de vehículos y humos industriales), y ello equivale igualmente para quienes se exponen más tiempo o menos tiempo, tanto a la televisión como a la radio.

De igual forma, es parejo el porcentaje de los que saben que uno de los componentes del esmog es el polvo en suspensión (**66%**); sin incidir el tiempo de exposición a los medios electrónicos (televisión y radio). Sin embargo, este porcentaje de respuestas correctas sobre el polvo en suspensión, aumenta en cuatro puntos (**72%**) cuando se trata del grupo que lee el diario los fines de semana.

Entre los elementos que inciden en el manejo de esta información podría estar el hecho de que desde 1990 el gobierno se propuso la meta de descontaminar Santiago. Según el alcalde de Santiago, Jaime Ravinet ¹⁹ “han habido avances al respecto porque se ha logrado mejorar la calidad de las micros con el sistema de licitaciones, (y) se ha disminuido la cantidad de monóxido de carbono de los autos por el incentivo del uso de convertidor catalítico... Pero el objetivo más relevante de esta meta fue crear conciencia en la ciudadanía y en los jóvenes muy especialmente, donde los MCM juegan un rol importante”.

No se puede dejar de lado el hecho de que año a año los santiaguinos nos veamos enfrentados a las medidas de alerta ambiental o pre-emergencia. Tampoco se puede obviar que en los colegios se suspenden las clases de Educación Física producto del alto índice de contaminación atmosférica. Por tanto, si el joven no se entera por un medio de

comunicación sobre los problemas de contaminación ambiental, de igual forma lo hará en el colegio. Más, si justo ese día le toca una clase de Educación Física.

Por último, no se puede dejar de lado el que los jóvenes encuestados viven en Santiago, una de las ciudades más contaminadas del mundo y declarada en 1996 “zona saturada”. Hecho que dio pie a la firma de un Decreto que declara que en la Región Metropolitana se deben cumplir con mayor rigurosidad las medidas de fiscalización y de control ambiental.

Y, como si esto no fuera suficiente, la composición del smog y la contaminación del aire son materia de Ciencias Naturales en 7° y 8° año básico, lo que indica que en más de una oportunidad esta información ha sido tema de evaluación escolar.

El factor “cercanía” cobra mucha importancia en este caso. Los encuestados viven en medio de un ambiente sucio y, a la vez, conocen los problemas que éste provoca. Resulta factible sostener entonces que este factor, unido tanto al aprendizaje escolar, como a las imágenes televisivas de un Santiago sin cordillera, inciden en la conciencia que se tiene del problema.

2.3 Aluviones

¡Qué exageración!, fue la exclamación que hicieron hombres y mujeres al leer la pregunta número 26 de la encuesta. Esto hizo presentir que poco o nada sabían del tema, sin embargo, los resultados demostraron lo contrario.

Durante la década del 90 en Chile han ocurrido dos aluviones difíciles de olvidar. Corría 1991 cuando la población de Antofagasta se vio afectada por este fenómeno donde la naturaleza y el hombre son igualmente responsables.

La televisión, la radio y la prensa daban cuenta de los hechos a través de imágenes y testimonios. Se mostraba y comentaba la forma en que corría el lodo por la ciudad nortina y cómo éste arrastraba los hogares y sus moradores.

No pasaron más de dos años cuando un lunes de junio de 1993 sucedió lo mismo, pero en Santiago, en la Quebrada de Macul. En esa ocasión los 26 muertos y los cuantiosos daños producidos fueron, otra vez, motivo suficiente para que la noticia fuera abordada como un tema, más que como un hecho aislado.

En reportajes, foros, entrevistas y notas informativas, se señalaba el peligro que corren las personas cuando el hombre no considera las malas jugadas que puede hacer la naturaleza.

Los lugares inadecuados para la construcción de viviendas —como la Quebrada de Macul— forman parte de los riesgos que se corren frente a los bruscos cambios climáticos; lo mismo ocurre con una cordillera deforestada ya que ésta no es capaz de atajar la fuerza del agua. Estos factores son decisivos en el desencadenamiento de una catástrofe como ésta.

El paso del tiempo no debilitó la memoria de los alumnos del Liceo Experimental Manuel de Salas. Un 69% recordó que una de las causas de destrucción que provocan aluviones, como los vividos en años anteriores, se debe a que las casas estén construidas en zonas de riesgo. Un 52% supo que la deforestación de la cordillera ayuda a producir estas catástrofes; y un 17%, señaló la causa que llueva sin frío.

Ahora cabe preguntarse ¿cuál o cuáles de los medios de comunicación contribuyen a crear esta conciencia?

Cuadro N° 2

Capacidad para identificar las causas de los aluviones, por tipo de MCM y tiempo de exposición a los MCM
(en porcentajes de jóvenes que identifican correctamente cada causa sobre el total encuestado)

	Tipos de medios de comunicación y causas de los aluviones														
	TV en la semana			TV el fin de semana			Radio en la semana			Radio el fin de semana			Diario		
	causas***			causas			causas			causas			causas		
	SF	CR	D	SF	CR	D	SF	CR	D	SF	CR	D	SF	CR	D
menos tpo*	16	75	48	20	68	48	22	65	57	22	64	60	18	69	45
más tpo**	19	64	54	16	70	54	13	73	47	15	72	46	17	69	57
Tot %	17%	69	52	17	69	52	17	69	52	17	69	52	17	69	52
Tot N	42	167	125	42	167	125	42	167	125	42	167	125	42	167	125

* **TV y Radio:** entre 15 y 90 minutos al día; **Diario:** nunca, casi nunca, a veces lo lee.

** **TV y Radio:** más de una hora y media al día; **Diario:** lo lee todos los días o los fines de semana.

*** Causas de los aluviones: **SF:**Llueve sin frío; **CR:**Casas construidas en lugar de riesgo; **D:**Deforestación

Estos datos muestran que los MCM no juegan un papel importante ni claro en la formación de la conciencia ambiental de los jóvenes, en lo relativo a información. Sin embargo, al considerar las distintas causas de los aluviones, aparecen cosas interesantes.

El hecho que llueva sin frío es tal vez la causa más difícil de identificar por su carácter más técnico o científico. Sólo la identifica un 17 por ciento de los jóvenes. En general, el consumo de los medios no contribuye a elevar la conciencia sobre esta causa, con la salvedad de un pequeño efecto positivo de la TV durante la semana. Una tarea para los medios!

La segunda causa corresponde a la construcción de casas en zonas de riesgo. De no existir esas casas allí, no habría catástrofe aunque mucho lloviera. Un alto porcentaje de jóvenes —69 por ciento— tienen conciencia sobre ella. Se trata de un tema sin duda, conectado con una experiencia vital, la del lugar de residencia en la ciudad. Y la radio, tanto de semana como de fin de semana, es el único medio que tiene una influencia importante en aumentar esa conciencia. Los que más oyen radio superan en 8 puntos porcentuales a los que menos la oyen en capacidad para identificar esta causa.

Por último, la deforestación de la pre-cordillera es una causa de los aluviones también identificada correctamente por una gran proporción: 54 por ciento de los jóvenes. La deforestación se relaciona con una noción sobre el medio ambiente como relación del hombre con su entorno, más que con una concepción “científica”. De la misma forma, la deforestación apunta a un tema ambiental específico, la conservación de los bosques, sobre el cual existe en el mundo una gran sensibilidad.

La exposición a la prensa es la que más influencia ejerce sobre la conciencia ambiental de estos jóvenes; y la televisión, una influencia algo menor. Esta influencia de la prensa en la conciencia es la mayor de todos los medios y de todas las causas que estamos analizando: 12 puntos porcentuales.

En términos generales, es posible concluir que cuando en los hechos hay involucradas vidas humanas, como es en el caso de este tipo de catástrofes, los aluviones, la información no sólo perdura en la memoria sino que además pasa a formar parte de la toma de conciencia sobre el tema. Esto se expresa claramente en el alto nivel de información existente sobre las dos causas de los aluviones que más se conectan con hechos vitales o “significativos” para las personas. Sin embargo, los MCM aparecen contribuyendo sólo marginalmente a elevar la conciencia ambiental.

Un factor que ayuda a la formación de la conciencia ambiental tiene que ver con la forma en que los medios de comunicación enfrentan este tipo de situaciones. Frente a una catástrofe, los MCM pueden no sólo proporcionar una nota informativa, sino que también entregar correlación y motivación. Es decir, pueden dar a conocer los hechos y, luego pasar a la fase explicativa y comentada de lo sucedido (correlación), además de promover campañas de solidaridad con objetivos sociales (motivación).

A esto hay que sumar que la acogida que tienen los MCM respecto de esta información se debe, igualmente, a que los jóvenes tienen una visión más humanista que científica del tema ambiental. Esta percepción juega su rol, ya que la audiencia cuenta de antemano con una noción sobre los hechos, influyendo en la permeabilización de la información. En el caso que nos compete coincide, también el concepto que los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas manejan sobre medio ambiente. Ellos definieron como medio ambiente “la relación del hombre con la naturaleza” (75%) y, como “la vida de las plantas y los animales” (25%).

2.4 Mujeres y medio ambiente

Entre las mujeres protagonistas de nuestros tiempos tenemos artistas, escritoras, políticas y ecologistas. Adriana Hoffmann y Sara Larraín son ecologistas y a la vez activistas en esta materia.

Hace más de una década que estas dos mujeres tienen como bandera de lucha la defensa por del medioambiente. De hecho se les conoce más por sus denuncias que por el trabajo de investigación que realizan, ya sea en torno a la flora como es el caso específico de Adriana Hoffmann y, en el área de la cultura y de las ciencias sociales, Sara Larraín.

La labor desempeñada por ambas mujeres ha sido motivo de participación en foros públicos, así como también las ha puesto en pie de guerra cuando se trata de tala de bosques nativos, o de enfatizar en los factores de contaminación y sus consecuencias en la población.

Debido a lo anterior muchas veces hacen noticia, y sus declaraciones u opiniones son acogidas por ambientalistas pero también por el resto de los ciudadanos que sin tener puesta “esa camiseta” si se preocupan por el tema. Cabe señalar, además, que la botánica Adriana Hoffman, fue reconocida en 1998 por Naciones Unidas como una de las 25

mujeres líderes de la defensa ambiental en el mundo. Por su parte, Sara Larraín es la Directora Ejecutiva de Chile Sustentable. Programa que agrupa a distintas organizaciones y, que busca el fortalecimiento de la acción ciudadana, así como poder sensibilizar a la clase política y a la ciudadanía, en torno a los fundamentos políticos para una propuesta de sustentabilidad.

Estos escasos antecedentes sobre Adriana Hoffmann y Sara Larraín son un preámbulo para que el lector de esta información sepa porqué se les pidió a los jóvenes que identificaran a dos activistas del medioambiente entre cinco mujeres que por su desempeño profesional han llegado a ser personajes públicos.

Reconocerlas fue una vara alta y de eso no caben dudas. El 24% logró identificar a Adriana Hoffmann y un 17% a Sara Larraín. Sólo un 7% reconoció a las dos.

La relación entre tiempo de exposición a los medios y conocimiento de personajes públicos es prácticamente nula, repitiéndose lo ocurrido con el manejo de información sobre el bosque. Es oportuno señalar aquí que el porcentaje de jóvenes que sostuvo no saber sobre el Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo es el mismo que no pudo reconocer las dos actores ambientalistas. Es decir, un 65% de la muestra no conoce a Adriana Hoffmann ni tampoco a Sara Larraín.

Estas cifras no difieren de la última encuesta "Santiago, Cómo vamos?" (1996), la que arroja como resultado que más del 50% de los encuestados no supo mencionar un personaje público asociado a la defensa del medio ambiente y, donde los que sí supieron nombraron a un hombre, al diputado del PPD Guido Girardi.

Por cierto que el grupo más informado entre los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas es aquel que lee el diario todos los días o los fines de semana y se interesan, asimismo, por leer la información medioambiental.

En este caso sólo se cumple la relación entre exposición a la prensa escrita y nivel de información.

Cuadro N°3

Proporción de jóvenes que identifican a dos activistas ambientales mujeres* por tipo de MCM, según tiempo de exposición al MCM (en porcentajes)

Tipos de medios de comunicación y porcentajes de identificación										
	TV en la semana		TV el fin de semana		Radio en la semana		Radio el fin de semana		Diario	
	AH	SL	AH	SL	AH	SL	AH	SL	AH	SL
Menos tiempo**	25%	19	23	19	25	18	23	23	19	14
Más tiempo***	24	16	26	16	24	16	25	13	29	19

* Adriana Hoffman (Defensores del Bosque) y Sara Larraín (Red Nacional Ecológica, Renace)

** TV y radio: entre 15 y 90 minutos al día; Diario: nunca, casi nunca, a veces lo lee.

*** TV y Radio: más de una hora y media al día; Diario: lo lee todos los días o los fines de semana.

No se aprecia que la exposición a la radio y a la televisión genere un mayor nivel de información respecto de este tema. En cambio, la lectura de la prensa escrita aparece con un efecto claro. Mientras que entre los que menos leen el diario los porcentajes de identificación de las dos activistas son 19 y 14 por ciento, entre los más lectores esos porcentajes suben a 29 y 19, respectivamente.

3. CONSUMIR MÁS NO ES SUFICIENTE

* Más de dos horas de televisión y radio sumadas al periódico los fines de semana no son suficientes para estar informados y tener una opinión sobre medioambiente.

La relación más con más es más. En términos comunicacionales esta vinculación se cumple cuando existe un punto de contacto entre la audiencia y, el contenido de la información que entregan los MCM. Sin embargo, este enlace no siempre se da, sobre todo cuando se trata de ver cual es la relación entre, tiempo de exposición a los distintos medios y, la formación de conciencia ambiental entre los jóvenes.

La encuesta contestada por una muestra representativa del Liceo Experimental Manuel de Salas demuestra que la televisión es el medio más atractivo para los jóvenes. Por detrás de ella está la radio, y por último la prensa escrita. En tanto, los más informados, son los que se exponen al medio escrito.

A pesar de ello, los jóvenes no saben sobre algunos de los temas que de cuando en vez forman parte de la actualidad noticiosa. En esto, bien vale tomar en cuenta que ellos han demostrado tener interés por adquirir información.

3.1 Sólo una cifra estadística

Sería un error no entrar en el significado que tiene elegir la opción “no sabe”. Anteriormente señalamos que el “no sabe” fue marcada por franca mayoría (65%) en la pregunta relacionada con el Proyecto de Ley de Protección al Bosque Nativo.

Sabiendo que no existe, en estricto rigor, una relación entre el tiempo destinado al consumo de medios y conciencia ambiental bien vale entonces analizar cuáles podrían ser algunos de los factores que entran el conocimiento de este tema específico entre los jóvenes.

Partamos por la política. La gestión y aprobación de un Proyecto de Ley, cualquiera que el sea, está en manos de los poderes del Estado, es decir, de aquel, o aquellos grupos de la sociedad tan poco valorados y desacreditados por la juventud — así lo dicen las encuestas y lo corrobora el desinterés de éstos por participar en ese ámbito—.

La “aparente” apatía que demuestran los jóvenes por la política es un síntoma del desinterés más amplio que tienen por todo aquello que se relaciona con las decisiones de gobierno. Ellos suelen manifestar que los políticos se preocupan de su carrera personal

más que por los problemas de la población o de servir bien a la sociedad. En definitiva con su actitud hacen notar que hoy por hoy prevalecen las imágenes por sobre las ideas y las denuncias que favorecen a unos pocos por sobre las propuestas concretas.

A ello hay que agregar que todo lo relacionado con el bosque nativo acarrea más de un conflicto entre algunos chilenos. Mientras investigaciones realizadas por el Departamento de Estudios del Banco Central informan que el año 2020 estará agotado el bosque nativo explotable; otros, como instituciones públicas y empresas forestales aseguran que se está haciendo un adecuado manejo de los recursos naturales en el país. Y por su parte, algunas ONG's que abordan en tema medioambiental suman denuncias, tras denuncias, las que no pasan de ser un reclamo poco acogido por las autoridades.

De esta polémica no participa la masa de la población. Si algo se sabe de estos dime y direte es a través de la prensa escrita más que por otros medios. Ahora, si el proyecto duerme el sueño de los Justos en el Parlamento, difícilmente se acordarán de él los MCM. Y, en un escenario como la escuela por ejemplo, el tema brilla por su ausencia. Esto puede obedecer a que no forma parte de los programas de estudio o, tal vez porque poco o nada se tenga que decir con respecto a cosas que se debaten y solucionan en instancias muy ajenas a lo que es la comunidad escolar.

Otro factor es la distancia. Dicho de otro modo, el valor que le otorga la audiencia a la noticia es mucho menor, mientras más lejano del espacio geográfico propio ocurra el hecho. Y la televisión, que es el medio que por excelencia nos acerca a otras realidades y nos hace conocer tanto lo inimaginable como lo inaccesible, no ha logrado informar a la población en este ámbito, como lo ha hecho la prensa escrita, por ejemplo. Eso queda claramente demostrado cuando al revisar las cifras vemos que quienes permanecen frente a la pantalla chica no son, precisamente, los más informados.

Estos dos factores —temas políticos y distancia geográfica— unidos, ponen de manifiesto el escaso contacto que existe entre distintos sectores de la población chilena y, ciertos hechos que en este territorio ocurren.

De acuerdo a esto, parece ser que los actores a cargo de esta discusión y el escenario de debate sobre el Proyecto de Protección al Bosque Nativo están tan lejos de lo que concierne a los jóvenes, como distante están de Santiago las regiones X, XI, XII, zonas donde predominan los bosques nativos.

No sé, porque.....

Muchos podrían pensar, además, que en temas como estos los jóvenes “no están ni ahí”, como suelen manifestar ellos su indiferencia. Pero para sorpresa de unos cuantos, ellos están interesados en los temas medioambientales mucho más de lo cualquiera se puede imaginar. De hecho manifestaron su motivación por el tema de dos maneras.

En primer lugar, reconocieron abiertamente la ausencia de la información en vez de marcar otra opción por si acaso. Y en segundo término, junto con marcar “no sabe” un número apreciable de jóvenes se dio la molestia de agregar con puño y letra observaciones al margen. Por ejemplo, una alumna de 16 años y que cursa 2° Año Medio preguntó “¿quién entrega esa información?”; a reglón seguido acotó “Eso nunca me lo han dicho en el colegio. Veo siempre las noticias y tampoco lo dicen ahí”.

Asimismo un alumno de 17 años y que cursa 3° Año Medio, que dice “Ni la televisión ni el diario informan bien sobre los temas políticos y el medioambiente, por eso yo no tengo idea de lo que pasa, a mí me interesa el medioambiente”.

Frases tan explícitas como estas hay muchas. Sin duda que dan cuenta del interés por el tema, por un lado y, el no cumplimiento de la función medial tanto de los medios como de la escuela, por otro.

Cabe destacar por cierto que entre los MCM y la escuela quienes menos cumplen con la función de informar son los medios, recayendo una gran responsabilidad sobre la televisión porque es a este medio de comunicación donde acuden los jóvenes cuando desean complementar una información de interés particular. Según esta encuesta cuando ellos desean obtener más información sobre algo que les interesa, recurren primero a la familia (46%) y, en segundo lugar a los MCM (43%). Siendo muchísimo más alto el número de personas que encienden la televisión pensando que ésta les puede aclarar dudas, o entregar más de lo mismo.

Estos resultados indican que a lo largo del tiempo, la televisión ha logrado ser percibida, en particular por los jóvenes, como el escenario y actor principal de la información; en tanto la televisión no ha descubierto que los telespectadores jóvenes están disconformes porque no cumple a cabalidad con uno de sus roles más fundamentales: el de informar.

3.2 Falta información

Decir “no sé, porque.....” no es una respuesta cualquiera, ni menos si esta opción era una de las cuatro alternativas para marcar. Decir “no sé” demuestra un reconocimiento de lo que se ignora, lo que encierra un valor de honestidad y de superación a la vez. Aceptar no saber es el primer paso de un aprendizaje posterior, sobre todo cuando hay interés por conocer sobre el medioambiente.

Y tras este “no sé, porque.....”, subyace una queja. La manifestación de una queja, dice el psicólogo Giorgio Agostini (1995:20), tiene implícita la necesidad de dar a conocer las tristezas, los temores y otros sentimientos como el de sentirse al margen de lo que ocurre. “Dar a conocer la queja no implica una debilidad, sino que más bien es un signo de valentía que busca mejorar la comunicación entre ellos y las personas o instituciones a las cuáles se dirige el reclamo”. Esto no deja de ser cierto si vemos que en estas notas al margen ellos repiten una y otra vez que “no saben, porque no se los enseñan en el colegio, ni tampoco lo dicen en los MCM”.

Mirada la queja en este contexto, resulta imperioso reflexionar sobre la labor de los MCM y la tarea del periodista. Es sabido que la labor de los comunicadores, y por tanto de los medios, es en esencia informar. Esta es imprescindible para la promoción de las personas. “Sin información el hombre es un ser aislado del mundo, a la deriva, a merced de los vientos atizados por el poder de la demagogia”, dice el filósofo y periodista español, Manuel Vázquez Montalbán (1971:17).

En Chile existe un vasto número de medios de información y de fácil acceso. Pese a ello son pocos los que cumplen con la real función de orientar, formar y deleitar. La mayoría han sido presa del poder informativo, donde se domestica la información y se convierte en una técnica de dominio de la conciencia colectiva, sin dar mayor cabida a los reales intereses de la audiencia. Esto se acrecienta cuando se trata de rescatar los intereses de los jóvenes y sus opiniones.

A modo de ejemplo revisemos el reciente encuentro entre un grupo de 800 jóvenes de la comuna de Conchalí con el Presidente de la República, Eduardo Frei, junio 1997. En dicha oportunidad la televisión, sólo tomó imágenes. No hubo canal alguno que diera espacio en sus noticieros a las preguntas que hicieron los jóvenes, ni tampoco a las respuestas del primer mandatario. Una oportunidad como esa, donde se da un diálogo

sin libreto es desperdiciada en términos de rescatar las inquietudes y opiniones que tiene este grupo de la población chilena. Tampoco los comentaristas radiales abordaron los temas de interés para los jóvenes, lo más probable se deba a que ellos no estaban reportando la reunión. Por su parte, la prensa escrita publicó dos párrafos que reproducen opiniones ya conocidas del Presidente, con respecto a este tema.

Después de esto uno se pregunta ¿Los MCM están informando sobre los intereses de la juventud? ¿Cuánta razón hay en las quejas manifestadas por los alumnos del Liceo Manuel de Salas?

4. LAS MUJERES EN LOS MCM

La voz y la imagen de las mujeres son sólo tenues murmullos y caras sin rostros en los MCM, pero en comparación con el silencio y presencia pública en tiempos pasados, hoy son sonidos audibles para unos y figuras para otros pocos.

Si bien no hay datos estadísticos que muestren cuántas son las mujeres que se dedican a la defensa del medio ambiente, sí se puede afirmar que éstas han tenido una fuerte presencia tanto en las discusiones como en las soluciones de los tantos problemas ambientales que aquejan a la población.

Con el fin de explicar por qué es tan bajo el nivel de alumnos del Liceo Manuel de Salas que logra reconocer a Sara Larraín y Adriana Hoffmann, es que vamos a analizar distintos factores que podrían estar dificultando la asimilación de esta información.

4.1 La mujer en épocas de crisis

Adela en México, Rigoberta en Guatemala, Domitila en Bolivia, Las madres de la Plaza de Mayo en Argentina, Estela en Chile.....en fin, son muchas las mujeres que han alzado la voz y adquirido presencia pública cuando se vive un momento crítico.

En la década del 70, por ejemplo, la crisis económica por la que atravesó América Latina fue motivo para que la mujer se incorporara masivamente al campo laboral y saliera de la esfera privada. A mediados de esa misma década y hasta finales de los 80, fuimos testigos de la presencia de la mujer en la defensa por los derechos humanos en varios países del continente, entre los cuales Chile tuvo un lugar destacado.

En ese período, en Chile, fueron principalmente las mujeres quienes salieron a la calle y golpearon las puertas de la justicia con el fin de obtener sólo una respuesta. Asimismo hubo otras, que dentro de esta lucha hicieron un aro en el camino para escribir el testimonio de una época de violación al derecho a la vida en forma casi indiscriminada, entre las cuales se cuentan varias periodistas.

En esta última década también son muchas las mujeres que han elegido canalizar sus energías a la defensa del medio ambiente. ¿Y es que estamos frente a una nueva crisis?, nos preguntamos.

Al revisar la información que entrega el periodista y editor de la ONG's Canelo de Nos, Marcelo Mendoza (1994:13-14) todo apuntaría a una respuesta positiva. Según Mendoza, "600 mil autos deambulando por Santiago —un millón en pocos años más—;

4 mil toneladas de basura se botan diariamente en la capital; 4,5 millones de caca y pichí son evacuados a las alcantarillas y después enviados al río Mapocho. Cifras arrolladoras y molestas. Las guaguas no resisten el invierno contaminado. Un 20 por ciento de los niños se pone asmático. Un 50 por ciento del país se pone desértico. 10 canchas de fútbol de bosque nativo se talan cada media hora en el territorio”. Uffff! Si no lo queremos catalogar directamente de crisis, por lo menos hay que reconocer que éstos son síntomas de una crisis ambiental.

Anteriormente señalamos que frente a una crisis la mujer reacciona. En este caso específico, la agresión al habitat en que ella se desenvuelve —entendido éste como la vivienda, su entorno y las relaciones que se establecen entre este medio construido y sus habitantes—, incide positivamente para que aparezca en escena y busque instancias para mostrar pautas, defender valores, y plantear criterios de acción.

Esto coincide con que en momentos de crisis o incertidumbre, tanto en un país como en una institución, se espera que surjan líderes. Se buscan salvadores porque se piensa que estos pueden influir en los acontecimientos. Sin embargo, pocas veces son mujeres las que ocupan estos espacios, a pesar del desempeño demostrado.

¿Por qué?

La respuesta sería extensa si nos remitiéramos a analizar la discriminación social, política y cultural que ha tenido que soportar la mujer a lo largo de la historia. Aquí sólo vamos a tratar de responder por qué las mujeres que defienden el medio ambiente no alcanzan el carácter de primer plano de fuentes de información para los MCM y lo que ello significa en términos de conocimiento público.

Adriana Hoffmann y Sara Larraín. Ninguna de las dos se enmarca dentro de la clasificación de líderes en el estricto significado de la palabra; es decir, ninguna de las dos encabeza movimientos de acción ambientalistas. Tampoco son creadoras de una historia que afecte significativamente los pensamientos, sentimientos, opiniones, y conductas de un gran número de personas. Ellas dos, al igual que otras, son mas bien líderes en la conducción de organizaciones que buscan lograr objetivos bien específicos y, por tanto, su quehacer está centrado básicamente en la investigación y la participación en foros donde vierten sus opiniones y denuncias.

Son escasas las veces que el trabajo de estas organizaciones, como Defensores del Bosque Chileno, coordinada a nivel nacional por Adriana Hoffmann y, Renace, dirigida por Sara Larraín, cuentan con espacio en los MCM para difundir los estudios que llevan a cabo. Esto tiene, a simple vista, dos causas. Una es que las ONG's, tanto en Chile como en Latinoamérica no han priorizado la difusión de su quehacer a través de los MCM. Y la otra, es que su labor generalmente tiene un tinte de denuncia, y las denuncias provocan más de un problema que no siempre se sabe como resolver.

En cuanto a la primera causa enunciada, el sociólogo Camilo Barrero (1995:1) señala que “estas organizaciones, por años, han considerado que el trabajo comunicativo debía realizarse sobre sectores consecuentes a la labor de la ONG's, ajenos a la uniformidad. Existía, además, el sueño de una comunicación directa y veraz con estos mismos sujetos, a través de un medio que los tratara como hombres y no como simples números de sondeo como lo hacen los periódicos, las radios y la televisión, cuando publican su parecer sobre el acontecer”.

No es menos cierto que el miedo a lo masivo, y a los MCM ha ido cediendo con el tiempo, dando paso a una nueva manera de llegar a la opinión pública. En muchas ONG's por ejemplo, se llevan a cabo estrategias comunicacionales y se diseñan distintas formas de difusión; a veces con el fin de aparecer en los MCM y en otras con la “intención de difundir valores de solidaridad para modificar conductas, más que con un énfasis en la generación de conocimientos o traspaso de la información sobre el tema ambiental”, dice la Directora de la Casa de la Paz, Ximena Abogabir²⁰.

Pero otras, como Sara Larraín, redactan comunicados y recurren a los MCM cuando se producen hechos donde las empresas o el gobierno fallan en desmedro del medio ambiente. Frente a un conflicto ambiental, en que por lo general se enfrentan empresarios y sociedad civil, es lógicamente la comunidad quien recibe el apoyo de los ecologistas, ambientalistas o conservacionistas.

En otras oportunidades, el enfrentamiento se produce entre empresarios y medioambientalistas. Esto, sin duda, ha dado pie para que las ambientalistas sean señaladas como contrarias al desarrollo y a la modernización del país; así como también se exponga una radiografía caricaturizada del trabajo y de la defensa del medio ambiente.

A fines de junio de 1997 el ex-presidente de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), Pedro Lizana, declaró en una asamblea de socios de dicha entidad gremial

que "si bien la comunidad tiene derecho de pronunciarse sobre las ventajas y desventajas de las inversiones que se realizan en el país, esa prerrogativa se desvirtúa producto de la injerencia de los grupos ambientalistas y una "demagogia fundamentalista" basada en acusaciones distractivas de lo sustancial".

Además, advirtió que se ha creado una atmósfera de incredulidad hacia el sector privado donde "los prejuicios y la ignorancia son nuestros peores agresores". Y en esa misma oportunidad y bajo el mismo contexto, Lizana se refirió a los ambientalistas como los actuales "activistas trasnochados", "enemigos del progreso", "actores de causas perdidas". Mientras que sus acciones las calificó como la "nueva concepción de estatismo disfrazado o neoestatismo, tras el cual marchan antiguas ideologías que perdieron la batalla en los terrenos prácticos del progreso"²¹.

A este cúmulo de descalificaciones que se hace contra los ambientalistas se suma el hecho que a la hora de negociar las mujeres presentan una serie de características que les son propias, y que son vistas con malos ojos cuando se trata de solucionar un conflicto. En una reunión o en la solución de un conflicto las mujeres tienden a enfatizar las relaciones interpersonales, expresan emociones; a menudo son más directas para mostrar sus preferencias, y cuando permanecen en silencio son catalogadas de ignorantes, indecisas o ineficientes.

Si los MCM destinan espacio a las ambientalistas es porque son contadas con los dedos de una mano las que logran saltar vallas y sortear los obstáculos que pone la sociedad. Y aquellas que lo logran siempre están sujetas a la poca credibilidad de la fuente y al estereotipo del conflicto, lo que para los periodistas también se convierte en un aprieto.....pero con los grupos de poder a que pertenecen los mismos medios, o con los auspiciadores, agentes vitales para salir al aire o sostener una publicación.

¿Qué papel juegan los MCM en esta pugna de ideas y poderes?

4.2 Entre ideas y poderes

En época de crisis los MCM cumplen una función de modeladores más que de mediadores, dice Gerbner (1973:317). Este enfoque se basa en un estudio de los efectos de los medios de comunicación realizado en norteamérica, en la década del 70. En lo esencial, este autor sostiene que la modelación de la audiencia no deriva de la formación de "la masa" sino de la creación de modos compartidos de seleccionar y considerar los

acontecimientos, a través de la entrega de “sistemas de mensajes tecnológicamente producidos y mediatizados”; esto es, modos comunes de ver y comprender el mundo. En efecto, los MCM tienden a ofrecer versiones uniformes y relativamente consensuadas de la realidad social, provocando, como consecuencia, la “aculturación de sus audiencias”. “En tanto, que la constante exposición al mismo tipo de mensaje conduce a la audiencia a adoptarlos como su fuera la opinión consensual de la sociedad”. Gerbner predice que los MCM, especialmente la televisión, debido al carácter sistemático de su mensaje y a su consistencia a lo largo del tiempo, tienen poderosos efectos. Este autor termina pronunciándose firmemente a favor de los medios de comunicación como modeladores de la sociedad, especialmente en momentos de controversia, porque los mensajes sobre la realidad sustituyen la experiencia personal y demás formas de conocer el mundo.

Al postulado de Gerbner se añaden los estudios realizados por Lang y Lang (1953: 350-360) acerca de cómo los MCM pueden, en cierta forma, distorsionar la realidad. Esto lo demuestran a través del estudio realizado sobre la cobertura de los medios en distintas circunstancias. Uno, tiene relación con el regreso de McArthur de Corea, después de su destitución, donde se demostró que un hecho relativamente insignificante se puede transformar en un hecho significativo y masivo gracias a la atención que le brindan los medios. El reportaje de la gran manifestación que se produjo en Londres contra la guerra de Vietnam en 1968 parece haber seguido la misma pauta. En dicha ocasión se planteó la cobertura de un acontecimiento predefinido (en buena medida por los propios MCM) como potencialmente violento y espectacular, y la cobertura real se esforzó para adaptarse a esta definición previa.

En tiempos de crisis —guerras, revoluciones, decisiones de política nacional, elecciones— existe una sistemática tendencia de los medios de comunicación a presentar una versión incompleta y sesgada de los hechos, o en su defecto los medios “estructuran la realidad”, según les imponen sus propias necesidades e intereses, lo que se traduce en efectos de modelación de la audiencia, sostienen Lang y Lang. “Es preciso tener en cuenta que ésta no surge de una intención deliberada de manipular, sino que es el referente del papel que desempeñan los medios en conjunción con fuerzas institucionales en el curso y resolución de los principales acontecimientos “críticos” de significación

para el conjunto de la sociedad”, añaden los especialistas en comunicaciones Lang K. y Lang G.E. (1983: 317).

Dentro de este contexto para los MCM los “líderes” son personas que conocen hechos, que tienen sabiduría, y cuya acción surge del trabajo silencioso, alimentado de datos y de la paciencia para saltar con declaraciones y acciones en el momento preciso. Pero no para arrastrar con la masa ni tampoco para encabezar un gran movimiento de protesta o una cruzada en defensa del medio ambiente.

Esta forma que tienen los MCM de percibir los hechos y el trabajo de las mujeres involucradas en los temas ambientales, resulta contraproducente tanto para las organizaciones que defienden el medio ambiente, como para la opinión pública. Los ambientalistas tienen la palabra sólo para protestar y muy pocas veces para fundamentar; en tanto, los empresarios cuentan con mayor tribuna dentro de los MCM, para defenderse de los ataques sin tener que dar explicaciones a la audiencia sobre las causas del conflicto. Esta situación demuestra y confirma los valores dominantes en un tema controvertido en estos días.

Reflexiones :

El alto consumo de medios entre los jóvenes encuestados no se traduce en una influencia significativa de los MCM en la formación de su conciencia ambiental, en términos de manejo de información.

Respecto a la influencia de los MCM, podemos afirmar que la prensa escrita es el medio que tiene más impacto en la conciencia ambiental, en su aspecto de información o conocimiento, de los jóvenes encuestados. En la comparación de porcentajes en los distintos cuadros estadísticos hemos visto que la prensa escrita produce diferencias de diez o más puntos porcentuales de conocimiento entre grupos con distinta exposición al diario.

Así se podría concluir que no existe una relación directa entre tiempo de exposición a los MCM y conciencia ambiental a nivel información. La Hipótesis 1, que señalaba que a mayor tiempo de exposición de los jóvenes a los MCM mayor información ambiental, queda en medio de una interrogante. Se puede señalar también que la “función mediadora” parece no cumplirse en la forma nítida como aparece en la teoría. La explicación podría ser que entran en juego otros factores.

La receptividad que tienen estos consumidores sobre la información ambiental se relaciona con la cercanía de los problemas y, por tanto, con el grado en que les afectan directamente. A su vez, otro factor que marca una diferencia en la conciencia es el que el medio haga un tratamiento de la noticia como tema a desarrollar más allá de un mero flash que deja a la audiencia en medio de nebulosas o informaciones sin explicación.

Ambos factores se acrecientan, en el grupo encuestado, debido a que ellos tienen una concepción más humanística que científica sobre el medio ambiente. Esto, indudablemente que ayuda a que se sientan parte del tema, así como también, parte de los problemas ambientales que enfrentan los cinco mil habitantes de Santiago, y de los problemas nacionales.

La televisión y la radio no cumplirían la función medial que señala la teoría. Ello explica que una mayor tiempo de exposición no produzca mayor conciencia ambiental. En cambio la prensa sí cumpliría esa función, por lo que sólo para ella sería válida la Hipótesis 1, que relaciona el tiempo de exposición con información ambiental.

Por último, no se puede dejar de mencionar el interés que tienen los jóvenes en el tema ambiental y ante lo cual no cuentan con información suficiente. Si bien la prensa es quien mejor responde a las necesidades de los jóvenes, también hemos visto que ellos señalan no saber sobre algunos temas, a pesar de exponerse tanto a este medio como a los electrónicos, televisión y radio.

Capítulo II

**EXPOSICIÓN A LOS MCM Y CONCIENCIA AMBIENTAL
A NIVEL DE OPINIONES**

La influencia de la prensa escrita a la conciencia ambiental

Introducción

En el análisis del primer capítulo hemos comprobado que los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas manejan una cierta cantidad de información sobre el medio ambiente, y que ésta no se relaciona sólo con el alto consumo de MCM. Hemos visto que factores tales como la cercanía con los problemas y el tratamiento de la noticia, aparecen como elementos importantes en la formación de la conciencia ambiental en términos de manejo de información. Del mismo modo, hemos comprobado que los jóvenes tienen interés en el tema ambiental, y sienten deseos de estar mejor informados.

Asimismo, que la exposición a la prensa es lo que más contribuye en términos de manejo de información. El acercamiento a este medio es, sin duda, una influencia en la formación de conciencia ambiental. Los jóvenes se vinculan con el diario para saciar inquietudes, pero también en busca de la información que les interesa.

Esto se contrapone “al discurso reiterativo de la misma prensa escrita que nos muestra a la juventud como un segmento de la sociedad marginado, asistémico y no comprometido”, como lo sostiene el periodista e historiador, Julio Retamal.²²

Según Julio Retamal, “la prensa pone el énfasis en las formas con que los jóvenes suelen manifestar sus inquietudes, destacando algunas de las más o menos violentas maneras con las que, a veces, ellos se hacen notar. De hecho, esas manifestaciones, son las que se convierten en noticia y, cuando ocurren, la prensa escrita se llena de información, al punto de convertir esas acciones en titulares de primera plana”. Por el contrario, nunca o casi nunca este medio da cuenta, o dirige sus mensajes, a este segmento del público que —de acuerdo a esta encuesta—, también se vincula con el medio en busca de información.

Si bien los hábitos de consumo de televisión y radio son bastante altos es, el mayor tiempo de exposición al periódico lo que tiene un impacto más significativo sobre la conciencia ambiental a nivel de información de la muestra encuestada. Hemos comprobado que la lectura de diario llega a marcar una diferencia de diez, o más, puntos porcentuales de conocimiento entre quienes leen poco el diario y quienes lo leen mucho.

MCM y la conciencia ambiental a nivel de opiniones

Si la prensa escrita es el medio que más influye en la conciencia ambiental a nivel de información, cabe preguntarse ahora ¿Cuál es el medio que más contribuye a la **formación de opiniones** entre los jóvenes?

El objetivo de este segundo capítulo pretende responder esa pregunta. Por tal motivo es que partiremos por analizar cómo se relacionan las exposiciones a los distintos MCM, con el fin de conocer si los jóvenes que ven televisión son unos, los que escuchan radio son otros, y los que leen el diario son los mismos que forman el grupo de los televidentes, o de los radioescucha, o son un grupo completamente aparte.

Para dicho efecto se unieron los tiempos de exposición a los medios en sólo dos grupos. Un grupo que se expone más tiempo a los distintos medios, y el otro, que se expone menos. Posteriormente se entrelazó la información de un medio con otro.

Cuadro N°4
Lectura de diarios según exposición a otros medios de comunicación
(en porcentajes)

Exposición a MCM		Lectura de diarios			
		Grupo menos lector*	Grupo más lector**	Total %	Total N
TV semana	-	48%	52	100	102
	+	41	59	100	140
TV fin semana	-	49	51	100	102
	+	41	59	100	140
Radio semana	-	47	53	100	146
	+	41	59	100	96
Radio fin semana	-	42	58	100	114
	+	46	54	100	128

* Grupo de jóvenes que lee el diario: nunca, casi nunca, a veces.

** Grupo de jóvenes que lee el diario todos los días o los fines de semana

Una vez que el ordenador —como se le llama también al computador— cruzó las cifras y dio otras como resultado, pudimos constatar en primer lugar, que los más lectores de diario —un 56% que dice leerlo todos los días, o los fines de semana— está, al mismo tiempo, compuesto mayoritariamente —en un 59%— por jóvenes que ven mucha televisión el fin de semana; es decir, más de dos horas diarias (Ver CuadroN°4).

Esto, en buen castellano significa que de partida hay que descartar la idea de que los jóvenes que ven mucha televisión no hojean el diarios, y viceversa. Lo mismo ocurre al analizar la exposición a la televisión durante la semana.

Resulta indispensable tomar en cuenta estos resultados porque generalmente se asocia el alto consumo de televisión con la escasa lectura de prensa. Estos datos rompen con el convencimiento que afecta a la imagen y percepción prefijada, acerca del comportamiento de los jóvenes en este aspecto.

Algo similar ocurre con la relación entre exposición a la radio durante la semana y lectura de diario. Los jóvenes que más escuchan radio durante la semana leen más el diario que los que escuchan menos radio (53% versus 59%). Sin embargo, no ocurre lo mismo con aquellos jóvenes que escuchan más radio durante el fin de semana, ya que dicho grupo que corresponde al 58% de los encuestados aparece leyendo el diario un 54%. De lo que se concluye que a mayor tiempo de exposición a la radio los fines de semana es menor la destinación de tiempo al diario.

En el Cuadro N°4 se puede apreciar que predominan las relaciones de reforzamiento mutuo entre la exposición de los jóvenes a los diferentes medios. Por ejemplo, quienes más leen el diario se encuentran entre los que más ven televisión en la semana y durante el fin de semana. Lo mismo sucede con quienes más escuchan radio en la semana; pero no así durante el fin de semana.

Al parecer la “caja musical” — como Guglielmo Marconi llamó a principios de siglo a la radio (De Fleur 1996: 135)— opera el fin de semana como una simple entretención. Permite disfrutar de conciertos y programas de interés juvenil. Al no ejercer su función informativa tampoco despierta interés por los diarios.

En cambio, durante la semana los jóvenes se exponen a una programación radial más diversificada, incluyendo noticias, programas de conversación, entrevistas y otros.

En la actualidad, la radio parece haber encontrado una fórmula viable. Busca a su público en aquellas horas en que la televisión es impropia. La radio se escucha al despertar, por ejemplo, y también durante los trayectos en auto. Y en esos instantes el medio logra captar, tanto a jóvenes como adultos, a través de una programación combinada de entretención y noticias.

La literatura especializada considera entre sus teorías que el receptor de medios electrónicos (radio y televisión) no tiene mayor arbitrio sobre los mensajes que recibe, es un destinatario relativamente pasivo, sujeto a escuchar información que no escoge y que viene frecuentemente dosificada con publicidad que él o ella no busca. Por el contrario, el lector de periódicos y revistas es un receptor activo. Elige y compra la publicación que

quiere, selecciona los textos que juzga de interés (incluidos los anuncios publicitarios) y determina el momento de la lectura (León, 1993).

Por tanto, la actitud frente a la información se debería, en gran medida, al hecho de que los medios audiovisuales son capaces de despertar interés por los temas medioambientales pero, como dice la teoría, deben ser complementados con la exposición a la prensa escrita. Esta última permite complementar, profundizar o, bien, rectificar la información que les interesa y desean profundizar.

Se puede afirmar, entonces, que la mayoría de los jóvenes no se quedan en el nivel de las emociones que mueve la radio y la televisión, sino que buscan las ideas, lo que posteriormente los lleva a pensar y reflexionar sobre los acontecimientos. No se puede desconocer, por supuesto, que la influencia que ejerce la prensa sobre los jóvenes es ayudada por la exposición a los otros medios, especialmente la televisión. En suma, aquí no se puede hablar de exclusividad sino de complementariedad entre los medios.

Esta conclusión se refuerza más aún con el planteamiento de la directora de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Los Andes María José Lecaros²³, quien asegura que “lo visual deja planteamientos emocionales pero no racionales, y si bien los diarios han recurrido al uso de la imagen y la gráfica, continúan teniendo la responsabilidad de interpretar y analizar”. Estos resultados también echan por tierra la hipótesis de que la imagen ha logrado desplazar a la prensa escrita.

La información revelada en esta ocasión se refiere precisamente a la exposición general a los medios electrónicos, y no en particular a sus noticieros. Así, la televisión más que la radio estaría entregando todo tipo de información y estímulos —en películas, programas en vivo, noticieros y otros— que despiertan “el hambre” por las explicaciones. Esto es coincidente con lo señalado tanto por el teórico José Luis León (1993), como por los periodistas Jean Daniel ²⁴, Patricia Mondría²⁵, María José Lecaros²⁶. Todos ellos, de una u otra manera sostienen que la radio y la televisión dejan a las personas en el ámbito del interés, haciendo prevalecer los planteamientos emocionales frente a la información, pero no los racionales. De acuerdo a estos defensores de la prensa escrita “el único medio que forma ideas es el diario”.

En relación a la formación de opiniones, tema de este capítulo, podríamos esperar que la prensa juegue un papel más relevante que los medios electrónicos.

TIERRA, MAR Y AIRE

“La tierra es el sostén de todas las cosas y no hemos creado todavía otra mesa que soporte nuestros bienes. Las cosas visibles y las invisibles descansan sobre ella, desde la más pesada, como el metal vulgar que es el hierro, hasta la fina como la canción regional; la santa nutridora hace salir de ella lo mismo el clásico café que el pensamiento de Hostos (ensayista puertorriqueño). La tierra es la posibilidad de todos los bienes”

Gabriela Mistral, San Juan de Puerto Rico 1931

“La segunda hermosura chilena la atribuyo al mar. Agua grande hasta el Asia, agua solemne de verdes grises, y hacia el Polo, agua loca de cardúmenes de islas, siempre posible de navegar y no fácil de navegar, muy mar, es decir, muy dueño de voluntades y antojos”

Gabriela Mistral, Madrid 1934

“Aire y luz. Nuestra luz es la de la cordillera en cualquier parte; gloriosa y algo punzante a fuerza de absoluta. Gracias a ella me parece como si yo hubiera tenido dos veces cada cosa que allá tuve: dos veces cada cerro, dos veces mi patio, dos veces también mi madre, dos veces el aire que respiro, dos veces la sequedad del aire”

Gabriela Mistral, Barcelona 1933

1. EXPOSICIÓN A LOS MCM Y OPINIONES DE LOS JÓVENES

* Las opiniones que hemos recogido entre los menores de 18 sobre dos temas ambientales —envases desechables y contaminación del agua y del aire— no debiera dejar indiferentes a unos ni a otros porque ellas apuntan a cómo contribuye la exposición a los MCM en sus opiniones; a través de las cuales encontramos valores, diagnóstico de los problemas y , soluciones.

El tema medioambiental, en los últimos años, ha ido cobrando importancia en los distintos ámbitos del quehacer nacional. Se debe ello a que en la actualidad se cuenta con mayor información acerca de lo que piensa la gente respecto del tema ambiental. Esta información se ha recogido a través de las encuestas anuales que realiza el grupo Acción Ciudadana por el Medio Ambiente en conjunto con Adimark, denominadas “Santiago, ¿Cómo vamos?”, en la Región Metropolitana.

Por su parte, el Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea (CERC) también ha sondeado la opinión de la ciudadanía a través de las encuestas denominadas “Los chilenos y el Medio Ambiente”, aplicadas a lo largo del país en los años 1995 y 1996.

A estas encuestas se suma una investigación realizada por el Centro de Economía de los Recursos Naturales y Medio Ambiente (CENRE) de la Universidad de Chile, que estudió la actitud de los santiaguinos respecto de la contaminación atmosférica.

Estas tres instancias recolectoras de información utilizan distintas metodologías y se abocan a temáticas diversas. Sin embargo, coinciden en dos cosas; una, que la población encuestada es mayor de 18 años y, la otra, es que llegan a concluir que la población que otorga alta prioridad al tema ambiental muestra una fuerte preocupación por la gravedad de los problemas ambientales, y demandan urgencia por soluciones. Finalmente, que la gestión ambiental —pública y privada—, tiene un bajo perfil entre la población, señala Sofia Törey (1996).

Otra encuesta, otro público y otro objetivo

En este estudio se sondeó, primero, el nivel de información que manejan los jóvenes para conocer el grado de conciencia ambiental-información sobre algunos temas. Luego se plantearon dos preguntas abiertas, para saber si ellos tenían algo que decir sobre los envases desechables y los contaminación del agua y del aire. El objetivo fue conocer la dimensión de conciencia ambiental en términos de opiniones.

En primer lugar conoceremos de qué manera influye cada uno de los medios de comunicación elegidos en este estudio (televisión, radio y diario) en la formación de opiniones.

Antes de observar esta información hay que señalar que la muestra se dividió en dos grupos, para fines del análisis. El grupo que está más tiempo expuesto a los MCM y el grupo que está menos expuesto a los medios, tanto en la semana como los fines de semana. En esta ocasión no se tomó en cuenta a los jóvenes que manifestaron no tener opinión, tampoco a los que prefirieron no opinar por falta de información, ni a los que no contestaron.

Cuadro N°5

Porcentaje de jóvenes que expresan su opinión sobre dos problemas ambientales según su grado de exposición a los MCM, por tipo de medio.

Exposición a MCM		Porcentaje con opinión sobre los siguientes problemas	
		Uso creciente de envases desechables	Contaminación del agua y del aire
TV semana	-	80%	83%
	+	67	79
TV fin semana	-	79	83
	+	68	79
Radio semana	-	73	82
	+	72	80
Radio fin semana	-	73	84
	+	73	79
Diario	-	70	77
	+	75	84

Lo primero que resalta al mirar estas cifras es que ellas corroboran lo planteado en la Hipótesis 2 de esta investigación. Esto es que la prensa escrita es el medio que más aporta a reforzar aquella dimensión de la conciencia ambiental que se refiere a disponer de opiniones frente a los problemas. Entre los jóvenes que más leen el diario la proporción con opinión sobre los dos problemas (75 y 84 por ciento) es mayor que entre el grupo de los que menos leen el diario (70 y 77 por ciento), respectivamente. En cambio, en el caso de todos los otros medios, el porcentaje de los que tienen opinión no sube cuando es mayor el tiempo de exposición al medio.

En principio, lo anterior contrasta con la percepción generalizada de que la televisión, por ser el medio más atrayente, sería por tanto el más aportador en la formación de opiniones. Si bien esta percepción no se ajusta a los resultados de la encuesta expuestos en el Cuadro N°5, tampoco se puede desconocer que este medio

contribuye a la formación de un tipo específico de opiniones, como son las opiniones diagnósticas.

Por lo mismo, creemos necesario mostrar en qué medida la exposición a los MCM contribuye a la formación de los tres tipos de opinión estudiados por la encuesta. Entregamos a continuación dos cuadros: Opiniones sobre envases desechables y Opiniones sobre contaminación del agua y del aire.

Cuadro N°6

Porcentaje de jóvenes que expresan su opinión sobre el uso creciente de envases desechables, según grado de exposición a los CM, tipo de medio y componentes de opinión (porcentajes sobre el total de jóvenes encuestados)

Exposición a MCM		Porcentaje con opinión, según componente			
		Expresan valores	Hacen diagnósticos	Sugieren soluciones	Total
TV semana	-	30	41	9	80%
	+	21	42	4	67
TV fin semana	-	23	47	10	79
	+	26	38	4	68
Radio semana	-	23	42	8	73
	+	26	41	5	72
Radio fin semana	-	19	44	10	73
	+	28	40	4	73
Diario	-	24	38	7	70
	+	25	44	5	75

Cuadro N°7

Porcentaje de jóvenes que expresan su opinión sobre la contaminación del agua y del aire, según grado de exposición a los MCM, tipo de medio y componentes de opinión (porcentajes sobre el total de jóvenes encuestados)

Exposición a MCM		Porcentaje con opinión, según componente			
		Expresan valores	Hacen diagnósticos	Sugieren soluciones	Total*
TV semana	-	23	46	15	83%
	+	19	51	9	79
TV fin semana	-	16	52	16	83
	+	24	47	9	79
Radio semana	-	14	56	12	82
	+	26	43	11	80
Radio fin semana	-	13	56	14	84
	+	25	45	10	79
Diario	-	21	45	11	77
	+	20	53	12	84

* Debido a la aproximación de decimales este total puede no corresponder exactamente a la suma de las columnas

Los Cuadros N°6 y N°7 nos muestran que la radio y la televisión de fin de semana ayudan a la formación de valores ambientales, el primero de los tres componentes de una “opinión ambiental” que hemos distinguido. En cambio, la televisión semanal y la lectura de diarios parecen dar un paso más, contribuyendo a la formación de un segundo componente: la formulación de diagnósticos o explicaciones sobre los problemas ambientales, componente de la “opinión ambiental” que incluye el componente valores.

Un tercer elemento de la “opinión ambiental” corresponde a la sugerencia de soluciones concretas para resolver los problemas. Ninguno de los MCM analizados parecen estar haciendo contribuciones significativas a este tipo de opinión, que es la más completa por incluir a las dos anteriores. La sugerencia de posibles soluciones ambientales supone tanto valores ambientales que motivan esas proposiciones como una explicación que identifica las causas que hay que modificar. Es decir, el tipo más completo de “opinión ambiental”, que supone los otros dos, no parece estar siendo impulsado por los MCM.

Sin embargo, los datos muestran que la lectura de diarios es claramente el medio que hace una contribución más marcada y más completa a la formación de opiniones ambientales. La mayor lectura provoca aumentos de 6 y de 8 puntos en los porcentajes de jóvenes que “hacen diagnósticos” sobre los problemas consultados (los mayores aumentos registrados en los cuadros N°6 y N°7).

Finalmente, hay que enfatizar que la prensa es el único medio que contribuye a aumentar la proporción total de jóvenes que tienen opinión —de cualquiera de los tres tipos— frente a los problemas consultados, el uso creciente de envases desechables y la contaminación del agua y del aire (70 a 75 y 77 a 84 por ciento), respectivamente.

Los Cuadros N°6 y N°7 nos muestran que la radio y la televisión de fin de semana ayudan a la formación de valores ambientales, el primero de los tres componentes de una “opinión ambiental” que hemos distinguido. En cambio, la televisión semanal y la lectura de diarios parecen dar un paso más, contribuyendo a la formación de un segundo componente: la formulación de diagnósticos o explicaciones sobre los problemas ambientales, componente de la “opinión ambiental” que incluye el componente valores.

Un tercer elemento de la “opinión ambiental” corresponde a la sugerencia de soluciones concretas para resolver los problemas. Ninguno de los MCM analizados parecen estar haciendo contribuciones significativas a este tipo de opinión, que es la más completa por incluir a las dos anteriores. La sugerencia de posibles soluciones ambientales supone tanto valores ambientales que motivan esas proposiciones como una explicación que identifica las causas que hay que modificar. Es decir, el tipo más completo de “opinión ambiental”, que supone los otros dos, no parece estar siendo impulsado por los MCM.

Sin embargo, los datos muestran que la lectura de diarios es claramente el medio que hace una contribución más marcada y más completa a la formación de opiniones ambientales. La mayor lectura provoca aumentos de 6 y de 8 puntos en los porcentajes de jóvenes que “hacen diagnósticos” sobre los problemas consultados (los mayores aumentos registrados en los cuadros N°6 y N°7).

Finalmente, hay que enfatizar que la prensa es el único medio que contribuye a aumentar la proporción total de jóvenes que tienen opinión —de cualquiera de los tres tipos— frente a los problemas consultados, el uso creciente de envases desechables y la contaminación del agua y del aire (70 a 75 y 77 a 84 por ciento), respectivamente.

2. LA LECTURA DE DIARIO Y LA FORMACIÓN DE OPINIONES

- 16 horas : Suena el teléfono en la sala de teletipos. Surge la noticia : aumenta el deterioro de la capa de ozono y con eso el cáncer a la piel; estudio científico así lo demuestra.
 - 16 h. 15' : Los periodistas de las emisoras de radio dan a conocer la noticia. Los redactores de los periódicos telefonan al Colegio Médico, al Departamento de Oncología de la Universidad de Chile y comienzan a escribir una crónica, basándose en el despacho de la Agencia UPI y las opiniones entregadas por los médicos.
 - 16 h. 45' : Nota informativa que titula "**CAPA DE OZONO : Lo peor está por venir**". Esta va acompañada de los resultados de la investigación hecha por los científicos y los comentarios de la misma recogidos de otras fuentes de información. Después de ser revisada por el editor la crónica es despachada a corrección de prueba.
 - 17 horas : Mientras en la radio se entrega la primera fuente, la crónica escrita se diagrama.
 - 19 horas : Las prensas giran en el diario. Antes de medianoche la última edición del periódico está listo para su distribución. La noticia fue incluida en la página 12, Cuerpo B, Economía y Sociedad del diario La Época; no incluye foto y ocupa un octavo de carilla.
- Mucho antes que el lector reciba en sus manos el diario donde se incluye la noticia, ésta ha sido comentada en la radio, y la televisión ha mostrado imágenes que ilustran la información.
- En definitiva, es al otro día cuando las personas buscan un diario para encontrar las razones de la investigación científica y las consecuencias que conlleva el deterioro de la capa de ozono para la salud de la población.

Hasta aquí hemos concluido que la relación entre tiempo de exposición a los medios y su influencia en el conocimiento sobre el medio ambiente, entre los jóvenes, está centrada en la exposición a la prensa escrita, y que ni la televisión ni la radio contribuyen a la creación de "opinión ambiental" por sí solas.

Estos resultados concuerdan con la tesis del periodista Jean Daniel²³, fundador y director del semanario “Nouvelle Observateur”, quien sostiene que el lenguaje escrito es la razón por sobre todo y la imagen es sólo la emoción. Además, enfatiza, que muy pocas veces van juntas, la emoción y la razón.

Este periodista francés reconoce el haber creído momento dado que la prensa escrita iba a desaparecer, o por lo menos que estaba amenazada, ya que “hoy día no hay ciudadanos, sino telespectadores”, dice. Sin embargo, esta opinión la ha ido desechando a medida que ha visto que la gente verdaderamente no se queda con lo que ve y oye.

Es precisamente eso lo que hemos comprobado en esta encuesta. Los jóvenes que estudian en el Liceo Experimental Manuel de Salas no son simples telespectadores, sino que también ciudadanos, a pesar de no tener derecho a voto. El nivel de conciencia ambiental que tienen aquellos que permanecen horas frente a la pantalla chica y además leen el diario, es mayor que, el sólo hecho de sentirse informado.

Según José Luis León (1993:145), parece que los medios impresos puede facilitar mucho más la comprensión de contenidos que los medios audiovisuales debido a que “los medios audiovisuales emiten contenidos más complejos, en el sentido de que más cantidad de estímulos es transmitida a través de este tipo de medios (estímulos visuales y verbales, con una dinámica expresiva); asimismo la transmisión de elementos secundarios como son el vestuario o la expresión facial de los personajes, puede distraer al público de una comprensión fidedigna de los puntos importantes del contenido audiovisual”.

Otra razón teórica a favor de un mejor papel de los medios impresos para facilitar la comprensión, dice José Luis León, “viene dada por un hecho evidente como es que el material comunicativo de los medios es susceptible de repaso por el lector, el cual puede también ajustar el tiempo de lectura a su propia capacidad o velocidad de comprensión”.

Sin duda que estos factores han sido importantes en determinar y condicionar la reflexión que han hecho los jóvenes encuestados sobre algunos temas. Reiteramos que ellos tienen opiniones. El acercamiento a la lectura de diario los ha llevado a pensar y comprender lo que ocurre, por ejemplo, con la contaminación y su influencia en la calidad de vida, o con la supervivencia de las especies vivas, entre las que se incluyen tanto ellos mismos, como sus futuros descendientes.

Calidad de las opiniones : relación con edad y género

Debemos reconocer que las respuestas fueron diversas en calidad. Las mejores opiniones, aquellas que están basadas en información correcta son más abundantes entre los jóvenes mayores. Coincidentemente, la lectura de diarios aumenta proporcionalmente con la edad de los jóvenes, como es posible apreciar en el Cuadro N°8. Por lo mismo, existe una base para pensar que la lectura de la prensa escrita contribuye a mejorar la calidad de las opiniones ambientales.

Cuadro N°8

Lectura de diarios según edad
(Porcentaje de jóvenes en el grupo que más lee el diario sobre el total de jóvenes)*

Edad	Grupo que más lee*	Grupo que menos lee**	Total (%)	Total (n)
14	42%	58%	100%	26
15	47	53	100	64
16	50	50	100	58
17	73	27	100	62
18	63	37	100	32
Total	56	44	100	242

* Integrado por quienes leen el diario todos los días o los fines de semana.

** Integrado por quienes leen el diario a veces, nunca o casi nunca.

A diferencia de lo apreciado en el Cuadro N°8, relacionado con la edad, el ser hombre o mujer no incide en la calidad de las opiniones, lo que sugiere que el tema medioambiental no parece ser más importante para unos que para otros; más bien, estaría por sobre el género.

Estos resultados se contradicen con los antecedentes expuestos en el marco teórico, los que inducen a pensar que el factor género jugaría un papel importante en la conciencia ambiental. Según el biólogo Humberto Maturana y la líder ecologista norteamericana Petra Kelly, la preocupación por el medio ambiente tiene relación con la "Madre-Naturaleza" o relación de la mujer con la tierra lo que corresponde a una tradición matriarcal y no patriarcal. Ambos, Maturana y Kelly, han señalado que "lo patriarcal fue lo que llevó un poco a fragmentar y separar a la naturaleza del ser humano". (Maturana, 1994).

Frente al razonamiento de Maturana, Kelly y otros, cabe preguntarse: ¿Serán las diferencias entre hombres y mujeres una cuestión generacional, que es clara entre personas mayores pero no entre los jóvenes, como podría deducirse de las respuestas de los estudiantes del Manuel de Salas?

En cuanto a las opiniones podemos añadir que nos encontramos con un porcentaje de jóvenes que no opinaron sobre los envases desechables, ni tampoco sobre la contaminación del aire y del agua. Si bien ellos manifestaron que “Está mal hecho”; “Creo que no se debe hacer”; “Es malo” se debe hacer la aclaración respecto de que este tipo de respuestas integran el campo de la “opinión sin información”, como lo explica Luis Aníbal Gómez (1980 : 78). Estas respuestas carecen de grado y capacidad reflexiva sobre los asuntos en cuestión. Por lo tanto, forman parte de una idea vaga del tema y eso es equivalente a no tener opinión.

Este tipo de opiniones sin información son, a la vez, iguales al reconocimiento de que no existe un proceso reflexivo, alimentado por la información, como es el caso de aquellos jóvenes que dijeron : “No me interesa”; “No tengo conciencia sobre eso”; “No puedo opinar porque no estoy informado”.

El porcentaje de encuestados que lisa y llanamente no contestó refleja un desconocimiento total sobre el tema. “La causa de esto, añade Gómez (1980:76) es la ignorancia. En estas situaciones el sujeto no conoce las cualidades o defectos de una cosa y por tanto duda, y al dudar no puede opinar, ni tampoco puede decidirse a emitir una opinión de esas que no tienen información”.

Al fin y al cabo en un sondeo de este tipo ambas situaciones caben dentro de los que no opinan.

3. **Prensa Escrita: OPINIONES Y REALIDAD SOBRE ENVASES DESECHABLES**

“Los hechos que ocurren, los que se publican en los periódicos, los conoce todo el mundo en ocho días, hasta las últimas fronteras del imperio. Por tanto, se ha formado una opinión pública con elementos mejores que aquellos de los estados antiguos, donde no se contaba con la impresión de libros, servicios postales ni periódicos”

(Profesor Benzenberg Bruggen
Albores del siglo XIX)

Conforme a lo anterior se realizó una investigación sobre las temáticas aludidas, con el fin de comprobar si estas opiniones tienen una base propia de un proceso de reflexión, u obedecen a simbologías o frases sin mayor contenido.

Cotejar lo sostenido por los jóvenes con las investigaciones sociales y científicas que se han realizado en el área del medio ambiente, resultó ser una forma de conectar opiniones con estudio y realidad. Al mismo tiempo, favoreció en la profundización de los temas acotados en las opiniones.

Las próximas páginas están destinadas a hurgar en esta relación donde participan la prensa escrita, las opiniones de los jóvenes y las investigaciones basadas en hechos que representan la realidad.

Opiniones y su vinculación con la realidad

¿Qué piensas sobre la contaminación que provocan los envases desechables? fue lo primero que tuvieron que contestar los jóvenes.

Cabe destacar que frente a esta pregunta los jóvenes mostraron preocupación por la acumulación de basura que se produce con el uso de envases desechables. Muchos de ellos manifiestan inquietud por la falta de información, sosteniendo que los chilenos no estamos enterados realmente de lo que significa usar tanto desechable. También plantearon abiertamente el tema de la comodidad que brindan los desechables para los usuarios por un lado, y por otro, las ganancias que dejan a sus fabricantes.

Al mismo tiempo propusieron algunas soluciones, con el fin de disminuir los desechos que generan los envases desechables. El reciclaje y volver a usar envases de vidrio y cartón, fueron las sugerencias más relevantes.

Antes de relacionar las opiniones con la información conocida sobre los envases desechables ahondaremos sobre la incorporación de éstos en el mercado, además de conocer los costos y beneficios que brindan.

**Envases desechables:
LA CULTURA DEL BASURERO**

El envase, hoy más que nunca, juega un rol preponderante en la comercialización de distintos tipos de productos. El consumidor busca la comodidad y la calidad, mientras el productor el costo y la ganancia.

La fabricación de envases se incrementa día a día, y entre ellos se encuentran los llamados envases desechables; es decir, los envases de plástico, de aluminio y los envases sintéticos.

Junto con la aparición de estos envases ha aumentado su uso. El empleo del plástico se justifica porque limita la rotura y el daño. “El plástico hace posible distribuir alimentos y medicinas a grandes distancias, y a costos significativamente más bajos. Con plástico se pueden hacer envases livianos pero fuertes para cualquier cosas, desde golosinas y bebidas sin alcohol hasta vitaminas y hortalizas que de otra manera requerirían enormes gastos de recursos naturales”, señala el analista ambiental de Competitive Enterprise Institute de Washington, Johanthan H. Adler (1996).

Por otra parte tenemos los envases de aluminio tan extensamente usados. El aluminio es el segundo metal en abundancia en la tierra; aunque se empezó a conocer en 1886, su consumo superó al del estaño en 1923, al del plomo en 1943, al del zinc en 1954 y al del cobre en 1958.

Hoy en día, el aluminio, es el metal de mayor consumo en el mundo tanto por la abundancia del mineral (bauxita) como por su facilidad de manejo y mecanización; es resistente a la corrosión y se puede combinar con otros metales para formar aleaciones diversas, sostiene el Comité Editorial de la Revista Sociedad Amigos del Árbol (1995) en un artículo sobre el metal. Además que los envases de aluminio logran cumplir con las normas legislativas de envases y embalaje promulgadas por Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea donde se sostiene que un buen envase debe cumplir los requisitos de protección del contenido, protección del producto contra la luz y facilidad para enfriar el contenido.

Antes de relacionar las opiniones con la información conocida sobre los envases desechables ahondaremos sobre la incorporación de éstos en el mercado, además de conocer los costos y beneficios que brindan.

**Envases desechables:
LA CULTURA DEL BASURERO**

El envase, hoy más que nunca, juega un rol preponderante en la comercialización de distintos tipos de productos. El consumidor busca la comodidad y la calidad, mientras el productor el costo y la ganancia.

La fabricación de envases se incrementa día a día, y entre ellos se encuentran los llamados envases desechables; es decir, los envases de plástico, de aluminio y los envases sintéticos.

Junto con la aparición de estos envases ha aumentado su uso. El empleo del plástico se justifica porque limita la rotura y el daño. "El plástico hace posible distribuir alimentos y medicinas a grandes distancias, y a costos significativamente más bajos. Con plástico se pueden hacer envases livianos pero fuertes para cualquier cosa, desde golosinas y bebidas sin alcohol hasta vitaminas y hortalizas que de otra manera requerirían enormes gastos de recursos naturales", señala el analista ambiental de Competitive Enterprise Institute de Washington, Johanthan H. Adler (1996).

Por otra parte tenemos los envases de aluminio tan extensamente usados. El aluminio es el segundo metal en abundancia en la tierra; aunque se empezó a conocer en 1886, su consumo superó al del estaño en 1923, al del plomo en 1943, al del zinc en 1954 y al del cobre en 1958.

Hoy en día, el aluminio, es el metal de mayor consumo en el mundo tanto por la abundancia del mineral (bauxita) como por su facilidad de manejo y mecanización; es resistente a la corrosión y se puede combinar con otros metales para formar aleaciones diversas, sostiene el Comité Editorial de la Revista Sociedad Amigos del Árbol (1995) en un artículo sobre el metal. Además que los envases de aluminio logran cumplir con las normas legislativas de envases y embalaje promulgadas por Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea donde se sostiene que un buen envase debe cumplir los requisitos de protección del contenido, protección del producto contra la luz y facilidad para enfriar el contenido.

También tenemos los sintéticos, entre los cuales se encuentran los envases asépticos, fabricados con cartón y aluminio (tipo tetrapak), más conocidos por la población como las cajas de leche o jugo, de larga duración. Si bien existen muchas críticas en contra de la fabricación de estos envases, por su dificultad para reciclarlos, también tienen la ventaja de no necesitar refrigeración para preservar su contenido sin que se dañe y para su fabricación se requiere menos de la décima parte de la energía necesaria para hacer botellas de vidrio.

La industria Tetra Pak (s.f), añade que en la producción de envases Tetra Brik Aseptic se emplean principalmente madera y petróleo, mientras que la botella de vidrio consume arena, piedra caliza, dolomita y sal común. Y por último, afirma, que el envase Tetra Brik consume menos agua en su producción que la botella recuperable y tres veces menos que la botella no recuperable.

Finalmente están los envases de poliestireno a los cuales se llama comúnmente “styrofoam” o espuma de estireno y pertenecen a la rama de los envases sintéticos. Estos envases se utilizan, según Jonathan H. Adler, porque pueden reducir espectacularmente el derroche de comida debido a sus propiedades aislantes; y también la producción de poliestireno requiere muchos menos recursos que el papel.

De acuerdo a estudios realizados en Estados Unidos se llegó a documentar que un vaso de poliestireno se puede producir con una sexta parte del material físico, una duodécima parte del vapor y una décima parte de la electricidad de su contraparte el papel. No es sorprendente, entonces, que un vaso de poliestireno sea 60 por ciento más barato que uno de vidrio, por ejemplo.

Cuando usted quiera un café caliente, pídale en un vaso de poliestireno. Si desea mandarle un jugo de frutas a su hijo al colegio, elija uno que esté envasado en caja. Y si desea refrescarse con una gaseosa, no dude en comprar una lata.

No olvide que cualquiera de estos productos los puede —además— envolver en una bolsa de plástico, porque es más liviana, más cómoda y hasta las regalan en las tiendas y supermercados. ¿Están los jóvenes de acuerdo con estas recomendaciones?

Cuadro N°9

Porcentaje de jóvenes que expresan su opinión sobre el uso creciente de envases desechables según hábito de lectura de diarios, por niveles de opinión (en porcentajes sobre el total de jóvenes encuestados)

Lectura de diarios	Con opinión, según niveles				Sin opinión, según razones				Total
	Expresan valores	Hacen diagnósis	Sugieren solución	Sub-total	Sin información	Sin opinión	No contesta	Sub-total	
Grupo que menos lee*	24%	38	7	70	7	6	18	30	100
Grupo que más lee**	25	44	5	75	7	4	14	25	100
Total	25	42	6	73	7	5	16	27	100

3.1 Opiniones Valorativas : ¿QUE PIENSAS SOBRE ESTE TEMA?

- ¿Puedo opinar?
- Sí, sobre los envases desechables.
- ¡¡Desechables!!los que se botan a la basura, los que no son biodegradables, los que contaminan. Bueno, creo que un día nos vamos a llenar de basura, sostiene un alumno de 14 años, de 1° Año Medio.
- ¿Y tú, qué piensas?
- No entiendo por qué se permite envasar en plástico cuando se sabe que eso produce cada día más contaminación, contestó una joven de 15 años que cursa 2° Año Medio.

Una cuestión de valor

Opiniones tales como que “con los envases desechables se contribuye a la destrucción del mundo”; “la basura que genera este tipo de envases provoca daño tanto en las plantas como en los animales y los hombres”, o que sostienen que “nosotros pensamos que porque son desechables se pueden dejar en cualquier parte y que también solos van a desaparecer, pero estamos equivocados porque sólo provocan basura y contaminación”, están expresando un valor sobre el medio ambiente, pero también están fotografiando con palabras una realidad.

Partamos por el valor. El valor es eso que se va aprendiendo con el caminar por la vida y que tiene que ver con lo apetecible y lo deseado. El valor es sinónimo de bueno,

dice más de un psicólogo, y uno valora de acuerdo a lo que nos han enseñado los padres, nuestra comunidad y la sociedad.

Cada uno, eso sí, va otorgando grados de valor a una y otra cosa. En muchas ocasiones ocurre que situaciones, cosas o hechos que para la sociedad no son valorados para algunas personas sí tienen importancia, y viceversa.

De acuerdo a lo expresado por los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas se constata que el valor que ellos le otorgan al medio ambiente tiene que ver con la limpieza del mismo. Ellos asocian los envases desechables con la generación de basura y desperdicios, por sobre todo.

Quienes hacen esta relación en forma mayoritaria son los jóvenes que leen el diario los fines de semana. El 25% de los que sólo le otorgan valor al medio ambiente señalan que el uso de este tipo de envases tiene como consecuencia la acumulación de basura y ésta es vista como un atentado contra los organismos vivos, donde incluyen el hombre.

Hay demasiada basura

El hecho de hacer esta relación entre envases desechables y acumulación de basura es, a la vez, constatar hechos. Según un estudio realizado por la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA, 1996:4), en la Región Metropolitana se recolectan 5 mil toneladas diarias de basura, entre las cuáles se encuentran los envases plásticos, los de aluminio y los envases sintéticos.

Los plásticos aportan con un 10 por ciento de basura de la composición de los residuos sólidos domiciliarios y un 2,7 por ciento de la composición de residuos sólidos industriales. En tanto que los metales, donde se incluye el aluminio, constituye el 1,8 por ciento de los residuos sólidos domiciliarios y un 5,9 por ciento de los residuos sólidos industriales. Estas cifras fueron dadas a conocer en un reportaje publicado en la Revista del Colegio de Ingenieros (1997:5) donde cita como fuente al CADE-IPE, en 1992 y al EWI, en 1995.

Con el fin de imaginarse cuál ha sido el incremento de estos envases en la totalidad de la basura, basta mirar los datos entregados por la Municipalidad de Santiago que dicen que en 1993-1994 se producían alrededor de 140 mil toneladas/mes de residuos sólidos domiciliarios, mientras que a la fecha —1997— estos montos llegaron a las 5 mil toneladas/día.

Por un lado tenemos que, la basura doméstica e industrial ha hecho colapsar algunos vertederos y rellenos sanitarios en la Región Metropolitana, y por otro, que ésta ha provocado en forma creciente molestias en la población ya sea por los malos olores o por las emanaciones de plagas que afectan a quienes viven cerca de algún basural. “Si la gente no quiere vivir al lado de los montones de desechos se debe a que mientras los vertederos están en servicio hay en ellos mucho tránsito, ruido, polvo, malos olores e infecciones. El viento, en múltiples ocasiones, esparce la basura y el polvo antes de que se pueda cubrir la carga, y esparce los olores de los desechos descompuestos”, añadió Héctor Moya, presidente de la comisión procierra del Vertedero Lepanto —San Bernardo—, en una declaración efectuada a la prensa en mayo de 1996.

Desechos que amenazan

“Estamos saturados de basura plástica y los vertederos repletos amenazan a la Madre Tierra”, opina una joven de 17 años que cursa 3° medio. Si bien esta es una opinión muy personal hay que hacer notar que el plástico ha llegado a ocupar el primer lugar en la lista de enemigos de los jóvenes ambientalistas en Estados Unidos. Tanto en Chile, como en Norteamérica, el rechazo a estos envases se debe a que la crisis que provoca la acumulación de basura constituye un problema tanto para las ciudades como para la conservación del medio ambiente. La acumulación de desechos y los lugares donde depositarla es un tema no resuelto y, por tanto, genera conflictos entre municipios, comunidad y personeros de la salud.

En esta opinión valorativa entregada por la joven subyace la idea de que los envases desechables, y en especial los plásticos, producen una cantidad de basura que cada día daña más el medio ambiente ya que su estructura química los hace impermeables a la desintegración, excepto mediante la oxidación después de cientos de años o a través de la combustión.

Los plásticos por sí solos pueden producir tóxicos y dioxinas en el ambiente si son incinerados debido a que están fabricados con sustancias químicas que se producen a partir del petróleo, o por compuestos de largas cadenas de carbono y uniones interatómicas poderosas que no son parte de la naturaleza. Y a eso se debe que las influencias ordinarias de la naturaleza, como el agua y el aire no les causan daño alguno.

Los jóvenes perciben el uso de plásticos como una contribución importante a la corriente de los residuos sólidos y una fuente inevitable de contaminación que agrede lo que los indígenas consideran algo sagrado : la madre tierra.

Para esta joven, al igual que para Rigoberta Menchú —Premio Nobel de la Paz, 1993— la madre tierra no es sólo una fuente de riqueza que da el alimento sino que también la vida. Ensuciarla y degradarla constituye, para ambas, un atentado a la vida.

Mientras que para otros la valoración está dirigida más bien al hecho de que los envases desechables terminan siendo un cúmulo de desperdicios. “Es un tipo de basura que no se puede reciclar, nada más”, dice un joven de 1° Año Medio”.

Desde luego que a los jóvenes les preocupa el hecho que haya que esperar entre 200 y 400 años para que los plásticos desaparezcan o se transformen. La preocupación aumenta cuando leen un artículo donde se señala que en un vertedero de la Región Metropolitana se juntan mensualmente 150 mil toneladas de envases plásticos y donde el 98 por ciento de este tipo de basura no se puede reciclar, debido a que los plásticos tienen distinta tipología por una parte, y por otra, que son fabricados con productos químicos generados artificialmente.

Junto con lo anterior, el problema aumenta cuando estamos inmersos en un sistema económico donde se premia a quienes producen desechos en vez de estimular a quienes tratan de usar los recursos con mayor eficiencia. Según estudios realizados en Estados Unidos y publicados por G. Tyler Miller, JR.(1994:588) sobre este tema, en los países más desarrollados se conceden exenciones de impuestos y otros subsidios a compañías madereras, mineras y de electricidad para cortar árboles, y para que extraigan cobre, petróleo, carbón y uranio de la corteza terrestre. Al mismo tiempo se otorgan pocos subsidios, si es que se conceden, a compañías y empresas que reciclan cobre o papel, que usan el petróleo o el carbón con más eficiencia, o que desarrollan alternativas renovables al empleo de los combustibles fósiles no renovables. Esto crea un campo de juego no equitativo, que lamentablemente favorece la producción de desechos en vez de la reducción de los mismos.

De acuerdo a lo anterior, en muchas partes del mundo se convierten los recursos naturales en desechos o desperdicios. Esta actitud es percibida y sentida por los jóvenes ya que así lo manifiestan a través de sus opiniones. Ellos saben que la producción de envases desechables no se basa en la completa convicción de que los procesos naturales

son los que mantienen la vida en el planeta. Por tanto, ellos reiteran una y otra vez el valor que le otorgan a uno, y el rechazo al otro.

3.2 Opiniones Diagnósticas: ¡ENVASES CONTAMINANTES!MUCHO RUIDO Y POCAS NUECES

“Los problemas que provocan son menores que la comodidad por ellos brindada. También creo que falta consideración con el medio ambiente”, señala un joven de 4° Año Medio. Mientras otra joven —también de 4° Año Medio— manifiesta que “son peligrosos pero es difícil de atacar ya que por lo general los chilenos no le prestan atención a este tipo de cosas, y eso se debe tanto a la ignorancia como a la comodidad”. Luego surge la opinión de una segunda joven de 3° Año Medio diciendo que “el problema de la contaminación se discute pero mientras no se tomen medidas o no se fabriquen otros envases la gente no tiene más opción que preferirlos”.

Estas son algunas de las opiniones que incluyen un diagnóstico de la situación ambiental y corresponden al 42% de los encuestados. Quienes pueden hacer una evaluación acerca del uso de envases desechables, es porque cuentan con un nivel de información que les permite reconocer las ventajas que estos tienen para los consumidores, así como los daños que éstos provocan al medio ambiente.

Según los datos arrojados en esta encuesta, existe una relación entre lectura de diario y conocimiento de los problemas que provocan los envases desechables al medio ambiente.

Hasta hace poco tiempo atrás no se tenía real conciencia del daño que podrían provocar los desechos sólidos. Más bien el énfasis estaba puesto en el uso y la comodidad que ellos brindan. El deterioro que estos productos han generado en el medio ambiente se ha conocido por estudios científicos y por las denuncias llevadas a cabo por los grupos ecologistas.

Un ejemplo de ello son las campañas emprendidas por Greenpeace, donde la difusión de las denuncias y las acciones a realizar generalmente acaparan espacio en los medios de comunicación. Por lo tanto, los interesados en el medio ambiente terminan hojeando las páginas del diario, y como la palabra escrita brinda la posibilidad de leer — y releer si los hechos no se comprenden a la primera— entonces es probable que ello termine por hacer razonar al lector.

son los que mantienen la vida en el planeta. Por tanto, ellos reiteran una y otra vez el valor que le otorgan a uno, y el rechazo al otro.

3.2 Opiniones Diagnósticas: ¡ENVASES CONTAMINANTES!MUCHO RUIDO Y POCAS NUECES

“Los problemas que provocan son menores que la comodidad por ellos brindada. También creo que falta consideración con el medio ambiente”, señala un joven de 4° Año Medio. Mientras otra joven —también de 4° Año Medio— manifiesta que “son peligrosos pero es difícil de atacar ya que por lo general los chilenos no le prestan atención a este tipo de cosas, y eso se debe tanto a la ignorancia como a la comodidad”. Luego surge la opinión de una segunda joven de 3° Año Medio diciendo que “el problema de la contaminación se discute pero mientras no se tomen medidas o no se fabriquen otros envases la gente no tiene más opción que preferirlos”.

Estas son algunas de las opiniones que incluyen un diagnóstico de la situación ambiental y corresponden al 42% de los encuestados. Quienes pueden hacer una evaluación acerca del uso de envases desechables, es porque cuentan con un nivel de información que les permite reconocer las ventajas que estos tienen para los consumidores, así como los daños que éstos provocan al medio ambiente.

Según los datos arrojados en esta encuesta, existe una relación entre lectura de diario y conocimiento de los problemas que provocan los envases desechables al medio ambiente.

Hasta hace poco tiempo atrás no se tenía real conciencia del daño que podrían provocar los desechos sólidos. Más bien el énfasis estaba puesto en el uso y la comodidad que ellos brindan. El deterioro que estos productos han generado en el medio ambiente se ha conocido por estudios científicos y por las denuncias llevadas a cabo por los grupos ecologistas.

Un ejemplo de ello son las campañas emprendidas por Greenpeace, donde la difusión de las denuncias y las acciones a realizar generalmente acaparan espacio en los medios de comunicación. Por lo tanto, los interesados en el medio ambiente terminan hojeando las páginas del diario, y como la palabra escrita brinda la posibilidad de leer — y releer si los hechos no se comprenden a la primera— entonces es probable que ello termine por hacer razonar al lector.

Es indiscutible que estos jóvenes cuentan con una cantidad de información suficiente como para reflexionar sobre el tema encuestado. Existe, además, relación entre sus opiniones y los estudios llevados a cabo en la materia; asimismo un lazo entre las ideas y la información abordada por la prensa escrita; como son los problemas con la basura, con la no degradación de los materiales utilizados en los envases y, la contaminación provocada en los momentos de su fabricación.

El dilema de la contaminación

A modo de ilustrar la primera opinión citada en este texto que dice relación con la acumulación de basura —y de las cuales hay muchas similares en la encuesta— es que vamos a hacer un balance entre las ventajas y desventajas que tiene el uso productos desechables. ¡Qué mejor ejemplo que el de los pañales desechables! Un producto cómodo para las madres, pero que constituyen un atentado contra el medio ambiente.

Los pañales desechables están hechos de papel y recubiertos con plástico, pueden facilitar la vida cotidiana, pero también están complicando la existencia en una sociedad de lo desechable. Así como es imposible conseguir la cantidad de pañales desechables que se fabrican mensualmente en Chile, también es difícil conocer la cifra del volumen de desechos que éstos contribuyen. Sin embargo, sí se puede asegurar que tardan más de 200 años en degradarse ya que su producción requiere de materia prima y, posteriormente, aportan a la contaminación del agua y del aire.

Por su parte, el empleo de pañales de tela, que se pueden lavar y reusar entre 80 y 200 veces para luego acabar como traperos, evita la tala de árboles y dinero. Un estudio realizado en Estados Unidos y publicado por G. Tyler Miller Jr.(1994:592), concluyó que si se utilizan pañales desechables durante el tiempo normal que los necesita un bebé se gastan 1.533 dólares. Si se utiliza un servicio de lavandería para pañales de tela, su costo es de 975 dólares, y si se lavan en casa —como ocurre e Chile—, de unos 283 dólares.

La solución, podrían pensar muchos, es que los pañales desechables sean biodegradables. En Norteamérica ya se fabrican pañales biodegradables, pero éstos demoran varios decenios ó cien años para descomponerse en los rellenos sanitarios. Por tanto, siguen siendo desechables y cuestan más dinero a los consumidores.

Quienes defienden el uso de esta comodidad también tienen sus argumentos de corte ambiental frente al tema. Ellos sostienen que si los pañales desechables consumen recursos de papel y plástico y terminan generando 90 veces más desechos que los pañales de tela, no producen la contaminación del lavado de pañales de tela. “El lavado de estos últimos produce nueve veces más contaminación del aire y diez veces más contaminación del agua que los pañales desechables en todo su ciclo de vida. En su ciclo, los pañales de tela también consumen 6 veces más agua y 3 veces más energía que los desechables”, argumenta el estudio citado.

Conforme a esto se puede concluir que desde el punto de vista ambiental ninguno tiene una ventaja clara, pero desde el punto de vista de la comodidad sí las hay. Lo mismo se puede decir en términos económicos. La ventaja de la comodidad es para el consumidor y la económica para el productor. Un joven de 3° Año Medio refuerza esto señalando “si se fomenta su uso con la publicidad es porque las empresas sólo quieren producir desechables a bajo costo y en gran cantidad, así tienen asegurada la venta. A ellos no les importa lo que pase con el medio ambiente”.

Más de una razón para contaminar

Otra razón por la cual no se le da importancia al deterioro que causan los envases no degradables se debe a la ignorancia de la gente, dijo un joven. De acuerdo al diccionario de la Real Academia el término “ignorante” se le atribuye a una persona falta de educación o de noticias.

La calificación es acertada cuando se atribuye la ignorancia a la falta de educación ambiental. En Chile se comenzó a incorporar el tema de la educación ambiental en la década de los ochenta, a raíz de las conclusiones emanadas de la Conferencia Internacional sobre el tema en Belgrado 1975 y la I Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental, celebrada en Tbilisi, ex-URSS, convocada por PNUMA-UNESCO en 1977.

Diez años después, en 1988, la Oficina Regional para América y el Caribe de la PNUMA inició un programa regional de educación ambiental, en el cual participó Chile a través del Centro de Perfeccionamiento, Experimentación e Investigaciones Pedagógicas (CPEIP) del Ministerio de Educación, como la instancia administrativa para

su ejecución. A partir de este proyecto se vio más claramente la necesidad y el rol que cumple la educación ambiental en los tiempos que corren. (Meza, 1992).

Por su parte, el Mineduc inició su propia búsqueda institucional del cómo enfrentar la educación ambiental. Cada sección con responsabilidad en el tema (División de Educación General, CPEIP y el Departamento de Educación Extraescolar) desarrolló una estrategia de implementación de la educación ambiental de acuerdo a su ámbito de competencia. Para integrar los distintos planes se nombró un Coordinador Nacional de Educación Ambiental, a mediados de 1991, quien redactó un documento llamado "Formulación de una Política Ambiental en Chile" y que fue entregado a distintas instituciones preocupadas del tema, a fines de 1992.

Iniciativas como las señaladas han sido, en parte, el motivo por el cual hoy nos topamos con Jardines Infantiles con orientación ecológica, donde muchos de ellos son capaces de ir complementando la información teórica con la práctica. Sin embargo, en la educación básica, media y superior aún no se incorpora la educación ambiental como parte del currículum regular; es decir, un ramo donde se plantee la necesidad de establecer relaciones más armónicas entre el ser humano y su medio ambiente, con el fin de prevenir la producción de nuevos y peores problemas ambientales que afecten la calidad de vida de las personas.

La educación ambiental que se imparte en los establecimientos educacionales del país es más bien la que ha estado siempre presente en las materias de Ciencias Naturales, Biología y Geografía, las que sin duda contribuyen al mejor conocimiento del entorno. "Para ahondar en estos temas es muy importante el interés tanto de los directores como de los docentes de los establecimientos para motivar a sus alumnos en un tema que, hasta hoy, no logra pasar al área de lo fundamental, sobre todo en los establecimientos públicos", acotó el coordinador del Programa de Educación Ambiental del Mineduc, Ricardo Valenzuela (1994).

De acuerdo a estos antecedentes uno podría asegurar que quienes son menos ignorantes en temas ambientales son los jóvenes. En tanto que, dentro de la población adulta la que tiene más información sobre el tema son los académicos, profesionales vinculados a tareas donde tienen que enfrentar problemas medioambientales, y los ecologistas.

El resto de la población, en estricto rigor, no ha sido educada para proteger ni conservar el medio ambiente; menos aún para enfrentar crisis y plantear soluciones. Es probable, entonces, que la población “ignorante” cuente con pocos antecedentes sobre el daño ambiental que provocan los pañales desechables, o las cajas de leche y por tanto prima la comodidad y el ahorro de tiempo.

Los “ignorantes” por falta de noticias

Sostener que la gente es “ignorante” de lo que pasa con el uso de envases desechables por falta de noticias resulta tan certero como relativo. La seguridad con que este joven plantea esta hipótesis, puede sostenerse al hacer un análisis de la información relacionada con el medio ambiente que publican los diarios.

En un análisis de prensa sobre el tema medioambiental, realizado por las periodistas L. Solis y M^a R. Verdejo (1995) se levantó un total de 95 noticias medioambientales en cuatro meses y los temas abordados por este medio fueron :agua (21%); aire (10%); bosque (19%); suelo (8%); flora (6%); fauna (9%); energía (5%); salud (15%); recursos humanos (7%) y sin clasificar (10%).

Hay que hacer notar que del total de estas noticias publicadas por el diario La Época entre enero y abril de 1995 sólo una tenía relación con productos desechables, mientras que siete se relacionaban con la acumulación de basura y el problema de los vertederos en Santiago. Estas informaciones fueron clasificadas como tema del suelo.

El 27 de enero de 1995 se informó a través de la prensa que las pilas ecológicas ingresaban al mercado. “El uso de Pilas Verdes es una alternativa para no contaminar el ambiente, ya que los metales pesados con que están fabricadas las pilas desechables causan graves problemas ambientales”, decía la noticia que ocupaba una página completa en el Cuerpo B Economía y Sociedad del diario citado y emitida por la agencia Reuters.

Cualquiera puede decir que una noticia en cuatro meses equivale a la nada misma. No obstante, si evaluamos el espacio destinado a la información podemos decir que ésta es equivalente a ocho noticias medioambientales publicadas por el mismo diario y en distintas fechas. El promedio de extensión que el diario La Época le destina a una noticia relacionada con el medio ambiente es de un octavo de página, lo que no pasa de los dos mil caracteres donde se incluye el titular y la bajada, si es que la tiene. En síntesis, diría la periodista Mar de Fontcuberta (1993:104), son noticias con elementos básicos —lid y

cuerpo— que cumplen con la temporalidad de los hechos, no tienen continuidad y son escuetas.

En tanto la que ocupa una página corresponde a una nota que si bien tiene todos los elementos anteriores también es explicativa. Una crónica de esa extensión contiene elementos valorativos; a veces más de una opinión sobre el hecho, y hasta tiene una cierta continuidad en términos temáticos.

La relatividad de la falta de noticias radica, entonces, en el hecho de no haber leído el diario el día en que las pilas verdes hicieron noticia, por ejemplo. No deja de ser cierto, a la vez, que la prensa no toma el tema ambiental con la relevancia que éste ha adquirido en los últimos años.

3.3 Opiniones de Solución : **LÁ TRIPLE ERRE : Recolectar, Reciclar, Re-usar**

“El daño que provocan se debe a su dificultad para degradarse y por lo tanto se deben buscar alternativas que no dañen el medio ambiente. Se debería usar la tecnología para revertir la situación”. (mujer, 4º Año Medio).

“Hay que reciclar” (hombre, 4º Año Medio)

“Se debería fomentar el uso de otro tipo de envases, de vidrio o de cartón. La publicidad hay que dirigirla hacia ese tipo de envases”. “Hay que usar envases retornables aunque sea más incómodo” (mujeres de 3º Año Medio).

Así reaccionan ellos. Ante una misma pregunta hay un 6% que proponen desde colocar la tecnología al servicio del medio ambiente hasta volver a los envases de antaño. Sin descontar el reciclaje, que incluye la colaboración del consumidor y el uso de tecnología, tanto para fabricar un producto, como para que posteriormente pueda ser procesado y transformado en otro nuevo.

La tecnología al servicio del ambiente

La protección del medio ambiente adopta distintos rostros. Uno de ellos es la aplicación de los avances tecnológicos en toda su magnitud y no sólo en la elaboración de productos que tarde o temprano acarrearán más problemas que satisfacciones.

Se suele decir que los grandes logros de la humanidad lo han alcanzado quienes han estado “en el lugar y momento adecuado”. Esta afirmación tiene mucho de verdad,

pero es incompleta. Para ilustrar lo que falta, basta incursionar en el desafío que enfrentan quienes están a la cabeza de las industrias químicas y buscan la forma de elaborar envases que cumplan con los requisitos de ser desechables y biodegradables; o desechables que se puedan reciclar sin provocar daño ambiental.

En pocos países del mundo se ha logrado erradicar el problema desde sus inicios, lo que equivale a elaborar envases que se transforman en agentes orgánicos, antes de que llegue el nuevo siglo; así como el papel y el vidrio.

En materia de plásticos, por ejemplo, se ha incursionado en la fabricación de plásticos biodegradables y plásticos fotodegradables.

Los primeros consisten en que su fabricación se hace mediante el cultivo de bacterias que están en la tierra. Estas bacterias al ser alimentadas con azúcar en un proceso de fermentación, las bacterias producen un polímero natural que tienen las propiedades del plásticos.

Otra de las técnicas para fabricar plástico biodegradables es agregar polímero naturales como el almidón o la celulosa a la resina plástica, para hacerlo vulnerable a los microorganismos. De hecho, la Sociedad Ferruzzi Ricerca e Tecnología en Milán, Italia, fabrica una materia a partir del almidón de maíz denominada "almidón termoplástico". Este material puede disolverse en el suelo en pocos meses, a diferencia de cualquier otro plástico.

Los otros, los fotodegradables, son los fabricados por medio de la luz. A éstos se les añaden moléculas fotosensibles o carboncillo; por ello es que al ser expuestos a rayos ultravioletas el plástico se vuelve quebradizo y termina destruyéndose. (Alcazár, s.f)

Distintas técnicas utilizadas en favor de la degradación del plástico aún están en desarrollo. Es cierto que algunas tienen mejores expectativas de éxito que otras.

Pese a ello aún no se puede cantar victoria, menos aún en países en desarrollo como el nuestro, donde recientemente se están elaborando envases de acuerdo a la codificación internacional desarrollada por The Society of the Plastics Industry (SIP) de Estados Unidos, que consiste en poner un símbolo con un número —1 al 7— en cada envase que representa al tipo de plástico. Esta simbología tiene por finalidad simplificar la clasificación del plásticos al momento de separarlo para el reciclaje.

“Hay que reciclar los plásticos y las latas”

Otra alternativa para deshacerse de la basura que generan estos envases es el reciclaje. Emprender el proceso a través del cual se puedan volver a utilizar o recuperar los distintos residuos, de modo que éstos pueden servir de materia prima para la elaboración de otros; es difícil, pero más en el caso de los plásticos que de los aluminios.

El reciclaje tiene como objetivo el optimizar el uso de recursos naturales, disminuir los volúmenes de basura, la pérdida de energía y la contaminación. Uno de los problemas, y al parecer el más complejo, para reciclar los plásticos es que existen más de 50 variedades de plásticos, de las cuales siete son de uso doméstico. Estos no se pueden fundir todos juntos, por tanto, primero hay que separarlos de acuerdo a la codificación y luego entrar en el proceso de reciclaje.

La recolección y separación de los plásticos constituyen el resto de los inconvenientes. De partida la población no está acostumbrada a separar en los envases en su casa lo que hace que vayan a dar todos por igual al vertedero de basura; por consiguiente el proceso que antecede al reciclaje tiene un costo tan alto que no resulta conveniente económicamente para ninguna empresa. “El reciclaje de envases debe hacerse en grandes volúmenes para que sea rentable”, señala el gerente comercial de Medio Ambiente de la empresa Multipack, Rodrigo Figueroa (1997).

Botellas PET

En Chile funcionan 10 plantas recicladoras de uso industrial, donde se recupera el 97 por ciento de las bolsas y filmes plásticos. El material reciclado se usa en la elaboración de cañerías de polietileno. Y existe sólo una planta de reciclaje para envases de uso doméstico, que es la planta de reciclaje Multipak.

La labor de Multipak radica en la recolección de las botellas pet —más conocidas como botellas retornables— para la fabricación de nuevos envases plásticos utilizados principalmente por Embotelladora Andina; pero también se fabrican productos como felpudos, manteles de color, bandejas para casinos y calendarios.

“La empresa tiene dos productos hechos con polietileno tereftalato (PET), materia prima importada. Uno es la botella desechable de sólo una utilización y la otra es el envase plástico retornable”, dice Figueroa. Ambos envases son fáciles de reciclar porque no requieren de hornos ni grandes inversiones para reusar el material, y su

reciclaje no genera ningún tipo de polución, asegura el Gerente de Medio Ambiente de Multipack.

A pesar de ello, la única que se recicla es la botella retornable y simplemente porque es fácil de recolectar. Este tipo de envase —retornable— tiene aproximadamente 16 veces de uso; una vez cumplido ese plazo la empresa la compra a los supermercados ó a las embotelladoras y las traslada hasta la planta de reciclaje que tiene Multipack en Santiago, lugar donde son sometidas al proceso de reciclaje.

Mientras las botellas retornables son molidas y fundidas a 280 grados celsius y el material queda listo para ser utilizado en un nuevo producto, las botellas desechables van a dar a un vertedero sólo contribuyendo a aumentar los volúmenes de basura. Eso pasa, añade Figueroa, porque ese envase está muy disperso y va a dar a la basura junto con los desechos orgánicos, lo que hace imposible recolectarlo para el reciclaje.

La lata es un estilo de vida de los 90

En el caso de los envases de aluminios, o latas como le llaman los jóvenes, la cosa es distinta. La lata fue uno de los primeros productos de consumo que se recicló a nivel mundial y a gran escala.

En Estados Unidos, por ejemplo, la tasa de reciclaje de envases de aluminio ha sido por años una de las mejores. En 1990 se fabricaban en Norteamérica 88.000 millones de envases para bebidas y se reciclaban 55.000 millones; esto es, que la tasa de recuperación era de 62,5 por ciento. Hoy, se logra reciclar un 85 por ciento de los envases.

En un Manual de Reciclaje publicado en California (s.f) se asegura que en Estados Unidos se reciclan 1.500 latas por segundo. El ascenso de material reciclado se debe en gran medida a las campañas de educación y leyes de Estado de dicho país, una de las cuales es el impuesto de 5 centavos de dólar por lata.

Reynolds es una de las empresas de reciclaje de aluminio con mayor experiencia en Estados Unidos. Hace cinco años se instaló en Brasil y llegó a nuestro país en 1995. Desde 1996 que Reynolds Chile viene implementando campañas de recolección de latas para el reciclaje.

Recoge las latas en colegios de las comunas de Cerro Navia, El Bosque, La Pintana, La Granja, San Ramón, La Florida y Peñalolén. Para incentivar la participación

de la población escolar en esta tarea, la empresa confeccionó una Tabla de Productos que van desde una pelota de fútbol hasta un computador, los que son canjeados de acuerdo a la cantidad de lata recolectada.

Asimismo lo hace con instituciones de beneficencia. En la actualidad, Reynolds Chile realiza campañas de recolección que van en beneficio de COAYUDA del Hospital Roberto del Río. La cantidad de envases recogidos es cambiado por medicinas para los enfermos de cáncer del hospital.

El Gerente de Reciclaje de la empresa, Fernando Hernández (1997), sostuvo que en Chile se generan 21.5 toneladas de latas por día para el mercado de las gaseosas. De esta cifra, logra recoger 4,3 toneladas de envases, lo que equivale a un 20 por ciento del total fabricado. Espera que para los próximos años esta cifra vaya aumentando.

Cabe señalar que para reciclar el aluminio se necesita un 5 por ciento de energía adicional que para obtener una tonelada de aluminio de la bauxita, materia prima del metal.

Re-usar ¡COMPRO BOTELLAS....COMPRO!

* Son jóvenes y cómodos dicen con frecuencia los adultos cuando se refieren a los menores de 18. Sin embargo, cuando se trata de cuidar el medio ambiente están dispuestos a llevar un envases de vidrio para comprar una bebida y, a cargar los paquetes en bolsas de papel, pese al riesgo de que una se quiebre y las otras se desfonden.

Cuando los jóvenes manifiestan el deseo de volver al uso de envases de vidrio es, porque saben que el vidrio es un producto hecho completamente a partir de materias primas naturales que son arena rica en sílice, carbonato de calcio y carbonato de sodio.

Por ende es 100 por ciento reciclaje, en forma infinita y manteniendo el 100 por ciento de su calidad. La directora de la Unidad de Reciclaje de Cristalchile, Mónica Marín (1997), dice que “entre el 35 y el 40 por ciento de la materia que ocupa la empresa para su producción proviene de vidrio reciclado, lo cual es una cifra importante si se considera que la empresa produce 110 mil toneladas de vidrio al año”. Según Mónica Marín, hay empresas más pequeñas que incluso utilizan un porcentaje mayor de vidrio reciclado en su producción, por los ahorros que esto significa.

Además que los envases de vidrio cuentan con la ventaja de que por ser transparentes aseguran al consumidor la seguridad de ver lo que está comprando. Otra

característica relevante del vidrio es que se puede lavar a altas temperaturas —90 grados— e incluso, con vapor a 500 ó 600 grados, sin perder sus cualidades.

Hasta 1994, fecha en que Cristalchile inauguró la Unidad de Reciclaje, la empresa recuperaba el material de vidrio dentro de la misma industria, a través de compras directas a industrias que utilizan envases y a los intermediarios, aquellos que recorren las calles gritando ¡compro botellas... compro! para ser reutilizadas. Eso demuestra que el reciclaje de vidrio tiene casi tantos años como la empresa : noventa.

Ahora se ha agregado al sistema de recolección el método de las campañas con fines benéficos. Estas convierten los kilos de vidrio recolectado al mes, en aportes económicos para la Corporación de Ayuda al Niño Quemado COANIQUEM. A diferencia de las campañas realizadas por la empresa Reynolds Chile en Santiago, Cristalchile recoge envases desde la IV hasta la VII regiones.

El reciclaje del vidrio también aporta beneficios que se traducen en costos, los que se percibe en el proceso de fabricación, al mismo tiempo que disminuyen las emanaciones de gases a la atmósfera. “Por cada 10 por ciento de vidrio reciclado que se incrementa a la mezcla, hay un 2,5 por ciento de ahorro de energía” señala la directora de la empresa.

Estas cifras son equivalentes a las obtenidas por la empresa de la Cristalería Peldar en Colombia, donde plantea el ahorro en energía equivalente a 35 kgs. de combustible por tonelada de vidrio reciclado. Mientras que la experiencia de la empresa Owens Illinios, en Venezuela, en su Programa de Reciclaje de vidrio muestra un ahorro en combustible equivalente a 130 kilos de petróleo por cada tonelada.

Por último, con el reciclaje del vidrio se disminuyen las emisiones gaseosas a la atmósfera en un 20 por ciento, y eso vale para cualquier país del mundo. Asimismo se disminuyen las descargas de efluentes líquidos en un 50 por ciento.

Por ser el vidrio el material más reciclable de todos es que se está incluido en casi todos los programas de recolección que se implantan en el mundo. Sólo hay que incentivar su uso, participar en las campañas de recolección, reciclarlo y reusarlo.

Papel: de la naturaleza viene y en naturaleza se convierte

“Salvar un árbol es salvar el aire que respiramos y la tierra que nos sustenta; salvar el aire y la tierra es salvar la biodiversidad del planeta; salvar la biodiversidad es salvar la especie humana”

(Alfonso Casanova, médico veterinario, 1992)

“Se debería usar material reciclable y lograr que la población tome conciencia de que su utilidad es provechosa para combatir los problemas ambientales”, opina un joven de 4º Año Medio.

Por años.....milenios, el árbol ha sido para el hombre un recurso que va más allá de cumplir con la producción de oxígeno y limpieza de la atmósfera. Otra de sus múltiples funciones es la de ser la materia prima del papel.

El papel sirve para escribir una nota, para envolver o para liar un cigarrillo. Sin embargo, como envoltorio ha sido sin duda desplazado por el plástico.

Frente a esto, otro estudiante de 4º Año Medio del Liceo Experimental Manuel de Salas acota que “si hoy se usa más el plástico para envolver, igualmente se deberían tomar medidas concretas para regular el uso de esos envases para poder reciclarlos, ya que no se degradan como el papel y el cartón”.

Cosa muy cierta por lo demás. En Chile no se adoptan a cabalidad las normas internacionales de codificación del plástico con fines de reciclaje; para comprobarlo basta rastrear en el supermercado los envases plásticos donde se puede constatar por ejemplo que algunos envases de jabón líquido no tienen tipificación. Pero además tampoco se supervisa el cambio de tipología de plástico usado en un envase, si es que se hace.

Al respecto indica Andrés Astorga (1995) —gerente de la empresa Ecobas a cargo del proyecto de reciclaje de la comuna de La Reina—, que no existe ninguna regulación y fiscalización respecto de los envases. “Hay plásticos que de la noche a la mañana pueden volverse en no reciclables y es el caso de algunos envases de fideos que cambiaron hace poco tiempo y siguen llevando el símbolo del reciclaje sin que exista la tecnología en Chile para procesarlos. Alguien tiene que encargarse de estas cosas”.

En cambio el papel no necesita de tipologías ni supervisores de las mismas, ya que si no se recicla igualmente se degrada.

Chile ha logrado ocupar uno de los primeros lugares en la tasa de recuperación de los papeles y cartones, cercana al 50 por ciento, similar a la de Europa y Japón, y

superior a la de Estados Unidos. “En 1994, dicha tasa fue del orden del 40 por ciento, recuperándose en total cerca de 220 mil toneladas de material. De éstas, alrededor del 10 por ciento se exportó a Argentina, Venezuela, Colombia, Ecuador, Indonesia y Perú”, afirma Sofía Törey (1995)

Por su parte, el subgerente comercial de la Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA), Juan Peñafiel (1997) asegura que, “en la actualidad, la tasa de recuperación anual es cercana al 45 por ciento —200.000 toneladas— lo que equivale a un volumen superior al del cerro Santa Lucía de Santiago”.

Con el material recuperado se obtiene papel higiénico, cajas y bandejas de huevos, toallas desechables, papel ecológico, algunos papeles de envolturas y cajas de embalaje. “La vida útil de esta fibra secundaria es de 7 veces aproximadamente. Una caja de cartón, por ejemplo, se utiliza ese número de veces antes que pierda una cantidad considerable de fibra”, añade Peñafiel.

La CMPC (Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones) es la principal empresa recicladora en nuestro país, además existen alrededor de 50 empresas vinculadas a la recuperación de los papeles y cartones.

Es sabido que el papel usado y reciclado no es basura sino que constituye la disminución de la misma, ya que cada tonelada de papel nuevo ocupa casi dos metros cúbicos de vertedero.

Fuera de ello su recuperación presenta ventajas como salvar los bosques, ahorrar energía y agua. Juan Peñafiel dice que, “el reciclaje de una tonelada de papel de oficina evita la tala de 15 árboles; requiere un 60 por ciento menos de energía utilizada en la fabricación de papel a partir de la pulpa; por lo tanto ahorra 4.200 KWH de electricidad, lo cual equivale a las necesidades diarias de energía de 4.000 personas. Y por último, ahorra más de 30.000 litros de agua. Esto es, un 15 por ciento menos del consumo de este elemento respecto del proceso con la materia prima”.

El consumo de papel usado como materia prima ha experimentado un fuerte aumento y se prevé que será aún mayor en los próximos años. En 1982, el consumo de papel reciclado a nivel mundial era de 50 millones de toneladas, dicha cifra pasó a 75 en 1988 y se estima que llegará a 130 millones de toneladas en el 2001. Lo que implica que la tasa de recuperación media mundial habrá pasado de 30 por ciento en 1982 a 41 por ciento en el 2001.

Tener opiniones como las citadas anteriormente es reflejo de conciencia ambiental, pues en ellas está implícita la información, el diagnóstico y una propuesta concreta de solución para descontaminar.

3.4 Los sin Opinión

De hecho, hubo un grupo de jóvenes que reconoció su "ignorancia" por falta de información. "No tengo conciencia de eso" (hombre, 3° Año Medio); "No me he informado del tema por eso no puedo opinar" (mujer, 3° Año Medio); "No estoy informado, no se de qué se trata" (hombre, 2° Año Medio), fueron algunas de las respuestas emitidas por el 7% de los jóvenes que no pudo opinar, precisamente por falta de información.

Cabe señalar que el 7% que no opinó por falta de información está inserto dentro del total que no opina (27%). Mientras un 7% no lo hace por falta de información, otro 5% señala que aún no se han formado una opinión sobre el tema. Eso lo manifiestan abiertamente. En tanto, el 16% restante simplemente no contestó.

Es importante hacer notar que el 7% que no opina por falta de información constituye el mismo porcentaje tanto en el grupo que lee más, como en el que lee menos el diario. De lo que se deduce que no tener opinión por falta de información no tiene relación con el tiempo de exposición al medio escrito.

4. Prensa Escrita: OPINIONES, REALIDAD Y CONTAMINACIÓN DEL AGUA Y DEL AIRE

* Aumenta la cifra de alumnos que tienen opiniones sobre los problemas que provocan la contaminación del agua y del aire, respecto de quienes tienen opiniones sobre los inconvenientes que genera el uso de envases desechables.

El 81% de los encuestados -versus un 73% en el caso anterior- manifestaron juicios de valor, diagnóstico y propuestas centradas en normas y sanciones, al responder sobre lo que pensaban acerca de los problemas derivados de la contaminación del océano y del aire de Santiago. Cabe señalar que el aumento de opiniones está concentrado en las de diagnóstico (49% versus 42%) y en aquellas que apuntan a dar soluciones de los problemas (12% versus 6%).

Al incrementarse el número de opiniones bajó automáticamente el porcentaje de los sin opinión. La disminución de estos últimos fue de ocho puntos (27% versus 19%).

Entre el grupo que no opina sobresale aquel que carece de información. En dicho caso el porcentaje disminuyó en cinco puntos respecto del tema anterior (7% versus 2%) Algo similar ocurrió con aquellos que no contestan, donde la disminución fue de cinco puntos (16% versus 11%). Mientras que el único porcentaje que subió fue el grupo que representa a los sin opinión —en dos puntos— (5% versus 7%).

Cuadro N°10

Porcentaje de jóvenes que expresan su opinión sobre la contaminación del agua y del aire, según hábito de lectura de diarios, por niveles de opinión (en porcentajes sobre el total de jóvenes)

Lectura de diarios	Con opinión, según niveles				Sin opinión, según razones				Total
	Expresan valores	Hacen diagnóstit	Sugieren solución	Sub-total	Sin información	Sin opinión	No contesta	Sub-total	
Grupo que menos lee*	21%	45	11	77	3	8	12	23	100
Grupo que más lee**	20	53	12	84	1	5	10	16	100
Total	20	49	12	81	2	7	11	19	100

Los MCM y otros factores

Si bien la relación entre lectura de diarios y opinión ambiental que existe para el caso de los envases desechables se mantiene en el caso de la contaminación del agua y del aire, también hay que reconocer la existencia de otras fuentes de información que

inciden en la opinión emitida por estos jóvenes. Ello se refleja claramente en la disminución de los porcentajes de los sin opinión.

Lograr saber la influencia que ejercen los MCM en la formación de opiniones es algo que le ha quitado el sueño a los estudiosos de las comunicaciones.

De ahí que sociólogos como Lazarsfeld, y Gaudet (1948) hayan concluido después de numerosos estudios, que “los medios de comunicación de masas presentan un carácter menos automático que la mera exposición a ellos, ya que existen otras redes y canales de información que aportan al conocimiento” y por tanto a la formación de opinión.

En el caso que nos convoca a esta reflexión, bien se podría sostener que la escuela y las vivencias directas son piezas claves en la conciencia que estos jóvenes demuestran. La anterior afirmación se apoya en que las opiniones emitidas se desprenden en gran medida del conocimiento adquirido por los estudios de Ciencias Naturales y Biología; y para verificar aquello sólo basta hojear los textos de estudio utilizados tanto en la enseñanza básica como en la media. Lo otro es hacer una revisión exhaustiva del lenguaje usado en las respuestas.

En relación a los libros se puede constatar la inclusión de la temática ambiental a través del estudio de los recursos naturales, recursos renovables, conservación de las especies, recursos de la biosfera y la biodiversidad, entre tantos otros. Dentro de los mismos, además, se engloban materias relacionadas con la prevención y conservación de los recursos que hoy por hoy no son considerados inagotables, dentro de los cuáles el agua cobra relevancia.

Otro factor que contribuye a la conciencia ambiental son las vivencias personales. Por un lado, tenemos que los santiaguinos vivimos en una de las cuencas con mayor contaminación atmosférica. Y por otro, el estar sujetos a la vulnerabilidad de enfermedades infecciosas a raíz de la contaminación del agua del mar, de los lagos y de los ríos, cuestión que los jóvenes también expresan.

El aporte que hace una fuente y otra, queda mucho más claro cuando revisamos los términos usados en las respuestas. Los jóvenes utilizan muy a menudo el mismo lenguaje de los libros, sobre todo cuando se refieren a la contaminación del mar. En cambio, cuando hacen referencia a la contaminación del aire de Santiago nos encontramos con frases como “partículas contaminantes” “niveles de contaminación

aceptable” “restricción vehicular” “los efectos en la salud”, por nombrar algunas. Estos términos son de uso recurrente en los MCM y no así en los textos escolares.

Asalta como primera conclusión que si bien la exposición a la prensa escrita constituye un elemento fundamental para la formación de opiniones, no lo hace por igual en los distintos temas que dicen relación con el medio ambiente. En el caso del agua, por ejemplo, es la escuela más que la prensa escrita, la que contribuye al conocimiento y formación de opinión. En el caso del aire, en cambio, es claramente la prensa escrita. No hay que desconocer, además, el hecho de vivir en una ciudad donde la contaminación ambiental, es pan de cada día.

La palabra hablada, la palabra escrita, las imágenes, todas en conjunto forman una vía que lleva al conocimiento y por tanto se comienza a familiarizar no tan sólo el léxico utilizado para referirse a la problemática ambiental, sino que también con los valores de preservación ambiental, cuidado del patrimonio nacional y de los recursos renovables.

Este camino conduce a la formación de una conciencia, tanto por lo que se está viviendo como por las consecuencias que ello puede producir con el paso del tiempo. Las distintas fuentes de información guían a los jóvenes en sus evaluaciones a corto plazo, pero también a que sean capaces de hacer ciertas proyecciones como lo demuestran en las respuestas vertidas en la encuesta. “Hoy en día las autoridades dan soluciones de parche, creo que eso no soluciona el problema sino que lo agrava. La contaminación aumenta en forma constante y no es que se contamine un día, se toman medidas y si no se contamina otro, se retiran las medidas . Esa idea es una manera simplista de abordar el problema. Las medidas deben ser constantes y a largo plazo.”.

(mujer, 3° Año Medio)

4.1 Opiniones Valorativas : CONTAMINACIÓN DEL AGUA Y DEL AIRE

Aquellos que valoran el agua del mar, de los ríos, de los lagos y el aire que respiramos, constituyen un 20% del total que emite opiniones. Entre la diversidad de respuestas se alude con mucha frecuencia a los beneficios que el mar le brinda al hombre. Asimismo, demuestran su valoración señalando que “el mar es un patrimonio nacional que hay que cuidar”. En esta misma línea nos encontramos con otras que

manifiestan que “contaminar el agua es lo peor porque estamos destruyendo lo que nos es indispensable para vivir, el agua”.

¿Cuánto de cierto hay en estas opiniones? Al remontarse a la historia y a los hechos comprobamos que el agua ha sido, es y será un elemento vital para la preservación de todo organismo vivo.

Sabemos que las grandes civilizaciones de la antigüedad se desarrollaron en aquellas regiones donde abundaba el agua, junto a ríos, lagos o el mar, ya que este elemento no sólo era vital para el consumo humano sino también para el regadío, el desarrollo, la recreación, fines estéticos, y otros.

A medida que las civilizaciones evolucionaron fueron generando desechos y éstos vertidos en los cursos de agua en cantidades ilimitadas y muchas veces sin la clara noción del daño que se está provocando tanto al recurso natural como a la vida misma.

La contaminación del agua aumentó en cantidad y calidad por el desarrollo industrial, tecnológico y crecimiento de la población. El agua de mar es la más perjudicada porque en ellas se descarga la mayoría de los desechos provenientes de la tierra; entre los cuales tenemos los residuos domésticos e industriales, plaguicidas, metales pesados e, hidrocarburos del petróleo.

Residuales en aguas superficiales

La descarga de aguas residuales es una realidad difícil de obviar. Constantemente tenemos las descargas de efluentes domésticos o aguas servidas, las que en su mayoría van a dar al mar sin tratamiento. Según, Bore, Pizarro y Cabrera (1986) “sólo el 2,9% de la población saneada que vierte los desechos directamente al mar, y el 2% que lo hace en los ríos posee algún tipo de tratamiento. El resto llega a las aguas superficiales nutrido de microorganismos de origen fecal y residuos orgánicos domiciliarios”.

Estos microorganismos patógenos afectan directamente a la salud de la población, ya sea por ingestión de productos del mar crudos, o por contacto directo en las playas. Las enfermedades adquiridas por ingestión de alimentos regados con aguas contaminadas son la hepatitis y la fiebre tifoidea. Las enfermedades nacidas al contacto de aguas contaminadas son el tracoma, sarna, disentería y enfermedades propagadas por insectos que se crían en el agua como son la malaria, por ejemplo.

El contagio de enfermedades es un problema crítico sobre todo para aquella población que vive cerca del Zanjón de la Aguada, por ejemplo, que es un cauce donde llega el 60 por ciento de las aguas servidas de la Región Metropolitana, o en las cercanías del río Mapocho, donde llega el 35 por ciento de las aguas servidas de Santiago.

En tanto, los "sectores costeros cercanos a la Bahía de Valparaíso y Río Maipo, Aconcagua, Bío-Bío o estero Marga-Marga, son los que reciben descargas de origen doméstico directo o indirecto a través de hoyas hidrográficas. En dichos lugares la presencia de coliformes fecales excede los niveles máximos permitidos por la Norma Chilena para aguas de recreación con contacto directo (1.000 coliformes fecales/100m.)" explican Bore y otros.

Por otra parte, las aguas residuales industriales que son vertidas sin tratamiento al alcantarillado o a cursos receptores, en muchos casos tienen un alto contenido de elementos tóxicos, llegando finalmente al mar.

Los residuos industriales provienen de la minería, la industria pesquera de reducción y las industrias de celulosa y papel. La primera afecta la disminución y extinción de la fauna y flora marina por la disminución del oxígeno en el agua; mientras que los residuos de la industria pesquera de reducción alteran la fauna bentónica, disminuyendo la diversidad de especies y aumentando la densidad de aquellos más resistentes.

Sobre los plaguicidas no hay estudios recientes que cuantifiquen los niveles de plaguicidas en el mar. Bore y otros (1986) afirman que el Servicio Agrícola Ganadero (SAG) dejó -a mediados de los 70- de registrar las importaciones de plaguicidas por lo que se desconocen las cantidades y tipos utilizados anualmente. Los estudios que hay al respecto corresponden al año 1979 en la VII Región, donde se encontraron altos niveles de DDT en el agua de riego.

El uso de plaguicidas plantea problemas porque son amplios en su radio de acción, y su persistente manejo conlleva un peligro para las especies en general, e incluso para el hombre, llegando a los sistemas oceánicos por acción de lluvias o por escurrimiento de ríos.

En palabras de René Abeliuk (1991) "los plaguicidas, pesticidas y solventes industriales son tóxicos y muchos de ellos han sido clasificados como cancerígenos."

El mismo efecto en la salud tiene la concentración de metales pesados en el agua de la Región Metropolitana. Pese a que no se dispone -continúa Abeliuk- con información detallada acerca de la cantidad de cobre, hierro, manganeso y arsénico que permanecen en el agua, sí se puede asegurar que el riego indiscriminado y no controlado con aguas contaminadas con metales pesados produce una acumulación de los elementos en el suelo o en las plantas, dejándolas no aptas para consumo humano.

En tanto, que “la descarga de estas aguas al mar produce una acumulación de los metales en moluscos, peces y otras especies marítimas mediante un proceso biológico. La fauna y la flora acuática que resultan afectadas pierden, en la mayoría de los casos, su valor comercial, debido a que superan los estrictos límites internacionales fijados a la concentración de metales pesados en peces y mariscos”, agrega Abeliuk.

Por último, la contaminación por hidrocarburos del petróleo proviene principalmente de pérdidas por operaciones rutinarias de carga y descarga de petróleo crudo y sus derivados en terminales marítimos, en las refinerías y en menor medida, de los derrames de accidentes.

La refinerías son una fuente de contaminación del agua marítima y las operaciones rutinarias de lavado de estanques y residuos de limpieza son la otra. Las descargas de petróleo al mar provocan una disminución y ausencia de especies en la flora y la fauna. Esto se ha comprobado en la Bahía de Iquique, sectores costeros de la II Región, Bahía de Chañaral, Tomé y Lota, Zapallar, Valparaíso y Boca oriental del Estrecho de Magallanes.

Una de las razones por las cuales el mar permanece más tiempo contaminado cuando se arrojan residuos se debe a que las corrientes marinas son mucho más lentas que la de las aguas dulces. Este motivo resulta importante de constatar ya que las corrientes de agua son las que ayudan a descontaminar en los casos de descargas de aguas residuales sin tratamiento, que -como se vio anteriormente- son la gran mayoría.

El sólo hecho de saber que el mar constituye el 98% del total del agua que hay en la tierra puede ser motivo para creer que por su abundancia es difícil de contaminar por completo, o que las suciedades arrojadas al mar vayan a afectar a los organismos del ambiente acuático. Sin embargo, hemos podido comprobar, a través de este artículo, que los efluentes contaminantes destruyen la fuente de proteínas que sirven a las especies que habitan en él y a los hombres. Así como también alteran los lugares de

recreación y otras actividades que tienen que ver con la relación del hombre con la naturaleza y el medio ambiente.

Promover el cuidado del mar y hacer todo lo posible para no contribuir a su degradación es lo que hizo el explorador marino Jacques Coustoeau, quien en repetidas ocasiones advirtió que “la sobrevivencia de la especie humana depende del mantenimiento de un océano limpio y vivo, extendido alrededor de todo el mundo. El océano es el cinturón de vida de nuestro planeta”. (cit. G.Tyler Miller, 1994)

¿Qué dicen los jóvenes?

“El no valorar el agua y el aire demuestra la falta de cultura ambiental que tenemos los chilenos”, establece una alumna de 3° Año Medio. A esta opinión se suman otras tantas que hablan de nuestra forma de ser y de nuestras costumbres.

Cuando hablamos de cultura, dice el sociólogo Cristián Parker²⁸, nos estamos refiriendo a una totalidad de costumbres y actitudes producidas por el hombre en su existencia histórica. Estas van conformando una forma de vida y prácticas sociales que posibilitan la continuidad de los pueblos.

Pero ¿cuáles son nuestras costumbres, actitudes y prácticas sociales frente al medio ambiente? Una respuesta exacta no existe. Sin embargo, en Chile, se han hecho esfuerzos por entender el concepto y ver cuál es el grado de cultura ambiental con que contamos.

En términos teóricos el filósofo Martín Hopenhayn (1996) enfatiza que “valorar el medio ambiente ya es cultura, sin embargo, esto ha ido dejando de ser significativo en la medida que Chile profundiza en su inserción externa”.

Entrar a competir con mercados internacionales ha llevado a olvidar el significado que tienen los recursos naturales para la población, donde muchas veces no es sólo el entorno quien constituye parte de las costumbres y de la sobrevivencia. En aras del desarrollo se pierden las perspectivas de lo que un área geográfica influye, por ejemplo, en la identidad y cultura de un poblado.

Visto así, quienes están faltos de cultura ambiental serían los representantes de los mercados internacionales es decir, aquellas personas que no toman en cuenta los cambios que se pueden provocar, tanto en el lugar como en la forma de vida de las personas, al implementar proyectos que tienen un costo ambiental.

Hopenhayn recopiló los casos presentados en el V Encuentro Científico de Medio Ambiente, realizado en Temuco que tienen relación con “el arrase del paisaje y de la materia prima, obteniendo como producto beneficios económicos pero también pérdida de identidad y abandono cultural”. A través de ellos se puede percibir claramente la ausencia de una cultura ambiental, de la que no se escapan invasores ni invadidos.

Lo que ha sucedido en Contao, Puchuncaví, Iquique u otros lugares, dice Hopenhayn, tiene la constante de que quienes llevan a cabo las prácticas que terminan con la destrucción o contaminación del medio ambiente son agentes externos a las comunidades; algunas veces industrias chilenas y, en otras, empresas extranjeras, pero igualmente inducidos por la realización de proyectos de desarrollo.

De acuerdo a las conclusiones originadas en los diferentes casos presentados en esta materia, los agentes foráneos cuentan con el apoyo de la comunidad para la instalación de industrias con la idea de un mejor bienestar social. Pero sin tener claro que los resultados de dichas propuestas de desarrollo se hacen a cambio del medio ambiente y de las costumbres.

Puchuncaví

El caso de Puchuncaví dio origen a una investigación sobre Conflictos Ambientales, realizada por el antropólogo Francisco Mena y el sociólogo Francisco Sabatini (1995). Este estudio se basó en la contaminación del aire provocada por las chimeneas industriales de Chilgener y ENAMI de Ventanas sobre Puchuncaví, durante 30 años.

El daño producido en la salud de la población, sobre todo en los niños ha sido denunciada por médicos y la propia comunidad. Lo mismo ha ocurrido con el deterioro de la tierra luego de sufrir un cambio irreversible, donde nunca más se volvieron a hacer las plantaciones que le dieron nombre y prestigio al lugar. La aridez y contaminación del suelo, hace mucho tiempo que es “el” impedimento para la plantación de lentejas, afirman los lugareños.

En un reportaje presentado en el noticiero de “24 Horas” de TVN²⁹ un habitante de la localidad manifiesta que “el humo de las chimeneas al que se le denomina lluvia ácida corroe la tierra. El valle de Puchuncaví que alguna fue uno de los más fértiles de la V Región hoy dejó de ser apto para la agricultura y la ganadería”,

Mientras la enfermera del consultorio de Puchuncaví agrega que el mismo reportaje que “las afecciones dermatológicas y las bronquitis obstructivas son “pan de cada día” en la localidad. El azufre lo llevamos en la sangre y el arsénico al que le llamamos comúnmente veneno, se revela en las muestras de pelo donde la gente tiene, según estudios, 3.723mg/kg y el nivel aceptable es de 1mg/kg”.

En Puchuncaví, “la población está muy consciente de que las empresas contaminantes recurren a estrategias de cooptación para minimizar los daños provocados. Asimismo, el tiempo les ha demostrado que ni la empresa ni el gobierno les ha devuelto los cambios geográficos producidos por la contaminación del aire, tampoco les aseguran el bienestar en salud a la población del lugar, y de zonas aledañas”, concluyen Mena y Sabatini (1994-1995).

En definitiva, la instalación de chimeneas industriales en la zona estuvo por sobre el valor del medio ambiente. Eso se constata en esta misma investigación al comprobar que no se tomaron medidas de protección, tanto para la tierra como para la salud de las personas.

La presencia de la comunidad en la defensa del medio ambiente tampoco fue tan relevante, como lo podría ser hoy. La comunidad más bien pensaba en el bienestar económico, la posibilidad de empleo y surgimiento del lugar. Sólo unos pocos presintieron lo que ocurriría, pero sus voces no fueron escuchadas. Estaba la prosperidad económica de por medio.

Cabe señalar que en el momento de instalación y las plantas de ENAMI y Chilgener, así como en tiempos posteriores, los MCM no daban relevancia a lo que ocurría, ni tampoco hacían sobresalir las opiniones de quienes se oponían a las instalaciones, o denunciaban el daño que provocaban. El tema de la contaminación ambiental en la localidad de Puchuncaví comenzó a ser parte de la agenda noticiosa a principio de los años 90.

De hecho Televisión Nacional realizó entre 1990 y 1994 un total de diez reportajes con una duración de diez minutos promedio. Todos presentados en el noticiero “24 Horas”. En cuanto a la prensa escrita esta información también comenzó a salir en esa fecha, y es entregada tanto por los diarios de la V Región como por algunos diarios de la Región Metropolitana: La Época, La Tercera, El Mercurio (Mena y Sabatini, 1994-1995).

Contao

Otro caso donde se percibe la falta de cultura ambiental, como la llama el joven de 3° Año Medio, es el de Contao. Si bien éste no tiene que ver con la contaminación del agua y del aire, sino con la destrucción del bosque, resulta ilustrativo para profundizar un poco más sobre lo que envuelve esta opinión.

Para el profesor Fernando Ramírez (1995) quien hizo un estudio acabado sobre lo ocurrido en Contao -Chiloé continental- constituye un ejemplo paradigmático “la interdependencia entre los recursos naturales y las posibilidades históricas de una comunidad de hombres”.

Allí, dice Ramírez, “existió un gran bosque de alerce en torno al cual se desarrolló un largo proceso de explotación que evolucionó desde las formas artesanales a fines del siglo XIX, hasta una gran tala rasa en la década del setenta que terminó con gran parte de las disponibilidades del recurso”.

Hasta el lugar llegó la empresa norteamericana Simpson Timber Co. y la nacional Bosques e Industrias Madereras S.A. (BIMA). En pocos años de actividad intensiva arrasaron con el alerce, con el paisaje y con las costumbres del poblado. Durante la tala los habitantes de Contao tuvieron trabajo, consiguieron una escuela y levantaron un policlínico, pero una vez terminada la explotación de la materia prima quedaron en el más dramático abandono porque la empresa se llevó hasta la electricidad.

Las expectativas del poblado estaban en el progreso de la localidad. Nunca se imaginaron que eso duraría tanto como durara la explotación del recurso, para luego quedar sin su entorno y sin el recurso básico-milenario de energía y calor: el alerce.

Casos como este se repiten en Chile y son muestras de la poca importancia que se le da a la propia historia que tienen los lugares y a las relaciones que establecen las personas con su medio ambiente.

La contaminación o destrucción del medio ambiente lleva implícito un cambio de costumbres y actitudes arraigadas por los hombres en su historia. Trastocarlas de la forma en que ha ocurrido hasta hoy es no tener incorporado en el quehacer lo que implica transgredir la identidad y la cultura de quienes habitan el lugar trastornado y, junto a ello, romper la posibilidad de continuidad histórica de los pueblos.

Martín Hopenhayn (1996) después de revisar distintos estudios sobre conflictos ambientales, en que se incluían el del Puchuncaví y Contao concluye que “estamos lejos

de participar de una cultura ecológica en el sentido fuerte de la palabra; pero tanto sensibilización por vía de los medios de comunicación de masas como las exigencias ambientales impuestas por los mercados internacionales, introducen en nuestra cultura temas que nos resultaban ajenos hasta hace muy poco”.

A la opinión del filósofo se puede agregar que son los jóvenes los que demuestran, una vez más, tener mayor conciencia ambiental. El poder referirse a la sobreexplotación de recursos naturales destinados a actividades de exportación, a los problemas de contaminación y tener una postura crítica frente al quehacer del sector empresarial, y a las políticas de gobierno, constituyen un gran avance en el desarrollo de una cultura ambiental.

Si los jóvenes opinan que existe falta de cultura ambiental es porque perciben, a través de los MCM —especialmente la prensa—, a través del aprendizaje escolar y a través de sus propias vivencias personales, que estamos inmersos en un sistema que poco valora la historia, la geografía y las distintas formas de vida. “Somos un país inculto”, “Nuestro individualismo no nos hace valorar el medio ambiente y nunca sabemos lo que perdemos”, terminan añadiendo dos alumnos (hombre de 3º Año Medio y mujer de 2º Año Medio)

4.2 Opiniones Diagnósticas: CERTEZAS JUVENILES

Un cierto consenso existe entre el 49 % de jóvenes que plantearon un diagnóstico de los problemas que generan tanto la contaminación del agua como la del aire.

A ellos les preocupa, por sobre manera, la repercusión que este tipo de contaminación pueda tener en la salud de la población, especialmente en los más débiles, dicen. También hacen saber que les inquieta el creciente deterioro que provocan las industrias en las aguas marinas. “Es peor, dice una joven de 4º Año Medio, porque la contaminación del mar es el fin de la vida marina. El mar es lo más “bacán” -espectacular- del mundo”.

Tres cosas hay en la vida, pero una es siempre la primera

La salud es un bien que desea todo hombre para sentirse feliz. Históricamente el bienestar físico y mental ha estado entre las tres principales cosas que hay en la vida:

salud, dinero y amor. Asimismo lo comprobó la encuesta realizada por el Grupo Futuro, en octubre de 1997, donde el 80% de los encuestados dijo sentirse feliz y eso lo atribuían mayoritariamente a la buena salud con que contaban.

Hoy por hoy, este bien es aún más valorado, especialmente por quienes viven bajo una constante nube gris, que de acuerdo a la época del año se torna más dañina porque altera el buen funcionamiento del organismo.

Todos sabemos que en época de invierno aumentan las enfermedades respiratorias entre los santiaguinos, producto del aumento de contaminación atmosférica, siendo los más vulnerables a esta situación los niños y los ancianos. No obstante, hay otras enfermedades que desarrollan los hombres debido a la constante exposición de agentes contaminantes en el aire. Entre ellas se cuentan enfermedades infecciosas, irritaciones, daños genéticos y reproductivos y enfermedades cancerígenas.

Respire profundo!!! Los expertos sostienen que el 99 % del volumen de aire que se inhala es nitrógeno y oxígeno gaseosos, pero también cantidades pequeñas de otros gases, líquidos y partículas de sólidos, muchos de los cuales se clasifican como contaminantes del aire y que son los que provocan alteración en la salud de las personas.

Cuando los jóvenes tuvieron que marcar los componentes del esmog -encuesta que aquí se analiza- ellos le dieron preferencia al humo que emiten las chimeneas industriales y a los gases producidos por los vehículos motorizados. Ambos contaminantes corresponden a lo que se llama contaminantes primarios, donde se incluyen -además de los óxidos de carbono (CO) y (CO₂) y dióxidos de azufre (SO₂ y SO₃)- la mayoría de los hidrocarburos que provienen de fuentes naturales y otros polvos en suspensión.

Pero eso no es todo, porque también tenemos en el aire los contaminantes secundarios, que son los oxidantes fotoquímicos como el ozono (O₃) y algunas sustancias reactivas que están como materia particulada en suspensión, como el plutonio, radón, yodo, estroncio y otros radioisótopos.

Los contaminantes primarios del aire entran en forma directa al aire como resultado de actividades naturales o humanas. En cambio, los contaminantes secundarios se forman en la atmósfera por una reacción química entre un contaminante primario y uno o más componentes del aire. El resultado de esto, sean primarios o

secundarios, es que constituyen una amenaza para la salud de la población, más aún cuando se inhalan en forma permanente.

La Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (EPA) y la Comunidad Económica Europea (CEE) sostienen que estos son los contaminantes principales del aire y, que por tanto, deben ser vigilados y muy especialmente los dióxidos de azufre (SO₂ y SO₃) que provienen del sector industrial (Cohen, 1994). Como antecedente podemos añadir, que en Santiago respiramos un 28 por ciento de azufre de combustible proveniente de fuentes fijas y un 13 por ciento de fuentes móviles, según antecedentes entregados por el médico Lionel Gil.

El peligro de una nube gris

En países como Inglaterra, Estados Unidos, Brasil, México se pudo comprobar científicamente el desastroso resultado que tiene el hecho de vivir en un ambiente atmosférico contaminado. Recordemos que en 1911, por lo menos 1.150 londinenses murieron por efectos del humo del carbón. Un incidente todavía peor de contaminación del aire, producido por el uso del mismo combustible en Londres, dio muerte a 4 mil personas en 1952, y desastres posteriores en 1956, 1957 y 1962, mataron en total unas 2.500 personas.

En Estados Unidos, la Revolución Industrial trajo la contaminación atmosférica cuando las industrias y las casas con combustión de carbón llenaron el aire con hollín y humo. Luego, el crecimiento rápido del uso del automóvil, especialmente desde 1940, trajo nuevas formas de contaminación como el smog fotoquímico, que ocasiona ardor en los ojos y los compuestos tóxicos del plomo provenientes de la combustión de la gasolina con ese antidetonante.

El primer desastre por contaminación del aire conocido en Estados Unidos ocurrió en 1948, cuando una niebla cargada con vapor de dióxido de azufre y materia particulada permaneció suspendida durante cinco días sobre la ciudad de Donora, Pensilvania. En esa ocasión cerca de 6 mil, de los 14 mil habitantes que tenía la ciudad, se enfermaron y 20 de ellos murieron. La nube mortal fue producida por la emisión de contaminantes de una fábrica de acero, la fundidora de zinc y la planta de ácido sulfúrico de esa comunidad y quedó suspendida en el valle que está rodeado de montañas.

En Inglaterra como en Estados Unidos no se han vuelto a producir catástrofes como las enunciadas debido a que se han implementado medidas y programas de control de la contaminación del aire, las que a partir de la década del 70 se vuelven cada vez más estrictos.

Pero en países como Brasil, México o la India las catástrofes continúan. En el informe de la Organización Mundial de la Salud de 1994 se señala que los niveles de materia particulada suspendida en Nueva Delhi, por ejemplo, son cinco veces más altos que los estándares permitidos por la OMS, y eso expone a la población a peligros de salud derivados de los contaminantes del aire. El informe señala que el 60% de las personas que viven en Calcuta sufren de serias enfermedades respiratorias como son asma, bronquitis, enfisemas y trastornos cardiacos (Cohen, 1994).

Hoy en Latinoamérica

En Brasil, México y Chile sucede algo similar. La contaminación del aire en la región metropolitana de Sao Paulo es la causa de muchas enfermedades que matan a los niños, así lo sostienen investigadores de la Universidad de San Paulo (USP). Según la información entregada por la Agencia IPS³⁰ los científicos han comprobado que las enfermedades respiratorias superan a las intestinales provocadas por parásitos, y además son causa de muerte entre los niños.

Los certificados de defunción obtenidos por los expertos, en la Secretaría de Salud del Estado de San Pablo, señalan que un 20,3% de los menores mueren por problemas respiratorios y un 11,3% por infecciones parasitarias.

En tanto que en Cubatao, una ciudad industrializada que está situada a una hora de distancia de Sao Paulo, se ha comprobado que el año 1996, trece mil de las cuarenta mil personas que viven la zona central de la ciudad, sufrieron de enfermedades respiratorias. Un residente expresa "en algunos días si usted sale de casa, vomita". Y en esa misma ciudad han nacido más niños deformes que cualquier otra parte de América Latina, producto de la emisión de una veintena de plantas y fábricas que arrojan miles de toneladas diarias de contaminantes al aire, afirman los investigadores de la (USP).

En México, D.F. los niveles de contaminación atmosférico también exceden los niveles aceptables por la OMS 321 días al año. Ha habido momentos en que la situación

se torna tan grave que a los niños de edad escolar se les ha dado un mes de vacaciones, cosa de que no salgan de sus casas.

En ciudad de México, al igual que en Santiago, se atribuye a este problema el aumento en el número de personas afectadas por conjuntivitis, laringitis, asma y bronquitis crónicas. Ambas ciudades sobrepasan los límites de concentraciones de contaminantes atmosféricos permitidos, claro que más ciudad de México que Santiago. Así se desprende de un análisis de los valores obtenidos para los principales contaminantes regulados y medidos durante dos años, 91 y 92, en las redes de monitoreo del aire de las dos metrópolis. (Gil, L. 1993)

El doctor Lionel Gil indica que “en ninguno de los dos países se han realizado estudios epidemiológicos exhaustivos que permitan evaluar la magnitud del daño provocado por los contaminantes, sin embargo, a largo plazo podría observarse el incremento de enfisemas y cáncer broncopulmonar”.

Santiago de Chile forma parte de este mal hace más de una década. No obstante, fue en 1991 cuando el Ministerio de Salud inició en Santiago el Programa de Manejo y Prevención de Enfermedades Respiratorias e Infecciones en Niños, más conocido como Programa de Hospitalización Abreviada, anticipándose a lo que venía ocurriendo invierno tras invierno, el aumento de patologías respiratorias producto de la contaminación de aire.

Anualmente son atendidos en los hospitales cifras cercanas a los dos mil niños, y “si antes la enfermedades respiratorias comprometían exclusivamente a los lactantes, hoy en día afectan a los preescolares (3 a 5 años) y niños que cursan los primeros años de enseñanza básica, dice el médico pediatra Raúl Erazo Corona, del Hospital Luis Calvo Mackenna.

Patologías asociadas a los contaminates

En un estudio realizado por los científicos, Adonis y Gil (1993), junto a otros tres investigadores sobre los principales contaminantes atmosféricos regulados, se muestra un análisis de las distintas patologías que producen estos contaminantes. Incluir esta parte de la investigación resulta indispensable porque así no queda en meras suposiciones, u opiniones al boleo, el sostener que la contaminación atmosférica provoca daños en la salud.

Los resultados de la investigación citada señalan que el CO (monóxido de carbono) disminuye la disponibilidad de oxígeno molecular en órganos y tejidos, lo cual produce serios trastornos en pacientes con enfermedades cardiovasculares, tales como angina y enfermedad periférica vasculares. Asimismo, la permanente exposición al CO también se asocia con la pérdida de la vista, la capacidad de trabajo, de aprendizaje y la habilidad para desarrollar tareas complejas.

Por su parte, continua la investigación, la reactividad del O₃ (ozono) produce problemas en la salud debido a que origina daño biológico en las membranas celulares y en los tejidos. También, añade, que se ha demostrado que es genotóxico en microorganismos, plantas y células en cultivo. Además, induce daño estructural y envejecimiento en el pulmón de ratas expuestas a dosis agudas de O₃. Claro que una exposición relativamente baja, por seis a siete horas, reduce la función pulmonar en individuos normales durante períodos de ejercicio moderado. Esto generalmente va acompañado de dolores de espalda, congestión pulmonar, tos y, a veces, náuseas.

La concentración elevada de partículas menores de 10 micrones (PM₁₀, hidrocarburos y partículas respirables) también produce incremento en las enfermedades respiratorias cardiovasculares, daño en los tejidos pulmonares, alteraciones en el sistema de defensa del organismo, y mortalidad prematura. La relación entre mortalidad diaria y concentración del material particulado respirable PM 10 se ha comprobado, agrega la investigación.

Lo que anteriormente llamamos contaminantes secundarios pueden contener cientos de compuestos químicos absorbidos y muchos de ellos son mutagénicos. Debido a ello y a la absorción de esta gran variedad de contaminantes, son las partículas las que representan el mayor riesgo para la salud humana.

En 1993, Lionel Gil y Adonis M. demostraron que los extractos orgánicos de material particulado del aire de Santiago son altamente mutagénicos y que contienen agentes mutagénicos indirectos y agente mutagénicos directos. Estos últimos son los más peligrosos para la salud humana, son emitidos por los motores Diesel o generados en reacciones fotoquímicas que ocurren en condiciones atmosféricas.

La realidad de Santiago

Mayor certeza existe sobre la relación entre esmog y mortalidad después de conocer es estudio realizado por el Banco Mundial³¹ sobre material particulado en Santiago. El profesor de la U. de Chile, José Miguel Sánchez, comunicó a la prensa que “existe una asociación positiva entre el aumento de las partículas PM10 y mortalidad, siendo ésta más robusta en mortalidades por enfermedades respiratorias y cardiovasculares en personas mayores de 65 años”.

De acuerdo a estos resultados unas 120 muertes menos se producirían cada año en Santiago si contáramos con una plan de descontaminación que lograra reducir en 10 microgramos por metro cúbico el promedio anual del nivel de material particulado que respiramos, junto al oxígeno, los santiaguinos.

Por su parte, un estudio realizado por el Colegio Médico³² señala que Santiago sobrepasa en el doble del PM10 recomendado por la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA). Eso significa que “desde 1990, y sobre todo en los dos últimos años contamos con una ciudad más contaminada que la ciudad de México y una de las más contaminadas del hemisferio sur”.

Esto, en términos de salud, ha provocado una reacción psicológica. “La sensación subjetiva de no poder respirar aire puro exacerba cuadros clínicos, especialmente de tipo ansioso. Recordemos que la palabra angustia, etimológicamente, significa falta de aire o sofoco. La mala calidad del aire respirado puede relacionarse con la intensidad de la crisis de pánico o reacciones de ansiedad”, agrega el estudio.

Estos antecedentes demuestran la gran toxicidad del material particulado que se respira en Santiago, e indican que la población que vive en la capital está expuestas a sustancias que representan un grave riesgo para la salud tanto física como psicológica y que, incluso, puede terminar con la muerte. El aire que respiramos en la capital es una mezcla compleja de contaminantes donde se incluyen contaminantes regulados y otros que no están regulados y que por tanto no se miden.

Uno podría concluir diciendo que el “capital humano”, clave para el país -como son los niños- está seriamente amenazado por el aire que respiran. Paradójicamente, el hecho de que sean los niños la población de mayor riesgo frente a la contaminación, son ellos también los que pueden fortalecer la reacción social necesaria para recuperar la

calidad del ambiente, siempre y cuando el rol de los educadores, la familia y, sobre todo, el de los MCM jueguen una papel de sensibilización colectiva que alcance la magnitud del problema, así como que se haga eco de quienes están por la defensa de un aire limpio e informen con el máximo de claridad, tanto las acciones que se tomen como las que se trasgredan.

Un diagnóstico con afiatados valores previos

“El agua puede correr por mil canales pero toda va a dar al mar”, dice el proverbio africano y es a lo que hacen referencia los jóvenes que sienten que no se cuida esa parte del patrimonio nacional. Es además un ejemplo claro de cómo el desarrollo industrial, tecnológico y aumento de la población pueden resultar menos beneficiosos para quien tiene que acoger los desechos que el avance de desarrollo deja en el camino. Otras opiniones como “la sobreexplotación de la fauna marina es parte de la destrucción del mar. Es eso más la contaminación”, acota un alumno de 2º Año Medio.

Chile posee 4.400 kilómetros de costa, lo que significa disponer de un enorme potencial de recursos marinos.

El hombre junto con encontrar en el mar una importante fuente de recursos naturales, se ha topado con el inconveniente de que la sobreexplotación de la fauna marina y la contaminación del agua, han puesto en peligro numerosas especies.

Estos hechos han sido el origen de medidas protectoras para no dañar el equilibrio ecológico de los ecosistemas marinos y ahondar en estudios sobre contaminación de agua con el fin de imponer normas que regulen la protección del medio marino. Una de ellas corresponde a las llamadas áreas de conservación marina, como son los Parques y Monumentos Nacionales y que tienen el propósito de proteger y mantener la biodiversidad de los ecosistemas acuáticos.

Claro que al hacer un análisis de ambas formas de precaución se puede constatar que se transgreden las vedas de moluscos por ejemplo, pero también existe una falta de mecanismos de control y coordinación entre los múltiples organismos gubernamentales encargados del cumplimiento de la legislación vigente. La Ley no se cumple y es fácilmente evadida por los diferentes usuarios, haciendo que el sistema jurídico chileno en materia de contaminación marina, sea poco eficaz.

Investigaciones científicas publicadas por T. Miller Jr. (1994:677), han podido establecer que “la intervención humana en los ecosistemas marinos puede alterar fuertemente la riqueza de las especies. La sobreexplotación pesquera puede alterar peligrosamente la estructura y equilibrio de los ecosistemas llegando hasta la extinción de diversas especies”.

Contaminar el agua es alterar las condiciones naturales adecuadas para su eficaz utilización. Sobreexplotar la especie es destruir los recursos marinos. El agua del mar, el océano Pacífico es patrimonio de los chilenos por lo que su correcta utilización y cuidado puede asegurar la existencia de especies marinas para futuras generaciones y ser un lugar de recreación sin peligros para la salud.

4.3 Opiniones de Solución: SOBRE LEYES Y SANCIONES

EL 12% de la muestra cree que la dictación de leyes en favor de la naturaleza, la implementación de experiencias llevadas a cabo en otros países para conservar el medio ambiente, o el destino de recursos económicos para la descontaminación, entre otros, podría ayudar a revertir el problema de la contaminación. Mucho énfasis ponen también en el hecho de educar a la población para que tome conciencia sobre el daño que se provoca al ensuciar el aire y el agua.

Desde que el mundo es mundo ha existido un vínculo entre hombre y naturaleza; por lo tanto, el conjunto de acciones humanas han incidido en el sistema ecológico natural así como el comportamiento de la naturaleza y sus efectos ecológicos influyen en el comportamiento del sistema social.

Regular el comportamiento de uno sobre otro no es cosa fácil. Más aún, cuando nada ni nadie puede regular el comportamiento de la naturaleza. Entonces sólo queda por asumir que el hombre es quien tiene que cumplir con ella, no sólo por la sobrevivencia de las especies animales y vegetales sino que por la sobrevivencia de la Tierra y de la suya propia.

Ley de Bases del Medio Ambiente

En Chile, las leyes y los reglamentos que rigen la acciones del hombre para vivir en sociedad y, las que administran al país, se venden en la calle. Basta caminar por el

Paseo Ahumada para ver que cada dos cuadras hay un kiosko donde se comercializa lo que se debe, y no debe hacer para cumplir con la ley.

Entre las leyes de comercio, de trabajo hoy encontramos una ley que limita el uso y abuso ejercido por el hombre sobre los sistemas ecológicos y sobre el medio ambiente y es la Ley de Bases Generales del Medio Ambiente, también conocida como la Ley N°19.300.

Dos décadas demoró en promulgarse desde que se comenzara a delinear el tema de la defensa ambiental, acuñado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente en 1972. Fue bajo el mandato del ex-Presidente Patricio Aylwin cuando se envió al Congreso y logró ser aprobada en el curso de un año. En 1994 fue promulgada y publicada en el Diario Oficial, señalando que su objetivo central era el desarrollo sustentable.

Los 92 artículos permanentes están distribuidos en seis capítulos que abordan temáticas específicas, más los siete artículos transitorios. Estos artículos tratan de balancear el proceso de mejoramiento sostenido y equitativo de la calidad de vida de las personas, fundado en medidas apropiadas de conservación y protección del medio ambiente, de manera de no comprometer las expectativas de las generaciones futuras. A la vez, haciendo mucho énfasis en “el derecho que tenemos los ciudadanos de este país a vivir en un ambiente libre de contaminación” (Art. 19 N°8 de la Constitución Política).

La Ley N°19.300 -añade Sergio Praus (1995)-, consiste “en regular la interacción del hombre con el medio ambiente en consideración al valor o interés, por lo demás indiscutido, que éste revista para su propia calidad de vida. Si el hombre destruye el medio que lo rodea pone en peligro, en una situación extrema, su propia calidad de vida por un lado y, por otro, los legítimos derechos de otros seres humanos, como son la salud, la vida y el derecho a desarrollar actividades económicas y el derecho a propiedad, lo que torna en valioso el medio natural”.

Cabe señalar que durante la presentación de la Ley de Bases del Medio Ambiente (1994) el ex-mandatario, Patricio Aylwin, sostuvo que “ésta se hacía cargo de la problemática ambiental desde una perspectiva global, pero que respondía a nuestras necesidades”. No cabe duda que, tanto la preocupación del gobernante de entonces, como de los jóvenes encuestados, caben dentro de la necesidad de cuidar y proteger el medio ambiente.

En un país como Chile, donde prácticamente se controla hasta la mínima conducta social, la transgresión al medio ambiente no podía quedar fuera de ese control. Y de hecho, “antes de la promulgación de la Ley N°19.3000 se dictaron otras normas jurídicas que han incidido en materias ambientales, aunque la forma en que ello ha ocurrido dista mucho de la aproximación sistemática a la elaboración de una legislación propiamente ambiental” señala Sergio Praus.

Por ejemplo, continúa Praus, “en nuestro país han operado ciertas legislaciones de relevancia ambiental con enfoques u objetivos parciales sean de índole sanitaria, patrimonialista, conservacionista o meramente sectoriales. En esta situación tenemos el Código Sanitario y regulaciones cuyo objeto es la sanidad animal y vegetal. En lo que concierne a los enfoques patrimonialistas, el Código de Aguas y las normas sobre prevención de la contaminación proveniente de fuentes industriales se inscriben en este mismo propósito. En tanto, las normativas conservacionistas han sido dictadas para prevenir el agotamiento o deterioro de determinados factores ambientales (...). La protección absoluta dispensada a ciertas especies de la flora y fauna silvestres amenazadas de extinción responde a esta línea”.

En un estudio realizado por la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA, 1992) se logró identificar un total de 782 normativas relacionadas con “lo ambiental”, todas vigentes a la fecha del estudio. Siendo la primera dictada en 1916 y que fue la Ley N° 3.133, “que prohíbe la evacuación en los cursos y masas de agua de los residuos industriales líquidos que contengan sustancias nocivas a la bebida o al riego, sin que previamente se proceda a su neutralización o depuración mediante sistemas adecuados”.

De esta misma manera encontramos en la Constitución Política de 1980, por ejemplo, normativas ambientales a nivel constitucional, la que a propósito del reconocimiento y establecimiento de los derechos y deberes constitucionales asegura a todas las personas el derecho a vivir en un medio ambiente libre de contaminación e impone al Estado el deber “de velar para que este derecho no sea afectado y tutelar la preservación de la naturaleza”. Esta normativa, manifiesta Sergio Praus, fue colocada bajo el amparo del recurso de protección, previsto en el Artículo 20, inciso segundo de la Constitución del 80.

Pero, estas normativas al no considerar la realidad ambiental desde una perspectiva dinámica y global y de interrelación entre los distintos componentes ambientales, no pueden ser calificadas ni asumidas como normativas ambientales, sino solamente como de “relevancia ambiental deliberada”, enfatiza Sergio Praus.

Normas que no se cumplen

Si es por normativas no nos quedamos cortos, podríamos responderle a una joven de 3^a Año Medio que dijo “se debería legislar porque sólo sabemos quejarnos cuando el daño está hecho”.

Al parecer en el tema ambiental las normas jurídicas han sido creadas para no operar o, simplemente para ser transgredidas. Por tener éstas un carácter, históricamente, sectorial o temático no se pueden hacer cumplir por la totalidad de la sociedad. Hasta 1994, además estos reglamentos obedecían a iniciativas ministeriales o de servicios públicos y, por tanto, regían en la esfera de las atribuciones y competencias de cada organismo y no de índole nacional. Entonces, aquel que estaba fuera de esa esfera.....no acataba.

Tampoco se acataba, sostiene Sergio Praus, por “el hecho de encontrarse éstas descontextualizada de la realidad social, y por lo tanto, su “ineficiencia” tiene por causa, precisamente tal desquite. En estos casos, las conductas previstas en el texto normativo han sido adecuadas a la solución de los problemas para los cuales fue dictada, pero se han apartado del sentir generalizado de la sociedad respecto de su legitimidad, habida consideración a factores sociales y culturales”.

Otro factor a considerar es que muchas de estas normativas han sido dictadas sobre otras similares, sin existir una derogación de la anterior de por medio, lo que ha generado confusiones o simplemente inoperancia por no saber, no porque no conviene saber, cuál es aquella a la que hay que atenerse.

El incumplimiento de la ley también se atribuye a que ha existido un desfase entre exigencias ambientales y realidad social. Estas han tenido incidencia, en el uso de tecnologías cuyo uso acarrea costos que muchas veces los sujetos normados no están en condiciones de asumir; y otros, que si bien pueden asumirlo no lo hacen porque implica un gasto que no brinda “utilidades”. Esto muchas veces redundo en hacer notar la

autoridad por medio de sanciones, las que tampoco son tan drásticas como muchos ciudadanos quisieran.

Dentro de contexto de normativas que han existido en Chile, la Ley de Bases de Medio Ambiente constituye un gran avance, en cuanto agrupa normas para distintas temáticas, porque eso es el tema ambiental, una problemática cuya característica principal radica en ser constitutiva de una dimensión, que cruza horizontalmente las distintas disciplinas y actividades desarrolladas por el hombre.

El hecho de que los jóvenes se aferren a la ley para solucionar los problemas ambientales no es sorprendente. En nuestra sociedad existe una cultura muy arraigada en que, la solución de los problemas que nos aquejan se superan mediante la ley.

Sin embargo, en el caso ambiental la ley no es suficiente. Sí resulta indispensable, porque se requiere de normativas de conductas que implican respeto entre los hombres y respeto con nuestro entorno. Pero eso no es todo. También es necesario asumir el problema desde la educación, la economía, las ciencias empíricas y las ciencias sociales.

“Todos debemos hacer el máximo de empeño posible y no dejar que sean sólo las autoridades las que asuman el problema ambiental”, dice una joven, 4º Año Medio. La única manera de estar alertas a esta interrelación, entre sistema social y sistema ecológico, es que la sociedad toda haga suyo un problema que por instantes puede parecer de unos pocos, pero que nos involucra a todos por igual.

En ocasiones se vuelve difícil de asir el tema ambiental. Influye en ello factores como el desconocimiento, el desinterés o la poca valoración que le damos al mundo en que vivimos. No obstante, no cabe duda que en los tiempos que corren se hace imperioso tener comportamientos acordes con el imperativo de salvar la Tierra y la Tierra para la vida.

Para incorporar actitudes y comportamientos hay que educar, crear conciencia, entregar información, hacer campañas de sensibilización, dicen los jóvenes. Por sobre todo “la contaminación del aire y del agua es responsabilidad de todos, tanto del gobierno como del pueblo. Creo que el gobierno debe hacer una reforma educativa, entregar una mayor educación en el ámbito ambiental. Para lograr tener un país sin peligro para la población debe haber una conciencia que parta por entregar información básica....la información debe partir desde lo más mínimo” (mujer, 2º Año Medio).

4.4 Los sin Opinión

A diferencia del tema consultado anteriormente, envases desechables, tenemos que sólo un 2% de los jóvenes no opinó sobre la contaminación del agua y del aire por falta de información. Esto marca una diferencia de 5 puntos respecto de los que no opinaron por las mismas razones sobre los envases desechables. Dicha diferencia se sustenta, a nuestro juicio, en que el tema de la contaminación atmosférica es una información permanente en los distintos medios; ellos además algo saben de la contaminación del agua porque como sostuvimos anteriormente, es temática del curriculum escolar.

Cabe señalar, igualmente, que el total de los encuestados que no emitieron opiniones suman un 19% versus un 27% que no lo hizo respecto del tema de los envases desechables. Se cuentan entre los sin opinión quienes carecen de información y los que no contestan.

Reflexiones :

Tener una opinión sobre el medio ambiente es el segundo nivel de conciencia ambiental que distinguimos. La hipótesis, basada en la teoría del “determinismo tecnológico de los MCM”, señala que el tipo de medio al que se exponen los jóvenes favorece distintos niveles de la conciencia ambiental, ya sea la información ambiental (preferentemente la televisión y la radio) o la “opinión ambiental” (preferentemente la prensa). Esta hipótesis fue confirmada.

Comprobamos, asimismo, que el consumo de medios es complementario. Quienes integran el público televisivo y radial en forma más perseverante forman también parte del grupo más asiduo a los diarios. Así, el público de un determinado medio no es completamente cautivo sino que consumen, a la vez, otros medios en distintas combinaciones, como lo vimos en el Cuadro N° 4.

De esta forma, confirmando la teoría, la exposición de los jóvenes a los distintos MCM tiene un efecto complementario. Esto resulta interesante porque la opinión común es que un medio desplaza al otro en el tiempo de los jóvenes.

Este capítulo de la investigación, basado en el análisis a las preguntas abiertas de la encuesta, muestra el acierto de la Hipótesis 2 que sostiene “el tipo de medio al que se exponen los jóvenes favorece distintos niveles de conciencia ambiental, desde la mera “información ambiental” hasta la “opinión ambiental”. En efecto, la prensa claramente

es formadora de opinión ambiental; no así la televisión y la radio. Para evaluar la calidad de esas opiniones, se revisó la información científica disponible sobre los temas ambientales consultados a los jóvenes.

En cuanto al efecto más específico de cada medio en la formación de "opinión ambiental" se puede concluir lo siguiente:

- la prensa es el único medio que contribuye a la formación de opinión ambiental en cualquiera de los tres niveles de opinión que hemos diferenciado: formación de valores ambientales, formulación de diagnóstico o explicaciones sobre los problemas ambientales, y sugerencias de soluciones concretas para resolver dichos problemas.

- el mayor impacto de la prensa en comparación con los otros medios ocurre especialmente en lo que se refiere al segundo nivel mencionado, la elaboración de explicaciones o diagnósticos; y

- se observa un escaso impacto de la exposición a los medios en el tercer componente de la "opinión ambiental", esto es, la proposición de formas de soluciones para enfrentar los problemas.

El estudio de las "opiniones ambientales" revela también que los estudiantes de mayor edad del grupo consultado muestran opiniones más completas que los menores, en el sentido de que incorporan la sugerencia de acciones a emprender para resolver los problemas. Eso es posible atribuirlo a su mayor formación y madurez; asimismo, al hecho de que se exponen más tiempo a la prensa escrita que los menores. En cambio, la variable género no tiene mayor incidencia en la frecuencia y calidad de las opiniones ambientales.

Un estudio más detallado de las "opiniones ambientales" de estos jóvenes en dos temas específicos, los envases desechables y la contaminación del aire y de las aguas en Chile, revela que esas opiniones incluyen diagnósticos que al compararlos con la información científica disponible, revelan ser de buena calidad. Sin embargo, las sugerencias de solución de los problemas que ofrecen los jóvenes son más débiles y algo simplistas. Esto último se puede atribuir a su edad y falta de formación técnica, como también al hecho de que los MCM aparezcan claramente más débiles en la discusión de soluciones, que en los diagnósticos de los problemas ambientales del país.

Por último, merece destacarse el alto interés demostrado por los jóvenes sobre los temas ambientales. La proporción de alumnos que entrega una opinión es bastante alta.

Debe considerarse, además, que ellos tenían que dar sus propias opiniones en el cuestionario y no marcar alternativas predeterminadas.

CAPITULO III

**MENSAJES QUE GATILLAN EMOCIONES Y ACTITUDES
FRENTE AL TEMA AMBIENTAL**

Introducción

Cada medio tiene interés en dar a conocer a su público determinados hechos y opiniones para conseguir fundamentalmente dos objetivos: ganar dinero y tener la máxima influencia y difusión. En el primer caso, la empresa periodística se considera una empresa más, que pretende obtener el máximo de ganancias con la venta o la oferta del producto. Sin embargo, la mercancía que ofrecen los medios es atípica y no puede compararse a un par de zapatos o un electrodoméstico. Son hechos e ideas con un trasfondo político que afectan nuestra percepción del mundo y, en gran medida, a nuestras acciones; esto es, que “cada medio pretenderá persuadir lo más efectivamente posible para demostrar que los contenidos que ofrece son adecuados para los intereses de la audiencia y cumplen con los objetivos que rigen a los MCM”, afirma la periodista española Mar de Foncuberta (1993:53).

Dentro de este contexto el fenómeno de la persuasión cobra cada vez mayor importancia, y en esta carrera, los MCM compiten por audiencia o lectores. La persuasión de masas —dice José Luis León (1993:9)— no es otra cosa que el resultado de proyectos y estrategias deliberadas para obtener aprobación del público frente a ofertas comerciales o ideológicas, utilizando en ese propósito a los MCM.

La técnica más antigua y más eficaz en términos de persuasión ha sido la retórica Aristotélica, sin embargo, “el paso del tiempo ha dado fe de que existen otros tipos de procesos persuasivos utilizados por los MCM y que son tan válidos como la retórica. Estos procesos persuasivos van desde el propio mensaje y el análisis de las debilidades hasta las apetencias de los receptores, sin dejar de lado las propias características personales del comunicador” (León 1993:9).

Una de las formas de persuadir a la audiencia es por medio de la palabra, la que generalmente permite convencer al oyente. Otra es el empleo de la imagen, la que ha resultado tan óptima que hoy por hoy se asegura que una de las características principales de la televisión es la de provocar emociones, y con ese fin se estructuran los mensajes. Los mensajes televisivos —que incluyen imagen y voz— emitidos por este MCM son captados por los sentidos y apelan al corazón y a la razón, agrega la periodista María Elena Bud³³.

El objetivo de este capítulo es, por tanto, poder profundizar en la relación que pueda existir entre el tipo de mensajes emitidos por los MCM —y muy especialmente los

transmitidos por televisión— y las emociones que provocan dichos mensajes en los jóvenes a nivel cognitivo, como otro factor que incide en la modificación del conocimiento sobre el mundo y la formación de conciencia ambiental.

Es importante recalcar que existen, de igual manera, otros agentes que influyen en la persuasión del mensaje. Si bien puede existir una relación entre mensaje y persuasión, no resulta claro sostener que se cumpla a cabalidad la premisa causa-efecto, o funcionalidad de los MCM, como lo señalaban las primeras teorías sobre la influencia de los medios en la audiencia. Y ello se debe a que la audiencia está compuesta por seres humanos, por tanto actúan en la persuasión factores tales como:

- el interés o motivación de la persona;
- el tipo de exposición al medio que, según Wolf (1994:40), depende del grado de conocimiento sobre la noticia que tiene el individuo;
- el tipo de percepción que, de acuerdo a lo que afirma Klapper (1963:247) “los miembros del público no se presentan ante la radio, la televisión o periódico en un estado de desnudez psicológica; están, al contrario, revestidos y protegidos por predisposiciones existentes, por procesos selectivos y por otros factores”.
- Y, por último, la memorización del mensaje, la que tiene mucha relación con las propias opiniones y actitudes. Según Bartlett (1932), los mensajes que coinciden con las opiniones y actitudes del individuo son mejor memorizados que los demás y esta tendencia se acentúa a medida que pasa el tiempo de exposición a los mismos.

Estos factores han sido —al parecer— relativamente considerados cuando se trata de editar noticias que tengan relación con el medio ambiente. Dicha reflexión se apoya en el hecho de que el tema del medio ambiente ha sido abordado —hasta la fecha de esta investigación— por organizaciones que trabajan al margen de las políticas de gobierno; así como una cuestión de importancia para mejorar la existencia y la calidad de vida en América Latina.

El tema medioambiental figura hoy en los espacios periodísticos, especialmente cuando se trata de conflictos entre comunidad/ empresas/ gobierno. Por otro lado, han ido apareciendo distintas publicaciones sobre el tema. De esta misma manera hoy se destacan dentro de las publicaciones generales algunas especializadas.

“Se vive en un período donde lo fundamental en la información ecológica es la alarma: advertencia de los peligros de la destrucción del medio ambiente, lo cual

constituye algo necesario para la formación de una conciencia ambiental que lo preserve”, sostuvo el periodista Luis Suárez durante el Seminario sobre Desarrollo de los MCM y la democracia en América Latina y el Caribe, realizado en Chile el año 1994.

En Chile, los MCM han utilizado la tónica de la alarma, y la de la reiteración de la información en algunos de los temas que tienen relación con el medio ambiente. Ambas formas de enfrentar la información ambiental son aplicadas por los distintos MCM, hecho que se verifica al revisar los titulares con que encabezan la información los distintos medios.

“Niños con daño irreversible”; “Alerta nuclear en Chile”; “Cementerio de cetáceos en la Antártida”; “Cataclismo en el bosque”; “Cuidado con los herbicidas”; “Aumento de cáncer a la piel por debilitamiento de la capa de ozono”, son los enunciados con que se aborda el grueso de la temática ambiental.

Este tipo de titulares es usado por igual en los distintos medios, sin embargo, es la televisión la que puede tener mayor efectividad en cuanto a emisión de mensajes que gatillan emociones. La noticia en este medio, al igual que en los otros, cuenta con un titular, pero la diferencia está en que la noticia se complementa con imágenes y con voz en off; elementos que en sí enfatizan el carácter alarmista que se le quiere dar al mensaje.

A modo de ejemplo se puede citar una de las tantas notas informativas hechas por Televisión Nacional —en los últimos años— sobre el problema de contaminación atmosférica provocado por las chimeneas de Enami y Chilgener en la localidad de Puchuncaví, V región. Esta dice así:

Titular : “Alarmante aumento de cáncer, vidas afectadas de manera definitiva y no hay solución”

Imágenes : Se hace un paneo de los lugares aledaños a la chimenea de Enami donde se ve todo gris. Se finaliza con una toma stand up que tiene como primer plano la nube de humo que cubre la localidad.

Voz en off : Nube tóxica cubre la localidad

Voz en cámara : Diálogos que denotan una de las peores catástrofes ocurridas en la V Región. Y el locutor utiliza un tono desesperanzador y dramático (Mena y Sabatini, 1994-1995).

Algo similar mostró el canal de televisión de la Universidad Católica (Canal 13) en el programa “Contacto”, el año 1997. En esa ocasión Mercedes Ducci —conductora del

espacio— presentó un reportaje sobre la contaminación de plomo en la ciudad de Antofagasta, producida por el acopio de ese concentrado, y otros, en los patios de Ferrocarriles y de la Empresa Portuaria de Chile (Emporchi).

En cuanto a la reiteración de la información, tenemos como ejemplo el tema de la contaminación atmosférica en Santiago, uno de los más abordados sobre todo durante los meses de invierno y, por cierto, las consecuencias que este problema genera en la salud de los niños y los ancianos. Año tras año se reiteran las imágenes de un Santiago gris, lo mismo ocurre con las imágenes y fotos captadas en los centros de salud.

En estos dos últimos años se ha sumado a lo anterior, la información acerca de las medidas tomadas por las autoridades para combatir el problema, “pero sin mostrar los beneficios que dichas medidas han significado para la población, situación que deja un sabor a informaciones incompletas para unos, y para otros, contribuye a cimentar el grado de incredulidad sobre las acciones tomadas por las autoridades. Por tanto, lo que continua percibiendo la población es la reiteración de información sobre los daños provocados por la contaminación atmosférica, constatándose que se está siempre en lo mismo, que no se vislumbran cambios al respecto, y junto a ellos subyace el mensaje de la inexistencia de conciencia ambiental a nivel de la ciudadanía toda”, afirma el presidente del Colegio Médico, Enrique Accorsi³⁴.

Según el argumento de Suárez (1994) esta manera de persuadir a la opinión pública —alarma y reiteración— se debe a que de un tiempo a esta parte el deterioro del ambiente y el peligro que corremos quienes vivimos en la tierra ha aumentado considerablemente. Y los MCM, a su vez, han adoptado este tipo de mensajes pensando despertar intereses y motivaciones para contribuir en la contribución a la conciencia ambiental.

El receptor, de acuerdo a lo que plantea Suárez, debe ser capaz de asombrarse para internalizar el conocimiento. Este planteamiento coincide con lo que piensa el profesor de Ciencias Biológicas Héctor Croxatto (1990), quien señala que la importancia que cobra el asombro en el aprendizaje en las ciencias biológicas, así como la relación de éstas con el hombre, pasa por el descubrimiento y curiosidad por el cambio. Añadiendo por último, que todo esto despierta el interés, que es la actitud indispensable para que la persona se exponga a ver el verdadero rostro del mundo, y no sólo la máscara que frecuentemente se le muestra.

Claro que nada se ha dicho respecto a que estos mensajes alarmistas y reiterativos también pueden generar otras emociones, distintas al asombro, y donde no todas forman parte de la cadena que concluye con el interés por el tema, así como tampoco logran un cambio sustancial en cuanto a las actitudes frente a los problemas medioambientales.

Hacer un análisis acerca de las emociones que experimentan los jóvenes frente a los mensajes exagerados y frente a la reiteración de mensajes, radica en el interés por conocer cuáles son los sentimientos que experimentan los jóvenes frente a este tipo de mensajes y cuáles son los cambios que estos mensajes pueden promover en una audiencia joven.

Entre los jóvenes encuestados del Liceo Experimental Manuel de Salas se comprobó que la información de carácter alarmista provoca muy distintas emociones: rabia (55%) y preocupación (75%), pero también temor (32%) y tristeza (57%).

Por otra parte, la información de carácter reiterativo gatilla, en primer lugar, los deseos de protestar (43% en la contaminación del aire y 49% en la contaminación del agua). También incitan una actitud de no querer hacer nada (indiferencia) y de no volver a escuchar más esa información (saturación).

Resulta indispensable, antes de entrar en el análisis de los datos, aclarar que tanto la rabia como el temor son emociones reactivas frente a un hecho. En tanto, la preocupación y la tristeza son emociones que permanecen en el tiempo. Por su parte, la rabia y la preocupación son catalogadas como emociones de "carácter positivo", porque conducen al cambio de actitud (León, 1993). Mientras que el temor y la tristeza son de "carácter negativo", por ser inhibitoras de acción (Maturana, 1994 y León 1993),

Estas categorías de "positivo y negativo" también son válidas para las actitudes. De hecho el sentir deseos de protestar y saber más son actitudes positivas; en cambio la indiferencia y la saturación son actitudes negativas.

Con el fin de saber cuando una información alarmista o reiterativa aporta a la conciencia ambiental, es que a continuación haremos un análisis de las emociones sentidas por los jóvenes cuando se exponen a los MCM y, del mismo modo, sobre las distintas actitudes que toman cuando se exponen a mensajes reiterativos, en los distintos medios.

1. EMOCIONES FRENTE A LOS MENSAJES MEDIOAMBIENTALES

Nadie pone en duda que existe una estrecha relación entre situación social y expresividad emocional. Según la psicóloga Gilda Echeverría (1993:120) las emociones son respuestas neurofisiológicas frente a determinados estímulos, son avisadores de desequilibrios en el sistema orgánico y son el medio primordial que tiene los hombres para adaptarse a los constantes cambios en el medio donde vivimos. Es por ello que se expresan ante diferentes situaciones sociales.

Gilda Echeverría asegura que existen tantas emociones como seres en la tierra. “Estas —agrega— transitan entre los polos de placer (euforia, alegría, etc.) a displacer (ira, odio, disgusto), y eso se debe a la exposición a estímulos a que nos sometemos, ya sea en forma directa o por la acumulación adquirida con el paso de los años”.

Si bien el hombre se enfrenta durante toda su vida a situaciones de cambio, es, precisamente en el período de la adolescencia cuando predominan las emociones intensas. “La juventud es un período de profundos cambios sociales, donde el organismo es forzado en su grado máximo a procesos de adaptación al medio ambiente. La mejor estrategia del organismo es la reacción emocional, como un elemento central del proceso adaptativo”. (UAHC, 1996).

El tema medioambiental representa un agente de cambio cultural, político y social para la sociedad en su conjunto. Como los jóvenes no están exentos ni ajenos al tema, veremos a continuación como ellos experimentan estos cambios, concentrándonos en las emociones que surgen mientras se exponen a los MCM.

Cuadro N° 11

Porcentaje de jóvenes que expresan sus emociones cuando se exponen a mensajes de carácter alarmista, por sexo. (en porcentajes sobre el total de encuestados de cada sexo)

Sexo	Emociones							Total jóvenes
	Temor	Tristeza	Aburrimiento	Indiferencia	Inseguridad	Preocupación	Rabia	
Hombres	28%	50	2	8	9	72	52	130
Mujeres	38	65	0	3	7	78	58	112
Total	32	57	1	5	8	75	55	242

Nota: Los porcentajes pueden sumar más que cien ya que los alumnos podían escoger más de una alternativa entre los sentimientos listados. La decisión de ofrecer la posibilidad de seleccionar más de una opción se basó en los resultados del pre-test. En esa ocasión, los jóvenes cada vez que tenían que contestar la pregunta señalaban: “Estas informaciones me provocan varias emociones”.

Lo que nos dicen los números

Estas cifras nos muestran, en primer término, que las emociones que experimentan los jóvenes frente a los mensajes exagerados dicen relación, principalmente, con aquellas que inducen a reaccionar positivamente frente a una situación, como son la rabia y la preocupación. No es menos cierto que el temor y la tristeza, como otras de las dos emociones importantes manifestadas por los jóvenes encuestados, se corresponden con sentimientos de inseguridad, las que de acuerdo a la teoría de persuasión son llamadas emociones de carácter negativo porque se relacionan con sentimientos más bien paralizantes que inductores de acción. (León, 1993).

Frente al alto porcentaje que presentan los sentimientos de rabia y preocupación podemos señalar que la Hipótesis 3.1. estaría refutada, ya que en estricto rigor dichas emociones no forman parte del sentimiento de inseguridad como fue planteado en la investigación. Pese a ello, no se puede obviar el alto porcentaje de temor y de tristeza que manifiestan los jóvenes frente a estos mensajes, emociones inhibidor de acciones, como ya señalamos.

En segundo término vemos que frente a la destrucción de la Tierra no hay una diferencia tan marcada entre hombres y mujeres; es decir, el tema ambiental es tan importante para unos como para otras. Esto nos llevaría a pensar que tanto hombres y mujeres pueden ser emprendedores de tareas que desencadenarán en acciones concretas para defender y proteger el medio ambiente, siempre y cuando la rabia se logre transformar en preocupación; y al mismo tiempo esta última sea encaminada por la senda que conduce a la acción. Esta afirmación la analizaremos en esta misma sección, cuando indagemos en lo que significa sentir rabia, preocupación, temor y tristeza frente a algo, o a un hecho.

2. ALARMA Y MEDIO AMBIENTE JUNTOS

* La exposición a noticias con carácter alarmista sobre el medio ambiente desencadena distintas emociones, lo que indica que estamos hablando de hechos objetivos que pueden trasladarse de un ser humano a otro.

Preocupación, rabia, tristeza y temor son las principales emociones que provocan —entre los jóvenes— las informaciones sobre la creciente extinción de nuevas especies de la flora y la fauna chilena. Lo mismo sienten ellos cuando se enteran que “se reduce drásticamente la superficie del bosque nativo” o “que la desertificación del planeta avanza irremediablemente”.

Así lo revela la encuesta realizada en noviembre de 1996, a un grupo de estudiantes —hombres y mujeres—, del Liceo Experimental Manuel de Salas. Todos alumnos de enseñanza media.

La medición también arrojó —aunque en menor porcentaje— sentimientos de inseguridad e indiferencia, y donde, las mujeres menos que los hombres experimentan dichas emociones, incluyendo casi la total ausencia de aburrimiento sobre el tema, tanto para unas como para otros.

Reconocer que la información medioambiental entregada por los MCM desata distintas emociones indica que estamos hablando de hechos objetivos que pueden trasladarse de un ser humano a otro; esto es, de comunicador a receptor. Asimismo se puede sostener que las emociones que surgen en los jóvenes son producto de la relación entre la historia particular del individuo y los hechos externos. Y por último, es la confesión interna de aquello que piensan sobre el acontecer, y lo que llegan a sentir cuando piensan en éste. (Ruiz, 1993:312).

Este tipo de emociones —afirma el psicólogo Alfredo Ruiz— no son el resultado de un hecho concreto, sino la interpretación que hacen los jóvenes sobre el hecho que se les entrega a través de los MCM.

En este caso específico, dichas emociones afloran cuando los jóvenes se exponen a un tipo de información que tiene un marcado carácter alarmista o exagerado, la que tiene por finalidad despertar el interés en distintos temas ambientales. Muchas veces, además, estos mensajes carecen de un contrapunto sobre el tema en cuestión, ya sea porque el tema se aborda como parte de la coyuntura o porque los comunicadores no ahondan en el

tema como para contrastar o complementar una información, quedando por tanto en el ámbito de las emociones percibidas sólo como problemas para la población.

Los principales difusores de los mensajes exagerados

La televisión y el diario son los dos MCM que logran llegar con mayor facilidad a la audiencia en el tema ambiental. Sin embargo, la televisión es el medio que consigue provocar en ella, más de una emoción al enfrentarse a mensajes exagerados. Pero también podemos agregar que mientras mayor sea el tiempo de exposición a los MCM, menor es el efecto que tienen estos mensajes entre los televidentes.

Coincide con lo anterior los argumentos planteados por los periodistas Jean Daniel³⁵ y María José Lecaros³⁶, quienes afirman que la imagen o lo visual deja planteamientos a nivel emocional y no racional. (Capítulo II). “La radio y la televisión pueden despertar el interés y formar una idea vaga de los hechos, pero es muy difícil que logren hacer razonar a la audiencia”, enfatiza María José Lecaros.

Estas opiniones se relacionan con los resultados arrojados en la encuesta, en la medida que las primeras exposiciones a la televisión logran despertar una serie de emociones; sin embargo, la mayor exposición a la televisión y, en especial a este tipo de mensajes, genera un descenso de las mismas, sean estas positivas como la preocupación, o negativas como el temor y la tristeza. Hay que hacer la salvedad respecto de la rabia, porque es la única experimentada en forma constante; esto es, que no incide la cantidad de exposición al medio.

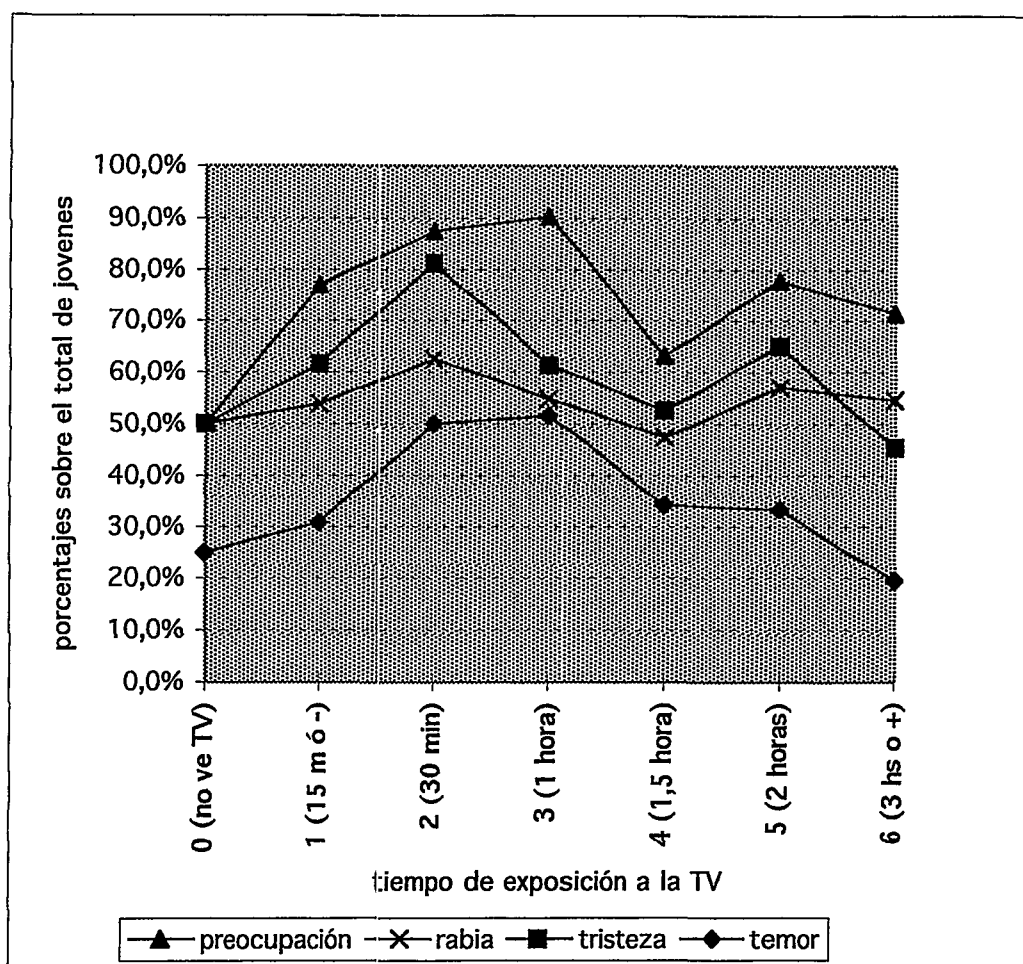
En cambio la mayor exposición al diario, claramente provoca sentimientos positivos. Si bien la prensa hace que aflore un sentimiento de rabia frente a los mensajes exagerados, también es cierto que mientras más tiempo de exposición tengan los jóvenes al medio aumenta la preocupación. Esto, en términos comunicacionales se podría atribuir a que los jóvenes van decodificando los mensajes, y tomando una postura más activa frente al tema. Es decir, no se quedan en el ámbito de que otros tienen la culpa de lo que pasa (rabia), sino que se interesan por lo que pasa realmente y eso es preocupación, lo que los lleva a proyectarse en acciones concretas, ya sea manifestándolas o realizando tareas en defensa de su entorno. Esto, último coincide plenamente con la teoría del “determinismo tecnológico”, discutida en el Capítulo II, en términos de que la lectura de prensa genera el razonamiento de la información.

No obstante, esto no coincide con el sentimiento de temor que despierta la prensa. Este punto, que a nuestro juicio, tiene relación con el tratamiento de la noticia más que con las emociones a las que apela, lo discutiremos en las próximas páginas.

Lo que muestran las curvas de los Gráficos N°1, N°2 y N°3 (ver páginas siguientes) es que la exposición a la televisión ayuda a reducir los sentimientos de temor y tristeza, especialmente el fin de semana pero no contribuyen a aumentar los sentimientos positivos de rabia y preocupación (debe considerarse que la parte descendente de las curvas representan a la gran mayoría de jóvenes que ven más televisión).

Por su parte, la mayor exposición a la prensa —Gráfico N°3— ayuda significativamente a aumentar el sentimiento estable y positivo de la preocupación (desde el 57 por ciento de los que nunca leen el diario a un 87 por ciento entre quienes lo leen todos los días). Al mismo tiempo, la exposición a la prensa no contribuye a los sentimientos negativos de temor y tristeza.

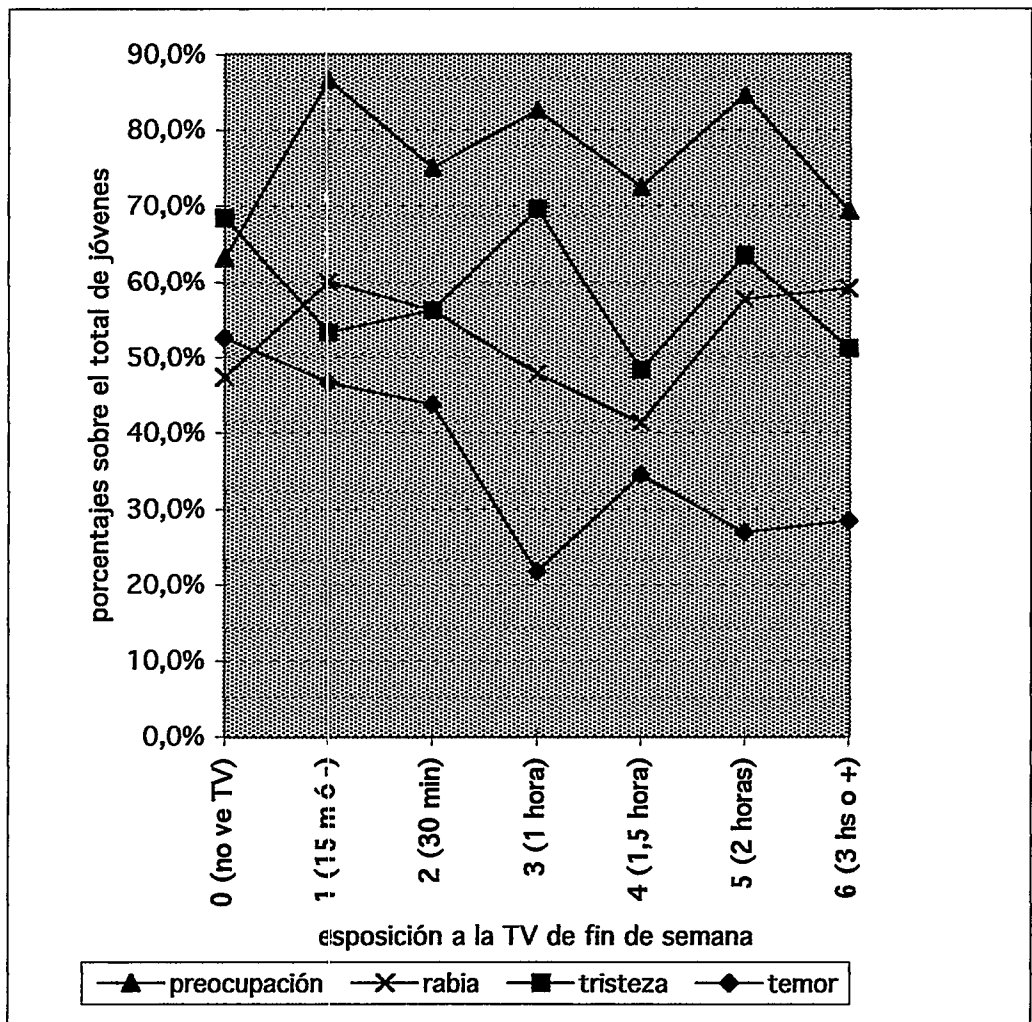
GRAFICO N° 1
Emociones provocadas por los mensajes alarmistas:
variación según tiempo de exposición a la TV semanal



CUADRO CON DATOS DE BASE DEL GRAFICO N°1

TV semanal	preocupaci3n	rabia	tristeza	temor
0 (no ve TV)	50,0%	50,0%	50,0%	25,0%
1 (15 m 3 -)	76,9%	53,8%	61,5%	30,8%
2 (30 min)	87,5%	62,5%	81,3%	50,0%
3 (1 hora)	90,3%	54,8%	61,3%	51,6%
4 (1,5 hora)	63,2%	47,4%	52,6%	34,2%
5 (2 horas)	77,8%	57,1%	65,1%	33,3%
6 (3 hs o +)	71,4%	54,5%	45,5%	19,5%

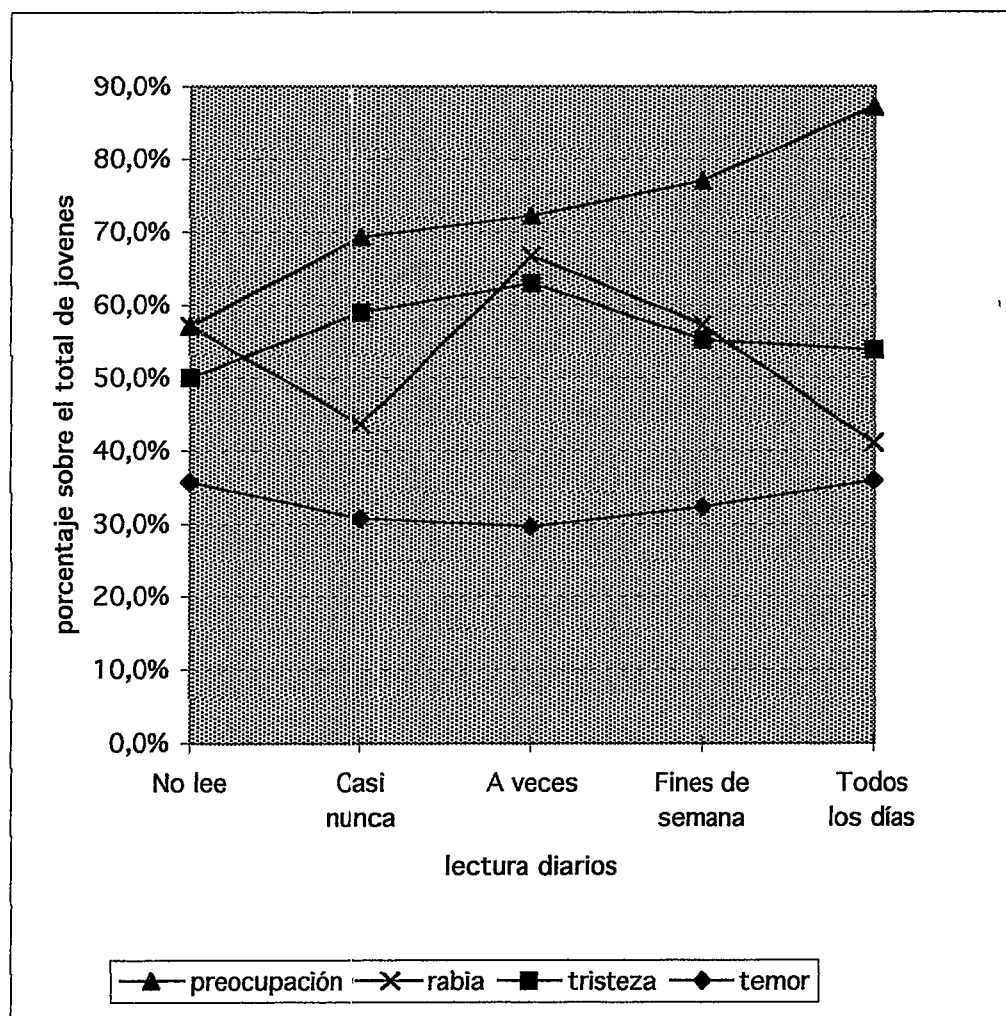
GRAFICO N° 2
Emociones provocadas por los mensajes alarmistas:
variación según tiempo de exposición a la TV de fin de semana



CUADRO CON DATOS DE BASE DEL GRAFICO N°2

TVFIN	preocupación	rabia	tristeza	temor
0 (no ve TV)	63,2%	47,4%	68,4%	52,6%
1 (15 m ó -)	86,7%	60,0%	53,3%	46,7%
2 (30 min)	75,0%	56,3%	56,3%	43,8%
3 (1 hora)	82,6%	47,8%	69,6%	21,7%
4 (1,5 hora)	72,4%	41,4%	48,3%	34,5%
5 (2 horas)	84,6%	57,7%	63,5%	26,9%
6 (3 hs o +)	69,3%	59,1%	51,1%	28,4%

GRAFICO N° 3
Emociones provocadas por los mensajes alarmistas:
variación según lectura de diarios



CUADRO CON DATOS DE BASE DEL GRAFICO N°3

LEEDIAR	preocupación	rabia	tristeza	temor
No lee	57,1%	57,1%	50,0%	35,7%
Casi nunca	69,2%	43,6%	59,0%	30,8%
A veces	72,2%	66,7%	63,0%	29,6%
Fines de semana	77,1%	57,3%	55,2%	32,3%
Todos los días	87,2%	41,0%	53,8%	35,9%

2.1 La Televisión

La disminución de sentimientos de temor y tristeza a mayor tiempo de exposición al medio podría tener relación con dos hechos fundamentales. Uno, es que estos mensajes logran aplacar los sentimientos de temor y tristeza de los receptores, en la medida que los jóvenes logran pasar la barrera del asombro que provoca la información alarmista. Y el otro, tiene que ver con las características propias del medio como canal de comunicación, y las formas a las que apela para provocar emociones entre sus telespectadores.

Los efectos de la información catastrófica logran en primera instancia, asombrar a la audiencia; es decir, sea uno u otro momento, igualmente consiguen elevar la importancia que otorga la gente a ciertos hechos o situaciones. Si estos mensajes, dice Van den Bergh y Reid (1980), tienen efectos en términos de incidir en la toma de conciencia, en cuanto a por lo menos sorprenderse con lo que ocurre, ello tiene relación con que el uso de la alarma es entendida por el receptor como una estrategia de persuasión que utilizan los MCM para abordar el tema. El problema que tiene esto es que junto con tomar conciencia sobre el problema, surge la pérdida de credibilidad de los mensajes cuando el individuo conoce directamente la realidad. Sin duda que ese conocimiento de la realidad contribuye a que disminuya la inseguridad frente al entorno.

A ello se suma que en la conciencia ambiental juegan otras instancias que aportan al conocimiento, como la escuela o la familia, las que pueden ayudar a diferenciar después de cierto tiempo de exposición, entre lo que se quiere persuadir y el conocimiento de la realidad misma. De acuerdo a los resultados de la encuesta, es probable que algo así experimenten los jóvenes frente a la información de carácter alarmista, tanto los que ven mucha televisión durante la semana como los que lo hacen los fines de semana.

El grupo de jóvenes que ve menos televisión, y que son los que sienten más temor y tristeza, estaría dentro de los receptores se quedan en el asombro que produce este tipo de información y se quedan en el ámbito del temor y la tristeza, emociones a las que apelan estos mensajes para lograr un objetivo, pero que no siempre tiene resultados satisfactorios.

Respecto de las características de la televisión, José Luis León (1993:59) asegura que “la televisión utiliza la persuasión —hace que la audiencia crea en el mensaje— por un camino mucho más rápido; busca el impulso a la adhesión, la conquista del afecto

fusional, la fascinación". Los mensajes emocionales utilizados por la televisión conducen rápidamente a la persona hacia el objeto, persona, idea o hecho, o bien lo llevan a evitar sin pérdida de tiempo lo desagradable o peligroso. A su vez, los mensajes emocionales se dan dentro del contexto que rodea al mensaje mismo. "En un contexto político — como es el tema medioambiental— lo emocional tendría mayor relevancia en los mensajes comunicacionales", añade José Luis León.

Las distintas funciones utilizadas por la televisión, en este caso específico, estarían desencadenando un sentimiento de inseguridad frente al mundo externo, en primera instancia. En cambio, cuando el individuo logra pasar del impulso que le provoca el mensaje al proceso de la información, es cuando se logran las asociaciones de tipo racional. Entre el paso de lo pulsional a lo racional es cuando en el individuo disminuyen las emociones propias de la inseguridad.³⁷ Así se entendería la forma que presentan los Gráficos N°1 y N°2.

Si bien las pulsiones persisten en el individuo a lo largo de su vida —por las propias carencias de cada uno— la identificación y asociaciones racionales tampoco son plenas. De ahí que existan conflictos en la percepción de los mensajes.

Sin embargo, la disminución del conflicto radica en la forma de entregar los mensajes. Si ellos van dirigidos al proceso de información pulsional, van a aumentar las emociones que encierran inseguridad frente al entorno (miedo, temor, fobia). "En cambio, si se centran en el proceso de información simbólica, la lectura del individuo también será más racional que pulsional".³⁸

En síntesis podríamos decir que la exposición al medio televisivo —en la semana que es cuando los jóvenes ven más televisión—, en un principio apunta al proceso de información pulsional del individuo. Sin embargo, si esta exposición aumenta en tiempo y el individuo, además, logra contactarse con la realidad, entonces pasa al proceso de información simbólica, proceso en el que disminuye su inseguridad frente al entorno porque en esta segunda etapa es capaz de razonar, y por ende estar más consciente frente a lo que le entrega el medio. Así, el individuo entiende el objetivo de la alarma, resta credibilidad a la parte exagerada del mensaje pero no así al problema y, por tanto, adopta una actitud más positiva frente a los hechos.

2.2 La Prensa

Lo primero que asalta la vista es la clara contribución de la lectura de diarios al aumento de la preocupación, el sentimiento más positivo de los estudiados. El incremento de la preocupación parece explicarse por lo que sostienen los teóricos. La lectura acerca y amplía el conocimiento y, por tanto, la rabia que se siente al principio se transforma en una inquietud permanente o preocupación del individuo por el medio ambiente. De paso, así se entendería por qué la lectura de diarios hace disminuir la rabia. Ésta, un sentimiento positivo pero reactivo, daría lugar más o menos rápidamente, a la preocupación, que fuera de ser positiva es estable.

Pero, al mismo tiempo, se observa un cierto aumento del temor a mayor tiempo de exposición. Ello podría estar influenciado por lo que la periodista Mar de Fontcuberta (1995) llama la homogeneización de las fórmulas periodísticas, de los contenidos y por ende de los receptores y su conciencia. En demasiadas ocasiones, y más aún en temas como este, la prensa prioriza los aspectos comerciales de la comunicación, entre los cuales se encuentra la exageración de la noticia en detrimento de la auténtica información. Esta opinión se suma al contenido de la información medioambiental visto anteriormente; esto es, la poca profundización en la información y escasa explicación o educación en los mensajes. Hemos visto que los mensajes alarmistas tienen una fuerte carga de apelación al temor, la que sin duda es asumida por estos lectores jóvenes.

La ausencia de una información auténtica —como la llama la periodista Mar de Fontcuberta— unida al somero conocimiento sobre los temas leídos en el periódico. Razones por las cuales este grupo se sienta más bien amenazado con este tipo de mensajes, que dispuesto a prevenir ciertas situaciones que a ojos de cualquier lector son catastróficas.

En todo caso, no debe perderse de vista que la relación entre lectura y temor es débil si se la compara con aquella fuerte y clara existente entre lectura y preocupación.

3. FUENTES DE INFORMACIÓN

La televisión, el diario, la radio y otros medios como las revistas o las visitas a la biblioteca del colegio son las fuentes a las que acuden este grupo de jóvenes encuestados. La televisión es el medio elegido por un 82% de los jóvenes para informarse, durante la semana. Y un 60% escoge este medio de comunicación los fines de semana, con el mismo fin.

Mientras tanto un 5% acude al diario en la semana, y un 30% lo elige, como tal, el fin de semana. Otro 9% prefiere la radio para informarse durante la semana y un 5% la sintoniza a la hora de noticias, el fin de semana. Y, por último un 9% acude a otros medios, señalados anteriormente.

Al indagar sobre las emociones que experimentan estos jóvenes frente a las noticias comprobamos que tanto durante la semana como el fin de semana, sienten preocupación, tristeza,, rabia y temor ante los problemas ambientales en Chile. Ello ocurre indistintamente del medio que elijan para informarse.

Cuadro N° 12

Emociones que despiertan los MCM elegidos para informarse durante la semana (en porcentajes sobre el total de jóvenes que eligen cada medio. Cada joven pudo elegir más de una emoción, por lo que estos porcentajes suman más de 100)

MCM para informarse	Emociones							Personas	
	Temor	Tristeza	Aburrimiento	Indiferencia	Inseguridad	Preocupación	Rabia	Total %	Total N
TV	32%	59	1	6	8	75	56	82	197
DIARIO	33	50	0	0	8	100	50	5	12
RADIO	33	52	5	0	10	76	48	9	21
OTROS	25	50	0	0	25	75	25	2	4
NINGUNO	-	-	-	-	-	-	-	2	6
TOTAL								100%	240

Cuadro N°13

Emociones que despiertan los MCM elegidos para informarse durante los fines de semana
(en porcentajes sobre el total de jóvenes que eligen cada medio. Cada joven pudo elegir más de una emoción, por lo que estos porcentajes suman más de 100)

MCM para informarse	Emociones							Personas	
	Temor	Tristeza	Aburrimiento	Indiferencia	Inseguridad	Preocupación	Rabia	Total %	Total N
TV	29%	57	1	8	6	71	56	60	143
DIARIO	38	56	1	0	12	81	52	30	73
RADIO	23	69	0	0	8	92	62	5	13
OTROS	57	71	0	0	14	86	57	3	7
NINGUNO	-	-	-	-	-	-	-	2	4
TOTAL								100%	240

3.1 Los Noticieros

Son las 21:00 horas de un día jueves, o las 9:05 de la noche de un día sábado, hora de noticias en la televisión. “24 horas”, “Teletrece”, o “Meganoticias”; cualesquiera de estos canales de televisión son elegidos por un alto porcentaje de los jóvenes.

Según los resultados que muestran los Cuadros N°12 y N°13, podemos sostener que los mensajes exagerados transmitidos por la televisión provocan tanto emociones positivas como negativas entre los jóvenes, y en términos de porcentaje son prácticamente iguales las sentidas frente a las noticias en la semana y las de fin de semana.

Cabe recordar que estas cifras son el resultado de la pregunta 16 de la encuesta, donde se les pregunta específicamente a qué medio recurre para informarse en la semana, y el fin de semana.

Los resultados señalan que casi el 60% siente tristeza cuando busca el noticiero para informarse. Esto se puede deber a que “los noticieros de televisión son “servicios de titulares” de sesenta minutos que funcionan bajo poderosos dictados comerciales y bien definidas normas de objetividad periodística”, señala Shanto Iyengar (1997:26).

Estas limitaciones de tiempo y espacio diario, unido a los anuncios comerciales y ética profesional explican, por qué la mayor parte de los reportajes de televisión se concentran en actos concretos y eventos recientes. Centrándose, además, en informes episódicos y, cayendo a menudo, sólo en la cobertura de la noticia y donde la

profundización de la misma suele estar en las imágenes, tratando de impresionar visualmente.

Lo anteriormente señalado se sustenta en cierta cantidad de estudios sobre los noticieros británicos y norteamericanos (Halloran, Elliot y Murdock, 1970) que han establecido el dominio del marco episódico en las noticias televisadas. Por ejemplo, la cobertura de movimientos masivos de protestas, normalmente se enfoca de cerca en los actos específicos de protesta y no en las cuestiones que les dieron origen. Este patrón caracterizó la cobertura de las protestas contra la guerra de Vietnam y el desarrollo de la energía nuclear. Idéntico patrón se observa en la cobertura que hicieron los noticieros de las disputas laborales contra las compañías, cuando las escenas de piquetes de trabajadores recibieron más tiempo en el aire que las discusiones sobre las disputas económicas y políticas que se ventilaban. Las notas orientadas hacia el suceso y la alarma también predominan en la cobertura sobre terrorismo internacional, crímenes, pobreza, desempleo, desigualdad racial y últimamente en la cobertura de noticias medioambientales.

El enfoque alarmista y episódico de la información no se acompaña de antecedentes históricos, económicos o sociales subyacentes. De ahí que las noticias tiendan a inducir que la responsabilidad de los sucesos desemboque en individuos específicos más que en fuerzas sociales; por tanto el blanco para el telespectador está focalizado en personajes que generalmente están fuera de contexto histórico, político o social.

3.2 El diario los fines de semana

Los alumnos del Liceo Experimental Manuel de Salas prefieren leer el diario los fines de semana. Esto se comprueba al ver que sólo un 5% de los encuestados acuden a este medio, en busca de noticias, durante la semana; a diferencia del 30% que declara hacerlo los sábados y domingos.

Es preciso hacer notar que la lectura de fin de semana logra provocar sentimientos positivos, entre los jóvenes, en comparación con los otros dos medios (radio y televisión). El acercamiento a la prensa consigue que el lector pase del sentimiento de asombro al sentimiento más permanente, tanto en las emociones de carácter negativo, como en las de carácter positivo. Es decir, pasa del temor a la tristeza y de la rabia a la

preocupación, siendo de todas maneras más alto el porcentaje de sentimientos positivos; como son la rabia y la preocupación.

Este 30% de jóvenes que buscan las noticias el fin de semana en este medio, nos está dando una señal de alerta en términos de pautas y tratamiento de las noticias. Si bien sobresalen los sentimientos positivos, rabia y preocupación, las cifras que nos muestran los sentimientos negativos no son nada despreciables, como para no tomarlas en cuenta.

No hay que olvidar que la prensa escrita es, según Luis León (1993:58), el medio que se caracteriza por sus mensajes racionales y por tanto “éstos constituyen el terreno propio de la lógica con sus dos características principales: la deducción y la inferencia”.

Vista la prensa desde esa perspectiva, fácilmente se puede sostener que en el abordaje de la temática ambiental este medio estaría, de alguna manera, desaprovechando la receptividad con que cuenta por parte de un segmento de la juventud.

La información centrada en crónicas informativas, uso restringido de fuentes y tendientes a enfatizar la preocupación por el medio ambiente en personas individuales, o ideologías políticas más que dentro de un contexto político y social, no ayudan a ver el problema con perspectiva de solución, ni tampoco a conocer sus distintas aristas. Más bien alimentan al receptor con noticias de choque, las que si bien informan, también promueven acciones inhibitoras más que deseos de inmiscuirse en aquello que, a primera vista les despierta inquietud.

Esta deducción se abriga en los resultados y análisis de la información hecha en el Capítulo II de esta investigación, en que vimos con cifras en mano el bajo porcentaje de opiniones que apuntan a soluciones de dos problemas ambientales, entre quienes leen el diario. Un 6% de los encuestados emitió opinión de solución respecto a los envases desechables y un 12% respecto de la contaminación del aire y del agua. Es probable, entonces que la unión de factores citados anteriormente sean los que contribuyen a fomentar emociones de temor y tristeza, sentimientos inhibitorios de acción y por ende ausentes de una posible solución.

3.3 A menor elección menos emoción

Algo similar ocurre con la radio respecto a lo que Shanto Iyengar llama “servicio de titulares”. En este medio de comunicación los noticieros también están sujetos a tiempo limitado; pero además se agrega a ello que el objetivo del medio radial es informar

en el instante preciso en que ocurren los hechos, cosa que lo imposibilita en la profundización de antecedentes que rodean al suceso.

En esta ocasión no se hizo una relación entre tiempo de exposición al medio y emociones sentidas frente a los mensajes exagerados, porque el porcentaje de jóvenes que se informan a través de la radio los días de semana resultó ser un 9%; y los que lo hacen los fines de semana alcanzan a un 5%. Estas cifras resultan ser poco significativas frente a la elección de la televisión y la prensa. La decisión se adoptó también en el entendido de que los jóvenes usan la radio, preferentemente, como medio de compañía y entretenimiento. Situación analizada en el Capítulo I de esta investigación.

Frente a los datos que se muestran en los Cuadros N°12 y N°13, aparece la televisión como el medio capaz de gatillar más emociones —vista en términos comparativos en tiempos de exposición entre los medios— y eso se debe a dos factores que son: las características propias del medio y a la cantidad de tiempo que los jóvenes destinan a ella. Sin embargo, la prensa escrita que en estricto rigor no se rige por las mismas características del medio televisivo logra, en el tema ambiental, provocar los mismos sentimientos que a simple vista podrían ser más provocados por la televisión que por la prensa.

Ante lo anterior debe hacerse la observación de que frente a la temática ambiental el grado de sentimientos que provocan, específicamente las noticias, la televisión no aparece como un medio superior a la prensa, o viceversa, en orden de persuasión. Es probable que la superioridad de una sobre la otra esté dada en función del conocimiento y las actitudes previas de los jóvenes frente al tema, como bien sostiene Wolf (1994: 40) y el interés de cada persona por el tema, más que la mera exposición a los medios.

Por último, podemos inferir que el fin perseguido con la noticia de carácter alarmista se cumple en el sentido de que los mensajes no dejan a los jóvenes en la indiferencia. Y si las emociones positivas priman sobre las negativas en ambos medios, igual es muy alto el porcentaje de sentimientos inhibidos de acción.

4. EL FIN JUSTIFICA LOS MEDIOS

Existe una sucesión de noticias que giran en torno al medio ambiente, que aparecen dispersas y sin relación entre sí. Pese a ello todas tienen como denominador común el provocar rabia y preocupación, preferentemente, entre la muestra encuestada.

4.1 Dignamente Indignados

Una de las emociones que provoca la información con carácter alarmista entre los jóvenes es la rabia, que es una emoción tan válida como la tristeza, el temor o la alegría.

La rabia, junto con los múltiples cambios fisiológicos conlleva el juicio de que “algo que se deseaba se frustró”. Generalmente —dice la psicóloga Carmen Pinto (1995)— los seres humanos pensamos que “algo” o “alguien” bloqueó el curso de los acontecimientos y “eso” o “ése” tuvo la culpa.

De acuerdo a lo señalado por la psicóloga, la información con carácter alarmista sería recibida por los jóvenes como la muestra de que “otros” son los que destruyen o acaban con el medio ambiente que es de todos. Este sentimiento que aquí analizamos en términos de cifras, también se pudo comprobar cuando los jóvenes opinaron sobre los problemas que acarrea el uso de envases desechables y la contaminación del agua y de aire. El porcentaje de quienes manifestaron sentir rabia por ello no fue relevante; no obstante, éste aumentó considerablemente entre quienes culpan a las políticas de gobierno, al sistema y a los empresarios por el bloqueo del desarrollo del hombre y su relación con el entorno.

Otra de las razones por las cuales un alto porcentaje de jóvenes que se exponen a los mensajes alarmistas señalan sentir rabia, se debería a que ellos se sienten atropellados respecto de sus derechos, intereses y opiniones. Se perciben a sí mismos como meros receptores de lo que ocurre. Frases como “qué saco con opinar cuando a nadie le interesa lo que piense” fueron recurrentes al solicitar sus opiniones. Detrás de esta expresión se denota, según Carmen Pinto, un sentimiento de rabia, pero una rabia reprimida porque es una expresión de molestia pero que no está asociada a la toma de conciencia.

Cuando el sentimiento de molestia, de rabia, pasa a ser un sentimiento de indignación es cuando podemos decir que se ha tomado conciencia del problema, porque es en ese instante cuando el hombre es capaz de darse cuenta que no es respetado y que

ha sido pasado a llevar. Esto provoca una fuerte energía que conduce a **expresar serena**, pero firmemente, aquello que nos molesta, que nos enrabia y podemos movernos en función de cambiar las cosas.

Lo peligroso de la provocación de rabia es quedarse en el ámbito del resentimiento o rabia acumulada, lo que implica “irse para adentro”; es decir, no expresar lo que se siente y mantenerse al margen en un estado de indiferencia que no es tal.

Cobra importancia la idea de entender las emociones que afloran frente a mensajes emocionales para ver en qué medida éstas pueden afectar, o ayudar, a la toma de conciencia ambiental. De acuerdo a la información obtenida en esta encuesta, se percibe que muchas veces la noticia exagerada puede desencadenar una especie de desmotivación por el tema ambiental, así como también se podría estar corriendo el riesgo de caer en una incomunicación entre los MCM y la audiencia joven.

4.2 Pre-Ocupación

¿Qué significa que un joven se sienta preocupado sobre algo?

- “Preocuparse es sostener una conversación privada con uno mismo. Y, tal como dice la palabra, constituye una ocupación anticipada por algún asunto” (Bravo, 1995:79).

Pero, la preocupación —agrega la psicóloga Patricia Bravo— no es sólo una conversación privada sino que también es un estado de ánimo: es sentirse inseguro, dudoso y ansioso por algo que podría ocurrir. Sentirse preocupado es, además, encontrarse en un proceso de fantasía, ya que a través de ella formamos imágenes de lo que aún no sucede.

¿Encierra algún peligro mayor el sentirse preocupado por algo?

- Se corre el riesgo de caer en el miedo a ese algo y eso sucede cuando no somos capaces de discriminar hasta dónde nos debemos preocupar por los hechos externos. De ser así, o sea de no poder discriminar, el individuo puede creer que hay poco o nada por hacer por revertir la situación o hecho que preocupa e intenta escabullirse y evitar saber lo que ocurre. Esas son manifestaciones de miedo.

¿Qué debería hacer entonces aquella persona preocupada por algo para que no se paralice frente al hecho, sino que más bien reaccione frente a ese algo que le preocupa?

- Cuando una persona reacciona frente a la preocupación es porque ha tomado conciencia de ese algo y eso se consigue pasando de la preocupación a la acción; es

decir, tomar medidas para hacerse cargo de los hechos que vemos venir. Sólo así tenemos la posibilidad de dar una respuesta eficiente frente a la preocupación, y en ese actuar, la preocupación desaparece y aparece la conciencia, concluye Patricia Bravo.

Por último, el sentimiento de tristeza que es otra de las emociones manifestadas por los jóvenes también corresponde a un estado de aflicción como la preocupación, la que además tiene implícito el dolor y la pena.

Estos sentimientos, agrega Patricia Bravo, “pueden traer consecuencias peores si no son manejados adecuadamente, ya que tarde o temprano terminan por provocar más temor”.

Se deduce, por tanto, que la información con tinte alarmista tiene una base de apelación al temor, si no fuera así ella no provocaría tanta tristeza entre quienes la reciben, ni tampoco el temor que aseguran sentir los encuestados frente a estos mensajes.

En términos comunicacionales existe más de una prueba sobre el desencadenamiento en el temor que tienen los mensajes que provocan tristeza, y los que conducen directamente a experimentar el temor. Las primeras convicciones al respecto afirman que una fuerte argumentación de tristeza-temor suscita un rechazo por parte de la audiencia; en palabras de Klapper (1974) “un auditorio en el que se provoca tristeza tiende, al parecer, a rehuir el mensaje en vez de aceptarlo y eso se debería a que los mensajes provocan dolor y pena”.

La fuerte apelación a la tristeza-temor estaría engendrando inhibición más que motivación por el tema planteado. Y según los estudios de los mensajes persuasivos, la apelación a la noticia “amenazante” no siempre concluye en adoptar nuevas conductas. Este resultado más bien lo logran los mensajes moderados.

Mayor validez cobra, entonces, analizar las repercusiones emocionales que tienen los mensajes alarmistas entre los jóvenes, ya que si la intención de estos mensajes es despertar la conciencia ambiental, bien vale preguntarse ¿Hasta dónde es prudente usarlos, de modo que no tengan el efecto contrario al propuesto por los MCM?

En suma, se desprende del análisis anterior que la información de carácter alarmista es un estímulo que tiene como respuesta emociones naturales como son el miedo, la rabia, la tristeza, la preocupación; pero que además éstas tienen sentido y son eficaces si el receptor logra captar las señales de peligro y los pone en una disposición tal que logra

reaccionar convenientemente. Ello, lo puede lograr con la información complementaria que recibe en el hogar y en la escuela y con el apoyo de espacios que lo induzcan a la acción por revertir dicha situación, porque como hemos visto a lo largo de este estudio los MCM sólo cumplen con “informar”.

Está claro que si las emociones que afloran quedan solamente en el ámbito personal y no logran ser traspasadas al plano de las motivaciones y acciones, se corre el peligro de que el individuo se escabulla, aumente su indiferencia por el tema, se enoje y culpe a “otros” por lo que ocurre; o sea, se vea sobrepasado por el umbral de la reacción óptima.

Es probable entonces que otra de las responsabilidades que les cabe a los MCM es que junto con provocar las emociones mencionadas, éstas puedan ser guiadas hacia un cambio de actitud y de conducta, cuestión que se consigue, de acuerdo a las teorías de persuasión comunicacional, a través de la reiteración del mensaje.

Para ver en qué medida se concatenan ambas formas de presentar el mensaje, alarma y reiteración del mismo, es que analizaremos a continuación la influencia de la reiteración en las actitudes de los jóvenes. De existir un lazo positivo entre emociones y actitudes; esto es que las emociones se canalicen en actitudes de acción y conciencia ambiental, estaríamos en presencia de un real cumplimiento de los MCM con su audiencia.

5. REITERACION Y MEDIO AMBIENTE UNIDOS

* La cobertura de noticias relacionadas con el medio ambiente provocan actitudes positivas y otras inhibitoras que impiden la reflexión y la acción. Esto último, implica no sólo desinteresarse por el daño de los bosques, el aire o el agua, sino que también por el daño de las relaciones humanas.

En televisión:

CONTAMINADO RÍO TRAIGUÉN

Agua turbia es la que fluye por el río Traiguén de la IX Región. Dos peces en las manos del periodista que entrega la información acompañan las palabras del locutor que dice "es probable que el daño sea producto de desechos tóxicos lanzados al agua" y pasan al deporte. Triunfa Marcelo Ríos, el tenista, en Australia.

El telespectador se queda pensando en esta especie de infierno por la que atraviesan las aguas del país. Hace poco fueron las imágenes del río Loa, donde más que agua corría espuma y hoy Traiguén... y se frota los ojos para ver si desaparecen las imágenes del agua contaminada y la mezcla de emociones que le afloran al ver los peces tiesos y boquiabiertos por el infortunio que les tocó vivir.

La noticia no aparece en el resumen final del Noticiero. Si la del chino Ríos. Antes de medianoche el mismo telespectador enciende nuevamente la televisión, con la idea de que algo más se dirá sobre la contaminación del río Traiguén. Algunos le llaman masoquismo a esto, sin embargo él, o ella, manifiesta que el hecho le preocupa y le gustaría saber más.

Mientras tanto otro televidente frente al mismo mensaje se siente triste, atemorizado y señala que preferiría no enterarse de las contaminaciones, porque la espuma sobre el agua, los animales muertos, la proliferación de algas producto de evacuación de minerales y la desconfianza sobre si existirá una sanción para quienes provocan estos daños ambientales, le resultan simplemente inexplicable.

Otro joven, también interesado en el tema ambiental, ve la televisión en silencio. Y siente deseos de protestar por esto. Se pregunta ¿dónde? ¿cómo? Tantas veces la vida nos paraliza, se dice a sí mismo, hay que estudiar primero, hay que cumplir con otras obligaciones. Sin embargo, la idea de protestar deambula y busca el cómo en forma enraizada.

Este, ése y aquél que vieron la noticia por televisión, se preocupan, sienten rabia, tristeza, temor de un futuro incierto en términos ambientales. En fin, son tantas las emociones que provocan estas noticias que a veces arrancan de cuajo toda comprensión a los problemas y ciegan la comprensión frente a los contaminadores. Entonces sienten que los atropellan, que violan su derecho a un ambiente limpio, a contar con una cierta calidad de vida. Pero también sienten que a nadie le importa lo que ellos piensen, o sientan y por eso prefieren no opinar y mostrarse indiferentes ante estas situaciones.

Luego, a uno y a otro se le munda el rostro de emociones, las imágenes se congelan, la estupefacta mirada de los peces frente a la cámara la interpretan como que ellos, los animales, quisieran decir algo por televisión. Por eso, agregan algunos, "tengo ganas de protestar, de alegar". En tanto que otros, repiten una y otra vez que "no deseo volver a saber de lo mismo porque esa información me satura". A estos jóvenes se suman otros, aquéllos que buscan específicamente la prensa para "saber más", es decir, informarse mejor.

Esto es sólo un ejemplo tanto de las emociones como de las actitudes que afloran

La relevancia que cobra analizar las actitudes provocadas por los mensajes reiterativos radica en que el objetivo del mensaje repetitivo, en términos persuasivos, no implica sólo el que se entere de las cosas que suceden a su alrededor sino que también, tome una postura frente a ellas. “Se desea que los individuos adopten una especie de “filosofía de vida” y la concreten en sus pautas de conducta”, dice José Luis León (1993:186). La invitación, por tanto, es compartir, por medio de un análisis, las actitudes que toman los jóvenes del Liceo Experimental Manuel de Salas, frente a los mensajes reiterativos.

6. BROTAN ACTITUDES FRENTE A LA REITERACIÓN

Partiremos por un hacer una revisión general sobre la información recogida en la encuesta, a modo de conocer cuáles son las actitudes y conductas que despiertan en los jóvenes los mensajes reiterativos sobre el medio ambiente. Posteriormente, entraremos en la vinculación entre MCM y actitudes que prevalecen de acuerdo al tiempo de exposición, tanto en la televisión como en la prensa.

Cuadro N°14

Actitudes de los jóvenes cuando los MCM informan reiterativamente sobre la contaminación atmosférica en Santiago y contaminación de las playas.
(en porcentajes sobre el total de jóvenes encuestados. Cada joven eligió sólo una alternativa)

MCM	Actitudes					Total
	Indiferencia	Saturación	Saber más	Protestar	No contesta	
Contaminación atmosférica	17%	28	12	43	0	100
Contaminación de las playas	18	16	17	49	0	100
Promedio	17,5	22	14,5	46	0	100

La relación entre exposición a los MCM y actitudes que provocan las informaciones de carácter reiterativo nos indican, según el Cuadro N°14, que la actitud de saturación en el tema de la contaminación atmosférica aumenta en 12 puntos respecto del de contaminación en las playas; y disminuye en 6 puntos la actitud de saber más sobre la contaminación del aire en relación a la contaminación de las playas. Lo mismo ocurre con los deseos de protestar, estos disminuyen en 7 puntos cuando se trata de la

contaminación atmosférica. Actitudes que entre sí tienen directa relación, ya que cualquier persona hastiada sobre un tema no va a tener deseos de profundizar en él, ni tampoco se va a sentir motivada a protestar por algo con lo cual se siente sobrepasado.

“Siento ganas de protestar” cada vez que en los MCM dicen que Santiago es una de las ciudades más contaminadas del mundo. Y cuando informan sobre la contaminación del agua marina, de los ríos y de los lagos “más ganas me dan de alegar”. Estas expresiones ilustran las cifras del Cuadro N°14.

Al observar que el 46% de los alumnos del Manuel de Salas quisiera protestar por el problema de la contaminación atmosférica de Santiago y del agua; y que, un 14,5% está interesado en saber más sobre ambos temas, podemos sostener que frente a los problemas ambientales existe una actitud positiva entre los jóvenes.

Estos resultados, inevitablemente nos hacen recordar aquellas ocasiones en que los jóvenes han tenido la oportunidad de demostrar sus molestias y descontentos con las políticas que rigen la protección del medio ambiente.

Un hecho no muy lejano y que puede ser tomado como ejemplo, fue la masiva participación de jóvenes en la manifestación de protesta realizada el 6 de septiembre de 1996, en Santiago, a raíz de la primera explosión francesa en el atolón de Muroroa.

Frente a la posibilidad de manifestar su descontento los jóvenes sacudieron la modorra, guardaron “la apatía” y activaron el cuerpo y la mente para pronunciarse por un “NO MÁS” daño al medio ambiente³⁹. Es posible que para la gran masa de la población esta participación no sea tan significativa, ya que un fenómeno como éste puede parecer tan etéreo como lejano. Chile se ubica a 7 mil kilómetros de la primera explosión nuclear —de un total de 8— patrocinadas por el gobierno francés en el Pacífico Sur. Sin embargo, el hecho despertó tanta ira que los jóvenes salieron a protestar.

No obstante, algo similar ocurrió en la ciudad de Copiapó en 1995. En las distintas manifestaciones que se realizaron en Copiapó —durante ese año— por los altos índices de contaminación ambiental, provenientes de la fundición Paipote. Los estudiantes secundarios participaron activamente en las protestas usando disfraces y máscaras, para demostrar que se estaban transformando en calaveras, producto de la contaminación. Cabe recordar que los altos niveles de emisión de gases contaminantes llegaron a superar los 12.000 microgramos por metro cúbico en Copiapó, Tierra Amarilla y Paipote, lo que significa que la población vivía, y vive aún, bajo una nube de humo que

les impide ver el sol. Los índices de emergencia, en Copiapó, se marcaron en los niveles 3.900.⁴⁰

En este último caso la relación con la contaminación es directa. Los comerciantes, dueños de casa, y estudiantes que han participado en estas manifestaciones de protestas viven bajo el humo y sufren directamente los daños que la contaminación atmosférica les provoca.

Tenemos dos hechos concretos en que los jóvenes pasan a ser protagonistas, en el sentido que expresan su molestia. Las manifestaciones de protesta donde participaron los jóvenes en Copiapó, se relacionan con el factor cercanía con el problema. Tal como lo vimos en el Capítulo I, la relación directa con el tema y, el problema, incide en la formación de la conciencia ambiental.

Sin embargo, frente a problemas más ajenos o lejanos a nuestro diario vivir, como el atolón de Mururoa, cabe preguntarse si la reacción es producto de la información que entregan los MCM. Partiendo del supuesto que primero crean la alarma y luego influyen en la actitud, por medio de la reiteración del mensaje, como ocurrió con ese caso específico.

Muchos comunicadores sociales podrían responder en forma optimista a esta interrogante, haciendo la salvedad de que no es una respuesta simple ni única. Sin embargo, existe el convencimiento, por parte de los teóricos, que la repetición de mensaje afecta positivamente a la capacidad del receptor para el aprendizaje, reconociendo que esto puede ocurrir con distintos persuasores; es decir, la familia, el profesor y otros persuasores inmediatos; pero también pueden ser los persuasores de masas, quienes en determinadas circunstancias pueden conquistar tanto o mayor atención que los persuasores más inmediatos. (De Fleur, 1996:302)

Creyentes de su influencia los MCM acuden a la reiteración del mensaje por dos razones: una, por competir con el resto de los persuasores y ganar receptores; y dos, por conseguir una influencia no sólo a nivel de aprendizaje, sino que además conseguir una actitud positiva hacia el objeto del mensaje y una conducta en línea con esta actitud.

Claramente, este segundo factor es el que mueve a los MCM respecto de la influencia que pueden ejercer al reiterar mensajes sobre problemas ambientales. El psicólogo y comunicador social Zajonc (1972) afirma que "la repetición de una misma conducta o exposición al mismo problema o fenómeno, lleva a que éste sea sentido con

mayor atractivo". Zajonc ha corroborado dicho planteamiento con distintas experiencias prácticas, cuya conclusión es que la mera exposición a un mensaje es suficiente para que surja el efecto hacia él.

A pesar de lo anterior hay que hacer notar que dicha postura se contradice con que el 45% de los jóvenes encuestados que reacciona con indiferencia y hastío frente a la información sobre contaminación del aire en la capital. Y, un 34% manifiesta iguales actitudes ante la contaminación de las playas.

Ante estas cifras parece acertado preguntarse ¿Por qué la reiteración de un mensaje genera actitudes negativas, inhibiendo la capacidad de aprendizaje y actitudes positivas, siendo que este último es uno de los objetivos de la persuasión de masas?

6.1 "Siento ganas de protestar"

La televisión y su política de mensajes reiterativos en torno a las catástrofes ambientales (contaminación del aire y del agua), provocan los deseos de un comportamiento fácil de influenciar positivamente en gran parte de los telespectadores porque tiene consecuencias inmediatas. "Las ganas de protestar son la reacción que siente en el acto el individuo —sobre todo el adolescente—, frente a situaciones que son agresivas. Estos deseos implican una liberación de emociones que si son expresadas reconfortan a la persona porque experimenta la sensación de poder, y el logro de objetivos frente a la agresión que se le muestra", sostiene la sicóloga clínica Ana María Abuad. (1993:32).

Detrás de los deseos de protestar subyace un sentimiento de impotencia, una sensación de ser trasgredido sin transgredir, así como el no tener derecho ni oportunidad para hacer algo en favor de lo que hace sentir descontento. La exposición a estos mensajes, que como bien señala Ana María Abuad, son agresivos: niños ahogándose en los hospitales, o peces flotando a orilla de la costa —según sea el caso—, desatan una actitud crítica que se manifiesta ante la oportunidad de protestar, sobre todo en aquellos que tienen mayor conciencia ambiental.

En términos prácticos vemos que mientras la televisión muestra, una y otra vez, imágenes de la capital bajo un manto de esmog, el gobierno decreta alerta ambiental, o preemergencia en Santiago, enfatizando en algunas medidas para combatir el problema. Pero, en ningún caso, las autoridades reconocen abiertamente que la ciudad enfrenta una

crisis ambiental y que hasta el momento el gobierno no ha logrado implementar políticas que disminuyan un problema que se arrastra año a año. Y cuando se trata de desechos tóxicos lanzados a los ríos o al mar, todo se reduce a que se emprenderán las investigaciones pertinentes.

La actitud de las autoridades frente al tema es percibida por la audiencia como una falta de interés para enfrentar estos problemas, ineficiencia e incredulidad ante los anuncios de planes de descontaminación, más aún cuando el mensaje que refleja la realidad es siempre el mismo: un Santiago cubierto de esmog, atochamiento en los hospitales, vías congestionadas, chimeneas humeando y aguas turbias en las playas y los ríos. Por lo tanto, estas podrían ser algunas de las causas de una reacción de impotencia frente a estos mensajes, que a primera vista desatan una actitud emparentada con una conducta más activa que pasiva, como serían los deseos de alegar o protestar.

También es cierto que el desencadenamiento de estos deseos tiene relación con el hecho que ellos saben, a ciencia cierta, lo que ocurre con la contaminación ambiental. Saben que se exponen a ser dañados física y psicológicamente. Entonces, es probable que la reiteración del mensaje unido a las vivencias propias sean factores claves para ir tomando posturas frente al problema.

Respecto de los deseos de protestar, Sara Larraín sostuvo en una entrevista (1994:173) que las actitudes que toman los ecologistas frente a determinados problemas se atribuyen a actitudes emocionales, y ese “es la típico discurso que tiene el sistema para descalificar y dejar fuera de combate a quienes les preocupa el deterioro ambiental. Eso se ha aplicado a distintas situaciones; sin embargo —recalca— los deseos de participar y protestar se deben a la inconformidad con el sistema”.

La opinión de Sara Larraín unida a la actitud de protestar que señala el 46% de los estudiantes del Manuel de Salas, darían fe de una postura contestataria frente a quienes están a cargo de la descontaminación; así como también, una demostración de disconformidad con el sistema por sus políticas poco eficientes, como lo indica más claramente, Sara Larraín.

6.2 “Me da lo mismo”

Las respuestas a los mensajes reiterativos también pueden ser contraproducentes, sobre todo si el contenido del mensaje suscita respuestas cognitivas negativas. Si el

39,5% de los encuestados manifiesta una actitud de indiferencia y saturación es porque “a reiteración no hace más que confirmar el rechazo en el receptor, más aún: si el número de repeticiones lleva a que el hastío haga su aparición”. (León, 1993:167)

La indiferencia, sinónimo de apatía, es un fenómeno que se ha venido expresando como denominador común entre los jóvenes en los últimos diez años, expresada en la frase “no estoy ni ahí”, la que a su vez ha pasado a ser un ícono juvenil y, una demostración de molestia que termina por confluir en una actitud de indiferencia.

Una demostración del “no estar ni ahí” y de esta actitud de indiferencia y apatía por parte de los jóvenes se pudo apreciar claramente en las últimas elecciones parlamentarias de 1997, ocasión en que “la suma de los votos nulos más los blancos más las personas que no se inscribieron en los registros electorales giró alrededor de 1.500.000. De ellos, 600.000 no inscritos correspondieron a jóvenes en condiciones de ser ciudadanos”.⁴¹

Relacionado con lo mismo —indiferencia y apatía—, un documento presentado en el Seminario Estudiantil Latinoamericano en Heredia, sostiene que esta actitud proviene, tanto de los mismos jóvenes como de la sociedad, ya que la familia, la escuela, los MCM no han logrado prepararlos adecuadamente en un espíritu crítico, ni les han proporcionado tampoco las bases mínimas que les permitan acceder a ello. (W.U.S., 1995)

Por otra parte, añade el mismo documento, inciden en el efecto de la apatía otras entidades exógenas como son los partidos políticos y las autoridades de gobierno. Dichas entidades orientan según su mentalidad e ideología tanto los programas educativos, como los lineamientos de los medios de comunicación. Y ello, conduce a la población en su conjunto a, sentirse marginada del quehacer social. “Los jóvenes sienten, por tanto, la escasa relación que existe entre las denuncias que hacen los políticos con bombos y platillos y, las conclusiones de las investigaciones de ellas”, concluye el documento presentado al Seminario Taller, en Heredia, 1995.

Entonces, ante la repetición de noticias ambientales como las abordadas aquí, contaminación atmosférica de Santiago y contaminación de las playas, los jóvenes se sumen en el desinterés, tanto frente a la información, como a la posibilidad de asumir una solución de los problemas existentes. Para ellos esto pasa a ser el síntoma de un problema y no un problema principal.

No cabe duda que el provocar indiferencia o apatía frente a un tema trascendental es un riesgo de rango mayor. Según Humberto Maturana (1994:23) “el ser humano es hasta el momento el único ser viviente en la Tierra que es capaz de reflexionar. Es capaz de soltar sus creencias, sus certidumbres, mirar su circunstancia y cambiar de rumbo, Esa capacidad de reflexión le permite salirse de cualquier trampa, dejar de ser plaga, dejar de ser un agente de destrucción de su entorno (...) El ser humano es ahora una plaga en la Tierra como resultado de sus cegueras sobre su participación en la configuración del mundo en que vive. Y esa ceguera la van provocando distintos agentes de la sociedad”. Maturana añade que, “la capacidad de reflexionar es el único fenómeno que involucra la emoción y la razón”.

Por último, la constatación de una actitud tan apática y pasiva es un signo que se puede catalogar como grave, ya que su poder de penetración no sólo incide en la reticencia a rebelarse contra aquello con lo que no se está de acuerdo, sino que promueve el sentimiento de marginalidad en la sociedad.

6.3 “La avalancha de información....me satura”

Ahora cuando la repetición del mensaje sobrepasa el límite de lo permitido por el ser humano, simplemente el medio de comunicación termina saturando a la audiencia.

En la cobertura hecha por los medios de comunicación, especialmente la televisión, el pasado junio de 1997 en los sucesos del temporal de viento y lluvia que azotó a la zona central de Chile, a juicio de muchos se confundió la diferencia entre información y extralimitación. Al mismo tiempo se demostró que los telespectadores no están dispuestos a sentarse a ver una catástrofe ambiental como si fuera una telenovela.

El periodista Paulo Ramírez⁴² afirmó en esa oportunidad, que asistimos a una verdadera competencia por la información, que llevó a los canales a querer ser los primeros y los más espectaculares en la exhibición del desastre natural, del desamparo y del dolor. Situación que, según Ramírez, dejó un sabor a exageración —acrecentado por la reiteración de las mismas imágenes, protagonistas y lugares del desastre— que terminó molestando.

“La inmensidad de la noticia fue sobrepasada por su cobertura, la que a poco andar se tornó redundante y hasta agotadora. Más que la importancia de los hechos, actuó ese “ethos competitivo”, esa urgencia por llegar primero”, declaró Ramírez.

Tomando esto como ejemplo, nos damos cuenta que sobran razones para que los jóvenes encuestados señalen que la repetición de una noticia ambiental les provoca hastío o saturación. Esta vez el motivo fue un temporal, otra vez es la incapacidad que tienen los hospitales para atender a los niños afectados por bronquitis obstructivas, provocadas por el aumento de esmog en Santiago.

Sea uno u otro el hecho, igualmente surge una repetición de noticias en todos los espacios de comunicación, siendo la televisión el medio que concibe la realidad en términos de gran espectáculo, para poder sintetizar a la heterogénea audiencia: todo lo ve como un escenario, la realidad se presenta como un show y se dramatiza, corriendo el riesgo de que aquello que constituye un nuevo desastre natural en nuestra historia se convierta en un evento, que sin mayores problemas puede caer en la frivolidad y en la espectacularidad del dolor humano e, irrespeto por la gente afectada.

El uso de mucha imagen, o mucho papel, y escaso tratamiento de la noticia en términos de investigación que ayude a la reflexión más que en la "entretención", tiene su costo. En múltiples ocasiones, obteniendo como resultado un factor negativo que tiene que ver con la incapacidad humana para prestar atención a una repetición excesiva, cansadora, y que termina por concretarse en hastío o saturación de la audiencia.

La teoría del aprendizaje del mensaje a base de esta repetición se apoya en los estudios de Zajonc (1968). De acuerdo a sus estudios el autor concluye que la actitud, como las opiniones y otros hábitos se van formando en nosotros a través del aprendizaje, a base de predisposiciones para responder en forma negativa o positiva frente a los hechos.

La reiteración para Zajonc formaría parte "de nuevos frutos de experiencia de aprendizaje y, por tanto, es posible que el individuo cambie de actitud, de hábitos en la medida que se someta a la repetición del argumento, hasta que los receptores lo aprenden y lo aceptan". Si esta teoría tuviera un cien por ciento de razón no se explicaría por qué la reiteración del mensaje le provoca hastío a la audiencia, como tampoco el hecho experimentable cotidianamente, de que no todos los mensajes repetitivos consiguen transformar o, iniciar actitudes y conductas que lleven a la acción, aunque puedan conseguir un mayor aprendizaje si mediaran bajos niveles de exposición.

Al amparo de estas reflexiones y teorías es que a continuación veremos la relación existente entre los tiempos de exposición a los MCM y las actitudes de los jóvenes.

7. ACTITUDES QUE PROVOCA LA INFORMACIÓN REITERATIVA

Para los persuasores de los medios de comunicación hay un problema que debe ser resuelto y que tiene que ver con la confección de los mensajes de persuasión, entendida la confección como la frecuencia o número de veces en que el receptor debería estar expuesto al mensaje y esto por dos razones. Una, para que llegue a conocer lo que se le ofrece y así pueda conseguirlo, y la otra, porque debe cambiar su actitud frente a lo que se le invita a hacerlo. Todo esto, dice el comunicólogo José Luis León (1993: 171), “teniendo en mente implícitamente que un mensaje no desarrolla todo su potencial si no es acompañado de cierta repetición”. Es así como la repetición, aparece fuera de toda duda, como una de las formas para cambiar de actitud. “Un estudio realizado por Tortalani (1976), verificó el cambio de interés de los encuestados, comparando lo que ocurría al mediar una sola exposición al mensaje, o bien mediar varias exposiciones”. De acuerdo a esto es que veremos de qué manera incide en las actitudes, los mensajes reiterativos entre los jóvenes encuestados.

7.1 Sobre la contaminación del aire

Cuadro N°15

Actitudes que promueven los MCM cuando reiteran información sobre la contaminación atmosférica, según tiempo de exposición
(en porcentajes sobre el total de jóvenes encuestados)

Tiempo de expos.MCM	Actitudes				Total
	Indiferencia	Saturación	Saber más	Protestar	
VEN — TV SEMANA	13%	20	15	52	100
VEN + TV SEMANA	19	34	11	36	100
VEN — TV FIN SEM	18	21	13	49	100
VEN + TV FIN SEM	16	33	12	39	100
LEEN — DIARIO	22	27	11	40	100
LEEN + DIARIO	13	28	13	46	100

A simple vista el Cuadro N° 15 nos muestra que un gran porcentaje de jóvenes desea protestar frente a la contaminación del aire de Santiago. Sin embargo, al revisar más exhaustivamente los datos vemos que, el grueso de las cifras confirman la Hipótesis

3.2 de esta investigación, que sostiene que la exposición a información ambiental reiterativa, se corresponde con actitudes de no querer hacer nada (indiferencia) y no volver a escuchar la noticia (saturación) entre los jóvenes. Queda claro que a mayor tiempo de exposición a la televisión aumentan las actitudes negativas de indiferencia y, especialmente, la saturación o hastío; así como, disminuyen los deseos por saber más sobre este tema abordado por la televisión. De igual forma ocurre con los deseos de protestar. A mayor tiempo frente a la televisión menos deseos de protestar sienten los jóvenes.

Frente a estas cifras podemos sostener que el efecto que ejerce la televisión es muy fuerte, ya que al comparar el grupo que ve menos televisión con el que ve más durante la semana, podemos comprobar que en este último aumenta la indiferencia en 6 puntos y en 14 puntos la actitud de saturación. En tanto, disminuyen las actitudes de saber más en 4 puntos, y en 16 puntos los deseos de protestar.

La primera conclusión que surge de los resultados acotados es que a mayor exposición de televisión durante la semana aumentan las actitudes negativas — indiferencia y saturación— de 33% a 53%, y disminuyen las actitudes positivas —saber más y protestar— de 67% a 47%.

Por su parte, los jóvenes que ven más televisión los fines de semana, manifiestan un aumento de la actitud de saturación (21% ve menos versus 33% que ve más); y disminuyen su actitud de protestar (49% ve menos versus 39% que ve más).

Una explicación alternativa frente a estos resultado podría ser que existe una relación con el hecho de que, los jóvenes que ven más televisión son personas que tienen una personalidad más pasiva, y en ello radicaría el pasar tanto tiempo frente a la televisión y, por lo mismo, no tienen una actitud más activa frente a lo que ocurre en general. Este factor de “carácter negativo”, como lo llama José Luis León (1993:164) estaría relacionado también con la incapacidad humana para prestar atención a una repetición excesiva y que se concreta, para altos niveles de repetición, en hastío y saturación”.

Los efectos negativos que provoca la información reiterativa ha sido motivo de estudio, tanto para ver cuanto aporta al aprendizaje, como a la actitud dependiente de la exposición a los mensajes. Muchos de estos estudios, —citados por José Luis León, en su libro “Persuasión de Masas”—, concluyen en general, que los efectos positivos que

provoca la reiteración de mensaje se revelan después de haber pasado un tiempo de la exposición misma; en cambio la exposición constante termina arrojando actitudes negativas como son la indiferencia y el hastío.

Ante lo anterior cabe enfatizar que los jóvenes que revelaron exponerse menos tiempo a la televisión, son los que tienen una actitud activa frente al mensaje; es decir, quieren saber más o protestar. Esta postura, que sin duda es positiva, se da entre quienes probablemente están frente a la televisión sólo en los momentos de noticieros. De ser así, entonces se podría deducir que esa pura exposición a los mensajes estaría cumpliendo con el objetivo perseguido por los comunicadores en esta materia.

Anteriormente señalamos que por lo general, los noticieros no profundizan en los contenidos del tema de la noticia. Esta forma de entregar el mensaje promovería la actitud de saber más, porque las características de titulares de las noticias no alcanzarían a satisfacer a la audiencia en términos de contenido. Ante lo cual se vuelve a validar lo manifestado por la periodista Patricia Mondría⁴³ “la televisión sólo despierta inquietudes sobre los temas”, y de ahí que surjan los deseos de saber más.

Puede parecer, entonces, que el mensaje reiterativo pero poco profundo, o episódico —como lo vimos en el Capítulo I— es capaz de lograr los efectos perseguidos por los comunicadores, en esta materia. Pero, tampoco hay que obviar la actitud propia del receptor, ya que una personalidad más activa se demuestra tanto en la capacidad para motivarse con algo, como en tener una disposición adecuada para procesar el mensaje y tomar una postura más defensiva frente a lo que siente una amenaza, como sería el deterioro ambiental.

Otra vez la prensa escrita sale airosa. El mayor tiempo dedicado a la lectura de diarios disminuye la indiferencia (22% versus 13%) y aumenta la actitud de protestar (40% versus 46%). Ambos resultados son reveladores de una influencia positiva del medio frente al lector, ya que ninguna de estas dos actitudes dejan al joven en un estado de adormecimiento, desinterés o inhibición frente a la contaminación del aire en Santiago.

Estos datos coinciden plenamente, con todo lo que hemos visto anteriormente respecto de los beneficios que trae la lectura de diario. Por tales razones es que nos atrevemos a afirmar que, la manifestación de estas actitudes se debe a que ellos razonan frente a la lectura y eso, conduce a un aprendizaje que los lleva a involucrarse en el tema.

7.2 Sobre la contaminación de las playas

Cuadro N° 16

Actitudes que promueven los MCM cuando reiteran información sobre la contaminación de las playas, según tiempo de exposición (en porcentajes sobre el total de jóvenes encuestados)

MCM	Actitudes				Total
	Indiferencia	Saturación	Saber más	Protestar	
VEN — TV SEMANA	11%	15	25	49	100
VEN + TV SEMANA	23	17	11	49	100
VEN — TV FIN SEM	19	12	21	49	100
VEN + TV FIN SEM	17	19	14	49	100
LEEN — DIARIO	16	17	18	50	100
LEEN + DIARIO	19	16	16	49	100

Se marca una diferencia notable entre los resultados arrojados por la encuesta, respecto a la información reiterativa sobre contaminación de las playas y contaminación del aire. En 12 aumenta la indiferencia entre los jóvenes que se exponen más a la televisión los días de semana (11% versus 23%). Y disminuye en 14 puntos los deseos de saber más (25% versus 11%) a igual tiempo de exposición. Un resultado obviamente negativo al evaluar la influencia de este medio sobre la información ambiental, en los jóvenes encuestados.

Estas actitudes tan distintas pero tan complementarias —indiferencia y saber más—, aparecen como un sentimiento de negación, el que se desarrolla como defensa al enterarse de que el ser humano está frente a circunstancias difíciles, o imposibles de solucionar.

La negación es básicamente “un rechazo consciente o inconsciente para aliviar el temor. Se niega el daño porque el individuo es incapaz de asumir que eso le sucede a él, o esa es la realidad que tiene que enfrentar. Así, es como se intenta negar lo innegable”, dice el médico psiquiatra, Pedro Retamal (1995: 284).

Por su parte, el grupo que se expone mayor tiempo al mismo medio pero los fines de semana, revelan un aumento de la saturación en 7 punto respecto de los que ven menos y una disminución de la actitud de saber más. Las actitudes de saturación aumentan en 7 puntos entre los que ven menos y los que ven más; asimismo,

disminuyen en los mismos 7 puntos frente a la actitud de saber más sobre el tema. De lo que se concluye también como una influencia negativa del medio frente al poder despertar motivaciones en los jóvenes.

En esta ocasión la prensa no influye positiva ni tampoco negativamente. Leer el diario no afecta las actitudes de los jóvenes; esto es, que no se perciben diferencias notables entre quienes menos leen el diario y quienes lo leen más. Lo más probable es que esto se deba a que el tema simplemente no aparece en la prensa, y a la vez, es coincidente con el bajo porcentaje de opiniones de solución que tienen los jóvenes respecto de la contaminación de las aguas chilenas, en general.

Cabe hacer notar que cualquiera de los dos medios medidos (televisión y diario) e indistintamente el tiempo de exposición que permanezcan los jóvenes frente a ellos, igualmente los mensajes reiterativos despiertan actitudes de molestias que se traducen en deseos de protestar. (49%)

El problema de la contaminación de las playas es un hecho, y su gravedad tiene relación con que ésta provoca una serie de enfermedades infecto-contagiosas y dermatológicas, principalmente. Sin embargo, el grado de información es mucho menor, comparado con la información sobre la contaminación ambiental. El poco manejo sobre la contaminación del agua se pudo apreciar en el Capítulo II, cuando preguntamos específicamente por sus opiniones al respecto. Instancia en que nos dimos cuenta que las opiniones eran débiles y rayaban generalmente en el ámbito de las opiniones de valor, y muy influidas por lo que se aprende en las materias de Ciencias Naturales y Geografía impartidas en el colegio.

Podría sostenerse, entonces, que los datos presentados en el Cuadro N° 16 tienen en primer lugar una relación con la negación del tema frente a la imposibilidad de hacer algo por solucionarlos, y en segundo lugar, una relación con la desinformación, u omisión del tema en cuestión, por parte de los MCM. Lo segundo, "significa un atentado a la información, eliminando así la posibilidad de un razonamiento adecuado y una toma de conciencia de la realidad", indica Enrique Guinsberg (1988:88) y que obviamente incide en lo primero.

Finalmente todo esto nos lleva a sostener que la televisión más que la prensa escrita promueve una actitud pasiva y aminora el razonamiento, ya que el tipo de sensibilidad que la televisión cultiva es enemiga del empeño de la gente por problemas públicos y

políticos, como son los medioambientales. La información exagerada y reiterativa sin señales de solución corre el riesgo de transformarse en información manipulada y que puede conducir al público hacia la indiferencia, bloqueando una actitud más reflexiva y apasionada por la vida política.

8. ACTITUD DE LAS MUJERES FRENTE A LOS PROBLEMAS AMBIENTALES

“Nuestro ambiente primario lo conforman nuestros cuerpos, nuestros hijos y nuestras familias, la tierra que nos sustenta y las comunidades en que vivimos”
(Mujeres caribeñas)

Anteriormente comprobamos que entre hombre y mujeres no existe una diferencia sustancial en términos de calidad de opiniones. Lo mismo podemos sostener, en relación a las emociones que afloran cuando los jóvenes se enfrentan a mensajes de carácter catastrófico.

Sin embargo, cuando se trata de cambios de actitudes, proyectadas en posibles acciones sí hay una diferencia, porque son las mujeres las que llevan el panderero. El hecho que las mujeres sientan mayor temor, mayor tristeza, mayor preocupación, mayor rabia, así como menos indiferencia y menos inseguridad frente al tema, es un indicador que nos podría hacer pensar que las mujeres, más que los hombres, son motor fundamental en el tema ambiental; pese a que ellas sientan emociones de “carácter negativo” —como las hemos denominado en este estudio— como son el temor y la tristeza.

Cuadro N° 17

Porcentaje de jóvenes que expresan sus actitudes frente a la contaminación del aire cuando se exponen a mensajes de carácter reiterativo, por sexo.
(en porcentaje sobre el total de jóvenes encuestados)

Sexo	Actitudes				Total %	Total N
	Indiferencia	Saturación	Saber más	Protestar		
Hombres	21%	32	10	38	100	130
Mujeres	12	23	15	50	100	111
Total	17	28	12	43	100	241

Cuadro N° 18

Porcentaje de jóvenes que expresan sus actitudes frente a la contaminación de las playas cuando se exponen a mensajes de carácter reiterativo, por sexo.
(en porcentaje sobre el total de jóvenes encuestados)

Sexo	Actitudes				Total %	Total N
	Indiferencia	Saturación	Saber más	Protestar		
Hombres	25%	18	12	44	100	130
Mujeres	9	13	22	55	100	112
Total	18	16	17	49	100	242

Las diferencias eran mínimas entre hombres y mujeres cuando se trataba de expresar emociones frente a los mensajes exagerados. Sin embargo, las cifras que aparecen en estos dos cuadros (N°17 y N°18) nos muestran, que las mujeres marcan una diferencia sustancial con los hombres cuando se trata de actitudes. Los mensajes reiterativos despiertan en ellas conductas positivas como son los deseos de saber más y protestar.

Estos datos se ajustan al hecho que, durante la investigación de este trabajo hemos encontrado sólo bibliografía que se relaciona con las motivaciones de las mujeres, y las acciones que ellas han emprendido a nivel mundial, tanto para combatir problemas específicos como para crear conciencia sobre el medio ambiente. Por tal razón es que con esta información hemos querido poner punto final a esta investigación, como una forma de mirar el futuro de nuestro planeta con optimismo y rescatar las acciones que las mujeres, más que los hombres, han emprendido en aras de nuestra calidad de vida.

Entre los tantos papeles revisados, siempre aparecen las mujeres lanzando uno de los primeros gritos de protesta. Fue en Toronto, de 1986 cuando por primera vez alzaron la voz por el saqueo de la naturaleza y el envenenamiento del aire, del agua, la tierra y el alimento, elementos vitales para estar vivas.

Esta lucha por la sobrevivencia, con el paso del tiempo ha ido proliferando en distintos puntos del mundo debido, precisamente, a la preocupación que tienen las mujeres por lo que está sucediendo con el medio ambiente en estos momentos, y lo que podría suceder si no se actúa a tiempo para mejorar la relación del hombre con su entorno.

Las mujeres de distintas partes del mundo, ponen gran énfasis en su relación con el medio ambiente. "En África, por ejemplo, ellas identifican la seguridad alimenticia y el

avance del desierto como los problemas más angustiantes. Las mujeres de Asia perciben con asuntos centrales a su propia crisis: la pobreza, la deforestación, la pérdida de la biodiversidad y los desastres naturales. En tanto, las del Pacífico consideran las detonaciones nucleares como la amenaza más importante para el medio ambiente. Para las latinoamericanas, el incremento de la pobreza, la falta de aire puro, contaminación del agua, higiene y la desigualdad en la tenencia de la tierra, éstos son los temas de interés primordial para las mujeres pobres urbanas. En tanto las caribeñas señalan los efectos negativos de turismo, los desastres naturales y el abuso de los pesticidas y fertilizantes". (Wiltshire R., 1993)

El punto común que entrelaza estos problemas ambientales —que como podemos comprobar son los mismos que enfatizan los MCM en nuestro país— es la búsqueda de un sustento de vida más seguro. Pero la importancia que cobra el defender el medio ambiente también radica, según Lezak Shallat (1990), en que las mujeres son las más vulnerables a los peligros y calamidades que dichos problemas provocan directamente en la salud de ellas y en el desarrollo de su grupo familiar.

Las mujeres, como los hombres, niños, animales y plantas, son víctimas de la radiación, los desechos tóxicos, la escasez de agua y las inversiones térmicas, sin embargo —dice la escritora Lin Nelson— “las mujeres se han convertido en un ambiente de riesgo para el desarrollo de los hijos, con úteros que más parecen un socavón que un santuario”. (cit. por Shallat, 1990)

Las cantidades de niños que las mujeres dan a luz y la relación entre crecimiento de la población y destrucción del medio ambiente, ha puesto a las mujeres en el punto de unión entre población y medio ambiente.

Las mujeres juegan un rol protagónico en el tamaño del grupo familiar; también deciden diariamente sobre las necesidades vitales de la familia, energía, alimentación, agua y eliminación de desechos. Son las administradoras de casi toda la producción de alimentos y su procesamiento y ellas son quienes siembran, desmalezan y cosechan la tierra. Esto ocurre en la totalidad de los países en desarrollo de África, Asia y América Latina (FAO, 1996).

Como vemos el rol de las mujeres en los problemas ambientales traspasa toda frontera y con el acostumbrado telón de fondo, donde existe una desigualdad en la distribución de recursos y niveles de consumo.

Las mujeres del mundo, junto con reconocer las realidades externas que condicionan la capacidad de los gobiernos y movimientos sociales para contrarrestar la destrucción ambiental, han señalado en más de una oportunidad sus impresiones personales y desaliento respecto a la toma de medidas en estos problemas. Ello aparece tanto en las distintas investigaciones revisadas sobre “Mujer y Medio ambiente” (Isis Internacional 1993), como en las opiniones señaladas por las estudiantes del Manuel de Salas.

Tras estas impresiones y opiniones subyace el sentir que “hay algo dejado al azar en los daños a la salud ambiental”. El smog o el agua contaminada, por ejemplo, son productos que los individuos consumen involuntariamente y que son procesados por otros, por máquinas y plantas de energía, por procesos químicos naturales que implican una amenaza a la vida, algo más incomprensible que —por decir algo— un accidente de tránsito.

“Estamos inmersas/os en un mundo contaminado al cual nos hemos acostumbrado. La polución está en todas partes y por ello la creemos igualitaria. En realidad, las investigaciones realizadas hasta la fecha demuestran que no es ése el caso ni con los países pobres, ni con las mujeres, ya que son los que corren mayores riesgos”, escribe la investigadora norteamericana Holly Brough (1990).

Las predicciones de catástrofes no siempre parecen tan urgentes como suenan. La información exagerada que hemos venido escuchando sobre la destrucción del mundo, puede parecer “el cuento del lobo”, por ello que muchas veces no despierta el interés que se pretende. Más bien parece difícil tomar en serio argumentos tan parecidos a la ciencia ficción más que a la realidad. Sin embargo, existen muchos casos donde los reales problemas ambientales han sobrepasado la ciencia ficción.

8.1 De las emociones a la acción

¿Cómo las mujeres transforman la preocupación, la rabia, la tristeza que les provoca la información sobre el medio ambiente?

Lisa y llanamente las mujeres tiene más tendencia a transformar las emociones en acciones concretas. En estos últimos cinco años el análisis y las acciones emprendidas por grupos de mujeres en aras del medio ambiente, son innumerables a nivel mundial.

Desde la primera Conferencia Internacional realizada en Suecia en 1972, el movimiento por el medio ambiente ha oscilado entre una postura conservacionista y la defensa de opciones de desarrollo alternativas. Procesos similares de evolución y expansión han ocurrido en los movimientos de mujeres, los movimientos de paz, los de política "verde" y de consumidores, en todo el mundo.

Resultado de lo anterior es la creación de canales que involucran a las mujeres en la creación de políticas ambientales, como son las conferencias o reuniones preparatorias para presentar propuestas regionales, por ejemplo, en Conferencias Regionales o en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo y Medio Ambiente (UNCED), Cumbre Mundial efectuada en Brasil en 1992, o en la Conferencia sobre la Mujer realizada en Nairobi en 1985; de las cuales se ha señalado como prioridad de trabajo, la de aumentar la capacidad de las mujeres para conservar y beneficiarse del desarrollo sostenible a nivel local; aumentar su acceso a la capacitación y, continuar con el desarrollo de la conciencia y el activismo. (Shallat 1990; p:10)

Cabe destacar que entre la tarea emprendida por las mujeres en pro del medio ambiente está el concretar vínculos temáticos, institucionales e individuales, los cuales se perfeccionan día a día por medio de redes informáticas. Entre ellas se encuentra la Red de Medio Ambiente y Desarrollo de las mujeres (WEDNWT) en Nairobi, el Centro de Información World-WIDE (WIC) de Mujeres del Mundo y Medio Ambiente, con sede en Washington, por nombrar algunas.

Para que la información llegue a distintos grupos de mujeres también se han realizado campañas de información, y alerta a través de programas radiales y difusión en Boletines de Desarrollo Ambiental y Boletines de Salud y Medioambiente, con circulación a nivel latinoamericano. La publicación de estos Boletines está a cargo de Isis Internacional.

Y por último, en términos comunicacionales, tenemos la experiencia de *Noticias Ambientales en China*, que es un periódico creado en 1984, con una circulación de 400 mil ejemplares, y que ofrece las últimas noticias y una completa cobertura de la protección ambiental en China, así como de los problemas globales de desarrollo de mayor actualidad en el mundo.

En *Noticias Ambientales en China*, más del 50 por ciento de los periodistas son mujeres. Ellas sostienen que la primera tarea del diario es despertar la conciencia en

torno a que, “proteger el ambiente significa proteger al ser humano mismo” en todas las etapas de la vida. Asimismo, agregan que junto con pretender despertar conciencia y lograr el compromiso femenino respecto al ambiente, existe una preocupación por tratar los problemas ambientales y encauzar las iniciativas e inquietudes de las mujeres en cuanto a la protección del medio ambiente, ya que éste es un asunto clave para resolver los problemas del entorno.

Para lograr este fin los artículos y noticias que divulgan están centrados en entregar conocimiento sobre los problemas y protección del medio ambiente, usando un lenguaje simple y fácil de entender para todos; así también difunden las inquietudes planteadas por sus lectores. Cabe señalar que ellas en ningún momento manifiestan usar la alarma ni la exageración en el mensaje, para motivar a la audiencia. (Weimin, Ch. 1991)

La distintas acciones mencionadas y emprendidas por las mujeres hacen sentido cuando se trata de explicar por qué las mujeres se sienten menos indiferentes y menos inseguras, que los hombres, frente a la información ambiental de carácter alarmista y exagerado. El hecho de participar, hacer cosas en defensa del medio ambiente, resulta ser la vía para aminorar temores y enfrentar situaciones que hoy parecen tan inciertas para ellas, como para el resto de los hombres.

Si bien todas estas acciones pueden ser emprendidas por hombre y mujeres, al parecer las acciones de difusión y denuncia, cobran mayor relevancia entre estas últimas, con el atenuante de que las mujeres hacen más ruido que progresos, lo cual se debe a que ellas están aún lejos del tipo de poder político y económico que podría permitirles determinar cambios relevantes.

Y mientras las mujeres avanzan lentamente para establecer la defensa del medio ambiente, igualmente se les apela para que usen sus manos “sanadoras” en la defensa del medio ambiente. “Si ha de haber guerras en este planeta que sean guerras contra la destrucción ambiental, contra las potenciales catástrofes química y nucleares, contra la bancarrota de los suelos y los sistemas fluviales, contra el desarraigo de las personas que las convierte en refugiadas ambientales”, dijo el Dr. Mustafá Tolba, director ejecutivo del Programa Ambiental de las Naciones Unidas (UNEP) durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Década de la Mujer, efectuada en Nairobi, 1985.

8.2 Los jóvenes y su disposición al cambio

Creemos sin embargo, que el mensaje emitido por el Dr. Mustafá Tolba no sólo debe ser dirigido a las mujeres. Es necesario dirigirlo a hombres y mujeres y, muy particularmente los jóvenes sin diferencia de género, porque ellos han demostrado, a través de estas preguntas y respuestas ser honestos, tener claridad en sus preferencias, sentir emociones, tener disponibilidad a cambiar lo que sea necesario cambiar y, constituir una puerta abierta para crear alternativas que resuelvan los problemas ambientales.

A través de estas páginas hemos visto también que las bases para que proliferen actitudes positivas en los jóvenes están, tanto en hombres como en mujeres. Pensamos que existe una ausencia de espacio donde ellos puedan volcar esas actitudes en acciones concretas, y no permanecer en esta “apatía”, que más que “no estar ni ahí”, es una señal de impotencia frente a un tema tan importante para ellos en el presente, como para su futuro.

Los jóvenes tienen derecho a crecer y desarrollarse de acuerdo a sus prioridades e inclinaciones, entre las cuales está el derecho a contar en los próximos años con un medio ambiente que les permita vivir sanamente. En tanto, el resto de la sociedad no puede hacer oídos sordos de un tema de relevancia nacional.

Reflexión

Nuestra Hipótesis 3 señala que las noticias alarmistas o reiterativas debilitan la “opinión ambiental” de los jóvenes ya que promoverían sentimientos y actitudes considerados negativos. Nos referiremos primero al efecto de los mensajes alarmistas y luego al efecto de la reiteración de los mensajes.

De los siete sentimientos listados para ver qué emociones les provocaban los mensajes alarmista, los alumnos eligieron básicamente cuatro. Aquellas noticias que hablan sobre extinción de especies, desertificación irreversible y creciente reducción de los bosques, desencadenan temor y tristeza pero también rabia y preocupación. Estos cuatro sentimientos están divididos entre los que hemos evaluado como negativos (temor y tristeza) y positivos (rabia y preocupación).

Los sentimientos que forman cada uno de estos dos pares son **secuenciales**, en el sentido que uno da lugar al otro. El temor puede considerarse como una **reacción frente a** una noticia que nos alarma sobre algún problema ambiental y que pueden dar lugar a la tristeza, sentimiento de carácter más permanente. De la misma forma, la rabia es una emoción reactiva que puede dar lugar a la preocupación, un sentimiento más estable. La gran diferencia entre estos dos pares de sentimientos es que mientras los primeros dos sentimientos obstaculizan la acción, los segundos pueden favorecerla.

Sin embargo, contra lo esperado, las emociones que los jóvenes del Manuel de Salas declaran experimentar frente a la exposición a mensajes de carácter alarmista, son más positivas que negativas. Así, la Hipótesis 3, que sostiene que las noticias alarmistas debilitan la “opinión ambiental” de los jóvenes, ya que promueven sentimientos que obstaculizan la acción, no fue confirmada por la encuesta. A pesar de ello, también es cierto que la entrega de noticias de tono alarmista genera en una gran cantidad de jóvenes los sentimientos de temor y tristeza que hemos considerado negativos.

Las emociones causadas por los mensajes alarmistas difieren, sin embargo, según cual sea el medio que genera dichos mensajes. Estudiamos primero el efecto general de la exposición a los MCM (o recepción pasiva de noticias) ; y luego, el efecto emocional que provoca el medio al que recurren los jóvenes con el propósito de informarse de las noticias (búsqueda activa de noticias). En cuanto a lo primero, el análisis comparativo entre los distintos medios nos lleva a destacar el papel positivo que juega la prensa. Según los datos, una mayor exposición a la prensa disminuye la tristeza que provocan las noticias alarmistas sobre el medio ambiente, sentimiento negativo, y aumenta la preocupación, sentimiento positivo. En cambio, la televisión hace disminuir por igual la tristeza y la preocupación.

En cuanto a lo segundo, la búsqueda activa de noticias, la diferencia entre los medios es similar. Es la prensa la que suscita con más claridad el sentimiento positivo, la preocupación, y la que menos genera tristeza, sentimiento negativo.

En este sentido, parece de lamentar que la prensa no sea el medio favorito entre los jóvenes cuando buscan información sobre las noticias, sobre todo durante la semana. Sin embargo, en la recepción pasiva de noticias la prensa no aparece con una importancia tan desmedrada frente a la televisión. Recordemos que los jóvenes que más se exponen a la televisión son también los que más leen el diario.

En relación con la variable género, hemos comprobado que las noticias de alarma ambiental provocan más emociones entre las mujeres que entre los hombres, tanto las que hemos considerado positivas como las negativas.

En la segunda parte del Capítulo III analizamos los efectos que sobre las actitudes de los estudiantes tiene la reiteración de noticias sobre problemas ambientales. La actitud que genera la repetición de noticias ambientales en la mayoría de los jóvenes es el deseo de protestar. Este deseo aparece tanto en el problema de la contaminación atmosférica como el de la contaminación de las playas, las dos noticias que se eligieron para estudiar esta dimensión del efecto de los MCM sobre la conciencia ambiental. Las otras actitudes que genera la reiteración de los mensajes son, en orden de importancia, la saturación, la indiferencia y el deseo de saber más. Sobre el 60 por ciento de los encuestados presentan actitudes tales como deseos de protestar y de saber más, las que se pueden considerar positivas por promover la acción.

Nuevamente, estos datos refutan la Hipótesis 3, aunque no debemos perder de vista que hay una proporción significativa de jóvenes que experimentan actitudes negativas de saturación e indiferencia frente a la reiteración de noticias sobre problemas ambientales (cerca del 40 por ciento).

Sin embargo, las actitudes que provoca la reiteración del mensaje varían según cual sea el medio que lo genera. La prensa, a la que se expone aproximadamente el 40 por ciento de los jóvenes (según vimos en el Capítulo I) favorece actitudes positivas. Mientras más leen el diario disminuye entre los jóvenes la indiferencia (actitud negativa) y aumentan los deseos de saber más y, especialmente, las ganas de protestar. En cambio, la exposición a la TV tiene un efecto negativo sobre las actitudes, ya que a mayor tiempo frente a la pantalla chica aumentan la indiferencia y la saturación y disminuyen los deseos de saber más y de protestar. Por lo tanto, el rechazo general de la hipótesis se debe al efecto positivo de la prensa. En cambio, la hipótesis es válida si se analiza separadamente la televisión.

Esta conclusión está basada en el estudio del efecto de la reiteración de noticias sobre la contaminación del aire en Santiago. No podemos sostener lo mismo al analizar las actitudes que provoca la información sobre contaminación de las playas. Allí no se aprecia una diferencia clara entre los distintos medios.

Este resultado es el único en todo el estudio que no muestra una clara contribución de la prensa a la formación de la conciencia ambiental de los jóvenes. Es muy probable que ello se deba a que los medios no entregan información sobre dicho tema y, por ende, la información sobre la contaminación de las playas no es reiterativa, como son los mensajes sobre la contaminación del aire en Santiago.

Por último, en relación con la variable género, podemos concluir que las noticias reiterativas sobre problemas ambientales generan más actitudes positivas entre las mujeres que entre los hombres, especialmente en cuanto a las ganas de protestar. Cuando la noticia no es tan reiterativa (el caso de la contaminación de las playas) las mujeres demuestran un interés por informarse, notoriamente más marcado que los hombres. Cuando la noticia es más reiterativa (la contaminación atmosférica en Santiago), la diferencia entre hombres y mujeres se refiere especialmente a las ganas de protestar.

CONCLUSIONES

Estas últimas páginas se destinan a resumir, en forma de conclusiones, un trabajo de investigación periodística amparado en el “periodismo de precisión”. Final que descansa en distintas reflexiones; todas ellas emanadas de los análisis de datos y de la confrontación de cifras con teorías. Este estudio nos ha llevado, por tanto, a asomarnos a ver cual es el rol que cumplen hoy día los MCM frente a un grupo de jóvenes, sobre el tema ambiental.

Hemos visto a lo largo de cada página cómo surge un resultado y tras él una recapitación. Sin embargo aquí apuntamos a aquellos trazos más gruesos; a aquellos que se fueron dibujando en el camino de la investigación y que terminaron en el “cuadro” que pasamos a mostrar.

Nuestra primera conjetura fue que la cantidad de tiempo de exposición a los MCM contribuye a un mejor manejo de información ambiental y, por ende, a la conciencia ambiental de estos jóvenes. Los resultados arrojados por la encuesta realizada en el Liceo Experimental Manuel de Salas, muestran que el consumo de medios no afecta significativamente su conciencia ambiental, en términos de manejo de información. En términos generales, mientras mayor tiempo de exposición a los medios no se sigue una mayor conciencia ambiental, lo que constituye aparentemente un rechazo a la Hipótesis 1.

Sin embargo, el rechazo es sólo aparente ya que la teoría está centrada en la función medial más que en el tiempo de exposición. De cumplirse la función medial, entonces sería cierto que un mayor tiempo de exposición genera mayor información. Lo que parece ocurrir, entonces, es que esos medios no cumplen la función de mediación y, por mucho que sea el tiempo de exposición a ellos, no mejora la conciencia ambiental en términos de información.

En cambio, la prensa contribuye a la información ambiental. Quienes más la leen demuestran estar más informados. Esto se comprobó para las cuatro preguntas que se les hizo a los estudiantes sobre las causas de problemas ambientales específicos o sobre iniciativas legales y dirigentes ambientales.

La teoría señala que hay otros factores que pueden influir en la conciencia además de los MCM, como la escuela y la familia. Pese a ello, estos factores no podrían explicar

la diferencia que se observa entre el nivel de información que manejan los estudiantes que se exponen a la televisión y la radio, por una parte, y la que manejan aquellos que leen la prensa escrita, por otra. Para todo el grupo encuestado la escuela es la misma y el nivel cultural de la familia no difiere significativamente. Por lo tanto, es posible concluir que la prensa cumple, en mayor medida que la televisión y la radio, el rol medial que describe la teoría.

De la encuesta queda claro que los jóvenes tienen interés en los problemas ambientales. Justamente el relativo éxito de la prensa en la formación de conciencia se debería a que este medio sabría conectarse con dicho interés. Por lo demás, la teoría de la función mediadora señala la importancia de ese interés para que se establezca la mediación. Por último, el relativo fracaso de la televisión y la radio se debería a que estos dos medios no aprovechan las motivaciones e intereses de los jóvenes. Por muchas horas de televisión y de radio, es difícil que pueda existir una contribución significativa a la formación de su conciencia ambiental.

Otro de los resultados de la encuesta es que los jóvenes demuestran tener mayor conciencia en términos de información ambiental respecto de problemas que les resultan más "cercaños", de problemas que han sido tematizados por los medios y de problemas ambientales donde se ha superado su mero tratamiento científico conectándolos con los aspectos de desarrollo humano. Quedaría como tarea pendiente investigar si el mayor éxito relativo de los diarios en comparación con la televisión y la radio no se deberá a que la primera da un tratamiento a los problemas ambientales en las tres líneas indicadas: más "cercano", tematizado y humanista.

Nuestra segunda hipótesis sostenía que la prensa escrita tiene un mayor impacto en la formación de "opinión ambiental", segundo nivel de conciencia ambiental que hemos distinguido, en comparación con la televisión y la radio.

Los datos confirmaron este augurio. En efecto, los jóvenes que más leen el diario tienden a tener opiniones sobre los problemas ambientales completas: incluyen valores, elementos de diagnósticos y sugerencias de acción. En cambio, la mayor exposición a los medios electrónicos no produce este efecto.

Este resultado confirma lo que señalan distintos autores que han contribuido a la teoría del "determinismo tecnológico". La prensa escrita, además de comunicar lo nuevo (las noticias), ayuda a pensar e interpretar esa realidad. Requiere de una atención más

activa, y con ello, favorece la reflexión entre el público en mayor grado que los otros medios. Lo que está escrito en el papel es susceptible de ser repasado de acuerdo a las capacidades de comprensión de cada uno. La lectura y el repaso pueden, además, ajustarse a los horarios y posibilidades de cada cual. Todas estas son ventajas destacadas por distintos estudiosos. En cambio, añaden éstos, que la televisión está llena de una cantidad de estímulos y elementos secundarios que distraen la atención, dificultando la reflexión y la formación de una opinión propia sobre los temas. La radio, por su parte, presenta dificultades de compatibilización de horarios entre emisor y audidor, entre otras.

Sin embargo, la televisión y la radio juegan un papel positivo más bien indirecto en la formación de opiniones. La mayor exposición a ellos estimula la lectura de diarios. Esto, que es asegurado por los teóricos de comunicación de masas es, también, lo que hemos encontrado entre los estudiantes del Liceo Experimental Manuel de Salas. Los medios electrónicos (radio y televisión) despiertan interés y curiosidad, y la prensa se encarga de satisfacerlos posteriormente.

La tercera Hipótesis del estudio manifestaba que las noticias alarmistas y las reiteración de los mensajes debilitan la "opinión ambiental" de los jóvenes, en tanto favorecen sentimientos y actitudes de carácter negativo. Esta hipótesis fue rechazada al analizar el efecto de los medios tomados como conjunto. Sin embargo, un análisis separado por medios reveló que la hipótesis es válida para la televisión, pero no así para la prensa. Nuevamente esta última aparece con claridad haciendo una contribución positiva a la conciencia ambiental de los jóvenes.

Los datos arrojados por la encuesta revelan que la televisión cumple, en general, un papel discutible sobre la conciencia ambiental, ya que alienta los sentimientos y actitudes inhibidores de la acción: temor y tristeza; e indiferencia y saturación. Al mismo tiempo, no estimula aquellos considerados promotores de la acción: rabia y preocupación; y deseos de saber más y de protestar. Son resultados consistentes con la teoría de los efectos de los media y cómo éstos construyen la imagen de la realidad social.

En cambio, la lectura de diarios entre los jóvenes del colegio estudiado aparece estimulando, con bastante claridad, los sentimientos y actitudes positivos y disuadiendo aquellos considerados negativos. Para explicar por qué la noticia alarmista y la

reiteración de ella por parte de la prensa no provoca los mismos efectos, podría recurrirse a la teoría del determinismo tecnológico. Ésta señala que la prensa favorece, más que otros medios, la reflexión. Y hemos visto cómo la reflexión por parte del público puede ayudar a aplacar los sentimientos y actitudes negativas que suscitan la alarma y la reiteración, y a fortalecer los de carácter positivo. En concreto, en el caso de la TV, y más allá de su pobre contribución a la fortaleza de las “opiniones ambientales”, vimos cómo el paso de lo “pulsional” a lo “racional” (o reflexivo) contribuye a aplacar el temor y la tristeza. Por lo mismo, no debe extrañarnos que la prensa, que es el medio que más estimula la reflexión, de acuerdo a lo estudiado en el Capítulo II y de acuerdo al “determinismo tecnológico”, aparezca haciendo un aporte tan positivo a la vinculación de la conciencia ambiental con la acción.

Tal vez la conclusión más clara de todo este estudio sea, justamente, el papel positivo que tiene la prensa en la formación de la conciencia ambiental de los jóvenes del liceo Manuel de Salas. Ello es válido tanto para cada uno de los niveles de la conciencia ambiental que hemos estudiado: la información ambiental, la “opinión ambiental”, y los sentimientos y actitudes que acompañan a dichas información y opinión y que, en gran medida, determinan el grado en que la conciencia ambiental da lugar a la acción.

Esta investigación nos lleva a concluir, además, la dificultad con que muchas veces cuenta el periodista para informar sobre temas que son de interés público. Si bien es cierto que el primer deber del periodista es contar con fuentes para informar, cabe preguntarse entonces, ¿cómo un periodista podría controlar mejor una noticia científica (medioambientales)? En muchas ocasiones la autoridad de la fuente impide que la información sea recogida, ya sea ocultándola o negándose a hablar abiertamente sobre los pro y los contra que la envuelven. Por otra parte, contamos un grado de especialización usado por los “especialistas” respecto de estos temas; situación que en ocasiones entorpece la verificación de los mismos. Ambos factores —guardar la información y la peculiaridad de los “especialistas”— inciden tanto en la omisión de la información como en el buen manejo del canal de información.

Lo anterior, por tanto, constituye un aporte a la falta de información, al uso de la alarma y al énfasis en los problemas medioambientales. De esta forma la entrega de noticias ambientales se acercan más a hechos sensacionalista, que al cumplimiento del objetivo central de los MCM que es: informar, educar y entretener. Si bien esto nos lleva

a pensar que los MCM están a una distancia considerable de contribuir a la formación de conciencia ambiental, también hay que recordar que la prensa es el medio que acorta ese trecho.

Para que la información científica sea efectiva debe viajar, en el periodismo, con un gran valor añadido, pero también con las explicaciones suficientes como para que “todos” sepamos de qué estamos hablando y cuáles son las soluciones reales de los problemas que enfrentamos.

No queremos cerrar este estudio sin antes mencionar el interés demostrado por los jóvenes en el tema ambiental. Aunque no podemos afirmar que esta motivación representa a la juventud en general, sí es posible sostenerlo tanto para los alumnos del colegio Rubén Darío, que participaron en el pre-test, como para los 242 estudiantes del Liceo Experimental Manuel de Salas, elegidos para la investigación.

Hemos visto como la contribución de los MCM a la conciencia ambiental —en los distintos niveles y componentes de ella— requiere de un público interesado y activo. Esta condición parece existir entre los jóvenes que tuvieron “derecho a opinar” sobre distintos temas ambientales, por lo que los MCM tienen posibilidades importantes de contribuir a la conciencia ambiental.

Por último, podemos decir que existe entre ellos una “opinión pública latente”. La capacidad de reacción frente a la información entregada; así como la queja ante la falta de información en los distintos medios, nos hace pensar que los jóvenes tendrán en el futuro un papel crítico y, por tanto, activo frente a la búsqueda de soluciones colectivas en los problemas ambientales que nos aquejan.

NOTAS Y REFERENCIAS

- 1 Grolier, Encyclopedia Multimedia. 1995. EE.UU: Grolier Publishing Inc.
- 2 Brunner, José Joaquín 1995. "Globalización y rol de las comunicaciones en el siglo XXI". Diario El Mercurio, Cuerpo E. El Mercurio S.A. Santiago, Chile, pág 14.
- 3 Guiller, Alejandro 1995. "Profesores y Periodistas" en : Columna editorial Diario El Mercurio. El Mercurio S.A. Santiago, Chile, pág 2.
- 4 De Fontcuberta, Mar 1995. "Educación y Comunicación" en: Entrevista Diario El Mercurio. Cuerpo D. El Mercurio, S.A. Santiago, Chile.
- 5 Ibid.
- 6 Duery, Lilian 1996. "Mitos ambientalistas que quitan el sueño a los niños de EE.UU". Columna Medio Ambiente y Desarrollo. Cuerpo C El Mercurio S.A. Santiago, Chile.
- 7 Easlea, Brian 1981. "Sciencie and Sexual opression Patriarcky confrontation with woman and natura" en Jofre L. Pablo, 1996. Ciencia y Mujer Diario La Epoca, Suplemento Temas. COPESA. Santiago-Chile.
- 8 Ibid.
- 9 Interpress Service, 1995. "Líderes Ambientales en: Tierra América. Suplemento de Medio Ambiente para América Latina y El Caribe. Diario La Nación Año 1, N°4. Santiago, Chile.
- 10 González, Gustavo, 1995. "Entre el liderazgo y el repliegue en: Tierra América Suplemento de Medio Ambiente para América Latina y El Caribe. Diario La Nación Año 1, N°4, Santiago, Chile.
- 11 Ibid.
- 12 Mella, Orlando, 1996. Cátedra curso de Seminario de Tesis. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. UAHC Santiago, Chile.
- 13 Catalán, Carlos 1996. "La televisión: Razones de una buena nota" en: Diario El Mercurio, Cuerpo E, pág.3. Edición El Mercurio S.A., Santiago-Chile.
- 14 Ramírez, Paulo 1996. "El gran mito de la televisión" en: Suplemento Wiken. El Mercurio S.A. Santiago-Chile pág.2.
- 15 Eco, Umberto 1964 en Catalán, Carlos 1996. "Sobre "Apocalípticos e Integrados" en : Diario El Mercurio. Cuerpo E. El Mercurio S.A. Santiago Chile., pág 3.
- 16 Universidad Católica, 1996. Estudio Sociológico de la Universidad Católica en : Diario El Mercurio. Cuerpo C. El Mercurio S.A. Santiago, Chile, pág 17.
- 17 Catalán, Carlos 1996. "Días de Radio" en: Diario El Mercurio, El Mercurio Cuerpo E S.A. Santiago-Chile pág.7.
- 18 Cámara Chilena del Libro, 1995. "Un amor olvidado" en: Diario El Mercurio El Mercurio S.A. Santiago-Chile Cuerpo D pág 8.
- 19 Ravinet de la Fuente, J. 1996. "Descontaminar Santiago" en: Diario El Mercurio. Cuerpo A El Mercurio S.A Santiago-Chile pág.2.

- 20 Abogabir, Ximena 1997 : en Illanes, M. 1997. “¿La última utopía?” en: Diario El Mercurio. El Mercurio S.A. Santiago-Chile Cuerpo A pág 18.
- 21 Lizama, Pedro 1997. en Illanes, M. 1997. “¿La última utopía?” en: Diario El Mercurio. Cuerpo A El Mercurio S.A. Santiago-Chile pág 18.
- 22 Retamal, Julio 1996. “Juventud y Prensa Escrita” en Diario La Epoca. Suplemento Temas, Sección Ideas. Santiago, Chile. 31 de agosto, pág 19.
- 23 Lecaros, M^a José 1996. en Raczyński, Chistine “Periodismo bajo sospecha” en : Diario El Mercurio. Cuerpo E. El Mercurio S.A. Santiago Chile. pág 1 y 7.
- 24 Daniel, Jean 1995. “El lenguaje escrito es la razón” en: Diario La Tercera. COPESA S.A. Santiago Chile. pág 18.
- 25 Mondría J. Patricia 1995. “Desafíos del Periodismo” en: Diario El Mercurio. Cuerpo A. El Mercurio S.A. Santiago Chile. pág 2.
- 26 Lecaros, M^a José 1996. Op.cit.
- 27 Daniel, Jean 1995. Op.cit.
- 28 Parker, Cristián 1993. “Cultura Latinoamericana” en : Cátedra dictada en Universidad Academia de Humanismo Cristiano. UAHC Santiago-Chile.
- 29 “24 Horas” de TVN 1991 en : Reportaje de Soledad Rodríguez sobre la contaminación en Puchuncaví. 30 de julio. Santiago-Chile.
- 30 Agencia IPS 1990. “Brasil: consecuencias de la contaminación ambiental en los niños” en: Boletín Derecho a la Infancia. N°7. Fundación PIDEE Santiago-Chile.
- 31 Banco Mundial 1996 en Villalobos, Claudia . “Contaminación: Informe comprueba relación entre esmog y mortalidad” en: Diario La Epoca. La Epoca Santiago-Chile pág 8.
- 32 Colegio Médico de Chile 1997. “La contaminación ambiental” en : Habitat y Salud Mental. El Mercurio S.A. Santiago-Chile. Cuerpo E, pág 28.
- 33 Bud, María Elena 1998. Entrevista realizada a la periodista en el programa de Radio Mineía Conversando en Domingo sobre cómo afecta la televisión en términos de reconocer emociones y, por tanto el consumo adecuado de este medio puede ser una herramienta de aprendizaje, Santiago-Chile, enero.
- 34 Acorsi, Enrique 1997. Entrevista matinal realizada por Sergio Campos en Radio Cooperativa. Santiago-Chile, mayo.
- 35 Daniel, Jean 1995. Op. cit.
- 36 Lecaros, María José 1996. Op. cit.
- 37 Del Villar, Rafael 1998. “Información Pulsional e Información Simbólica” en: Cátedra sobre la Cultura de la Imagen Contemporánea. Diplomado Crítica Cultural. Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. mayo, Santiago-Chile.
- 38 Ibid.
- 39 Alamo, Claudia 1995. “Una resistencia mundial contra ensayos nucleares: ¡NO MAS!” en: Revista Caras (reportaje) Año 8 N° 194, Santiago-Chile.
- 40 Las Últimas Noticias 1995. “¡No a la contaminación!” en : Diario Las Últimas Noticias Santiago-Chile, pág 2.

- 41 Paulsen, Fernando 1997. "La apatía está de moda" en : Revista Qué Pasa. Sección Punto Aparte. noviembre, pág 97.
- 42 Ramírez, Paulo 1997. "Superavit Informativo" en : Columna de Opinión. El Mercurio S.A. Cuerpo C Santiago-Chile, pág.11.
- 43 Mondría, Patricia 1995. Op. cit.

BIBLIOGRAFIA

- Abeliuk, René (1991). "Los tristes records del agua de Santiago" en : Revista Ambiente y Desarrollo. CIPMA Vol VII N°2,. Santiago-Chile
- Abuad, Ana María (1993) "Secuelas de la agresión" en : Para Abrir la Mente. Revista YA. Tomo 1. El Mercurio S.A. Santiago-Chile, pág 23
- Adler, Jonathan H. (1996). "Pequeñas mentiras inocentes. La educación ambientalista inapropiada de los niños de Estados Unidos" en: Educación para el Medio Ambiente. Servicio Informativo y Cultural de los Estados Unidos (USIS). Santiago-Chile.
- Adonis M. and Gil L. (1993) Mutagenicity of organic extracts from Santiago-Chile, airborne particulate matter. Muttatron. Santiago-Chile
- Agostini, Giorgio (1995) "Mensajes destructivos" en: Para Abrir la Mente. Tomo 1 Edición El Mercurio. Santiago-Chile.
- Agostini, Giorgio (1995) "Para que la familia sea un pilar" en: Para Abrir la Mente. Tomo I Edición El Mercurio. Santiago-Chile.
- Alcázar, Susana (s.f) Los envases plásticos y el Medio Ambiente. Universidad de Santiago, Departamento de Humanidades. Documento de Trabajo. Santiago-Chile.
- Arenas, Federico (1985-1986) "Contaminación, sequía y medio ambiente en las informaciones de prensa" y "La contaminación y el deterioro de los recursos en las informaciones de Prensa" en: Revista Ambiente y Desarrollo. CIPMA. Vol II, N°1, Santiago-Chile.
- Astorga, Andrés (1995) en : Törey, Sofía (1995). Reciclaje: situación actual y rol del municipio. CIPMA. Serie Documentos N°39. Junio -Santiago-Chile.
- Barrero, Camilo (1995) Opinión Pública y ONG's Colnodo Servicio APC. Colombia.
- Barrios, Florencia (1982). El Liceo Experimental Manuel de Salas. Un aporte de la Universidad de Chile a la educación nacional. Ediciones de la Universidad de Chile. Santiago-Chile.
- Bateson, Gregory (1972). Pasos hacia una ecología de la mente. Buenos Aires: Ed. Carlos Lohlé.
- Bore, D. Pizarro, F. Cabrera, M. (1986) Diagnóstico de la contaminación marina en Chile. CORFO. Instituto de Fomento Pesquero. Santiago-Chile.
- Bravo, Patricia (1995) "Pre-ocupación" en : Para Abrir la Mente. Revista YA Tomo 2. El Mercurio S.A. Santiago-Chile, pág 79.
- Brough, H. (1990) en Sallat, L. (1990) "Recuperemos la Tierra" en: Salud y Medio Ambiente Revista de la Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y el Caribe. Isis Internacional. Santiago-Chile
- Casanova A. Alfonso. Manual de Reciclaje de basura. Importancia y efecto en la Salud Pública IV Región. Integra Ltda. 1992. pág 18, La Serena-Chile.
- Cohen, Michael (1994) en G. Tyler Miller, Jr. (1994). "Contaminación del Aire" en : Ecología y Medio Ambiente. Grupo Editorial Ibeoramérica. Capítulo 21. México D.F. México.

- CONAMA (1992) en Ley N° 19.300 (1994). Sobre Bases Generales del Medio Ambiente, CONAMA, Santiago - Chile.
- CONAMA (1996) "Reciclaje con Venta Asegurada" en : Revista del Colegio de Ingenieros de Chile. Abril. 1997. Colegio de Ingenieros de Chile. Santiago, Chile.
- Crespo, Renato (1994). Medio Ambiente y Sociedad. Cochabamba: CESU, Universidad Mayor de San Simón. Bolivia.
- Croxatto, Héctor (1990) "Comencemos por educar", en: Revista Ambiente y Desarrollo. Edición Aniversario. CIPMA. Santiago, Chile.
- De Fleur, Melvin (1996) "La cuestión vieja. ¿Cómo llegamos a conocer la realidad? en: Teorías de la Comunicación de Masas. Ediciones Paidós. Mexicana S.A. D.F. México
- De Foncuberta, Mar (1993). La noticia. Pistas para percibir el mundo. Ediciones Paidós, Papeles de Comunicación 1. Barcelona-España.
- De Moragas Spá, M. (s.f) "Estructura, funciones y efectos" en: Sociología de la Comunicación de Masas. Tomo II, s.e y s.f /fotocopia
- Echeverría, Gilda (1995). "Demostrar es saludable" en : Para Abrir la Mente. Revista YA Tomo 1. El Mercurio S.A. Santiago-Chile, pág 120
- Eisenstein, E. (1978). The Printing Press as an Agent of Change. Nueva York: Cambridge Univesity Press.
- Fao (1995) Las Mujeres alimentan al mundo . Documento de trabajo presentado en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación en Italia 1996. Santiago-Chile.
- Figuroa, Rodrigo (1997) "Desde la comunidad a la industria: Reciclaje y venta asegurada" en: Revista del Colegio de Ingenieros de Chile. Colegio de Ingenieros de Chile. Edición 147 Santiago-Chile.
- Florenzano, Ramón (1995) : "El tercer papá" en: Para Abrir la Mente Tomo 2 Edición El Mercurio. Santiago-Chile pág. 71.
- Florenzano, Ramón (1995-a) "Adulto joven" en: Para Abrir la Mente. Revista YA. Diario El Mercurio, Tomo 1. Santiago-Chile.
- Florenzano, Ramón (1995-b) "Adolescentología" en: Para Abrir la Mente. Revista YA Diario El Mercurio,. Tomo 1. Santiago-Chile.
- Florenzano, Ramón (1995-c) "Lo normal a cada edad" en: Para Abrir la Mente. Revista YA. Diario El Mercurio,. Tomo 2. Santiago-Chile.
- Florín Raymond (1992) "¿Cómo enfrentar a la opinión publica?" en: Revista Ambiente y Desarrollo. CIPMA Vol VIII, N°1. Santiago-Chile.
- G. Tyler Miller, Jr. (1994). Ecología y Medio Ambiente. Grupo Editorial Ibeoramérica. Parte V. México D.F. México.
- Gerbner (1973) en Mc Quail, Denis (1996) "Teoría de la modelación" en : Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Edición Paidós Comunicación 2ªedición México D:F. México, pág. 137-360
- Gil, Lionel (1993). "Comparación de niveles de los principales contaminantes atmosféricos regulados" en: Revista Ambiente y Desarrollo. CIPMA Vol IX N°4. Santiago-Chile

- Gómez, Luis Aníbal (1980) Opinión Pública y Medios de Difusión. Impreso en... Productora de Publicaciones. Quito-Ecuador.
- Gouldner, A. (1978). La Dialéctica de la Ideología y la Tecnología. Madrid: Alianza.
- Guinsberg, E (1998) "La manipulación del sentido de la realidad" en: Control de los medios, control del hombre. México D.F. Mexico
- Hagen, E. (1962). On the Theory of Social Change. Dorsey Press.
- Hallorau, Elliot y Murdock (1970); Glasgow University Media Group, 1976 y 1980.
- Hernández, Fernando (1997) "Desde la comunidad a la industria: Reciclaje y venta asegurada" en: Revista del Colegio de Ingenieros de Chile Abril. Colegio de Ingenieros de Chile. Santiago Chile. págs 4 a 15.
- Hopenhayn, Martín (1996). "Identidad y Cultura en la inserción externa y el desarrollo sustentable" en : V Encuentro Científico sobre el Medio Ambiente. Inserción global y Medio Ambiente. CIPMA. Santiago-Chile
- Iyengar, Shanto (1994) Televisión y Opinión Pública: El poder de los medios de comunicación de masas. Ediciones Gernika S.A.. Montevideo-Uruguay
- Katz, E. y otros (1973) "Teoría funcional estructural e integración" en: McQuail, D. (1996) en : Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Editorial Paidós 2a edición. México D.F. México.
- Lang y Lang (1953) en: Mc Quail, Denis (1996) "Teoría de la modelación" en : Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Edición Paidós Comunicación 2ª edición México D:F. México, págs 350-360
- Lang y Lang (1983) en Mc Quail, Denis (1996) "Teoría de la modelación" en : Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Edición Paidós Comunicación 2ª edición México D:F. México, pág 317
- Larraín, Sara (1994), en: Mendoza Marcelo (Ed). "Un partido verde para Chile" en : Todos Queríamos ser Verdes. Editorial Planeta S.A. Santiago-Chile
- Lazafert, Berelson y Gaudet (1948) Comunicación de Masas. Documento de trabajo. UAHC. Santiago-Chile
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. (1948) "Mass communication, popular taste and organized social action", en Bryson, L. (Ed.), The Communication of Ideas. Nueva York: Harper.
- León, José Luis (1993). Persuación de Masas. Psicología y efectos de las comunicaciones sociopolíticas y comerciales. Editorial Deusto S.A. Argentina
- Lerner, D. (1958). The Passing of Traditional Society. Nueva York: Free Press.
- Ley N° 19.300 (1994). Sobre Bases Generales del Medio Ambiente, CONAMA, Santiago - Chile.
- Marín, Mónica (1997). "Desde la comunidad a la industria: Reciclaje y venta asegurada" en: Revista del Colegio de Ingenieros de Chile. Colegio de Ingenieros de Chile. Edición 147 Abril 1997. Santiago-Chile.
- Maturana, Humberto (1994) en Mendoza, Marcelo (Ed). "La tiranía de los empresarios, en: Todos Queríamos ser Verdes: Chile en la Crisis Ambiental. Editorial Planeta S.A. Santiago-Chile

- McQuail, Denis (1996). Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas, Editorial Paidós. Comunicación, 2º Edición México D.F. México.
- Mena F., Sabatini F. (1994-1995) "Análisis de notas de prensa y notas televisivas" en : Investigación sobre Conflictos Ambientales en Puchuncaví. CIPMA, Santiago-Chile
- Mendoza, Marcelo (1994). Todos queríamos ser verdes: Chile en la crisis ambiental Editorial Planeta Chilena S.A. Santiago-Chile.
- Meyer, Philip. (1993). Periodismo de Precisión. Nuevas Fronteras para la Investigación Periodística . Ediciones Bosch. Barcelona-España.
- Meza A. Leonardo. "Educación Ambiental ¿para qué?" en: Revista Nueva Sociedad 122. Nueva Sociedad. Noviembre-Diciembre 1992. Caracas Venezuela.
- Noelle-Neumann, Elizabeth. (1973). "Return to the concept of powerful mass media", en: Studies of Broadcasting vol. 9.
- Ortiz, R. (1980). A consciencia Fragmentada. Rio de Janeiro : Paz e Terra.
- Parra, Fernando (1984). Diccionario de Ecología, Ecologismo y Medio Ambiente. Alianza Editorial.España.
- Peláez, Paula. (1995 a-b) "Los buenos no son noticia" en: Para Abrir la Mente. Diario El Mercurio, Revista "YA" Tomo 2. Santiago-Chile.
- Peñafiel, Juan (1997). "Desde la comunidad a la industria: Reciclaje y venta asegurada" en: Revista del Colegio de Ingenieros de Chile. Colegio de Ingenieros de Chile. Edición 147 Santiago-Chile.
- Pinto, Carmen (1995). "Digna-mente Indignados" en : Para Abrir la Mente. Revista YA Tomo 2. El Mercurio S.A. Santiago-Chile.
- Praus, Sergio (1995) "Derecho y Medio Ambiente en Chile". en : Perfil Ambiental de Chile. CONAMA, Santiago -Chile.
- Ramírez, Fernando (1995) "Contao: Un caso de modernización fugaz" en: V Encuentro Científico sobre el Medio Ambiente Tema Identidad. CIPMA, Tomo 1 Santiago-Chile.
- Retamal, Pedro (1995). "La siquis del corazón" en: Para Abrir la Mente. Tomo 1 Edición El Mercurio. Santiago-Chile.
- Revista del Colegio de Ingenieros (1997). "Reciclaje con venta asegurada". en: Reportajes. Colegio de Ingenieros de Chile - Abril. Santiago-Chile
- Roberts, D. (1972). "The nature of communication effects", en Schramm y Roberts (Eds.), The Process and Effects of Mass Communication. EEUU: University of Illinois Press.
- Ruiz, Alfredo (1995). "Pensamientos Automáticos" en : Para Abrir la Mente. Revista YA Tomo 1. El Mercurio S.A. Santiago-Chile, pág 312
- Sabatini, F. (1993). ¿Qué es un Proyecto de Investigación? . Documento. Instituto de Estudios Urbanos Universidad Católica. . Santiago-Chile.
- Salleh, Ariel (1992). "Ecosocialismo-Ecofeminismo", en: El desafío político del medio ambiente. Revista Nueva Sociedad. Nº122. Venezuela. págs 230-233
- Shallat, Lezak (1990). "Recuperemos la Tierra" en: Salud y Medio Ambiente Revista de la Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y el Caribe. Isis Internacional. Santiago-Chile

- Snow, R.P. (1984). "Media Power", Beverly Hills y Londres, Sage Publications.
- en: McQuail Denis, (1996) Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Editorial Paidós Comunicación, 2º Edición México D.F. México
- Sociedad Amigos del Arbol (1995). "El aluminio y su reciclado" en: Revista El árbol nuestro amigo. Sociedad Amigos del Arbol Año 9 N°1. Temuco- Chile..
- Solis, Laura; Verdejo Mª Rosa (1995) Investigación Periodística diario La Epoca. Universidad de Humanismo Cristiano. Periodismo Científico. Santiago, Chile.
- Suárez, Luis (1994). Los medios de comunicación de masas y los grandes desafíos de América Latina y el Caribe: desarrollo económico y social, educación, democracia y medio ambiente. Documento de trabajo. UNESCO. Santiago-Chile.
- Sunkel, Guillermo (1997). Medios de Comunicación y Política en Chile: Notas a partir de datos recientes. Instituto de Sociología. Pontificia Universidad Católica de Chile. Guadalajara, México.
- Tetra Pak. "Materias Primas" en: Perfil Ambiental de Tetra Brik Aseptic. Tetra Pak. (s.f.) Santiago-Chile.
- The recycler's handbook. Earth Works Group. (s.f.) Berkely California
- Thompson, Keneth. (1986). Beliefs and Ideology. Sussex, Inglaterra: Ellis Horwood.
- Törey, Sofía (1995). Reciclaje: situación actual y rol del municipio. CIPMA. Serie Documentos N°39. Santiago-Chile.
- Törey, Sofía. "La percepción de la gente sobre la gestión ambiental en Chile" en: Revista Ambiente y Desarrollo Vol XII N°3. CIPMA. 1995. Santiago-Chile.
- Tortalani, R. (1976) Testing your Tv spot? Once in not enough. Advertising Age.
- UAHC (1996) "¿Qué son las emociones?" en : Programa de Formación a Distancia para Agentes Locales de Juventud. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago-Chile.
- Valenzuela, Ricardo (1997) en : Molina, Claudia (1997). Educación Ambiental en Chile. Universidad Católica Institutos de Estudios Urbanos. Documento de trabajo Santiago, Chile.
- Van den Berg y Reid (1980) "Effects of Producto Puffery on Responseto Print Advertising, Current Issues an Research in Advertising" en Leon, José Luis (1993). Persuasión de Masas. Editorial Deusto S.A. Argentina
- Vásquez Montalbán, M. (1971) Informe sobre la información, Editorial Fontanella S.A. Barcelona-España. pág 17.
- Vásquez Montalbán, Manuel. (1980). Historia y Comunicación Social. Alianza. Editorial. Barcelona-España
- Verdejo, María Rosa. (1995). Proyecto : Medio de comunicación escrito para niños de 11 a 14 años de la Region Metropolitana. Escuela de Periodismo, Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago-Chile
- W.U.S. (1995) "Problemas actuales del Movimiento Estudiantil en Centroamérica". en : Seminario-Taller sobre Movimeinto Estudiantil y Ajuste Estructural. Heredia, Costa Rica.

- Weinin, Chen (1991) "Las mujeres chinas frente a una tarea imperativa" en : Despejando Horizontes. Mujeres en el Medio Ambiente. Ediciones de las Mujeres N°18 Isis Internacional 1993, Santiago, Chile
- Wiltshire, Rosine (1993) "Siete testimonios y cuatromitos" en : Despejando Horizontes. Mujeres en el Medio Ambiente. Ediciones de las Mujeres N°18 Isis Internacional 1993, Santiago, Chile
- Wolf (1994), Klapper (1963), Bartlett (1932) en Wolf, Mauro (1994) "Factores relativos a la audiencia" en: La investigación de la Comunicación de Masas. Editorial Paidós, Barcelona-España
- Wolf, Mauro (1994). La Investigación de la Comunicación de Masas; Crítica y Perspectivas. Editorial Paidós. Barcelona-España.
- Wurman, Saul. 1989. Information Anxiety. Nueva York: Doubleday.
- Zajonc (1972) en León, José Luis (1993) "La representación del mensaje a través de los medios" en : Persuasión de Masas. Ediciones Deusto, Buenos Aires-Argentina.

ANEXO I
CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO

Tesis para optar al título de Periodista
LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS Y LA OPINION DE LOS JOVENES
Muestra : Alumnos de Enseñanza Media del Liceo Manuel de Salas

La siguiente es una encuesta que busca conocer tanto la opinión que tienen los estudiantes de enseñanza media del Liceo Manuel de Salas sobre los medios de comunicación (radio, diarios y televisión), como la influencia que estos medios tienen sobre los jóvenes.

Las respuestas son individuales y anónimas. Cada encuesta formará parte de un total de 250, las que en su conjunto servirán para construir bases de datos y realizar análisis estadísticos.

De esta forma podremos conocer más sobre los factores que llevan a los jóvenes del Liceo Manuel de Salas a preferir unos medios más que otros. Al mismo tiempo, nos facilitará nuevos antecedentes sobre la influencia que tienen los medios en las opiniones de ustedes.

Es muy importante que marques sólo las alternativas de las que estás seguro. Si no sabes, deja en blanco la respuesta.

De acuerdo al compromiso adoptado entre la Universidad Academia de Humanismo Cristiano y el Liceo Manuel de Salas, los resultados de la encuesta serán entregados a este último. Agradecemos muy sinceramente tu colaboración.

1. Curso :^{IV}.....Año Medio

2. Edad :¹⁷.....años

3. Sexo : M...|... F.....

4. ¿Cuál es el nivel educacional alcanzado por tus padres?
(si alguno falleció, indica el nivel educacional que tenía)
(marca con una cruz donde corresponda)

	Padre	Madre
-Ed. Básica		
-Ed. Media		
-Formación Técnica Comercial*		
-Ed. Instituto Profesional**	X	
-Ed. Universitaria Incompleta		
-Ed. Universitaria Completa		X
-Ed. Universitaria de Posgrado		
No sabe		

*Paralela a la educación media. Por ejemplo, peluquería, mecánica, costura, etc.

**Después de la educación media. Por ejemplo: dibujante técnico, fotógrafo, técnico textil, topógrafo, locución, etc.

5. ¿Qué actividades realizaste durante las últimas vacaciones de verano?
(marca con una cruz todas las que corresponda)

	- Arrendar un video
	- Dormir en carpa
X	- Salir a bailar
	- Hacer picnic al aire libre
X	- Ir al cine
X	- Subir un cerro
X	- Nadar
	- Bañar un perro o una mascota
	- Descansar bajo un árbol
	- Otra, específica: <u>PIAYAS</u>

6. ¿Qué actividades has realizado desde que entraste a clases este año?
(marca con una cruz todas las que corresponda)

	- Arrendar un video
	- Dormir en carpa
X	- Salir a bailar
X	- Hacer picnic al aire libre
X	- Ir al cine
X	- Subir un cerro
	- Nadar
	- Bañar un perro o una mascota
	- Descansar bajo un árbol
	- Otra, específica: _____

7. ¿Qué nota final obtuviste en el último semestre en las materias siguientes? (indica la nota aproximada si no recuerdas con exactitud la nota exacta, con decimales por favor)

- Ciencias Sociales 6,5
- Biología 6,5

8. Si tuvieras que elegir entre asistir a clases de Ciencias Sociales o asistir a clases de Biología, ¿cuál elegirías?
(marca sólo una)

	Ciencias Sociales
X	Biología

9. ¿Cuál frase define mejor para tí el medio ambiente?
(marca sólo una)

X	La relación del hombre con la naturaleza
	La vida de las plantas y animales

10. ¿Cuánto tiempo en promedio destinas diariamente A VER TELEVISION en los días de semana (lunes a viernes)?

(marca con una cruz la alternativa que más se aproxime)

	quince minutos diarios o menos
	treinta minutos diarios
X	una hora diaria
	una hora y media diaria
	dos horas
	tres horas o más
	No veo TV los días de semana

11. ¿Cuánto tiempo destinas en promedio diariamente A VER TELEVISION durante los fines de semana (sábado y domingo)?

(marca con una cruz la alternativa que más se aproxime)

	quince minutos diarios o menos
	treinta minutos diarios
	una hora diaria
	una hora y media diaria
X	dos horas
	tres horas o más
	No veo TV los días de fin de semana

12. ¿Cuánto tiempo destinas en promedio diariamente A ESCUCHAR RADIO durante la semana (lunes a viernes)? (marca con una cruz la alternativa que más se aproxime)

	quince minutos diarios o menos
	treinta minutos diarios
X	una hora diaria
	una hora y media diaria
	dos horas
	tres horas o más
	No escucho radio los días de semana

13. ¿Cuánto tiempo destinas diariamente A ESCUCHAR RADIO durante los fines de semana? (marca con una cruz la alternativa que más se aproxime)

	quince minutos diarios o menos
	treinta minutos diarios
	una hora diaria
X	una hora y media diaria
	dos horas
	tres horas o más
	No escucho radio los días de fin de semana

14. ¿En qué ocasiones LEES EL DIARIO?

(marca con una cruz sólo una alternativa)

	por lo general, todos los días
X	por lo general, los días de fin de semana
	a veces
	casi nunca
	nunca

(Si respondiste "nunca"; salta a la pregunta #16)

15. ¿Cuando lees el diario, cuáles de los siguientes temas son los 3 que te interesan más ? (Por favor, marca una sola cruz en cada columna)

Preferencias			Temas
1ª	2ª	3ª	
X			cultura
			deporte
	X		desastres naturales
			economía
		X	espectáculos
			guerras
			medio ambiente
			política nacional
			política internacional

16. ¿Cuál es el medio de comunicación al que recurre con mayor frecuencia para informarte de las noticias los días de semana y los días de fin de semana?

(marca sólo una alternativa en cada columna)

Medio de Comunicación	días de semana	días de fin de semana
- Televisión		X
- Radio		
- Diarios	X	
-Otro (especifica: _____)		
- Ninguno		

17. ¿Cómo consigues más información sobre una noticia que te interesa?

(ordena las alternativas según importancia marcando una sola cruz en cada columna)

Preferencias			
1ª	2ª	3ª	
X			Recorro a mis familiares más cercanos
		X	Recorro a mis amigos, compañeros de curso o profesores
	X		Recorro a los medios de comunicación (radio, TV, diarios)

18. Entre tus familiares más cercanos, ¿de quien consigues más información sobre una noticia que te interesa?:
(marca sólo una alternativa)

	madre
	padre
	hermano o hermana
<input checked="" type="checkbox"/>	Otro, especifica <u>ABUELOS</u>

19. Entre el colegio y las amistades, ¿de quien consigues más información sobre una noticia que te interesa?:
(marca sólo una alternativa)

<input checked="" type="checkbox"/>	amigo o amiga
	compañero o compañera
	profesor o profesora
	Otro, especifica _____

20. Entre los medios de comunicación, ¿de cuál consigues más información sobre una noticia que te interesa?:
(marca sólo una alternativa)

	diarios
	radio
<input checked="" type="checkbox"/>	TV
	Otro, especifica _____

21. ¿Qué sientes cuando te informas a través de los medios de comunicación de noticias como las siguientes ?

- Se extinguen nuevas especies de animales y plantas
- La desertificación avanza irreversiblemente
- Se reduce drásticamente la superficie de bosque nativo

(marca con una cruz todas las alternativa que desees)

<input checked="" type="checkbox"/>	temor
<input checked="" type="checkbox"/>	tristeza
	aburrimiento
	indiferencia
	inseguridad
<input checked="" type="checkbox"/>	preocupación
	rabia

22. ¿Qué te dan ganas de hacer cuando los medios de comunicación te vuelven a informar que los índices de contaminación del aire en Santiago son de los peores del mundo? (marca sólo una alternativa)

	no me dan ganas de nada (me es indiferente)
	no volver a escucharla porque me satura
<input checked="" type="checkbox"/>	saber más y conseguirme más información
	alegar o protestar

23. ¿Qué te dan ganas de hacer cuando los medios de comunicación te vuelven a informar que las playas de la costa central de Chile están contaminadas con materias fecales? (marca sólo una alternativa)

<input type="checkbox"/>	no me dan ganas de nada (me es indiferente)
<input type="checkbox"/>	no volver a escucharla porque me satura
<input type="checkbox"/>	saber más y conseguirme más información
<input checked="" type="checkbox"/>	alegar o protestar

24. La ley de Protección del Bosque Nativo en Chile:
(marca con una cruz la alternativa que piensas que es correcta)

<input type="checkbox"/>	Fue aprobada por el Parlamento en años recientes
<input type="checkbox"/>	Fue presentada al Parlamento y aún está en discusión
<input type="checkbox"/>	No se ha presentado ningún proyecto de Ley sobre Bosque Nativo al Parlamento
<input checked="" type="checkbox"/>	No se

DONDE ESTA LA INFORMACION

25. Los tres componentes principales del smog de Santiago son:
(identificalos con 3 cruces)

<input type="checkbox"/>	Los humos de las chimeneas de las casas
<input checked="" type="checkbox"/>	Los gases de los vehículos motorizados
<input checked="" type="checkbox"/>	Los humos de las chimeneas de industrias
<input type="checkbox"/>	Los humos producto de la quema de basura
<input checked="" type="checkbox"/>	El polvo en suspensión

26. La destrucción que provocan los aluviones en Santiago se debe a :
(marca con una cruz todas las alternativas que piensas que son correctas)

<input checked="" type="checkbox"/>	La falta de pavimentación de las calles
<input type="checkbox"/>	Que llueva sin frio
<input checked="" type="checkbox"/>	Que las casas están construidas en zonas de riesgo
<input type="checkbox"/>	La deforestación de la pre-cordillera

27. Del siguiente listado de mujeres, identifica con un cruz a 2 importantes activistas chilenas del medio ambiente (marca dos)

<input type="checkbox"/>	María Izquierdo
<input type="checkbox"/>	Adriana Hofmann
<input type="checkbox"/>	Fanny Pollarolo
<input type="checkbox"/>	Ana María del Río
<input type="checkbox"/>	Sara Larrain

NO LAS CONOZCO

28. ¿Qué piensas sobre los problemas ambientales que provoca el uso creciente de envases desechables?
(por favor, escribe con letra clara)

SOLO ACRECENTAMOS MAS Y MAS LA DESTRUCCION DE NUESTRO MUNDO

29. ¿Qué piensas sobre la contaminación del aire y de las aguas (ríos, mares, lagos) en Chile?
(por favor, escribe con letra clara)

HABLAR NO ES SUFICIENTE, HAY QUE LLEGAR A UN ESTADO DE CONCIENCIA INDIVIDUAL, !!! ES DIFICIL !!!

ANEXO II
ANTECEDENTES LICEO EXPERIMENTAL MANUEL DE SALAS

ANTECEDENTES GENERALES

Desde el año 1920 adelante, se inician en Chile profundos cambios en lo económico y en lo social, sostiene la profesora Florencia Barrios (1982), en "El Liceo Experimental Manuel de Salas".

La educación era un hito importante en los cambios sociales y ello explica que en esa década, la población en edad escolar matriculada en escuelas primarias, haya aumentado de un 46,2% en 1920, a un 60,6% en 1930, cifra que sólo fue superada en la década del 60.

En la década del 20, el año 1928 es el período cumbre en el desarrollo cuantitativo y cualitativo de la Educación. En lo cuantitativo, el servicio educacional superó el 60% de alumnos atendidos, alcanzando la educación elemental a la mayoría de los niños en edad escolar, lo que permitió, cuantitativamente, transformar la población de Chile de analfabeta en letrada.

En ese mismo año, se produce una profunda y amplia reforma educacional, la que abarcó los niveles básico y medio de la educación chilena. Es así como se cambian planes y programas, haciéndolos más acordes con la realidad de un mundo que tendía más a lo científico y tecnificado, a las tradiciones de un país que basaba su cultura en un humanismo occidental y cristiano y por último, a una idiosincrasia propia de cada región, producto de un medio geográfico natural y cultural, rico y variado.

Esta reforma respondía a una realidad nacional y su fin esencial era hacer de la juventud, personas pensantes y responsables de su vida y de las tareas que, como ciudadanos, les correspondería emprender en el quehacer nacional cuando se incorporaran a la vida productiva.

La enseñanza, sin perder sus bases humanistas y artísticas, tendía también a fortalecer lo científico y además, pretendía preparar al egresado de la enseñanza Primaria y Secundaria, en aspectos técnicos que le aseguraran un lugar en alguna actividad laboral.

Figura relevante en esos movimientos educacionales, fue la profesora de Castellano Amanda Pinto Sepúlveda, conocida como Amanda Labarca Hubertson, pues al momento de contraer matrimonio adoptó los apellidos de su esposo Guillermo Labarca Hubertson.

Esta destacada educadora, siguió estudios superiores en universidades de Norteamérica y Europa, especializándose en educación y además, se compenetró, en esos medios, de los aspectos educativos más relevantes.

Con un amplio conocimiento académica y práctico, la insigne educadora se abocó en su país a la modernización de la educación, adecuándola a las exigencias de un mundo cada vez más tecnificado.

Con posterioridad fue nombrada Directora General de Educación Secundaria y es así como en el año 1932 promueve, desde ese alto cargo, la creación de un "laboratorio pedagógico", que fuera centro de ensayo de planes y programas de estudio acordes a la idiosincrasia nacional y a las nuevas exigencias de un país que marchaba en busca de su propio destino.

Este "laboratorio pedagógico", necesariamente tendría que ser un colegio y por ello, el 28 de marzo de 1932, el Ministerio de Educación procedía a dictar el siguiente Decreto:

"Hoy se decretó lo que sigue:"

Nº 604.- Teniendo presente la necesidad de crear un establecimiento cuya característica permita ensayar reformas de organización didácticas, nuevos métodos de enseñanza y diferentes agrupaciones de materias en los programas; que tales innovaciones ensayadas y vigiladas, en un establecimiento adecuado, permitirán dar base sólida a las reformas que se intentan en la educación secundaria general, y considerando que los actuales establecimientos de educación secundaria no cuentan con los medios necesarios para ensayar esas innovaciones".

"Decreto:"

"1º.- Créase un Liceo en la Comuna de Ñuñoa que se denominará "Liceo Manuel de Salas" y que será destinado a la aplicación y experimentación de nuevas organizaciones, métodos y programas de enseñanza secundaria".

"2º.- Este Liceo comenzará a funcionar el 1º de abril próximo, y deberá regirse por las disposiciones y reglamentos que dicta el Presidente de la República".

"Tómese razón y comuníquese.- J.E. Montero.- S. Labarca L."

Como puede apreciarse, en los considerandos del Decreto anteriormente citado estaba la esencia de ser del nuevo Liceo, ya que la necesidad imperante en la época mostró la urgencia de crear un establecimiento con características muy propias, a fin de

ensayar en él nuevos planes y programas de estudio, nuevos métodos de enseñanza para hacer más comprensibles las materias y nuevos sistemas de prácticas pedagógicas con el objeto de transformar la enseñanza en un grado para los educandos y sobre todo, para buscar un sistema que permitiera una equilibrada y armónica relación entre los integrantes de la comunidad escolar, es decir, personal directivo-docente, docente, paradocente, administrativo, de servicios menores, alumnos y padres y apoderados, pues ya se empezaba a entenderse que en la formación integral del educando intervenían tanto su hogar como su medio social y su comunidad escolar. (...)

Este Liceo, dice el ex-Decano de la Facultad de filosofía, Humanidades y Educación Joaquín Barceló, aplicó desde el comienzo de su actividad los aspectos más valiosos y fecundos del pensamiento educacional de Dewey, en la forma de una búsqueda del pleno desarrollo de la personalidad del estudiante para convertirlo en un individuo adaptado a una sociedad democrática, pero sin perder de vista en momento alguno los requerimientos propios de nuestra realidad social.

Junto a los postulados que debía cumplir el nuevo Liceo, se le daba, también, en el decreto de creación, el nombre de "Manuel de Salas", el cual tenía un profundo significado porque don Manuel de Salas es considerado la figura más destacada del ámbito intelectual, social, educacional y científico de toda la época colonial y del período de la Independencia.

A sus relevantes dotes intelectuales que lo colocan a la cabeza de los hombres ilustrados no sólo de Chile sino de Hispanoamérica, se unen su profundo amor a la Patria y al sentido libertario que debía alcanzar Chile, para que fuera su pueblo el artífice de su propio destino. Un hombre impregnado de los ideales de la Ilustración, encuzó su quehacer en tres direcciones: ayuda social a través de obras de beneficencia; impulsó a la economía nacional a través de la implantación de métodos y técnicas avanzadas en el ámbito de la agricultura, de la industria y de la minería y, por último, dando importancia a la enseñanza en el desarrollo económico y social del país.

En este último aspecto, puede ser considerado pionero de las reformas educacionales, ya que percibió con claridad meridiana los grandes cambios que debían darse al proceso educativo con el objeto de lograr la formación del educando en la plena armonía y equilibrio, tanto en lo intelectual, como en lo corporal y espiritual. Además, pretendía que el educando fuera un ser pensante, útil a su sociedad y a su Nación, pues

basaba el auge de Chile en nuevas prácticas educacionales que incorporaran a sus planes métodos científicos y técnicos, acordes con un mundo que presentía, en una etapa de desarrollo acelerado.

Los ideales educacionales de don Manuel de Salas, se adelantaron en más de un siglo a su época, constituyendo la introducción a los grandes cambios educacionales que empieza a vivir el país a partir de 1928 y entre los cuales, estaba la creación de un "laboratorio pedagógico" como lo era el Liceo Manuel de Salas.

Dar este nombre a un Liceo de Experimentación pedagógica era, a la vez, impregnarse del espíritu de este hombre para cumplir con los postulados que se asignaron al nuevo establecimiento. A los pocos años de su fundación, el Liceo dio cumplimiento a los idearios que lo sustentaban con la creación de la ORDEN MANUEL DE SALAS y cuyo lema fue LEALTAD-SERVICIO-PROGRESO.

Esta Orden se destinaría a investir a los elementos de aquella comunidad escolar que más se distinguieran en el cumplimiento de los principios reseñados.

En 1933, a un año de su creación, el Liceo Experimental Manuel de Salas ya no era una idea y mucho menos un proyecto, era una realidad con vida propia, débil, en crisis; quizás a punto de desaparecer, pero con una comunidad que estaba comprometida con su existencia y lucharía para cuidarlo, defenderlo, fortalecerlo y lograr, al fin, su consolidación.

Su marginalidad y anonimato se mantuvo durante un decenio y sólo entonces, después de 1943, se inicia su etapa decidora de pleno desarrollo y reconocimiento a su quehacer.

Los éxitos logrados y el reconocimiento que tenía la educación experimentada en dicho establecimiento, así como la calidad de sus docentes, no fueron las razones para que en diciembre de 1942, el Ministerio de Educación dictara el Decreto N° 7560 en el cual, sin que nadie de la comunidad del Liceo Manuel de Salas tuviera el menor conocimiento, establece el traspaso del Liceo a la Universidad de Chile, bajo la tuición de la Facultad de Filosofía y Educación.

La razón que se dio para ello, fue la necesidad que había planteado la Universidad de Chile de contar con un Liceo de Aplicación anexo al Instituto Pedagógico. Sin embargo, tal Liceo era el menos adecuado para satisfacer las necesidades de Práctica Pedagógica de los alumnos que estudiaban la carrera docente, ya que se ubicaba a gran

distancia del Instituto Pedagógico y además, los seis cursos que tenía el Liceo eran menos que suficiente para cumplir con la amplia gama de exigencias de la práctica de los futuros profesores.

Si bien la Universidad de Chile recibió el Liceo Manuel de Salas sin ningún antecedente previo acerca de la labor que realizaba como Instituto de Experimentación Pedagógica, más bien lo aceptó y respetó los lineamientos educacionales. Con ello la Universidad de Chile, dicen los educadores de la época, comprendió en toda su magnitud la importancia que tenía para la educación nacional la experimentación que se realizaba; asimismo respetó el sentir de los profesores, motivándolos para seguir en su magna acción, para lo cual les brindó el más amplio y decidido apoyo.

Desde el momento de su anexión a la Universidad de Chile, el Liceo Experimental "Manuel de Salas" contó, también, con la cooperación de la Rectoría para realizar obras de divulgación que se hacían imperiosas en el ambiente educacional.

Declaración de Principios Educacionales del Liceo Experimental "Manuel De Salas"

El Liceo Experimental "Manuel de Salas" creó una declaración de principios desde su fundación, la cual rige hasta el presente. Fundamenta su filosofía educacional en la adhesión a los principios que permiten al individuo, junto con el ejercicio de las libertades y derechos, propender al desarrollo de su personalidad, para cumplir con eficiencia, sus responsabilidades frente a la colectividad.

Al considerar la educación como un proceso que capacita al individuo para adaptarse al medio en que viva, interpretarlo y mejorarlo, este proceso educativo debe estar orientado a:

- proporcionar a cada individuo las más amplias oportunidades, para el desenvolvimiento de sus capacidades, atendiendo a sus diferencias especiales, sus intereses y aptitudes;
- contribuir a definir y preparar un tipo de ciudadano apto para la acción la sociedad democrática de hoy.
- preparar al tipo de ciudadano que nuestra realidad nacional reclama, dotándolos de los medios para comprender, interesarse e interpretar sus problemas sobresalientes y creando en él aquellos valores permanente, actitudes y habilidades que lo capaciten para actuar en ese medio y propender a su mejoramiento.

Para cumplir con estas finalidades la vida escolar se hace a partir de la convivencia basada en el respeto a la persona humana y fundamentada en los mismos principios democráticos, que informan la sociedad en que deberá actuar más tarde el individuo.

“Si entendemos, señala la Declaración de Principios, el proceso educativo en la forma como se ha enunciado, debemos señalar las características que presenta la realidad chilena de este momento, en sus aspectos políticos, sociales, económicos, culturales e internacionales, que constituyen otros tantos problemas, cuya significación e importancia, deben estar constantemente presentes a través de la enseñanza de un Liceo Experimental”.

Es un principio de la enseñanza del Liceo el dotar a sus alumnos de aquellos valores, actitudes y habilidades que le aseguren una participación inteligente en su medio, y un desarrollo integral de su personalidad en los aspectos físicos, psicológicos y sociales.

Principios Educativos que sustentan el Liceo y Formas de Realización

Para lograr la realización de sus finalidades y objetivos, el Liceo Experimental “Manuel de Salas” concibe el programa escolar como la totalidad de las actividades y experiencias que se desarrollan en el Establecimiento y organiza su vida escolar de modo que se contemplen los intereses, las necesidades y aspiraciones, tanto de los individuos como de las instituciones sociales que deben intervenir en el desarrollo del proceso educativo.

Esta concepción del programa y el tipo de organización de vida escolar que exige, significan para el Liceo la adopción de doce sistemas y funciones. Estas funciones que implican toda su organización y desarrollo se pueden resumir en que, el Liceo concibe la educación como un proceso en evolución que exige un trabajo científico de permanente revisión y estudio y, por tanto, la función experimental depende de los planes generales de estudio, del apoyo y orientación de los alumnos, de la metodología del trabajo, de los planes comunes y variables, de las técnicas de evaluación, del desarrollo de instancias estudiantiles, organización de la vida escolar donde se incluye desde la Dirección hasta los Consejos de Asesores de Instituciones estudiantiles y, por último, la Asociación de Padres y Amigos del Liceo, instancia de colaboración organizada de padres, amigos y ex

alumnos, como un valioso medio para promover la solución de los problemas de salud, socioeconómicos y educacionales de su alumnado; para enriquecer la vida del colegio; para entender su influencia a los distintos campos de la realidad social inmediata, y para continuar y divulgar su labor educativa.