

# Hacia una nueva Educación Ambiental: la experiencia de la Diputación de Barcelona

**Núria Gabenet i Díaz**

*Responsable de la Unidad de Recursos de Educación Ambiental  
Gerencia de Servicios de Medio Ambiente  
Diputación de Barcelona*

## Resumen

Entrados en el siglo XXI **se hacen necesarias nuevas maneras de (re)plantear la educación ambiental, adecuándola a las necesidades y requerimientos actuales** y evaluando cada caso en particular. Hace falta encontrar nuevas fórmulas de sensibilización que estimulen la participación, que empoderen a la ciudadanía y que la motiven suficientemente para movilizarla en favor del medio ambiente y nos conduzcan, individual y colectivamente, a la acción proambiental.

### ¿Cómo?

En primer lugar, apostando por un **enfoque claramente ecosistémico (ecocéntrico)** que entienda a las personas como seres no-separados de la naturaleza, superando el antropocentrismo imperante en el mundo occidental. En la naturaleza (de la que nosotros, los seres humanos, formamos parte) todo está relacionado. Tenemos que entender que **todo lo que hagamos al medio ambiente, en definitiva, nos lo estamos haciendo a nosotros** mismos. Estamos hechos del agua que bebemos de los ríos, del aire que respiramos y de los alimentos que ingerimos de la tierra. No tan solo formamos parte del medio ambiente, sino que *somos* medio ambiente. Contaminar el medio y dañarlo es, en definitiva, perjudicial para las personas.

En segundo lugar, impulsando políticas e iniciativas de educación y sensibilización ambiental **innovadoras**. Que responsabilicen a la ciudadanía, pero no criminalizen, sino que estén formuladas en positivo, y no sean catastrofistas. Es importante entender que el futuro está en nuestras manos y que todavía hay mucho por hacer y es posible revertir el curso de los eventos. ¡Que la cosa está complicada, pero no está todo perdido!

Introducir el **juego** (gamificación), apostar por los **formatos audiovisuales** y aprovechar las oportunidades que nos brinda la **era digital**. Desarrollar Apps para dispositivos móviles y hacernos más presentes en las redes sociales virtuales, comunicando, compartiendo y haciendo visible aquello que hacemos. ¡El poder de influencia y de transformación en un mundo hiperconectado es enorme! ¡Aprovechémoslo en nuestro favor!

Apostar por **iniciativas lúdicas, vivenciales y emocionales**. ¡Sin emoción, no hay movimiento ni cambio duradero posible! Podemos recorrer a las artes escénicas o plásticas, bailar, cantar, crear composiciones musicales, pintar murales, etc. Ser creativos y dejar volar la imaginación, siempre teniendo claro un objetivo y el público al que nos queremos dirigir.

Solo así conseguiremos vencer la *ecofatiga* e incrementar la **participación** en distintos niveles (políticos, sociales, individuales y colectivos) y transformar, mediante acciones concretas, el territorio (local y globalmente) y el planeta en el que vivimos.

Desde la **Diputación de Barcelona** trabajamos en esta línea, desarrollando políticas y actuaciones con vistas a la educación y la sensibilización ambiental que tienen en cuenta este enfoque. Ejemplos de ello son el [Programa de Talleres Ambientales](#), las [rutas autoguiadas con Geocaching](#), el curso "[Herramientas para la Educación y la Sensibilización Ambiental en el siglo XXI](#)" para técnicos y responsables municipales, el desarrollo de Apps y juegos para dispositivos móviles y plataformas web para promover y difundir las iniciativas proambientales, las [campañas audiovisuales y cortometrajes](#), etc.

## 1. Del antropocentrismo al ecocentrismo

*“Desde hace más de medio siglo, una nueva conciencia se está desarrollando. Empieza con una mayor percepción en cuanto al modo en que transcurre nuestra vida (...). Una vez entendamos lo que está pasando, la sociedad humana hará un salto hacia una nueva forma de vida totalmente nueva (...).”*

Las nueve revelaciones – James Redfield

Teniendo en cuenta las dimensiones que toma la problemática ambiental y la evidencia de que la actividad humana ha sido decisiva en las agresiones que sufre el entorno, en los últimos años se empieza a gestar, en distintos ámbitos y estamentos de la sociedad, la necesidad de replantearnos el modo con el que nos relacionarnos con el medio ambiente. Las personas nos comportamos como actores sobre el medio, pero también sufrimos, más tarde o más temprano, las consecuencias de nuestras acciones sobre él.

Cada vez son más los individuos y colectivos que apuestan por un *cambio de paradigma* en la manera de concebir nuestra relación con el medio ambiente. Hemos necesitado llegar a una crisis como la actual para darnos cuenta de muchos de nuestros errores. Y, sobre todo, para percatarnos que no podemos continuar por este camino durante mucho tiempo. O, como mínimo, no a expensas de poner en peligro nuestra propia vida.

Científicos, escritores, psicólogos, artistas... y el mundo entero estamos empezando a despertar a una **nueva conciencia ambiental** y, nosotros, como agentes sensibilizadores, desde las administraciones, tenemos que contribuir a difundir este mensaje.

### 1.1. El antropocentrismo

Durante siglos nos hemos “desarrollado” a expensas de separarnos cada vez más de la naturaleza. El antropocentrismo, es decir, la percepción de estar más allá de la naturaleza, de sus vínculos y restricciones, ha generado una forma de entender el mundo basada en el materialismo y el consumismo, que explica de manera bastante clara el momento de crisis actual al que hemos llegado. Una situación que, en definitiva, esconde una profunda **crisis sistémica** que viene de lejos y que se pone de manifiesto en diversas esferas, no solo económicas, sino también ambientales y de valores.

Preocupados por tener más y más, nos hemos olvidado de quienes somos y de dónde venimos. Superada la concepción de la Tierra como centro del universo, no hemos superado la del ser humano como a dominador del planeta. Hemos dividido el mundo en dos: nosotros y todo lo existente. Nos hemos olvidado de nuestra condición de seres interdependientes, que necesitamos y dependemos de la Tierra para sobrevivir.

Este modo de entender nuestra relación con el medio ambiente, profundamente anclada al pensamiento occidental moderno, hace que las personas sintamos que estamos “delante de” o, como mucho “con la Naturaleza” a la que tenemos que “ayudar” o “proteger”. **El sentimiento prevalente es, pues, el de no pertenecer al complejo sistema llamado biosfera**, sino de estar “fuera de él”, para explotarlo, dominarlo o, en el

mejor de los casos, conservarlo. Sintiéndonos observadores de los ecosistemas (des de fuera), ignoramos las posibilidades y condiciones que el medio natural establece para nuestra vida, y nos volvemos insensibles a la influencia de la propia conducta hacia el entorno.

Esta visión, sin duda, no nos mueve a actuar proambientalmente. Como consecuencia, la Madre Tierra, que nos ha alimentado y sustentado durante miles y miles de años, está llegando a su límite.

El colapso de la economía es tan solo una cara de la crisis. El cambio climático, la destrucción de los ecosistemas y la desaparición de especies (vitales para mantener el equilibrio del planeta) constituyen otra cara de la crisis, la ecológica, que, a su vez, pone de manifiesto la profunda crisis social y de valores, que hay detrás de todo ello. La ocupación expansiva del territorio, a raíz de la fiebre urbanizadora y constructora, ha ocasionado una pérdida de la biodiversidad, la impermeabilización de los suelos y cuantiosos efectos sobre el ciclo hídrico, el consumo desmesurado de recursos, sistemas de movilidad insostenibles y el incremento de la emisión de contaminantes.

Hemos necesitado llegar hasta aquí, para darnos cuenta de la necesidad de replantearnos, ahora ya de forma urgente, la manera como nos relacionamos con el planeta, empezando por el modo de entender nuestra relación con el mundo, las actitudes humanas respecto al entorno, la manera de utilizar los recursos naturales y, incluso, como nos relacionamos con los demás.

Poco a poco se hace evidente la necesidad de adoptar un nuevo paradigma ambiental que entienda las personas como seres integrantes de la naturaleza y se oponga a la visión de un ser humano ajeno a cualquier interdependencia con el medio natural y los recursos.

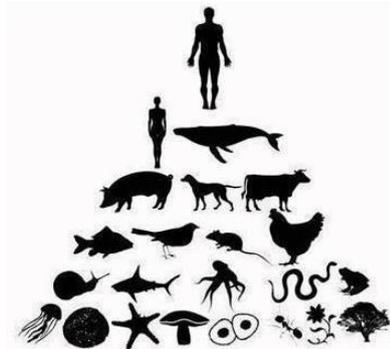
## 1.2. El ecocentrismo

*No estás separado de la totalidad.  
Eres uno con el Sol, la Tierra, el aire.  
No tienes una vida. Eres la Vida.*

*Dependemos de la naturaleza, no tan solo para nuestra supervivencia física.  
También la necesitamos para mostrarnos el camino de retorno a casa,  
el camino de salida de nuestras propias mentes.*

Eckhart Tolle

Contrariamente al antropocentrismo, el ecocentrismo supone una nueva manera de entender nuestra relación con el entorno, en la que la especie humana aparece como **integrante de los ecosistemas y en interdependencia** con todo lo existente. Esto supone una concepción ecosistémica (ecocéntrica) de entendernos a nosotros en relación con el medio ambiente.

**ANTROPOCENTRISMO****ECOCENTRISMO**

Esta constatación de la vida como manifestación de interdependencias es una permanente expresión de la obertura de los seres vivos en su entorno, que lleva a algunos autores a desarrollar la noción de **ecodependencia**, cosa que plantea una ruptura con el modelo antropocéntrico de asilamiento/dominación de las personas en relación al medio ambiente. **De ello deriva el interés por el mantenimiento y la preservación de los ecosistemas.**

Cuando las personas adoptemos esta visión, el respeto y la protección de la naturaleza vendrán solos. Habremos entendido que los seres humanos somos tan solo unos elementos más de los ecosistemas y que contaminar o dañar el entorno supone, en última instancia, perjudicarnos a nosotros mismos.

## 2. La comunicación en la era digital

### 2.1. El ciberespacio y las redes sociales

*Estamos viviendo una revolución tecnológica –de la información y la comunicación– que conlleva una radical transformación sociocognitiva capaz de afectar a prácticamente todos los aspectos de nuestra vida. Emergen nuevos ecosistemas comunicativos en los que conectan la pantalla televisiva con la del ordenador y la del teléfono o el videojuego y se superponen escritura, grafismo, imagen, voz, música. Las tecnologías y los nuevos medios están cambiando los modos de conocer, de relacionarse, de ver, de aprender; hacen surgir nuevos lenguajes y nuevas formas de economía, de experiencia y de cultura.*

Peñamarín

La manera de comunicarnos ha cambiado mucho en los últimos años. Con la aparición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, **la comunicación se digitaliza, se acelera y se inmediateza, a la vez que se imponen nuevos paradigmas comunicativos.**

Internet y las nuevas tecnologías móviles cambian la noción del tiempo y del espacio y nos conectan con el resto del mundo en tan solo un “clic”. Podemos estar en la otra punta

del mundo, pero ya no nos parece que estemos tan lejos ni tan separados. La comunicación se vuelve cada vez más digital, y menos analógica. También más vertiginosa, acelerada, inmediata y global. Y más abundante. Ciertamente hoy en día no podemos decir que la información sea inaccesible, sino al contrario. Hay tanta a nuestro alcance que, a menudo, el principal problema es que no somos capaces de asimilarla.

Hace 15 o 20 años, el modelo de comunicación de masas era vertical, unidireccional y muy bien delimitado: iba de los emisores (grandes medios) a los receptores (la ciudadanía consumidora), y en medio había el canal, el mensaje y el código. Con la llegada del web social (2.0) se produjo un cambio de paradigma, porque **la producción de la comunicación, del mensaje, se hizo accesible al ciudadano, mediante los blocs, los wikis y las redes sociales**. Produciéndose, con ello, el empoderamiento de la gente.

Además, con la progresiva implantación de los dispositivos móviles inteligentes (*smartphones*) las personas se convierten en **nodos de comunicación** (en emisoras y receptoras de comunicación a la vez). Twitter es un claro ejemplo de ello. **El modelo de comunicación ha pasado a ser horizontal, y los emisores, receptores, canales, mensajes y códigos se mezclan y se intercambian**.

La digitalización y el concepto de red abren, así, nuevas posibilidades a la comunicación, siendo las principales características y ventajas de los entornos virtuales las siguientes: **interactividad, hipertextualidad, multimedia, conectividad y multisoporte**.

La digitalización comporta la adaptación de los lenguajes comunicativos a las posibilidades y limitaciones de los nuevos soportes y, a la vez, integrarlos en los diferentes productos multimedia. **La imagen y el sonido, la fotografía y el vídeo**, adquieren un protagonismo mayor y suponen una manera más atractiva de comunicar nuestro mensaje, más allá del texto.

En el ámbito de la educación y la sensibilización ambiental, es importante que nos renovemos y nos adaptemos a esta nueva realidad. Ya no es suficiente utilizar el papel o los formatos tradicionales. Es necesario actualizarse y utilizar la comunicación de una manera más plena, aprovechando el potencial multimedia y toda la interactividad que nos posibilitan los entornos virtuales y los dispositivos móviles.

## 2.2. Apps y dispositivos móviles

La tecnología y la movilidad están transformando a las personas y la manera de relacionarse con su entorno. Y es que la comunicación mediante tecnología móvil se convierte, en el contexto actual, en una nueva forma de comunicación, verbal y no verbal, no presencial, y una de las más usadas actualmente.

La llegada de los **smartphones** ha propiciado la aparición de todo tipo de aplicaciones móviles. En el ámbito ambiental existen ya iniciativas de índole diversa y con resultados muy favorables: desde Apps que permiten medir el ruido o la contaminación atmosférica o ayudar a los ciudadanos a reciclar selectivamente, hasta otros que permiten identificar animales o plantas, rutas sostenibles, etc., entre muchos más.

### 3. Emoción, juego y experiencia

#### 3.1. Emocionarse para emocionar

*El amor es energía emocional en movimiento.  
Un amante es un niño adulto.*

Gabrielle Roth

**Las emociones se encuentran en la base de nuestras conductas y las dirigen.** Durante el día recibimos multitud de estímulos, por distintas vías sensoriales, pero no todas nos impactan e impresionan del mismo modo. Unos nos hacen sentir alegres, otros tristes, otros nos hacen enrabiar... Y otros, simplemente, nos dejan indiferentes. Muchos ni tan solo los llegamos a percibir.

Uno de los objetivos de la comunicación ambiental es conseguir captar la atención del público a quien va dirigido el mensaje. Por ello es tan importante conseguir que éste se emocione. **Si no hay emoción, difícilmente habrá respuesta, ni cambio duradero posible.**

#### 3.2. La importancia de la experiencia

*Esucho y olvido; veo y recuerdo; hago y comprendo.*

Confucio

Educación y comunicación son términos que van **más allá de transmitir información.** Educar y comunicar significa establecer una relación con algo o alguien, es transmitir y compartir actitudes, sentimientos, valores.

Según la *British Audio Visual Society* recordamos, aproximadamente, un:

- 10% de lo que leemos
- 20% de lo que escuchamos
- 30% de lo que vemos
- 50% de lo que vemos y escuchamos
- 80% de lo que decimos
- 90% de lo que hacemos

**Más allá de lo que decimos, vemos u oímos, recordamos lo que hacemos.** Es importante tenerlo en cuenta e incorporar la dimensión práctica y la vertiente emocional en nuestras actuaciones con finalidades ambientales. Jugar, tener en cuenta el papel de las emociones, diseñar actividades al aire libre, por ejemplo, serán maneras de estimular el cambio actitudinal y conductual en favor del medio ambiente.

### 3.3. El juego

*El hombre no deja de jugar cuando se hace viejo; se hace viejo cuando deja de jugar.*

Bernard Shaw

El juego está relacionado con **la broma, la creatividad, la exploración**. Cualquier comportamiento de juego exige un vaivén comunicativo intenso y sutil entre los jugadores. El juego es, pues, una especie de “plaza mayor” donde confluyen muchas capacidades psicológicas.

Jugar es una actividad fundamental para el desarrollo, pero no únicamente en niños, también esto es aplicable a la edad adulta. Y es que, según afirman los expertos, jugar es mucho más que una diversión para los más pequeños. Es la expresión de un ser humano que despliega todas sus capacidades para **explorar**, para **ensayar nuevas maneras de adaptarse** a un entorno cambiante, en un entorno distendido y seguro.

Por otro lado, el juego ayuda a probar soluciones imaginarias a problemas o conflictos reales, presentes o futuros, y a incorporar patrones culturales y sociales. Estimulan el aprendizaje crítico, la creatividad y el pensamiento innovador, entre otros.



Con el juego potenciamos el aprendizaje desde un formato lúdico. Y es que el hecho de **disfrutar** con aquello que se hace (**motivación intrínseca**) es una buena manera de

fomentar las conductas en favor del medio ambiente.

La **gamificación** se define como el uso de mecánicas propias de los juegos en contextos inicialmente no lúdicos, con el objetivo de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización, las conexiones sociales y otros valores positivos comunes a otros juegos. Todo ello con el objetivo de hacer que tareas rutinarias y, de entrada, poco motivadoras, se conviertan en atractivas para aquellas personas que las tienen que llevar a término. ¿Cómo? Mediante la recompensa a determinadas acciones, alcanzando determinados niveles u objetivos y la competición con otros jugadores.

Gracias a las redes sociales y el éxito de algunas iniciativas que hacen uso de la Gamificación, se ve esta disciplina como una gran aliada en diversos sectores, como el márketing, la salud, la educación o el medio ambiente, entre otros.

#### 4. La experiencia de la Diputación de Barcelona

La Diputación de Barcelona, consciente de la necesidad de adecuar la educación ambiental a las demandas y requerimientos de la sociedad en el contexto actual, y preocupada por la mejora ambiental y la promoción de las conductas en su favor, ha ido incorporando y trabajando en una nueva manera de entender la educación y la sensibilización ambiental, **más práctica, más lúdica, más vivencial, más digital**.

**Jugar, provocar, emocionar, sugerir, estimular, vivir...** aprovechar el inmenso potencial de las tecnologías de la información y la comunicación (los entornos virtuales), desarrollar apps para dispositivos móviles, son algunos ejemplos que buscan, todos ellos, comunicar de manera más eficiente el mensaje proambiental.

Lejos de considerar las personas destinatarias de las campañas o iniciativas que se impulsan y receptores pasivos del mensaje ambiental, se busca empoderarlas y que sean ellas quienes, de manera crítica y reflexionada, generen sus propias decisiones. Se convierten entonces en especACtores, capaces de sensibilizar a terceros con nuevas acciones.

Citamos a continuación algunos ejemplos que se engloban en la esta estrategia:

1. Programa de Talleres Ambientales
2. Rutas autoguiadas con Geocaching
3. Recursos audiovisuales para la divulgación y la sensibilización ambiental
4. App Municipios más Sostenibles
5. Formación:
  - a. Curso: "Herramientas para la educación y la sensibilización ambiental en el siglo XXI"
  - b. Curso: "Proyectos de difusión ambiental con herramientas audiovisuales"

Se trata de actuaciones impulsadas y desarrolladas por la Oficina Técnica de Educación y Promoción Ambiental de la Diputación de Barcelona. Todas estas iniciativas comparten:

1. **Un enfoque ecosistémico:** buscan promover un cambio de conciencia ambiental, en favor del ecocentrismo.
2. Están formuladas de manera **lúdica, práctica, experiencial y vivencial**.
3. Buscan **emocionar y empoderar** a las personas que participan en ellas.
4. Persiguen el **cambio actitudinal y conductual en favor del medio ambiente** e incrementar la **participación activa** de la ciudadanía en la temática ambiental.

En algunos casos, a parte, utilizan soportes digitales y las nuevas tecnologías y se complementan de las redes sociales virtuales y los formatos multimedia para darlas a conocer e incrementar el impacto.

Más información en: [www.diba.cat/mediambient](http://www.diba.cat/mediambient).

#### 4.1. Programa de Talleres Ambientales

Se trata de un conjunto de actividades, de entre 1 y 4 horas de duración, dirigidas al público infantil, juvenil y adulto, con la intención de estimular la participación ambiental y sensibilizar en favor del medio ambiente, de una manera vivencial y lúdica.

Para ello, utilizamos herramientas del teatro, la danza o las artes plásticas, así como recursos audiovisuales para facilitar la apropiación del mensaje proambiental y darlo a conocer de una manera actual y atractiva, a través de la experiencia y el juego.

Actualmente forman parte del Programa 16 talleres, en los que se tratan temáticas variadas relacionadas con la sostenibilidad: energía y cambio climático, relación con el entorno o biodiversidad entre otras.

Pueden acogerse al Programa todos los ayuntamientos de la provincia de Barcelona que lo soliciten y estén interesados en organizar actividades de sensibilización y formación ambiental en escuelas, centros cívicos, casales sociales u otros equipamientos municipales.



Describimos, a continuación, un par de ejemplos de talleres que se incluyen en el Programa:

##### 4.1.1. Luces, cámara y acción... para el ahorro energético!

Este taller consiste en hacer un recorrido energético por distintos lugares de la escuela, con el objetivo de reflexionar y entender cómo se puede ahorrar energía, con acciones sencillas. Durante la visita, los asistentes (alumnos y alumnas) del taller serán los protagonistas de un vídeo, que ellos mismos grabarán, a la vez que irán explicando a la cámara todo lo que van aprendiendo, como si fueran periodistas. El resultado del taller es

un reportaje audiovisual que podrán ver el resto de compañeros/as, escuela, familias, etc., ayudando así a sensibilizar y tomar conciencia de distintas medidas para ahorrar energía en la escuela o equipamiento.



#### 4.1.2. Realización de un ecomural

En este taller los asistentes cocrearán, mediante la pintura y el dibujo, un mural con temática ambiental. La actividad, que servirá de pretexto para abordar cuestiones relacionadas con la energía, el cambio climático, el agua, los residuos o el modo en que nos relacionamos con el medio ambiente, se convertirá en un espacio para compartir e investigar qué hay detrás de nuestros comportamientos más o menos sostenibles.

Las manos y el cuerpo se convierten, en esta ocasión, en un vehículo de expresión. Partiendo de un viaje interior que nos llevará a plasmar, en un mural, aquello que sentimos, de manera creativa y que servirá para provocar, sensibilizar e impresionar a terceros, o para decorar, transformar y embellecer el espacio.

Normalmente se trabaja sobre tela, aunque también existe la opción de realizarlo en paredes o muros del centro escolar o de cualquier espacio municipal (calles, plazas...).



Más información en: [www.diba.cat/mediambient/tallers-ambientals](http://www.diba.cat/mediambient/tallers-ambientals)

#### 4.2. Rutas autoguiadas con Geocaching

Desde la Oficina Técnica de Educación y Promoción Ambiental impulsamos un conjunto de actuaciones para la divulgación ambiental, con el objetivo de dar a conocer e incrementar la visibilidad de las iniciativas ambientales que se desarrollan desde el ámbito local.

Con esta finalidad hemos impulsado un proyecto de sensibilización y divulgación ambiental mediante Geocaching.

El *geocaching* es un juego que consiste en encontrar tesoros escondidos, mediante tecnología GPS. Combina la tecnología móvil con la aventura al aire libre, el senderismo, etc. Se trata de un modo excelente de conocer nuestro entorno inmediato o lejano, el pueblo o ciudad donde vivimos, y de descubrir el territorio.

Los participantes tienen que ir a unas coordenadas específicas y, una vez ahí, intentar encontrar el *geocaché* escondido.

Los resultados realizados en dos ayuntamientos de la provincia de Barcelona durante el 2015-2016, han sido muy satisfactorios, avalando la eficacia de esta herramienta gratuita en el ámbito de la divulgación y la sensibilización ambiental. Y corroborando que, con diversión y juego, conseguimos estimular la participación de las personas y, a su vez, motivar el cambio de comportamientos a favor del medio ambiente.



### 4.3. Recursos audiovisuales para la sensibilización y la divulgación ambiental

Tal y como comentábamos en apartados anteriores, vivimos en la era digital. Cada vez más la comunicación se vuelve más digital (y, con ello, más audiovisual y multimedia) y menos textual y analógica.

Los datos hablan por sí solos. Comunidades y redes sociales como el Facebook, el Twitter o el Youtube con millones de usuarios registrados lo demuestran:

			
500M usuarios	200M usuarios	1000M usuarios	100M usuarios

El poder de influencia de las redes sociales es enorme. Teniendo en cuenta esto y la necesidad de hacernos visibles y presentes en estos medios, des de la Gerencia de Servicios de Medio Ambiente de la Diputación de Barcelona, cada vez más apostamos por la **comunicación audiovisual**.

En el ámbito de la sensibilización y la divulgación ambiental, **formamos a técnicos y responsables municipales** para que sean capaces de elaborar, con recursos accesibles y gratuitos, sus propios recursos audiovisuales en materia de medio ambiente, ya sea para dar a conocer sus iniciativas en materia ambiental, o bien para elaborar pequeñas campañas. El curso **“Proyectos de difusión ambiental con herramientas audiovisuales”**, que hemos realizado durante varias ediciones, es un ejemplo de ello.

También realizamos **talleres para la ciudadanía** y elaboramos directamente vídeos cortos. Tal es el caso del **taller de rodaje audiovisual “Un mar de plásticos”**, realizado en el Centro de Estudios del Mar, con motivo del CleanUp Day, que dio como resultado videos como este: “Si el mar no respira, tú te ahogas” u otros en esta línea, que fueron filmados directamente por los asistentes al taller:



O este otro, elaborado en motivo de la maratón **Estalgià 2016**, un proyecto de ahorro energético para contribuir a paliar situaciones de pobreza energética, en el que participaron cuatro municipios de la provincia de Barcelona.



Todos ellos son visibles al canal de Youtube “Educació i Promoció Ambiental” (<http://bit.ly/2d9n6ik>) de la Unidad de Recursos de Educación Ambiental, de la Diputación de Barcelona.

En el futuro tenemos previsto abrir una línea específica de soporte a la divulgación ambiental municipal a través de la generación de recursos audiovisuales.

#### 4.4. Municipios + Sostenibles

Municipios+Sostenibles es una iniciativa impulsada y promovida por la Diputación de Barcelona y el Área Metropolitana de Barcelona que nace con la intención de acercar a la ciudadanía y hacer más visibles las iniciativas a favor de la sostenibilidad que existen en los distintos pueblos y ciudades de la provincia de Barcelona, y así potenciarlas y favorecerlas.



La iniciativa incluye la creación de un **mapa colaborativo** con **ecopuntos** y un **juego de estrategia para dispositivos móviles**, en el que los usuarios podrán construir su ciudad con criterios sostenibles, hacer frente al cambio climático y luchar con otros jugadores para salvar la Tierra y ayudarla a recuperar su energía vital.

Con el juego queremos llegar a un público inicialmente no sensibilizado a la problemática ambiental, y con ello, y dando a conocer acciones sencillas para preservar el planeta, fomentar la reflexión y el cambio actitudinal y conductual, a favor del medio ambiente.

Los ecopuntos hacen referencia a iniciativas sostenibles en distintos ámbitos: agua, energía, residuos, movilidad, comercios y servicios, o equipamientos, entre otros.

Su lanzamiento está previsto para el 2017.

#### 4.5. Formación

Con el objetivo de formar y capacitar a técnicos y responsables municipales en el ámbito de la educación y la sensibilización ambiental, y así incidir positivamente en la participación ciudadana, desde la Diputación de Barcelona ofrecemos cursos y formación específica, en la que tenemos en cuenta las líneas comentadas al principio de este artículo.

Mencionamos, en este apartado, un par de cursos que nos parecen especialmente relevantes en este sentido:

##### 4.5.1. “Herramientas para la educación y la sensibilización ambiental en el siglo XXI”

Se trata de un curso online de 50 horas de duración, dirigido a técnicos y responsables municipales de los ayuntamientos de la provincia de Barcelona.

El objetivo del curso es proporcionar a los alumnos nuevas herramientas que los ayuden a difundir el mensaje proambiental en el contexto actual. Eso incluye tanto la capacitación en nuevas tecnologías (redes sociales, recursos audiovisuales, etc.) como la introducción de conceptos clave en el ámbito de la psicología de la conducta y procesos psicológicos básicos (aprendizaje, motivación, emoción o influencia social, entre otros).

Tiene un enfoque eminentemente práctico y parte de la base que la mejor manera de aprender es a través de la vivencia y la experiencia. A su vez, defiende la necesidad de adoptar una visión ecosistémica (ecocéntrica) que, contrariamente al antropocentrismo occidental imperante, provoque un cambio en la manera de percibir la relación persona-medio ambiente.

En 2017 está previsto realizar la cuarta edición del curso.

#### 4.5.2. “Proyectos de difusión ambiental con herramientas audiovisuales”

Se trata, en este caso, de un curso presencial de 24 horas de duración. Es un curso teórico-práctico que se enmarca en el Plan de Formación de la Diputación de Barcelona.

Está dirigido, como en el caso anterior, a técnicos y responsables municipales, y tiene el objetivo de capacitarles en la elaboración de pequeños proyectos audiovisuales con recursos propios, y de manera económica.

El curso, del que ya se han realizado dos ediciones, incorpora contenidos de rodaje y montaje audiovisual, desde la creación de un guión o *storyboard*, hasta la introducción en técnicas de edición con programario libre.

A principios de 2017 está previsto realizar la tercera edición del curso.

### 5. Conclusiones

Tal y como comentábamos al inicio de esta presentación, des de la Diputación de Barcelona consideramos que es necesaria una nueva manera de educar y sensibilizar en temática ambiental. Los bajos índices de participación ciudadana así lo demuestran.

Durante los últimos años impulsamos iniciativas con un enfoque ecocéntrico (o ecosistémico), el cual consideramos que está en la base de las conductas proambientales, y a su vez buscamos actualizarnos y adecuarnos a los requerimientos del siglo XXI.

Por ello, apostamos por formatos audiovisuales, la utilización de las redes sociales, el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles... Con el objetivo de llegar tanto a un público sensibilizado como, y sobre todo, a aquellos inicialmente no sensibilizados ambientalmente.

Consideramos que sin emoción no hay movimiento, ni cambio posible. Por ello queremos provocar, emocionar, divertir... aparte de aprender con las iniciativas que llevamos a término. La gamificación, el juego, la vivencia y la experiencia, se convierten, así, en pilares, de nuestras políticas de educación ambiental. Queremos corresponsabilizar y motivar, sin criminalizar, buscando la reflexión y el empoderamiento de las personas.

Somos conscientes que nos falta todavía un largo recorrido y mucho trabajo por realizar, pero los resultados obtenidos en las diferentes experiencias que vamos desarrollando, nos animan a seguir explorando y aprendiendo en esta línea.