

Información ambiental: ¿necesidad de especialización?

(Environmental information: a need for specialisation?)

Rekondo, Julen

Aholkularitza eta Ikerketa INGURUNE, S. L Plaza Sagrado

Corazón, 5, 8.º izda. 48011 Bilbao

j.rekondo@euskalnet.net

BIBLID [1137-4462 (2002), 8; 413-422]

El Periodismo ambiental representa un territorio vastísimo, un cajón de sastre desordenado e inabarcable. Ello obedece en gran medida a la realidad profesional y laboral en los medios, por la que, en el mejor de los casos, una única persona—el ecologista—se dedica a la información ambiental. Esta situación supone notables deficiencias a la hora de divulgar el medio ambiente, entre las que destacan la falta de especialización y el catastrofismo y alarmismo de no pocas noticias. De ahí, la necesidad de un Periodismo especializado, que difunda una información actualizada, rigurosa, científica, contrastada y contextualizada sobre el medio ambiente.

Palabras Clave: Medios de comunicación. Información ambiental. Especialización.

Ingurugiroaren Kazetaritzak eremu ikaragarri zabala hartzen du, saski-naski desordenatu eta neurrigabea da. Komunikabideen lan eta lanbide errealtate a da horren arrazoia, hein handi batean; kasurik onenean, hain zuzen ere, pertsona bakar bat—ekologista deiturikoa—ardurutzen da ingurugiroari buruzko informazioaz. Egoera honek hutsune handiak dakartza berekin ingurugiroa dibulgatzeko orduan; hutsune horien artean espezializazio falta eta albiste askoren katastrofismoa eta alarmismoa nabarmentzen dira. Horrebestez, Kazetaritza espezializatu baten premia dugu, informazio eguneratua, zorroztza, zientifikoa, egiaztatua eta dagokion testuinguruan kokatua zabaldu ahal izateko.

Giltza-Hitzak: Komunikabideak. Ingurugiroari buruzko informazioa. Espezializazioa.

Le Journalisme environnemental représente un territoire très étendu, un fourre-tout désordonné et trop vaste. Cela obéit en grande partie à la réalité professionnelle et de travail dans les médias, ce qui fait, dans le meilleur des cas, une seule personne—l'écologiste—se consacre à l'information environnementale. Cette situation représente de notables déficiences au moment de divulguer l'environnement, parmi lesquelles on remarque la faute de spécialisation et le "catastrophisme" et l'"alarmisme" de bien des nouvelles. D'où la nécessité d'un Journalisme spécialisé, qui diffuse une information actualisée, rigoureuse, scientifique, contrastée et contextualisée sur l'environnement.

Mots Clés: Moyens de communication. Information environnementale. Spécialisation.

1. INTRODUCCIÓN

Los Residuos Sólidos Urbanos se han convertido en un problema público grave en aumento que, en las grandes conurbanizaciones, precisa de soluciones técnicas fiables. A pesar de que las cifras de generación de residuos urbanos indican que cada año que pasa éstas aumentan –actualmente cada habitante produce 1,2 kgs. de residuos diariamente–, lo que constituye un riesgo importante para muchas de nuestras ciudades, la inmensa mayoría de la población no lo vive así, quizás porque comprueba que cada día desaparecen los residuos de toda la familia y sólo paga un recibo al año. No tiene conciencia del enorme problema que hay en nuestra sociedad sobre este tema. El problema está consolidado desde hace tiempo, y el ciudadano ve que no le causa ninguna consecuencia negativa y no tiene conciencia de ningún riesgo.

En cambio, cuando se propone una solución técnica al problema existente, por ejemplo la puesta en marcha de sistemas de tratamiento que incluye la incineración o valorización energética, surgen las protestas, inquietudes y sentimientos de riesgos como si la situación anterior (insostenible) que se quiere solucionar no fuera peor que el nuevo estadio propuesto.

En muchas ocasiones, la respuesta de ciertos sectores de la ciudadanía es lo que ya ha tomado un nombre, el síndrome NIMBY (*Not In My Back Yard, no en mi jardín, no en mi patio*).

Quizá la principal razón del NIMBY es la sensación de riesgo y el riesgo es percibido subjetivamente por cada persona y por cada colectivo de forma distinta. Toda actividad humana comporta un riesgo correspondiente. Toda tecnología, cualquier solución técnica a un problema y en especial a un problema de tratamiento y eliminación de residuos, conlleva un riesgo para la salud y para el medio ambiente, y el riesgo se asimila a un peligro más o menos posible. Pero este riesgo, que la opinión pública percibe subjetivamente condicionado por muchas circunstancias, no es tan subjetivo sino que es objetivo, comparable y cuantificable. Desde un punto de vista frío y técnico estos riesgos se calculan como muchos otros datos utilizados en la sociedad. Básicamente se calculan mediante técnicas de probabilidades. Pero esta valoración técnica y objetiva del riesgo no es considerada igualmente por todos los colectivos y por todas las personas.

Las posiciones NIMBY son motivadas también por factores sociales. Entre éstos podríamos destacar: los derivados de un desacuerdo con la política general del partido dominante; los derivados de una falta de cohesión social; los derivados de la forma de tomar las decisiones al margen de los afectados; y los derivados de una falta de información lo más transparente, rigurosa, científica, fiable y contrastada posible, para lo que es necesario un Periodismo especializado en materia ambiental. Sobre esta última cuestión discurre el presente artículo.

2. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Antes que nada, conviene distinguir ambos conceptos. Así, a través de la información, se trata de dar a conocer hechos, situaciones o procesos, haciéndolos llegar al público de forma comprensible. Con la comunicación, se pretende además conseguir una determinada actitud, provocar una reacción o motivar un determinado comportamiento en los receptores, ofreciendo argumentos o valoraciones que apoyen una posición dada.

La información ambiental debe ofrecerse con suficientes garantías de veracidad y rigor científico, lo cual no está exento de dificultades, dado el gran volumen de datos que se genera, la multiplicidad de las fuentes de procedencia y la propia complejidad de los procesos que, a menudo, son susceptibles de interpretaciones distintas. A esto se suman los problemas derivados de la pluralidad de actores, intereses y valores que entran en juego.

Por ello, una fundamental herramienta de trabajo en la información ambiental es la elaboración de información actualizada, fiable, accesible, comprensible y utilizable, que sea puesta a disposición de todos aquellos grupos y personas implicadas, o sencillamente interesadas, en un determinado asunto.

Un aspecto relevante en este capítulo se refiere a la información ambiental de la que disponen las diferentes administraciones, y a la que el público tiene derecho a acceder, sin necesidad de acreditar un interés determinado, en aplicación de la Ley 38/95 sobre el acceso a la información en materia ambiental.

Los procesos de información pueden clasificarse en personalizados y generales, según el número de receptores que accedan a los contenidos y el grado de especificidad de éstos. Habitualmente, la información personalizada se ofrece según demanda de un usuario o grupo de usuarios, a través de la comunicación presencial, telefónica, el correo postal o electrónico, etc. La información general suele estar disponible en lugares y soportes de acceso público: medios de comunicación, informes, publicaciones, boletines, páginas web en Internet, etc.

La comunicación ambiental, por su parte, debe ser un proceso de interacción social que ayude a la población a entender los factores ambientales clave y sus interdependencias, pero que posibilite también la realimentación y la respuesta constructiva de los ciudadanos. Para ello, cuenta con un abanico de recursos que se amplía continuamente con las nuevas aplicaciones tecnológicas.

Es necesario mencionar el importante desarrollo que están experimentando los nuevos sistemas de información y comunicación. En los últimos años se está produciendo una rápida extensión de Internet como instrumento de comunicación y trabajo. Este vehículo puede ser muy efectivo para divul-

gar y acceder a información, facilitar el contacto entre los profesionales y conectar a los diferentes actores.

3. ¿CÓMO SE ABORDA EL MEDIO AMBIENTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

Los medios de comunicación social tradicionales (prensa, radio y televisión) han desempeñado un papel importante, no sólo en la aproximación del gran público a la información ambiental, sino también en la creación de una cierta conciencia colectiva sobre estos temas.

En los últimos años se ha producido una importante evolución de la información ambiental, de tal manera que ésta ha empezado a competir con el resto de la actualidad en pie de igualdad, noticia contra noticia, titular contra titular, buscando su propio hueco. Así, los temas ambientales tienen cada vez más una difusión regular en los medios de comunicación diarios. No obstante, también hay que señalar notables carencias y deficiencias, de entre las que destacarían fundamentalmente dos: la falta de especialización de la mayoría de los profesionales de la información ambiental y el catastrofismo y alarmismo que rezuman no pocas de las noticias ambientales, ligados en muchas ocasiones a un Periodismo exclusivamente de denuncia.

3.1. Falta de especialización

La información especializada es un fenómeno periodístico relativamente nuevo en los medios de comunicación diarios que, en nuestro país, comenzó a desarrollarse a partir de la mitad de los años sesenta y hoy está plenamente asentado y en permanente cambio y expansión, a excepción, diríamos, del Periodismo ambiental.

Este tipo de información especializada se suele definir en las Facultades de Ciencias de la Información como “aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que ofrezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades”.

Esta definición nos dice varias cosas. Indica que el Periodismo especializado parcela la realidad, lo cual en la práctica da lugar a la división en secciones temáticas de los periódicos. También señala que el periodista tiene que hacer compatible y situar el contenido especializado en el marco político, histórico y sociológico en el que se produce esa información para que el lector obtenga una visión global de su contexto. Es la mejor forma de evitar la superespecialización que, a la postre, produce incomunicación. Y afirma que el mensaje debe acomodarse al nivel propio de cada audiencia. Es decir, que cuanto mayor es el ámbito de difusión, más comprensible debe ser el mensaje.

La información ambiental hay que situarla dentro de este nuevo concepto de Periodismo que responde a una demanda de audiencias cada vez más interesadas por el área de conocimiento que abarca el medio ambiente, la ecología, la naturaleza, etc.

Ahora bien, a diferencia de otros periodismos, un gran problema en el campo de la información ambiental es la especialización de los profesionales. La inmensa mayoría de los periodistas especializados en medio ambiente, que son bastante escasos, se ha hecho a base de experiencia y vocación. Muy pocos han asistido a cursos específicos. Llegaron a esta especialidad gracias a su esfuerzo personal y, casi siempre, frente a la desidia de sus patrones.

En la prensa diaria, el *retrato robot* del profesional que hace información ambiental es un periodista, casi siempre licenciado en Ciencias de la Información, de unos 32 años, que no suele hacer cursos o seminarios relacionados con el medio ambiente, se dedica preferentemente a la información ambiental, aunque escribe sobre otros temas, y lleva aproximadamente 3,6 años ejerciendo la especialidad. Esta juventud tiene dos causas. El redactor jefe encarga el tema ambiental al recién llegado de la facultad porque lo considera *menor*, y de paso va aprendiendo. Considera "menor" al periodista y al tema.

Estos datos están sacados de una encuesta que realizó la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) en 1997, asociación que fue creada a finales de 1994 y de la que es miembro el autor del presente artículo. La muestra, en este caso, constó de cincuenta periódicos de todo el Estado español. Siete se editan en Madrid, cinco en Cataluña, cinco en Andalucía, cuatro en el País Vasco, cuatro en la Comunidad Valenciana, cuatro en Castilla y León, tres en Galicia, tres en Asturias, tres en Canarias, dos en Aragón, dos en Baleares, dos en Extremadura, dos en Castilla-La Mancha, uno en Murcia, uno en Cantabria, uno en Navarra y uno en La Rioja.

Otro dato interesante que reveló la encuesta es que de estos 50 periódicos 42 al menos tienen un redactor por el que pasa preferentemente toda la información ambiental, aunque sólo ocho profesionales pueden ser calificados de especialistas con dedicación plena a la información ambiental, sin olvidar que ocasionalmente ayudan a sus compañeros de sección en otros temas. De estos 42 periodistas, la mayoría (30) son licenciados en Ciencias de la Información, rama Periodismo. Dos más no han acabado todavía esta licenciatura, otros dos tienen el segundo ciclo de Periodismo y los ocho restantes cuentan con otros estudios diferentes. Únicamente 13 periodistas han asistido como alumnos a cursos, seminarios o jornadas sobre temas ambientales. Los 29 restantes no lo han hecho.

Como demuestra esta encuesta, la formación especializada es una de las grandes carencias que existen.

3.2. Catastrofismo y alarmismo. Periodismo de denuncia

Quizá como producto de lo anterior, y aunque la situación medioambiental del planeta no sea nada halagüeña, se abusa en repetidas ocasiones del catastrofismo y alarmismo, divulgando un tipo de información donde se mete en el mismo saco los riesgos científicamente demostrados con otros que están en curso de evaluación o son inexistentes. En los últimos tiempos, tenemos muchos ejemplos de haber caído en alarmismos al abordar cuestiones como las dioxinas, los alimentos transgénicos o las “vacas locas” ahora.

Por otra parte, con demasiada frecuencia se está incurriendo en lo que, a nuestro juicio, es un error: ceñir el periodismo ambiental al Periodismo de denuncia. Eso conlleva una serie de riesgos como son la simplificación y el maniqueísmo al dividir el mundo entre buenos y malos, la tendencia a veces al amarillismo, buscar más el espectáculo que el análisis, la posibilidad de ser más fácilmente manipulables por las fuentes y, por último, también ese bombardeo de mensajes negativos hacia un público que está aburrido de leer, de ver y de escuchar informaciones sobre escándalos, corrupciones y demás.

Por tanto, consideramos que el Periodismo ambiental no debe ser tan sólo un Periodismo de denuncia, sino que debería fomentar actitudes positivas y provocar consensos entre el público, en las empresas y en la Administración. Y para ello debería ser fundamentalmente un Periodismo informativo, divulgativo y bien documentado. Un Periodismo comprometido pero no sectario.

4. LOS RESIDUOS EN LA INFORMACIÓN AMBIENTAL

Si analizamos la problemática concreta que encierra el mundo de los residuos en la información ambiental, que en muchas ocasiones se escoge como indicador de la situación medioambiental de una sociedad, aparte de los aspectos señalados anteriormente, imputables a la propia realidad de los medios de comunicación, convendría señalar algunas otras cuestiones, como las siguientes:

4.1. Falta de una mayor y más homogénea información

Un rigurosa evaluación de los impactos ambientales causados por los residuos requiere de un seguimiento continuo a través de inventarios fidedignos por corrientes específicas y con datos uniformizados de los distintos tipos de residuos. No obstante, a pesar de las directrices emanadas desde la Unión Europea en este sentido, es constatable (principalmente en los Residuos Sólidos Urbanos) la existencia de distintas definiciones y sistemas de clasificación, así como lagunas de información a nivel global en determinadas corrientes de residuos.

Un ejemplo muy sencillo es el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Entre sus tres territorios históricos, aunque también en otras comunidades autónomas, a la hora de dar porcentajes alcanzados en recogida selectiva y reciclaje de residuos sólidos urbanos, en muchas ocasiones –suponemos de forma interesada– se consideran conceptos idénticos, cuando realmente son cuestiones diferentes. Así, cuando se habla de la *recogida selectiva* de los residuos de envases de plástico, por ejemplo, debe referirse a lo que se deposita en los contenedores ubicados en la vía pública (contenedor amarillo), mientras que el *reciclaje* consiste en limpiar y triturar esos envases desechados para elaborar “granza” o gránulos de plástico reciclado que servirán para fabricar nuevos objetos. En este proceso surgen rechazos, y por tanto nunca es lo mismo la cantidad de recogida selectiva realizada que su reciclaje.

Sin duda, es importante contar con información clara y unificada sobre la evolución, gestión e impactos que se producen con los residuos, si se quiere que la ciudadanía adquiera conocimiento de la problemática de los residuos y, de esta manera, participe en la gestión de los residuos.

4.2. Desconocimiento de la ciudadanía

Como se ha dicho anteriormente, la ciudadanía en general tiene un profundo desconocimiento de la problemática de los residuos, y normalmente le llegan informaciones poco contrastadas. En los últimos tiempos, sobre todo lo que se le pide es que separe la basura en su domicilio, pero no se le explica en muchas ocasiones el porqué; qué aspectos beneficiosos supone; qué logros se van consiguiendo periódicamente con la separación en origen y la recogida selectiva; por qué deben aumentar las tasas o tarifas de gestión de los residuos urbanos, si se quiere una tratamiento más ecológico y más acorde con las normativas más avanzadas en la materia; y, así, bastantes cuestiones más.

5. ALGUNAS PROPUESTAS PARA UNA INFORMACIÓN AMBIENTAL DE CALIDAD

Aunque sólo sea de forma telegráfica, planteamos una serie de propuestas encaminadas a la difusión de una información ambiental de calidad. Todas ellas aparecen bajo tres premisas fundamentales: el fomento de un Periodismo especializado, la obtención de una información pertinente y el enfoque pedagógico que ha de acompañar a la misma.

5.1. Periodismo especializado en materia ambiental

Es necesario un Periodismo especializado en materia ambiental. Para ello es necesario:

- Sensibilizar ambientalmente a los responsables de los medios, directores, redactores-jefe, etc., y por otro lado, apoyar a los periodistas especializados.
- Educar a la Administración y a la universidad en transparencia informativa.
- Impulsar la colaboración con las universidades para mejorar la formación y la sensibilización ambiental de los futuros periodistas en las facultades de Ciencias de la Información/ Comunicación.
- Debe insistirse en lo ambiental en la formación académica, así como en la formación de los periodistas en ejercicio, mediante las actividades de reciclaje, seminarios, encuentros...
- Impulsar los convenios de colaboración entre organismos de investigación, administraciones, ONGs y medios de comunicación en la labor conjunta de divulgación de los valores ambientales y en la realización de campañas de educación ambiental (recogida selectiva de basuras, campañas contra incendios, transporte, etc.).
- Fomentar planes de educación en el ámbito educativo de Ciencias de la Información.

5.2. Información de calidad

Los medios de comunicación deben difundir información actualizada, rigurosa, científica, contrastada y contextualizada sobre el medio ambiente. Ello supone:

- Promover que la difusión de información ambiental sea comprensible y equilibrada, incluyendo opiniones contrastadas sobre los problemas y sus causas y sus consecuencias, y empleando un lenguaje accesible para la mayor parte de la población, sin que esto implique pérdida de rigor científico.
- Situar el análisis de los problemas ecológicos en los contextos económicos, políticos, sociales y culturales en que se presentan, y situar las noticias económicas, políticas, sociales y culturales en el contexto ambiental.
- Facilitar al público el acceso a la máxima cantidad y calidad de datos disponibles sobre cada asunto o tema ambiental de relevancia social, de modo que cada ciudadano pueda formarse un juicio propio y disponer de una información que le sirva de orientación para opinar y actuar.

- Seleccionar las fuentes. Ruedas de prensa, fax, informes, llamadas... son fuentes habituales donde comienza la noticia, pero ¿debemos confiar ciegamente en los informantes? Como norma diremos que a mayor y a más cualificadas fuentes que aparezcan en la información, ésta gozará de mayor rigor. Credibilidad y rigor son elementos básicos que todos los periodistas debemos buscar en nuestras fuentes; sin embargo, una excesiva familiaridad puede hacernos vulnerables ante ellos. Corremos el riesgo de no contrastar adecuadamente todas las informaciones que recibimos y acabar convirtiéndonos en sus portavoces, inconsciente o conscientemente. Lo ideal, aunque muchas veces resulta difícil, es la independencia entre la fuente y el periodista.

5.3. Información con vocación pedagógica

Debe hacerse una información ambiental que tenga una dimensión educativa. Ha de promoverse la información sobre educación ambiental en los medios de comunicación, especialmente en los programas especializados de medio ambiente.

Aunque los periodistas no son formadores –son informadores–, también desde el Periodismo se puede y se debe contribuir al desarrollo de una educación ambiental de carácter informal para ese inmenso segmento de la población que no tiene acceso a los niveles educativos y cuyo único contacto con las preocupaciones de la comunidad son los medios informativos. Quien esta línea escribe es de la opinión de que el reto ambiental es más educativo que técnico. Y ésta es una de las conclusiones de un estudio realizado recientemente por el Departamento de Ordenación del Territorio, Vivienda y Medio Ambiente del Gobierno Vasco (finales del año 2000) sobre las actitudes ambientales de la población de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Según la encuesta que se hizo a 2.000 personas, existe una gran preocupación por el medio ambiente, pero la mayoría no cambiaría su modo de vida. Particularizando en la problemática del tráfico, muchos contestan que “no dejarían de usar su automóvil”. Concretamente, el 50% de los desplazamientos diarios en la ciudad de Bilbao son para recorrer distancias de menos de 3 kilómetros, longitud ideal para ir a pie o en transporte público.

Esta contradicción se revela también en otro de los resultados de la encuesta: un 85% de los vascos no está de acuerdo en que se utilice libremente la naturaleza, pero sólo una cuarta parte de ellos declara mantener una conducta ecológica responsable.

Quizás, esta recomendación debe dirigirse sobre todo a las fuentes de la información: administraciones, organizaciones no gubernamentales, aunque también a las empresas de comunicación. En este sentido, algunas acciones e iniciativas que se deberían impulsar son las siguientes:

- Promover programas especializados.

- Discriminar positivamente los programas con contenidos ambientales, por ejemplo, mediante la inserción de publicidad institucional.
- Desarrollar instrumentos de medición y evaluación de la actividad de los medios de comunicación en temas ambientales.
- Ampliar la formación ambiental de los profesionales que ya están trabajando en los medios de comunicación, mediante la organización de cursos, seminarios y jornadas.
- Fomentar la creación de premios sobre el tratamiento del medio ambiente en los medios de comunicación por parte de las Administraciones, las empresas, etc.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1998ko ingurugiro egoera Euskal Autonomia Erkidegoan. Estado del medio ambiente en la Comunidad Autónoma del País Vasco 1998. [Bilbao]: Ihobe, 1998.

Consulta social sobre vivencia medioambiental en la CAPV. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco, 2000.

FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Joaquín. *Periodismo ambiental en España.* Madrid: Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, [Madrid] 1995.

Programa de Medio Ambiente del Gobierno Vasco para la legislatura 1999-2003. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco [1999].

REKONDO, Julen. *IV Jornadas Periodísticas de Medio Ambiente.* Bilbao: Asociación de Periodistas de Bizkaia, 1999.

REKONDO, Julen. Educación Ambiental: Cambios imprescindibles. En: VV. AA *Libro Blanco de la Educación Ambiental.* 1999.

VV. AA *II Congreso de Periodismo Ambiental.* Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) 1997.