

**Ciclo de conferencias: MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD  
ACTUAL**

**Organiza: Ateneo guipuzcoano e INGEBA (Instituto  
Geográfico Vasco)**

## **ACERCA DEL PERIODISMO AMBIENTAL**

**“El Medio Ambiente en los Medios de Comunicación”**

**JULEN REKONDO. Químico y periodista especializado en temas  
medioambientales.**

# 1. CÓMO SE ABORDA EL MEDIO AMBIENTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

## 1.1. Historia

Nunca viene mal mirar para atrás y hacer un poco de historia. Seguro que algunos conoceréis las obras del prestigioso analista norteamericano Lester R. Brown, que desde años elabora, con un amplio equipo de colaboradores, un informe anual sobre la situación del mundo para un prestigioso instituto científico dedicado al medio ambiente, el Worldwatch Institute.

Pues bien. Brown señalaba en uno de sus informes anuales que “los medios de comunicación tienen la preocupación de centrar toda la información en las tendencias económicas, en parte porque los datos para efectuar su medición están fácilmente disponibles, pero son las tendencias ecológicas las que están dando forma a nuestro futuro”.

Brown hace una vieja reivindicación al decir que “si de hecho las tendencias ecológicas están conformando nuestro futuro, tal vez los periódicos deberían contar con una sección diaria de ecología de la misma manera que tienen una de negocios”.

La labor que desarrollan o deben de desarrollar los medios de comunicación en este sentido también aparece reflejada en las declaraciones de principios que han surgido en dos de las principales cumbres ambientales organizadas por Naciones Unidas.

En la Cumbre de Estocolmo, celebrada en 1970, se afirmó que “es esencial que los medios de comunicación de masas eviten contribuir al deterioro del medio ambiente humano y difundan, por el contrario, información de carácter educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo, a fin de que el hombre pueda desarrollarse en todos los aspectos”.

Veinte años después, en la Conferencia Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de 1992, o más conocida como Cumbre de Río, por celebrarse en la ciudad brasileña de Río de Janeiro, el informe sobre el Estado del Medio Ambiente del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el PNUMA, señalaba que “los medios de comunicación han contribuido de manera fundamental a centrar más la atención en muchas cuestiones ambientales. Sin embargo, su intervención no ha sido por lo general innovadora, sino una mera reacción ante hechos determinados. Una de las funciones más importantes de los medios de comunicación es ampliar el público que participa en una cuestión concreta”, asegura el informe.

Es muy posible que el informe de la ONU tenga razón, pero la existencia de unos medios de comunicación, la mayoría empresas privadas, que consideran la información como un negocio -y a la vista están numerosos ejemplos-, poco ayuda a esta premisa.

Los responsables de los medios de comunicación aún no han apostado fuerte por el medio ambiente, posiblemente porque deja escasos dividendos políticos o económicos. De todos modos, antes de hablar de los problemas a los que ahora mismo se enfrenta la información ambiental, o de las consideraciones éticas que deberían dirigir los medios, creo que es necesario hacer un repaso por la historia del periodismo ambiental del Estado Español que, casualmente, ha estado marcada por las dos cumbres ambientales de Naciones Unidas a las que me acabo de referir.

La historia del periodismo ambiental en el Estado Español comienza en la década de 1970, coincidiendo con la celebración de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente de Estocolmo.

Esto no quiere decir que antes de esas fechas los periódicos no hablaran de problemas relacionados con el entorno. Lo hacían, pero desde otro punto de vista. Se hablaba de pantanos, sobre todo de inauguraciones, claro; de la sequía; de los incendios; de repoblaciones productivistas; de cacerías de lobos y monterías en las fincas cinegéticas....Pero los lobos y los osos eran alimañas y la sequía era, casi, una maldición divina, no una de las múltiples consecuencias del cambio climático.

Las informaciones sobre medio ambiente y naturaleza, por tanto, son muy anteriores a 1970, como muy bien ha demostrado Joaquín Fernández, en su libro *Dos siglos de periodismo ambiental*. Pero, para acortar, vamos a centrarnos en lo más cercano.

Joaquín Fernández, primer presidente de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA), que fue creada en 1994, ha investigado, estudiado y publicado todo lo referido al periodismo ambiental, y además del libro mencionado anteriormente, hace, en su obra *Periodismo Ambiental en España*, un repaso de lo que fueron las primeras publicaciones ambientales, con formato de revista en el Estado Español.

Hubo de esperar hasta la década de los setenta, como muy bien explica Joaquín Fernández, para ver aparecer las primeras revistas ambientales. Son los grupos ecologistas quienes comienzan a difundir de forma más amplia sus boletines, intentando hacer llegar sus preocupaciones al resto de la sociedad.

El primer intento de publicar una revista que se distribuyese por todo el territorio español se concretó en noviembre de 1977 con una cabecera de resonancias inequívocas *Alfalfa*, impulsada, al igual que otras posteriores, desde Cataluña por gente del colectivo TARA, en la que también colaboró Santiago Vilanova. *El Ecologista*, *Supervivencia* y *Mundo Libre* fueron algunas de esas publicaciones pioneras que, con escasa fortuna, intentaron hacerse un hueco en el quiosco.

La aparición de *Integral* en 1978, *Quercus* en 1981 y *Natura* en 1983 suponen un cambio sustancial en los quioscos. Por primera vez, las revistas relacionadas con la naturaleza y el medio ambiente cuentan con numerosos y fieles seguidores. Los mensajes naturistas de *Integral*, los informes científicos de *Quercus* y los magníficos reportajes gráficos de *Natura* supieron hacerse un hueco y ganar un buen número de lectores.

A la sombra de estas publicaciones nacieron otras revistas similares como *Ecología y Sociedad*, reconvertida después en *Ecología Internacional*, y posteriormente en *Biológica*.

También más próxima a la línea de naturaleza-espectáculo se apuntan publicaciones como *Viajar*, *Gente y Viajes*, *Geo*, *Aire Libre*, *Turismo y Aventura* o incluso *Trofeo*, una revista destinada a los cazadores y con una visión del medio ambiente completamente distinta al resto de las publicaciones.

Paralelamente aparecen en el mercado otras publicaciones que mantienen el espíritu combativo de las primeras revistas militantes, como *Cuadernos de Ecología*, *Gaia*, *Ecología Política*, y un buen número de revistas locales. Este cambio coincide también con un aumento de las informaciones ambientales en periódicos, revistas,

radio y televisión, sin olvidarnos de las agencias de información como EFE, Europa Press, Colpisa o Servimedia, que llegan a su máximo esplendor en 1992.

En la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro se habló de medio ambiente, convirtiéndose en tema habitual de tertulias radiofónicas, editoriales periodísticos e informativos de televisión.

Aunque deudores de aquellos primeros militantes ecologistas que comenzaron a hacer oír su voz desde los medios de comunicación en la década de los setenta, los periodistas ambientales no somos hoy representantes de las organizaciones ecologistas, sino profesionales que buscan noticias, o al menos lo intentan, veraces e independientes. Como dice José María Montero Sandoval, en su libro *Las fuentes de la noticia ambiental*, "un periodista puede ser un militante ecologista en todo, excepto cuando realiza su labor profesional. Allí puede y debe tener en cuenta los intereses ecologistas, pero sobre todo debe tener en cuenta el derecho de los receptores de sus mensajes a recibir una información veraz, contrastada, libre y plural".

Por eso me gusta remarcar que el periodista ambiental es, antes que nada, un profesional.

A nivel mundial, el verdadero inicio del tratamiento de la problemática ecológica dentro de los espacios mediáticos suele situarse en la década de los 60 en Estados Unidos. La publicación del libro *Silent Spring* de Rachel Carson, la celebración por primera vez del Día de la Tierra el 22 de abril de 1970, y el accidente de un petrolero en el canal de Santa Bárbara en California, que produjo la contaminación de 2.000 kilómetros cuadrados de litoral, fueron para muchos los causantes de que los medios de comunicación comenzasen a prestar más atención a las cuestiones ambientales, como señala Martínez Valdés en "Medios de Comunicación y Medio Ambiente" (2003). Pero aún así, a comienzos de los años 70 la mayoría de los responsables de los medios de comunicación de todo el planeta todavía no estaba familiarizada con la temática ambiental y sólo algunos medios contaban con periodistas especializados en ella.

Finalmente, cabe decir que, si bien como se ha señalado en líneas anteriores que la Cumbre de Río de Janeiro celebrada en 1972, que contó con la presencia de más de 120 líderes internacionales, fue considerada la puesta de largo del periodismo ambiental internacional, los años posteriores a dicha cumbre coincidieron con un período de decadencia derivado, en parte, de una nueva política empresarial de los medios que primaba la eficacia y la rentabilidad frente a la especialización, según Joaquín Fernández, aunque ciertos eventos dispararon de nuevo la atención pública a la temática en las siguientes décadas siguiendo un patrón de ascensos y descensos en todo el mundo. A parecer estos ciclos de atención se han dado en función del grado de espectacularidad de los hechos.

## **1.2. Aproximación conceptual**

Hace unos años, pensar en periodismo ambiental era casi una utopía. No porque no existieran ya profesionales convencidos de la necesidad de informar sobre las cuestiones de nuestro entorno, sino por la falta de confianza de los medios de comunicación en este tipo de noticias.

Hoy, en los finales de primera década del siglo XXI, la situación es bien diferente y un nutrido grupo de profesionales "pelea" día a día para conseguir que las noticias ambientales impregnen el papel, el espacio radiofónico, el audiovisual, el Internet, etc.

La información ambiental ya no es una "rareza" en los medios, aunque es cierto que para los que nos dedicamos a estas cuestiones siempre nos parecerá poco.

También hay que decir, que aunque se ha dado un salto muy importante en el llamado Periodismo Ambiental, todavía no se cuenta con una adecuada vía de especialización, y esto es algo que las autoridades académicas y universitarias deberían de plantearse. Ninguna facultad de Periodismo o de Ciencias de la Información, ni pública ni privada, ha articulado una vía reglada para especializarse en información ambiental, dejando a la arbitrariedad de los jóvenes licenciados, la adquisición de unos conocimientos que deberían tener después de los estudios universitarios. Menos mal, que poco a poco se desarrollan seminarios, cursos o jornadas como en la que estamos hoy, que tienen su interés.

Como señala Joaquín Fernández en su libro *Periodismo Ambiental en España*, se ha producido un consenso espontáneo sobre el término periodismo ambiental para designar a esta especialidad periodística que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente y en especial de aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación. Periodismo ambiental frente a otras posibles alternativas también frecuentes e incluso más populares, como las de periodismo ecológico, periodismo verde o periodismo medioambiental, un poco redundante.

### **Cajón de sastre**

Pero, dejando de lado a la discusión que en su día hubo en la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA), que fue creada en 1994, en relación a estos nombres sobre denominaciones, el llamado periodismo ambiental es un territorio vastísimo, muchas veces un cajón de sastre desordenado e inabarcable en el que caben demasiadas cosas que convendría ir desmarcando para su mejor comprensión. Esta situación ha tenido que ver bastante con la realidad profesional y laboral en los medios informativos, en el que en el mejor de los casos hay una sola persona dedicada en exclusiva a la información ambiental, que además tiene que atender también otros frentes, otros periodismos fronterizos con el periodismo ambiental, como el del consumo, el de sanidad o el científico.

Especialmente entre el periodismo científico y el ambiental ha habido un trasvase de profesionales de ida y vuelta muy significativo y fructífero para ambos. La experiencia ha demostrado que el conocimiento científico es quizás el mejor bagaje para el periodista ambiental. Pero tampoco conviene olvidar otros ámbitos como el económico en el que ya son inevitables las consideraciones ecológicas. Aparte de otros muchos aspectos, la reconversión ecológica de las empresas, las inversiones ambientales y su relación con el empleo, los fondos de la Unión Europea vinculados al medio ambiente, etc., tienen cada día mayor peso específico.

No me siento capaz de elaborar una lista mínimamente exhaustiva de los temas habituales que debe afrontar el informador ambiental, pero sirva la siguiente relación de aproximación orientativa para posibles usuarios:

- *Residuos* (urbanos, industriales, agrícolas, hospitalarios, nucleares, suelos contaminados).
- *Agua* (ríos, pantanos, regadíos, contaminación de las aguas superficiales y subterráneas, depuración, nuevas tecnologías, plantas desalinizadoras...).
- *Bosques* (incendios, repoblaciones).
- *Conservacionismo o protección de la naturaleza* (espacios protegidos, parque naturales y nacionales, especies de fauna y flora en peligro de extinción, comercio y tráfico de especies, caza y pesca, biodiversidad...).
- *Mares* (contaminación marina, efectos del mar en el clima, recursos marinos, especies en peligro de extinción, la contaminación radiactiva de los

- mares, los vertidos de residuos nucleares y otros residuos impactantes, las mareas negras...).
- *Costas* (especulación urbanística, regeneración de playas).
  - *Suelo* (especulación urbanística, erosión y desertificación).
  - *Energía* (energías convencionales, energías alternativas, la energía nuclear, los residuos nucleares, el ahorro y la eficiencia energética).
  - *Transporte* (impactos ambientales de los diferentes medios de transporte, el tráfico urbano, el automóvil, los automóviles del futuro).
  - *Atmósfera* (contaminación atmosférica, capa de ozono, cambio climático).
  - *Problemas urbanos* (contaminación, tráfico, ruidos, zonas verdes, degradación patrimonio arquitectónico).
  - *Agricultura* (agricultura y ganadería intensivas y extensivas, la agricultura ecológica, los pesticidas, el desarrollo rural, las vías pecuarias...).
  - *Investigación* (Nuevas tecnologías...).
  - *La complejidad de la Administración ambiental en el Estado Español.*
  - *Las organizaciones ecologistas.*
  - *El desarrollo sostenible y otros conceptos del pensamiento ecológico.*
  - *El turismo.*
  - *Problemas de población.*

Es probable que ninguna otra especialidad periodística debe afrontar un temario tan amplio, novedoso y complejo. Una complejidad doble, pues no sólo se trata de que los problemas sean entendidos por el periodista sino de encontrar el lenguaje y las formas adecuadas para contarlos al lector, al oyente o al telespectador.

La noticia ambiental tiene muchas veces dificultades para expresarse con los convencionalismos al uso en los medios de comunicación, ya que por lo general se trata de temas desconocidos que suelen necesitar explicaciones complementarias. De ahí la tentación frecuente de dejarla recluida a los programas especiales. El esfuerzo de los periodistas (los ambientales y los científicos) por convertir en noticia programas de investigación, sesudos informes o tesis doctorales nunca será suficientemente reconocido.

### **La catástrofe como inspiración**

"Sois unos catastrofistas". A los periodistas ambientales se nos acusa, reiterada y obsesivamente de catastrofistas, y yo me pregunto si en la práctica cabe otro tipo de periodismo diferente a éste que, cada día, encuentra nuevos argumentos para situarnos al borde del precipicio.

¿Ocurre algo distinto en los otros periodismos? ¿Está sometida la información ambiental a tratamientos periodísticos heterodoxos, diferentes a los utilizados en la información política, por ejemplo? Yo creo que no. El catastrofismo de la información ambiental tiene su equivalente en el sensacionalismo o el amarillismo del resto de la actualidad. Digámoslo de otra manera: el periodismo ambiental también gusta de las malas noticias. Son las que más venden, las preferidas por un público hipócrita que luego se lamenta para lavar su mala conciencia.

Pienso incluso que, si en alguna especialidad periodística pudiera estar justificado el culto a la catástrofe, sería precisamente en ésta que, al fin y al cabo, ha nacido para denunciar las agresiones contra el planeta tierra y las especies que lo habitan, entre ellas, la humana. No tengo tan claros los objetivos de otras especialidades informativas, pero el periodismo ambiental, como el ecologismo militante del que en parte es consecuencia, nació desde la denuncia.

El catastrofismo reincidente del periodismo ambiental se explica también como respuesta a su propia situación marginal en los medios de comunicación. Si en la noticia ambiental no se convierte en grito de alarma, difícilmente encontrará su hueco. No es casual el éxito de los sucesos nucleares que constituyen la catástrofe por excelencia, la alarma máxima, el no va más. ¿Cómo competir con los otros titulares que denuncian corrupciones y escándalos sin cuento?

El periodismo ambiental trata habitualmente de problemas nuevos, ajenos al conocimiento de las mayorías sociales y, a veces, la exageración es tan sólo una estrategia para hacerse oír en el propio medio y en la calle. El periodista no asume habitualmente responsabilidades pedagógicas, pero sí juega un cierto papel profético, de avisador o agorero, como se prefiera. No hay otros intereses bastardos, salvo la imperdonable vanidad muy relacionada con la subsistencia, de aspirar siempre al titular de primera página. Es la esclavitud del periodista.

Estar cada día en contacto con estos problemas nos obliga a asumir, acaso inconscientemente, una especie de responsabilidad colectiva. Ha habido algún caso pero, hasta donde yo conozco, me atrevo a decir que la información ambiental de estos últimos años no ha estado esencialmente mediatizada por intereses o presiones de organismos, empresas o particulares, debido quizás a la creencia de que su impacto social es más bien escaso.

Se ha dicho que los ciudadanos y las ciudadanas no tomarán plena conciencia de la problemática ambiental hasta que comiencen a sucederse las catástrofes (¿no han empezado ya?) y algo de eso hay. La actitud hacia la energía nuclear ha cambiado mucho después del accidente de Chernobil y más recientemente el de Fukushima. En el Estado Español, parece que nos hemos decidido a abordar en serio el problema de los incendios, por ejemplo, después de las catástrofes que han ocasionado. ¿Hay o no razones para la alarma? ¿Se están cumpliendo las previsiones? ¿Quién puede acusarnos de catastrofistas cuando, por citar los datos más recientes, en uno de los informes anuales del Worldwatch Institute, la *Situación en el Mundo*, se dicen cosas como éstas: "Tres límites naturales de la tierra están frenando ya el crecimiento de la producción mundial de alimentos: el rendimiento sostenible de los bancos de pesca marinos, la cantidad de agua dulce producida por el ciclo hidrológico y la cantidad de fertilizantes que las variedades de cultivo existentes pueden utilizar efectivamente". ¿Debemos los periodistas endulzar este diagnóstico aterrador?

No obstante, admito, a pesar de todo, las llamadas a la prudencia porque trato de ser consciente de la importancia del material que manejo. No todas las noticias son iguales. Un caso escandaloso de corrupción nos preocupa y hasta nos rebela, pero la certeza del cambio climático afecta a los cimientos del terreno que pisamos. Pocas cosas producen tanta inseguridad e inquietud como los problemas ecológicos.

### **¿Informar o educar?**

Muchos confían en los medios de comunicación como eficaces instrumentos de pedagogía social y afirman que de ellos depende en buena medida la mayor o menor conciencia ambiental de los ciudadanos y las ciudadanas. Es evidente que existe una relación difícil de determinar entre la difusión de los problemas por la mass media y las actitudes sociales sobre ellos pero se trata de un fenómeno producido al margen de cualquier intencionalidad previa por parte de los periodistas o de las empresas.

En la declaración de principios de la Cumbre de Estocolmo en 1970 se dice: "es esencial que los medios de comunicación de masas eviten contribuir al deterioro del medio ambiente humano y difundan, por el contrario, información de carácter

educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo, a fin de que el hombre pueda desarrollarse en todos los aspectos”.

La Conferencia de Tbilisi sobre educación ambiental concluye que “los medios de comunicación social tienen la gran responsabilidad de poner sus enormes recursos al servicio de esta misión educativa”. En el Informe sobre el Estado del Medio Ambiente (1972-92) del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) se va algo más lejos: “Los medios de información han contribuido de manera fundamental a centrar más la atención del público en muchas cuestiones ambientales. Sin embargo, su intervención no ha sido por lo general innovadora, sino una mera reacción ante hechos determinados.

“La cobertura ha aumentado y decrecido en respuesta a *acontecimientos desencadenantes*, ya fueran desastres o amenazas de desastres. Acontecimientos como la bruma urbana de Londres en 1952, el accidente de Seveso en 1976, el accidente del Amoco Cádiz en 1978, el accidente de la central nuclear de Three Mile Island en 1979, la tragedia de Bhopal en 1984, el accidente de Cherbobil en 1986, el de Exxon Valdez en 1989 y otros muchos ampliamente cubiertos por la prensa, radio y la televisión, en parte porque su propia naturaleza despertaba la atención del público. Como consecuencia de esta predisposición natural a lo dramático, la información sobre riesgos facilitada por los medios informativos es a menudo inadecuada. Cuando se informa sobre riesgos ambientales, generalmente se hace hincapié en sus características más alarmantes...”.

“Para hacer frente a los problemas ambientales es fundamental que los medios de comunicación dispongan de mejor información sobre la materia y después que la transmitan adecuadamente al público. El éxito de la comunicación ambiental no ha de medirse por la aceptación pública de las soluciones formuladas por los encargados de tomar decisiones; se alcanza cuando un público bien informado escoge las mejores soluciones con conocimiento de causa. Una de las funciones más importantes de los medios de comunicación es ampliar el público que participa en el debate sobre una cuestión concreta.

Parece razonable este rapapolvo del PNUMA pero indica un escaso conocimiento de los medios de comunicación cuyo objetivo fundamental, digan lo que digan sus portavoces, es vender más y para ello, aunque nunca se reconozca públicamente, vale casi todo. La polémica de los últimos años en torno a la televisión basura es muy ilustrativa.

“El papel general de los medios de comunicación es demasiado nuevo para nosotros como para extraer conclusiones definitivas. Por eso resulta oportuno considerar la cuestión del verdadero papel que desempeñan y pueden desempeñar en la construcción de la nueva sociedad mundial”, opinan más prudentemente A. King y B. Schneider, autores del libro “La primera revolución mundial”.

Afirmar que la información ambiental puede contribuir a la concienciación de los ciudadanos y las ciudadanas es una conclusión razonable; pero de ahí no cabe deducir que los informadores o las empresas se plantean objetivos de pedagogía social. Ni siquiera digo que no debieran hacerlo, sino que en absoluto se lo plantean. Otra cosa es el debate sobre el papel de los medios públicos.

Lester R. Brown se aproxima de manera más realista al problema en uno de los Informes del Worldwatch Institute mencionado: “La energía que alimenta el proceso de cambio saldrá de millones de particulares y miles de grupos ecologistas, desde las grandes organizaciones internacionales, hasta los grupos locales concentrados en un única temática...Y en tanto que son los grupos de interés



público los que ayudan a generar la información que lleva el cambio social, son los medios de comunicación los encargados de diseminarla”.

El cambio ecológico sólo depende de los medios de comunicación en una parte que no presumo la más importante. La difusión de informaciones relacionadas con la pobreza, la miseria del tercer mundo, las drogas o el sida, no produce cambios contundentes ni procesos revolucionarios. ¿Por qué habría de ser en este caso?

### **1.3. El Periodismo Ambiental en la situación actual. Algunas claves de su situación.**

Desde que se inició el llamado periodismo ambiental hasta nuestros días, ha habido, sin duda, importantes cambios, a los cuales me voy a referir a continuación, y que los resumo en los siguientes:

**Primero.** El periodismo ambiental ha empezado a dejar de ser un periodismo **emergente** para convertirse en una especialidad informativa y periodística consolidada. Es, sin embargo, un periodismo en exceso vulnerable. Vulnerable en el día a día, pues en la bolsa de valores informativos tiene todavía una cotización a la baja, frente a cualquier fluctuación del mercado de la noticia, y es además muy vulnerable por el lugar que ocupan los periodistas ambientales habitualmente en la estructura organizativa de las redacciones. Así, las condiciones laborables cada día más asfixiantes que se viven en los medios de comunicación perjudican a las especialidades periodísticas, fundamentalmente a las más débiles, como es el caso del periodismo ambiental.

**Segundo.** El periodismo de rigor y del conocimiento, el periodismo del seguimiento minucioso y de la pluralidad en el manejo de las fuentes, el periodismo sólido y contrastado, deja frecuentemente su lugar al periodismo de UVI, el periodismo de urgencia, el periodismo compulsivo, frívolo e irresponsable, hijo de la crisis social, política y económica.

**Tercero.** El periodismo ambiental nació en el seno de las culturas `ecologistas´-alternativas y por ello, a pesar de la profesionalización indudable de estos años, tanto el periodismo ambiental como el periodista que los ejerce suelen ser identificados con esas culturas.

**Cuarto.** El periodismo ambiental es un periodismo de incertidumbres frente a otros periodismos, como el político por ejemplo, en el que abundan las certezas. Muchos de los contenidos habituales del periodismo ambiental hacen referencia a los cambios climáticos, a la manipulación genética, etc., que no son temas acabados, cerrados, indiscutibles. Y eso se nota a la hora de trabajar.

**Quinto.** El periodismo ambiental tiene en ocasiones cierto carácter **práctico**. Es un periodismo al que se le exigen instrucciones al dorso. Qué hacer, cómo evitarlo, cuándo conviene, etc. Es un periodismo en el que se establecen complicidades con el ciudadano, un periodismo de apelación constante a las actitudes y comportamientos de las personas, que invita a la acción, a la modificación de las conductas. Es, de alguna manera, un pepito grillo de la sociedad.

**Sexto.** El periodismo ambiental se mueve casi siempre **en el largo plazo**. Nada es inmediato prácticamente. No son inmediatas las soluciones de los problemas y a veces ni siquiera su detección, explicación y diagnóstico. Hablamos de una plan forestal a muchos años visto, de un cambio climático a muchos años.....Es más que ningún otro, un periodismo del futuro y de futuro.

**Séptimo.** La **catástrofe** es uno de los hábitats donde se desenvuelve con frecuencia el periodismo ambiental. Catástrofe que puede estar unida en ocasiones a una estrategia informativa interesada, aunque también al desastroso estado del medio ambiente en uno u otro lugar.

**Octavo.** Los medios de comunicación ya no son el cuarto poder. Son el tercero, el segundo, el primero...Y a veces son, simple y llanamente el poder.

Una encuesta reciente plantea las siguientes preguntas: primera, ¿quiénes cree usted que hacen todo lo que pueden por el medio ambiente? Más del 70% responden: los ecologistas. Segunda pregunta: ¿quiénes cree usted que no hacen todo lo que pueden por el medio ambiente? Casi un 70% responde: los medios de comunicación.

¿Hacen todo lo que pueden los medios de comunicación por el medio ambiente? O mejor dicho, ¿decir que no hacen lo suficiente pudiera significar que deben hacer algo más que informar? ¿No habrá demasiada gente creyendo ingenuamente que la difusión de un problema implica también su solución? ¿Cuándo exigimos tanta responsabilidad a los medios de comunicación no significará que estamos haciendo dejadez de nuestra propia responsabilidad?

#### **1.4. Especialización**

La información especializada es un fenómeno periodístico relativamente nuevo en los medios de comunicación que, en el Estado Español, comenzó a desarrollarse a partir de la mitad de los años sesenta y hoy está plenamente asentado y en permanente cambio y expansión, aunque no se puede decir lo mismo del periodismo ambiental en su conjunto.

Este tipo de información especializada se puede definir en las Facultades de Ciencias de la Información como "aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que ofrezca una visión global a 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 es el campo de la información ambiental es la especialización de los profesionales. La inmensa mayoría de los periodistas especializados en medio ambiente, 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.

Quizá como producto de lo anterior, se puede caer y abusar 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 inexistentes.

Los responsables de los medios de comunicación buscan la rentabilidad u siguen mostrando reticencias a contratar a profesionales especializados en detrimento de los periodistas todoterreno capaces de cubrir cualquier tipo de información. Al no existir una sección o espacios fijos para el medio ambiente –que no se crean por considerar que no interesan al público y posiblemente por falta de una concienciación de los propios responsables-, no ven necesaria la contratación de especialistas. Se trata de una especie de círculo vicioso del que estoy convencido que podría salirse con un cambio de actitud hacia el periodismo ambiental por parte de las instituciones académicas. Sobre éstas opina Rocío Zamora: “En España, en comparación con los países anglosajones, sobre todo Estados Unidos, no existe una oferta académica destacada, al menos en lo que respecta a la formación universitaria de grado y licenciatura (...). Únicamente queda la posibilidad de abrir vías a la especialización científica a través de las asignaturas optativas y seminarios de libre configuración que compiten (...) con una amplia gama de otros cursos y especialidades”.

Así mismo, se puede incurrir en otro error: ceñir el periodismo ambiental al periodismo de denuncia. Eso para mí puede conllevar una serie de riesgos como son la simplificación y el maniqueísmo al dividir el mundo entre buenos y malos, buscar más espectáculo que el análisis, la posibilidad de ser más fácilmente manipulables por las fuentes y, por último, también existe ese bombardeo de mensajes negativos hacia un público que está aburrido, en mi opinión, de leer, de ver y de escuchar informaciones sobre escándalos, corrupciones y demás.

Por tanto, creo que el periodismo ambiental no debe ser tan sólo un periodismo de denuncia, sino que también debería fomentar actitudes positivas y provocar consensos en 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.

## **ALGUNOS CRITERIOS PARA UNA CORRECTA INFORMACIÓN AMBIENTAL**

**Los medios de comunicación deben difundir información actualizada, contrastada, rigurosa 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 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 en que tenga que opinar y actuar.
- Seleccionar las fuentes. Credibilidad y rigor son elementos básicos que se deben buscar en las fuentes.

## **Es necesario un periodismo especializado en materia ambiental.**

Para ello es necesario:

- Sensibilizar ambientalmente a los responsables de los medios, directores, redactores-jefe y por otro lado apoyar a los periodistas especializados.
- 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.
- Debe ampliarse la formación ambiental de los profesionales que ya están trabajando en los medios de comunicación, mediante la organización de cursos, seminarios y jornadas.
- Fomentar planes de educación en el ámbito educativo de Ciencias de la Información.

## **2. FUENTES DE INFORMACIÓN AMBIENTAL**

La mecánica de trabajo en el día a día es prácticamente la misma que cualquier especialidad periodística. Las noticias ambientales y el resto de la actualidad proceden básicamente de aquellas personas, organismos, empresas, instituciones y organizaciones múltiples vinculadas a estos temas, pero no exclusivamente, porque la interdisciplinariedad intrínseca a los ecológico o ambiental afecta abrumadoramente al ejercicio periodístico, aunque es obvio que las diferentes áreas informativas tienen no pocos territorios comunes: el parlamento, las decisiones del gobierno, los tribunales de justicia, etc. En este sentido, podríamos decir que el periodismo ambiental bebe de casi todas las fuentes y tiene, además, sus propios abastecedores.

Para entender la avasalladora pluralidad de posibles suministros informativos baste decir, que en el actual Gobierno español existe el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, pero casi todos los demás ministerios tienen alguna relación con la problemática ambiental. Así, el Ministerio de Fomento tiene algo que ver con el medio ambiente y el desarrollo sostenible con la construcción de distintas infraestructuras viarias, como es el caso del Tren de Alta Velocidad (AVE); el Ministerio de Sanidad con los residuos sanitarios; el Ministerio de Industria con los residuos radiactivos; el Ministerio de Educación con la educación ambiental; Turismo, etc. Hasta el Ministerio de Interior con el departamento de Protección Civil que, tiene por ejemplo, su propia red de alerta radiactiva.

Sin duda, cabe decir, que han sido las organizaciones ecologistas la primera y la principal fuente suministradora del periodismo ambiental, al menos durante bastante tiempo.

Pero las organizaciones ecologistas son algo más que fuentes de noticias porque, en cierto modo, podría decirse que han sido coinventoras de esta especialidad periodística. Ellas fueron las pioneras cuando empezaron a detectar problemas y difundirlos a través de medios rudimentarios para luego dar el asalto a los medios de gran difusión donde solían tener algún que otro cómplice.

Casi todas las organizaciones ecologistas tienen su propio boletín o revista, que en muchos casos sólo llega a sus propios socios o afiliados.

Son innumerables las fuentes de información ambiental existentes en la actualidad. Entre éstas, una de las que se utilizan más son las de las Administraciones. Hoy en día, las CC.AA. han asumido prácticamente las competencias ambientales, en consecuencia son una fuente imprescindible de información, así como los Ayuntamientos.

En el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco, en el Gobierno Vasco, las competencias medioambientales están repartidas más o menos en seis departamentos con sus correspondientes Sociedades Públicas: Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca (la Sociedad Pública IHOBE, depende de este departamento), Industria (el Ente Vasco de la Energía, EVE, depende de esa consejería), Educación, Vivienda, Obras Públicas y Transportes, y Sanidad. Igualmente, casi la misma distribución se da en las Diputaciones forales.

De todas maneras, la Administración central sigue teniendo también un peso importante en cualquier información estatal o internacional. Es el órgano competente e interlocutor ante la UE y otros foros internacionales en materia ambiental.

Otras fuentes de información son los propios partidos políticos. Estos también han descubierto desde hace ya un tiempo el "tirón electoral" de la ecología y también algo más.

Los sindicatos, en su mayoría, tienen áreas específicas dedicadas al medio ambiente, al igual que los consumidores.

El mundo científico también tiene un papel determinante, cada vez más, en el desarrollo y consolidación del periodismo ambiental. Los centros de investigación, públicos y privados, aportan la argumentación científica y técnica clave en diversos temas como biodiversidad, cambio climático, etc. En los últimos años, sin duda, su consulta ha ido en aumento. Así, podemos citar el Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), sobre todo a raíz del desastre de la mina Aznalcollar en el Parque Nacional de Doñana, que ha sido una referencia muy importante en cuestiones relacionadas con el medio ambiente, la Universidad, el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), dependiente del Ministerio de Industria, por citar algunos en el caso del Estado Español. En el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco, las sociedades públicas IHOBE y EVE, la propia Universidad del País Vasco, fundaciones como Eusko Ikaskuntza, son citas obligadas a la hora de referirnos al trabajo que realizan en el campo científico en torno al medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Empresas e industrias han irrumpido con fuerza en los últimos años en el campo medioambiental. En el caso de Euskadi, cabe citar el caso del Cluster de Industrias de Medio Ambiente de Euskadi (ACLIMA), que agrupa en la actualidad a más de 80 empresas que se dedican al medio ambiente. ACLIMA se constituyó en Abril de 1995, con el cometido de liderar el desarrollo de actuaciones que promovieran la competitividad de la Ecoindustria.

Fundaciones, colegios profesionales, seminarios y congresos aportan también abundante información.

Finalmente, también podríamos hablar de las revistas especializadas en medio ambiente, de muy diverso tipo (Quercus, Integral, Natura...o Residuos, Retema, etc.), y también revistas y boletines de la llamada "prensa militante" o aledaños. La mayoría de las organizaciones ecologistas tienen sus revistas o boletines, como es el caso de Greenpeace, La Garcilla (Revista de la SEO), El Ecologista (revista de "Ecologistas en Acción"-Ekologistak Martxan en Euskadi), etc.

No obstante, cabe decir, que en los últimos años, se han ido cerrando no pocas revistas relacionadas con la naturaleza y el medio ambiente: *Ecología Internacional*, *Ecosistemas*, *Scenes of the World*, *Biológica*, *La Tierra*, *Meda.....*, quedando prácticamente en la actualidad sólo la revista Quercus.

En el VII Congreso Nacional de Periodismo Ambiental, celebrado en noviembre de 2008, en una mesa redonda moderada por el periodista ambiental Javier Rico, se confirmó que la situación del sector editorial "más verde" pasa por los peores momentos de su historia.

Juan Caño, vicepresidente de Hachette-Filipacchi, la editorial número uno en España por volumen de circulación, de audiencias y de facturación publicitaria, puso el ejemplo de la revista *Natura*, de la que fue su primer director para ejemplificar el cambio sufrido por una publicación que cuando empezó despachaba 80.000 ejemplares, y que en la actualidad ya no existe.

"La razón fundamental de que estas revistas no funcionen es la falta de publicidad", sentenció Juan Caño. Este fue el eje central del debate, la escasa publicidad presente en las revistas de la naturaleza.

La publicidad siguió siendo el eje del debate en la intervención de Fernando Olivares, profesor titular de Comunicación e Imagen de la Universidad de Alicante, que con su tesis doctoral *Publicidad y Ecología. La publicidad verde en España (1980-1999). Un estudio empírico* hizo exposición, aportando numerosos datos y conclusiones en cuanto a la evolución de la publicidad y los cambios editoriales en todas las revistas del sector. Según Olivares las revistas, en general, han perdido atracción como soporte publicitario y que las revistas de Naturaleza suponen, en el período de su estudio, menos del 1% del volumen de negocio publicitario de las revistas.

### **3. ALGUNOS PROBLEMAS ACTUALES. LA SELECCIÓN DE FUENTES**

Aunque las informaciones ambientales cuentan ahora con más prestigio que nunca –en los años 90 ganaron diez premios Pulitzer, mientras que fueron nueve entre los años 60, 70 y 80- y la cobertura por parte de los medios ha aumentado claramente en las últimas décadas, ésta todavía es insuficiente. Según se desprende de la Segunda Encuesta Nacional de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología (TNSdemoscopia, 2004), el porcentaje de información ambiental que recibimos de los medios en el Estado Español (2,99 sobre 5) es inferior a nuestro grado de interés informativo por el medio ambiente (3,48 sobre 5).

Los medios de comunicación se rigen por unos procedimientos rutinarios y su forma de seleccionar la información está muy estandarizada. Con frecuencia nos hacen llegar informaciones sobre catástrofes ambientales, incendios forestales o accidentes químicos, y uno se pregunta por qué se escogen esos hechos restringidos dentro de la gran gama de temas ecológicos cuando sólo constituyen una pequeña porción de que los ambientalistas denominaríamos problemas o temas ambientales.

Para los reporteros de prensa el factor dramático de los sucesos supone contar con una noticia atractiva, mientras que la televisión se guía más por factores como la disponibilidad de imágenes visuales que por el interés científico, lo cual implica que la mayoría de las noticias ambientales se conciba de forma sensacionalista. Todo ello refuerza la tendencia del público a subestimar los riesgos de carácter crónico como el cambio climático –a cuya solución, por otra parte, creen poder aportar poco- y a fijar su atención en los sucesos repentinos o llamativos, sin reparar en la calidad de la información que es les está ofreciendo.

No obstante, la espectacularidad de determinados sucesos no es siempre negativa. Hechos como el desastre del petrolero *Prestige* hicieron saltar las alarmas sobre la destrucción de la naturaleza y, gracias a la enorme cobertura que de ellos hicieron

los medios de comunicación, se acrecentó la sensibilización de una opinión pública cada vez más preocupada por el entorno.

En parte como consecuencia de la tendencia a primar los sucesos más llamativos, los medios acaban creando una imagen parcial de los hechos. Suelen tratar informaciones concretas y a menudo simples sobre acontecimientos puntuales que realmente forman parte de procesos largos y realidades complejas con numerosas implicaciones científicas técnicas que no suelen explicarse. Esto evidencia que el carácter científico de muchas cuestiones relacionadas con el medio ambiente no es fácilmente trasladable a la cobertura de noticias.

Pero entrando de forma más concreta en la selección de las fuentes, cabe decir, que mientras hace unos años el fax o las cartas de una organización ecologista era más o menos lo habitual en algunas redacciones, y casi la única fuente de información, en los últimos años se ha producido una explosión de fuentes.

Seleccionar las fuentes se convierte así en uno de los principales retos del periodista ambiental, provocando un primer filtro, que no siempre tiene por qué ser acertado.

En algunas ocasiones es posible que la fuente haga prácticamente la noticia. Sería el caso de los comunicados oficiales y los informes que tanto se dan a través de los gabinetes de prensa de las distintas administraciones, de las empresas y de las propias organizaciones ecologistas.

Ruedas de prensa, entrevistas, informes, e-mail, llamadas.....son fuentes habituales donde comienza una noticia, pero **¿debemos confiar ciegamente en los informantes?**

Como norma diré que a mayor y más cualificadas fuentes que aparezcan en la información, ésta gozará de mayor rigor.

Credibilidad y rigor son elementos básicos que todos los periodistas buscamos en nuestras fuentes, sin embargo, una excesiva familiaridad puede hacernos vulnerables ante ellos.

Se corre el peligro de no contrastar adecuadamente todas las informaciones que recibimos y acabar convirtiéndonos en sus portavoces, inconscientemente o para mantener una buena relación con quien te surte de información.

Lo ideal y habitual debería ser la independencia entre la fuente y el periodista, un cierto distanciamiento entre el que produce la noticia y el que informa sobre la misma. A pesar de ser lo ideal, la creciente especialización de la profesión lo hace cada vez más difícil.

En cualquier caso no estaría de más plantearnos la interrogante:

**¿Los informadores ambientales, la fuerza de trabajar sobre la problemática ambiental, se convierten en nuevos "cruzados" en Apocalipsis catastrofistas o en ecólogos-ecologistas? ¿Quién es quién en las fuentes?**

Si inicialmente el principal cauce de información, como ya se ha dicho, fue la denuncia de cualquier tropelía medioambiental por parte de las organizaciones ecologistas, hoy el abanico se ha abierto a nuevas posibilidades: las fiscalías especiales para delitos ecológicos, las administraciones públicas y las empresas. Sea de una u otra formas, es de agradecer el esfuerzo de transparencia.

## **NUEVAS COMPLICACIONES**

Por si fuera poco, las innovaciones informáticas generan un nuevo abanico de fuentes. Y las bases de datos relacionados con el medio ambiente, son cada vez más.

En este sentido, cabe decir, que las nuevas tecnologías de la información, y especialmente Internet, está suponiendo un cambio revolucionario en el panorama informativo mundial. Sin duda, lo que parece evidente es que están transformando el tratamiento informativo ambiental.

La utilización de estos nuevos recursos expresivos favorecerá para que las audiencias más familiarizadas con estos nuevos modelos de socialización (niños/as y jóvenes) se sensibilicen ante los problemas ambientales.

Internet y las nuevas tecnologías amplían las fronteras de la información ambiental, permitiendo visiones de lo local a lo global. Las enormes posibilidades de difusión, así como sus capacidades expresivas (multimedia) y participativas hacen de estos nuevos medios los escenarios idóneos desde los cuales difundir estas cuestiones.

Las instancias implicadas en las cuestiones ambientales no han permanecido ajenas a las posibilidades de difusión que les ofrece Internet. Tanto las instituciones públicas, como las organizaciones ecologistas, pasando por otras muchas entidades, se han apresurado a posicionarse en estos nuevos escaparates con la intención de contribuir a la concienciación ambiental de la ciudadanía.

Pero, sin duda, y aquí creo que está el meollo de la cuestión, vamos a tener un mayor acceso a la información, pero también un volumen de datos que nos va a confundir, incluso datos falsos procedentes de un mercado de la información en el que cuesta distinguir la paja del trigo. En este sentido desarrollar un espíritu crítico, es un aspecto básico y fundamental.

## **CUANDO LA FUENTE SE INSTITUCIONALIZA**

Tampoco hemos de olvidar la propia organización del trabajo periodístico en sus diferentes variantes (prensa diaria, agencias, revistas especializadas, radio o televisión), lo que conlleva en muchas ocasiones a limitar y condicionar la red de las fuentes y la propia profundización del periodista ante un hecho noticioso.

No siempre es posible consultar a todas las fuentes: premura de tiempo, dificultad de acceso al informante, cierre, etc.

De esta forma hay fuentes que sistemáticamente son las más consultadas y por consiguiente, en ese juego de relaciones al que he aludido anteriormente, son las que acaban condicionando a los informadores.

Sería algo así como la "institucionalización" de las fuentes: una serie de actores sociales que tienen una especie de derecho de acceso semi-automático a los medios. Serían fuentes privilegiadas y rutinarias por ser las más utilizadas.

En esta institucionalización de los informantes están evidentemente representadas las diferentes administraciones públicas que gestionan la materia ambiental, pero también muchas organizaciones ecologistas y gabinetes de empresas, fundaciones privadas o públicas con intereses ambientales.



## **DEPENDENCIA DEL MEDIO PARA EL QUE SE TRABAJA**

Otra de las principales dificultades es la dependencia con respecto a los medios para los que trabajan, que a menudo se muestran reacios a otorgar a la temática ambiental la atención que merece. Los más optimistas polemizan sobre si es más adecuado crear una sección específica sobre información ambiental o por si el contrario se debería tratar de ecologizar todas las secciones, aunque la realidad es que el medio ambiente todavía se incluye mayoritariamente en áreas como la de Sociedad.

De cualquier modo, aún en el caso de aquellos medios que hacen un hueco a la información ambiental, no debe olvidarse que a veces sus alianzas basadas en intereses económicos y políticos disminuyen su supuesta neutralidad a la hora de cubrir este tipo de acontecimientos. Sirva como ejemplo la prestigiosa revista *Time*, que en los últimos años apenas ha publicado números especiales sobre medio ambiente, uno de los cuales salió a la luz en agosto de 2002, justo antes de la Cumbre de Johannesburgo, según señala la docente e investigadora Sonia Fernández Parrat (2006). Este especial se hizo en parte porque numerosos anunciantes tenían interés en que se les asociase con un mensaje de sensibilización con el entorno mientras durase dicha Cumbre.

## **LOS RECEPTORES**

Los medios no son los únicos culpables de que el medio ambiente no goce de más protagonismo. Debido a que se enfrentan a un influjo enorme e incesante de información, los ciudadanos y las ciudadanas se ven obligados a seleccionar e interpretar las partes de las noticias que tienen algún significado relevante para sus intereses y valores personales. Los lectores pueden prestar cada vez más atención a cuestiones de sociedad, entretenimiento o deportes en detrimento de otros como el medio ambiente, que los ciudadanos y ciudadanas del Estado Español sitúan en décimo lugar de un total de catorce temáticas ordenadas según el grado de interés informativo que despiertan. (TNSdemoscopia, 2004).

El periodista Javier Rico señala con gran acierto dos características que impiden que la información ambiental cale hondo en los receptores. Por un lado, el carácter de información dura, negativa, y hasta sucia, sobre todo en la parte marcadamente ambiental –contaminación, residuos, energía nuclear-, que es compensada a veces por el área de naturaleza –flora, fauna, espacios naturales-. Por otra parte, como ya se ha señalado anteriormente, el hecho de que este tipo de información juega con el medio o largo plazo en cuanto a los efectos las grandes problemáticas, como es el cambio climático, que en consecuencia no interesa demasiado porque no se concibe como algo próximo.

## **CONCLUSIONES**

Para que la información ambiental ocupe el lugar que merece en los medios de comunicación sería conveniente que éstos se replanteasen una serie de cuestiones, para lo cual expongo una serie de cuestiones:

1. La información medioambiental todavía representa un porcentaje muy pequeño de la cantidad total de información ofrecida por los medios de comunicación. Es necesario que éstos den más protagonismo a la actualidad ambiental mediante la creación de secciones o espacios fijos para esa temática, algo que sólo harán cuando lo consideren informativamente rentable, es decir, cuando tengan la seguridad de que un número considerable de consumidores mostrará interés por ella.

2. Para despertar ese interés en el público, uno de los principales problemas que se debe resolver es la complejidad que rodea al ámbito del medio ambiente, promoviendo desde las instituciones la especialización de periodistas en esta materia que sean capaces de transmitir la información en un lenguaje asequible.
3. Debe fomentarse dicho interés con el lema ecologista "piensa globalmente, actúa localmente". Es decir, relacionando los temas ambientales del ámbito internacional, estatal y autonómico con otros similares que afectan a la ciudadano y ciudadana más directamente para hacer que se sienta más implicado, y al mismo tiempo ofrecerle información práctica sobre qué hacer a favor del medio.
4. Debería evitarse en la medida de lo posible que el público relacione la temática ambiental con hechos negativos procurando un enfoque constructivo y destacando tanto lo positivo de las informaciones ambientales como el carácter reivindicativos y crítico.
5. Los medios de comunicación, en la medida de sus posibilidades, deben aprovechar su potencial para fomentar la concienciación ambiental de los ciudadanos y las ciudadanas.

## BIBLIOGRAFÍA

FERNÁNDEZ, Joaquín. 1995. *Periodismo Ambiental en España*. Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente.

VARIOS AUTORES. 1996. I Congreso Nacional de Periodismo Ambiental. APIA.

REKONDO, Julen. 1999. *Ponencia presentada a las IV Jornadas Periodísticas de Medio Ambiente*. Asociación de Periodistas Vascos (APV).

REKONDO, Julen. 1999. *Educación ambiental: Cambios imprescindibles*. Aportación al Libro Blanco de la Educación Ambiental.

FERNÁNDEZ, Joaquín. 2001. *Dos siglos de Periodismo Ambiental en España*. Caja de Ahorros del Mediterráneo.

FERNÁNDEZ, Joaquín. 2001. *Periodismo Ambiental en España en los comienzos del siglo XXI*. (Conferencia de inauguración del curso sobre Comunicación y Medio Ambiente). Valsain.

MARTINEZ VALDÉS, V. 2003. *Medios de Comunicación y Medio Ambiente*. Hipertextos, núm. 7. Disponible en la web: <http://gmje.mty.ites.mx>

MONTERO SANDOVAL, José María. 2007. *Las fuentes de la noticia ambiental. IIº Congreso Internacional de Universidades por el Desarrollo Sostenible y el Medio Ambiente*. Ed. Universidad de Granada.

ZAMORA, Rocío. 2006. *¿Existe un déficit de especialización ambiental en las facultades de Ciencias de la Información?*. Mesa Redonda, en APIA, V Congreso Nacional de Periodismo Ambiental.

FERNÁNDEZ PARRAT, Sonia. 2006. *La información ambiental en los medios de comunicación. Desafíos y retos*. Segunda Época, nº 68.

TNSDEMOSCOPIA. 2004. *Segunda Encuesta Nacional de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología*. Fundación Española Ciencia y Tecnología.

RICO, Javier. 2001. *Los profesionales de la información ambiental*. Curso sobre Comunicación y Medio Ambiente. Valsain.

OLIVARES, Fernando. Tesis doctoral. *Publicidad y ecología. La publicidad verde en España (1980-1999). Un estudio empírico*.

PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica. 2002. *La Cumbre de Johannesburgo*. Grijalbo Mondadori.

## **SITIOS WEB**

### **Asociaciones de Periodistas**

<http://www.apiaweb.org>: Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA).

<http://www.periodistasvascos.com>: Asociación de Periodistas Vascos (APV).

<http://www.ifej.org>: Internacional Federation of Environmental Journalists.

### **Asociaciones de Industrias de Medio Ambiente en Euskadi**

<http://www.aclima.net>: Cluster de Industrias de Medio Ambiente de Euskadi (ACLIMA).

### **Algunas administraciones públicas sobre medio ambiente**

<http://www.ingurumena.ejgv.euskadi.net>: Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco.

<http://www.ihobe.net>: Sociedad Pública de Gestión Ambiental, dependiente del Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco.

<http://www.udalsarea.net>: Red de Municipios Vascos hacia la Sostenibilidad.

<http://www.eve.es>: Ente Vasco de la Energía, dependiente del Departamento de Industria del Gobierno Vasco.

<http://www.euskadi.net/Sustrai>: Sustrai, revista del Departamento Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco.

<http://www.bizkaia.net>: Departamento de Medio Ambiente de la Diputación Foral de Bizkaia.

<http://www.gipuzkoa.net/DFG/desarrollo-chtml>: Departamento de Medio Ambiente de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

<http://www.alava.net>: Departamento de Medio Ambiente de la Diputación Foral de Bizkaia.

<http://www.ceida.org>: Centro de Educación e Investigación Didáctica Ambiental, dependiente de los Departamentos de Medio Ambiente y Educación del Gobierno Vasco.

<http://www.magrana.gob.es>: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España.

<http://www.idae.es>: Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE); dependiente del Ministerio de Industria.

<http://www.eea.europa.eu>: European Environment Agency.

### **Algunas organizaciones ecologistas y/o medioambientales**

<http://www.wwf.es>: Adena, Sección española de la World Wide Fund for Nature

<http://www.ecologistasenaccion.org>: Ecologistas en Acción.

<http://www.ekologistakmartxan.org>: Ekologistak Martxan.

<http://www.seo.org>: Sociedad Española de Ornitología (SEO).

<http://www.fapas.es>: Fondo para la Protección de los Animales Salvajes.

<http://www.greenpeace.org/españa/>: Sección española de Greenpeace.