

EL CIUDADANO CONCIENCIADO

y la información ambiental

Educación y concienciación son dos términos que aparecen muchas veces unidos o relacionados con el periodismo ambiental. El informador de esta materia ha vivido siempre con una responsabilidad mayor que otros colegas al adjudicársele un obligado compromiso a la hora de actuar como vehículo formador de conciencias. Es algo que generalmente no se pide al informador político, económico o deportivo. Pero aunque el periodista ambiental no reniega de esta misión pedagógica que se le ha adjudicado, tiene clara su función esencial de comunicador de hechos noticiosos, su papel como interpretador y transmisor de realidades, en este caso las vinculadas al entorno.

Independientemente de que este matiz instructor surja de forma paralela, lo cierto es que los medios de comunicación, tanto audiovisuales como escritos, junto con los planes educativos escolares realizados en la última década, las campañas de sensibilización puestas en marcha y el desarrollo de algunas "agendas 21" locales, entre otros aspectos, han provocado el incremento de la concienciación cívica. Pero todavía el lema "piensa global, actúa local" debe calar más hondo en una sociedad más instruida en la teoría pero no tan solidaria en la práctica, sobre todo cuando se trata de llevar a cabo compromisos y actuaciones responsables que impliquen alguna incomodidad, renuncia o privación.

Aún así, lo cierto es que la educación y la concienciación avanzan. Por tanto, en los tiempos que corren, quizás sean los periodistas los más interesados en ir de la mano de sus dos preceptos hermanos; porque el tercer palo, la comunicación, mientras tanto, no para de cojear. Quizás sea el momento de que el empuje lo tengan los dos primeros, y que sean los ciudadanos en general, los políticos, los economistas, los juristas y los industriales, entre otros sectores, se supone que más instruidos ahora ambientalmente, los que tiren del carro mediático, llevando estos temas y los compromisos adquiridos tanto a nivel nacional como internacional a los lugares preeminentes que se merecen en las agendas políticas; interiorizando y resolviendo las demandas que les exige la conservación del entorno, convenciendo de esta forma a los propietarios y directores de los medios de comunicación de la relevancia de estas materias y forzando su difusión. Es hora de solicitar más contenidos, sobre todo en medios nacionales y generalistas, y de apoyar más iniciativas periodísticas especializadas de escasos recursos económicos.

La comunicación ambiental ha dado en esta última década pasos significativos, hacia delante y también hacia atrás. Después de unos años de exaltación informativa en paralelo con las

expectativas creadas por la Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992, los derroteros mediáticos se han traducido en vaivenes y altibajos. De la misma forma que los convenios y documentos emanados de la cumbre internacional de Brasil no han alcanzado después de una década los niveles de compromiso y eficacia que se esperaba, y que en estos días se discuten en la cumbre de Johannesburgo, tampoco el periodismo especializado ha visto satisfechas en gran medida las expectativas creadas. Todavía resulta necesaria una mayor proyección y reconocimiento de estos contenidos y de la especialización profesional, un mayor desarrollo del periodismo de investigación, una menor homogeneización en la información, un alejamiento de las noticias catastróficas (aunque si un periodismo tiene legitimado su derecho al matiz negro ese es el ambiental) y también de la precariedad laboral. Todo ello son demandas de los profesionales de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA), nacida en 1995.

Hoy se vuelve a sentir, aunque mucho más apagada y con menos optimismos, la "estela" de Río. En esta nueva hipercumbre volveremos a escalar la montaña de la información, aunque lo que parece casi seguro es que en esta ocasión haremos cima mucho antes que en la cita de Brasil. No llegaremos tan lejos ni tan alto en el aspecto comunicativo. Y en el otro, en la de la materialización de compromisos, tampoco.

Muchos creen que se conocen ya cuáles son los principales frentes en los que actuar para solucionar los problemas ambientales, que ya están enunciados los caminos, que existen profesionales formados para trabajar en ellos y que los ciudadanos son conscientes de las crisis derivadas de estas cuestiones. Se ha invertido mucho tiempo en la descripción de estas lacras, y ahora quizá lo que falte es la valentía de ponerse manos a la obra. Aunque ese "ponerse manos a la obra" puede suponer introducirse en patrones de desarrollo, de comercio, financieros y de solidaridad diferentes a los actuales, que no casan muy bien con el productivismo y la búsqueda inmediata de beneficios que caracteriza a las economías occidentales actuales.



JOSEFINA MAESTRE
Presidenta de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental