

I Jornadas Provinciales de Periodismo y Medio Ambiente

DOSSIER DE CONCLUSIONES

Rodalquilar, 30 de septiembre de 2006
Parque Natural Cabo de Gata-Nijar

Organiza:



Colabora:



Índice

- 1. Introducción**
- 2. Objetivos**
- 3. Programa**
- 4. Talleres**
- 5. Mesa Redonda**
- 6. Conclusiones de la Jornada**
- 7. Anexos**
 - **Los medios de comunicación en la EADEA**
 - **Recortes de Prensa**

1. Introducción

En la actualidad, y debido a la evolución imparable de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), los medios de comunicación social (televisión, radio, prensa escrita, Internet...) están adquiriendo una importancia enorme por su omnipresencia en todos los ámbitos de la vida social confiriéndoles un relevante poder como conformadores de opinión y distribuidores de información, criterios y argumentos con los que interpretar la realidad.

De lo anterior se deriva las posibilidades crecientes de dichos medios a la hora de sensibilizar y crear conciencia ambiental en la población en general.

Andalucía, a excepción de la Radio Televisión, Andaluza (RTVA), no cuenta con medios de comunicación que tengan una clara voz regional. Existe, por el contrario, una amplia red de medios locales, provinciales (con una gran difusión) y medios nacionales que cuentan con ediciones zonales que hacen una amplia síntesis de la realidad autonómica con un grado de integración informativa regional que no tienen algunos medios provinciales ni la mayoría de los locales y en los que la perspectiva andaluza se refleja de forma muy desigual.

La existencia en Andalucía de una importante red de medios locales puede servir como vía de comunicación para las actuaciones donde tenga cabida la participación

ciudadana y la educación ambiental, ya que a estos medios, por su cercanía con la audiencia, les resulta más sencillo establecer líneas directas de comunicación con la ciudadanía.

En los últimos años se puede constatar un incremento del número de noticias ambientales aparecidas en los medios. Estas nacen de sucesos normalmente graves, que son presentados a veces de forma muy dramática para llamar la atención de la audiencia. El problema consiste en que se realiza un tratamiento deficiente de los temas desarrollados, presentándolos más como sucesos que no como procesos.

En general la especialización periodística en medio ambiente, tanto en los estudios universitarios como en la práctica profesional, es escasa. Su existencia está relacionada con el tamaño y con el interés de las empresas de comunicación en fomentar esta área de información.

2. Objetivos

Objetivos generales:

Poner en contacto periodistas y especialistas en temas ambientales para conseguir la sensibilización y compromiso de los medios de comunicación con respecto al medio ambiente para fomentar una información ambiental realizada con un mayor rigor científico.

Objetivos específicos:

- Fomentar el desarrollo y maduración del periodismo ambiental de ámbito local y regional en Almería.
- Crear sinergias entre los sectores periodístico y ambiental de la provincia.
- Establecer una red de colaboración mutua y contactos entre ambos sectores.

3. Programa

9.15h. Salida hacia Rodalquilar desde la Biblioteca Villaespesa.

10:15h. Recepción y entrega de Documentación.

Sala de Exposiciones del Parque Natural de Cabo de Gata.

10:30h – 10:45h. Inauguración de las jornadas.

- D. José S. Guirado Romero. Director General de Gestión del Medio Natural de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.
- D. Jonathan Sánchez Guirado. Presidente de la Asociación ECOMÍMESIS.
- D. Covadonga Porrúa Rosa. Presidenta de la Asociación de Periodistas – Asociación de la Prensa de Almería.

10:45h – 11:15h. Conferencia Inaugural.

- D. Jorge Molina. Gabinete de Prensa de la Consejería de Medio Ambiente.
"Importancia de la Información Ambiental en el periodismo".

11:15h – 11:30h. Pausa – Café.

11:30h – 12:30h. Talleres.

- **Tratamiento de la Información Ambiental en situaciones de crisis.**
D. Ricardo Gamaza. Asociación de Periodistas de Información Ambiental.
- **Movimientos Sociales y Medios de Comunicación.**
D. Antonio Fernández. Miembro del GEM y Periodista Ambiental.

12:30h. – 13:45h. Mesa Redonda:

- Modera: D. Jorge Molina. Gabinete de Prensa Consejería de Medio Ambiente.
- D. Ricardo Gamaza. Asociación de Periodistas de Información Ambiental
- D. Antonio Fernández. Miembro del GEM y Periodista Ambiental
- D. Juan José Luque Ibáñez. Delegado de Medio Ambiente.

13:45h. – 14:00h. Conclusiones de la Jornada

14h. Comida en el Restaurante "Isleta del Moro"

16:00h. – 17:00h. Visita al Jardín Botánico de Rodalquilar.

17:00h. Clausura y Regreso en Bus.

4. Conferencia Inaugural

Presenta: D. Antonio Quesada Cerezo. Gabinete de Prensa de la Delegación de Medio Ambiente.

Ponente: D. Jorge Molina. Gabinete de Prensa Consejería de Medio Ambiente.

Currículo:

Desde 1990 se dedica a la información ambiental, centrada en El Correo de Andalucía, donde trabajó años y años. Desde 2002 jefe de prensa de la Consejería de Medio Ambiente. Ha recibido tres premios: el del Patronato de Doñana, el de la Fundación Doñana 21, y el accésit del Premio Andalucía de Periodismo de la Junta en la modalidad de prensa, como los anteriores. Ha escrito la guía del PN de la Sierra Norte de Sevilla. Nació en el PN Sierra de Aracena, y se crió en el entorno sevillano de Doñana, en La Puebla del Río. Es miembro de APIA, y ha participado en multitud de cursos, seminarios, conferencias y talleres.

Resumen:

La Información Ambiental es para muchos medios una información de segunda categoría, teniendo una mayor relevancia en los medios de comunicación locales que en los de tirada nacional. Solamente alcanzan una mayor repercusión cuando adquieren un carácter político o una gran relevancia social, pasando a otras secciones de mayor calado. Estas ocasiones suelen ser contadas, siendo necesaria una dura lucha por parte de sus profesionales para "colocar" cualquier noticia en el medio en que trabajen.

Reflexiones:

Algunas de las conclusiones extraídas son:

- Según los datos proporcionados la media de noticias ambientales en los periódicos andaluces es de 3 noticias al día. Además de estas noticias puntuales existe una horizontalidad del medio ambiente en otras revistas especializadas como economía, agrarias, pesca o caza.
- Jorge Molina plantea en su conferencia inaugural que los medios de comunicación le dan demasiada importancia a los incendios y en ocasiones en

situaciones sin sentido, como puede ser la destrucción de un cultivo y no de bosques naturales.

- En el caso de la gripe aviar, han sido 2 meses de alarma con fuertes titulares sobre las consecuencias de la gripe aviar, consecuencias que nunca han llegado a tal extremo, pero que no han sido desmentidas o aclaradas una vez pasada la crisis mediática, es decir, en cierta medida no se ha “desactivado la alarma”.
- Comenta que los periodistas ambientales necesitan formación en medio ambiente, pues son mucho mayores las posibilidades de error que los periodistas dedicados al deporte, la política o los sucesos. Este error está provocado en muchas ocasiones a la inexistencia de una verdad absoluta, existen divergencias de opiniones entre diferentes expertos científicos. Se tratan de temas muy importantes y no de sucesos, son procesos a estudiar de forma continuada no puntualmente.
- Los periodistas tienen enorme credibilidad, son los más creídos tras las ONG´s en temas de medio ambiente.
- Los periodistas creen más en los científicos y conservacionistas, pero los científicos no se entienden con los periodistas porque no son capaces de sintetizar temas complejos en poco tiempo de forma sencilla, que es lo que los periodistas necesitan.
- Hoy día a causa de la divergencia de opiniones es imprescindible contrastar la información.
- Los intereses económicos supeditan a los periodistas ya que los jefes de los medios presionan a los periodistas para que publique unos u otros artículos.
- Según Miguel Ángel Blanco del Alba, Periodista Mejicano, **“Los periodistas ambientales tenemos mucho que contar pero tenemos que hacerlo bien”**

5. Talleres

Taller 1:

Tratamiento de la Información Ambiental en situaciones de crisis.

Presenta: D. Daniel José García Hernández. Asociación Profesional ECOMÍMESIS

Ponente: D. Ricardo Gamaza. Asociación de Periodistas de Información Ambiental.

Currículo:

Ricardo Gamaza es Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Actualmente es subdirector del programa "Espacio Protegido" de Canal 2 Andalucía (RTVA), y colabora con el programa "Tecnopolis" de Canal Sur en la sección "Medio Ambiente Doméstico". Ha trabajado como redactor especializado en varios periódicos y televisiones locales. Miembro de la Junta Directiva de la APIA desde el 2002. Ha colaborado en multitud de congresos como ponente y coordinador. Ha recibido varios premios que reconocen su labor periodística, algunos de estos son: el Premio Nacional "Panda" 2004 de Comunicación Ambiental al Mejor reportaje especializado otorgado por WWF-Adena y Winthertur, el Premio FACCAA (Federación Andaluza de Ciencias Ambientales) 2005 a la Mejor Iniciativa Ambiental, el VI Premio Nacional de Periodismo "Doñana" 2004 otorgado al programa "Espacio Protegido" de Canal 2 Andalucía por la Fundación Doñana 21.

Resumen:

A menudo las grandes catástrofes ambientales son tratadas de una forma catastrofista con el objetivo de captar la atención de la población. Este tipo de situaciones puede servir para conseguir un flujo de opiniones y críticas generadas y una movilización social ante este tipo de sucesos, con lo que se hace necesario evitar un tratamiento sensacionalista de la información, intentado ser lo más realista y divulgativo posible.

Objetivos:

Los objetivos de este taller son:

- Acercar posiciones acerca de cómo tratar catástrofes en el ámbito de los medios de comunicación.

- Evitar el carácter sensacionalista que en muchas ocasiones se le da a este tipo de noticias.
- Estudiar los procesos ambientales, y no los sucesos, dentro de la noticia ambiental.

Esquema de trabajo:

Estas primeras jornadas pretenden ser el punto de partida de análisis de la información ambiental en los medios de comunicación, mediante la creación de pequeños grupos de trabajo con profesionales del medio ambiente y periodistas. El esquema de trabajo en estos talleres propuesto desde la organización es:

- Introducción a la problemática a tratar.
- Análisis de noticias ambientales publicadas en prensa.
- Planteamiento y discusión de los puntos clave.
- Extracción de conclusiones a plantear en la mesa de debate.

Reflexiones:

Algunas de las reflexiones realizadas en este taller son:

1. La noticia en la actualidad es un espectáculo, no tiene trascendencia, existe un interés por la novedad, la cercanía y la actualidad que descontextualizan lo ocurrido, centrándose únicamente en los sucesos y no en los procesos.
2. Otro factor a tener en cuenta son las audiencias, son algo muy importante en televisión, aunque no debería supeditarse todo a ello.
3. La rigurosidad y la acreditación en el periodismo es fundamental para mantener la credibilidad de la sociedad.
4. Actualmente el periodismo es de sucesos, siendo algo imprescindible para comprender la situación actual, el análisis de los procesos.
5. La noticia tiene una función social y educativa. Por ejemplo, en el caso del Prestige, el problema real es el problema energético mundial y a nivel de oyentes el problema es que en un hogar de 4 personas es que tengamos 3 coches, pero este mensaje último no llega a la ciudadanía.

Conclusiones:

A continuación se remarcan las conclusiones de este taller mantenidas en el debate.

1. Una de las carencias de la información ambiental es la falta de soluciones a plantear a la población, en ocasiones se criminaliza a ésta sin ofrecerle alternativas.
2. Apenas existen periodistas especializados en temas ambientales en prensa, siendo el único caso el de Gustavo Catalán.
3. La noticia suele girar entorno a los desastres ambientales, no existiendo nunca un seguimiento de los grandes casos ambientales.
4. Un claro problema planteado en el mundo del periodismo es la censura y la autocensura del periodista, a veces en demasía.
5. Actualmente el 60% y el 70% de la información de los periodistas es oficial, es decir, procedente de notas de prensa, lo cual limita en muchas ocasiones su poder investigador.
6. Una alternativa sería la colaboración entre unos y otros. Es decir, pasarle a otro medio la información que tu no puedas publicar, hacer un blog en Internet y referenciarlo, por ejemplo.
7. Otra solución viable sería la realización semanalmente de un análisis de los sucesos en reportajes especiales, o mejor aún sería tener un espacio diario dedicado a la información ambiental.

Propuestas / Soluciones:

Para finalizar con este taller se realizaron una serie de propuestas que pudiesen servir de ayuda para cambiar el panorama actual. Para ello se solicitaron a los periodistas que comentasen lo que pedían de los profesionales del medio ambiente y viceversa.

¿Qué piden los periodistas de los profesionales del medio ambiente?

1. Tener un teléfono de contacto de rápida respuesta, y una única persona.
2. Poseer una función didáctica que ayude a los periodistas a entender el problema.
3. A ofrecer puntos de vista diferentes.
4. Ayudar a contextualizar los sucesos, presentando las causas de los problemas no solo las consecuencias.
5. Saber vender la noticia ambiental al periodista de forma que este pueda vendérsela a su jefe y a su vez al público.
6. Ser empáticos con los periodistas entendiendo su situación.

¿Qué piden los profesionales del medio ambiente a los periodistas?

1. Un mayor contraste de las noticias.

2. Tener una persona de contacto en el medio para tenerle informado.
3. Realización de seminarios formativos.
4. Mirada ambiental de la información que no es ambiental.
5. Mayor cobertura de la acción social en el medio ambiente, es decir, de aquello positivo que se realiza en pos del mismo.
6. Taller de editores/directores de medios de comunicación para informarles y formarles en la importancia y necesidad de lo ambiental en los medios.

Taller 2:

Movimientos Sociales y Medios de Comunicación.

Presenta: Iván Gómez. Asociación de Periodistas – Asociación de la Prensa de Almería

Ponente: D. Antonio Fernández Compán. Miembro del GEM y Periodista Ambiental.

Currículo:

Antonio Fernández Compán es miembro de Grupo Ecologista Mediterráneo (GEM) desde el año 80, prácticamente desde su fundación. Ha ocupado diferentes cargos de la junta directiva hasta convertirse en vicepresidente hace ya más de diez años. A La Voz de Almería llegó en 1987 como redactor económico y fue jefe de local y posteriormente de jefe de economía. Antes estuvo trabajando en la Diputación Provincial de Málaga como Director de Actividades Ambientales durante tres años. Ha sido premiado a lo largo de su amplia trayectoria de información económica y medioambiental por diferentes colectivos y administraciones. También es colaborador del 5 días, Andalucía Económica y algunas otras publicaciones relacionadas siempre con el medio ambiente y la economía, temas en los que es uno de los profesionales más destacados de nuestra provincia.

Resumen:

En ocasiones, a raíz de la publicación de una noticia de carácter ambiental se han generado una serie de reacciones en los movimientos sociales capaces de ejercer presión sobre cada una de las partes implicadas que han conducido a tomar decisiones basadas en las críticas recibidas. Y a la viceversa, los movimientos sociales pueden hacer uso de los medios de comunicación para ejercer presión sobre la administración e implicados, reflejando el gran poder de los medios y de los movimientos sociales en nuestra sociedad. Por todo esto, es muy importante el tratamiento que se le ha de dar a este tipo de información capaz de generar procesos de participación ciudadana ante determinadas situaciones.

Objetivos:

Los objetivos de este taller son:

- Analizar el tratamiento de las noticias ambientales como método de crear grupos de presión en torno a una determinada situación.

- Analizar el potencial de los movimientos sociales para provocar cambios en la sociedad a través de los medios de comunicación.
- Analizar las manipulaciones de las noticias con el fin de dirigir las movilizaciones sociales hacia un determinado fin.

Esquema de trabajo:

Estas primeras jornadas pretenden ser el punto de partida de análisis de la información ambiental en los medios de comunicación, mediante la creación de pequeños grupos de trabajo con profesionales del medio ambiente y periodistas. El esquema de trabajo en este taller propuesto desde la organización es:

- Introducción a la problemática a tratar.
- Análisis de noticias ambientales publicadas en prensa.
- Planteamiento y discusión de los puntos clave.
- Extracción de conclusiones a plantear en la mesa de debate.

Reflexiones:

Algunas reflexiones extraídas son:

1. En los años 80 existía una buena acogida de los mensajes de los grupos ecologistas en los medios de comunicación, en cambio en los 90 hubo un enfriamiento conforme aumentaba el boom del movimiento inmobiliario, ya que ejercen presión sobre los medios de comunicación, donde invierten grandes capitales.
2. El mensaje exacto que pretenden transmitir los ecologistas de Almería es la necesidad de un cambio de modelo.
3. El nivel de formación de la sociedad condiciona la receptividad del mensaje ambiental.
4. Los gobiernos tienen la información y el poder, ya que son los únicos que tienen la responsabilidad de buscar modelos de desarrollo sostenibles.
5. Actualmente las notas de prensa tienen un gran impacto en prensa, ya que tienen un formato corto y atractivo.
6. Para conseguir credibilidad se precisa de rigor pues los fallos se pagan caros.
7. Los mensajes que transmiten los movimientos sociales pro-ambientales puede ser conservacionista sobre especies, bien acogidos porque no suelen afectar directamente a nadie. O ecologistas, que si suelen incidir en un cambio en el

modelo de desarrollo que a largo plazo es beneficioso, pero a corto plazo se percibe muchas veces como un problema.

8. En prensa obtener página sobre denuncias o desastres es fácil, lo complicado es hacer llegar un mensaje de futuro de la situación actual. Los grupos ecologistas siempre tienen un lugar en prensa, aunque tiene problemas cuando la información toca temas económicos.
9. Los medios de comunicación son reflejo de quien los dirige
10. Por general los grupos ecologistas de Almería son muy independientes de los intereses políticos.
11. El poder mediático de la prensa es muy importante y puede alcanzar más lejos que acciones de los grupos sociales.
12. Al final en temas económicos muchas veces factores externos al reportero hacen que no salgan en prensa ciertas informaciones.

Conclusiones:

A continuación se remarcan las principales conclusiones de este taller:

1. Los medios aceptan los mensajes de los movimientos sociales, aunque de forma minoritaria.
2. Los medios de comunicación no tienen información ambiental suficiente.
3. La cultura no solo es leer y saber, sino que existe una cultura histórica, tradicional que puede transmitirnos muchos conocimientos del medio. Esto se está perdiendo.
4. Existe una clara falta de formación, información e inteligencia por parte de los profesionales de los medios de comunicación.
5. Esta falta de formación y nivel cultural es mayor en los responsables de los periódicos, los responsables no entienden el medio ambiente como algo necesario sobre lo que informar, además de no vender.

6. Mesa Redonda.

Algunas de las anotaciones y conclusiones recopiladas en la mesa redonda final son:

- La administración sigue con interés lo publicado en prensa.
- En la actualidad no existen profesionales con rigor, datos claros y que lo conozcan todo.
- El intentar ofrecer datos con rigor, muchas veces impide que la información sea inmediata. El rigor y datos contrastados son muy importantes, así como trasladar la información con la importancia justa.
- Jorge Molina planteo la siguiente cuestión a los ponentes de la mesa: ¿Pensáis que la sucesión de problemas negativos hace que la gente piense que no existen soluciones?
 - *Si, sino se dan soluciones. Contando procesos y dando opción a que la gente proponga soluciones o contribuya a ellas* –expone Ricardo Gamaza-
 - *Interruptor y grifo son los 2 grandes problemas ambientales del mundo* – dice Antonio Fernández-.
- *Existe un pensamiento generalizado entre los científicos de que los periodistas son sus portavoces, cuando es todo lo contrario, son los corresponsales de la opinión pública* –defiende Ricardo Gamaza-.
- *Hay un problema de concepto establecido en la sociedad, se confunde medio ambiente con naturaleza* – según Antonio Fernández-.
- Entre el público se lanza la necesidad de llegar a acuerdos con los medios de comunicación y no con los periodistas, es necesario hacer una crítica enfocada al medio más que al periodista.

6. Conclusiones.

Como conclusiones finales podemos decir que las jornadas han servido de punto de encuentro entre profesionales del medio ambiente y los periodistas. La participación de ambas ramas ha sido más o menos equitativa y las conclusiones y reflexiones realizadas en los diferentes talleres y en la mesa redonda han sido de gran ayuda para acercar más las posiciones entre ambos colectivos y descubrir un nuevo colectivo al que dirigimos de la mano, los editores y directores de los medios de comunicación. Ha quedado patente la necesidad de realizar un taller específico donde contar con dichos profesionales, cuyo papel es muy importante a la hora de difundir la noticia ambiental, a la hora de considerar las noticias ambientales como procesos y no como sucesos.

Es necesario mantener un contacto continuo entre los profesionales del medio y de los medios. Comprender las capacidades y limitaciones de ambos grupos sociales e intentar allanar el camino existente entre el mundo de las ciencias del medio y el mundo periodístico.

Existe un claro interés por continuar con la realización de dicho evento y hacerlo llegar a los profesionales que no han podido asistir.