

PERIODISMO AMBIENTAL, UNA DE LAS CLAVES PARA AFRONTAR EL CAMBIO CLIMÁTICO

HERNÁN SORHUET

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace muchos años se discute acerca de la importancia que tiene el periodismo ambiental en el *aggiornamento* de la profesión.

A nuestro entender, existe un nexo estrecho entre el periodismo de calidad que se necesita para impulsar el desarrollo sustentable de la sociedad –con equidad y espíritu democrático- y lo que de manera genérica se conoce como periodismo ambiental. Porque esta aparente especialización periodística trata de comprender y divulgar la realidad cotidiana con una visión muy amplia, sin dejar variables importantes sin considerar. Implica respetar la mayor objetividad posible pero al mismo tiempo asumir compromisos con la equidad, la justicia y el bien común. Por esa razón, ejercer el periodismo ambiental lleva implícita la dificultad de modificar algunos de los patrones clásicos -y muy arraigados- del ejercicio del periodismo.

Lo que a priori parece presentarse como una especialización en los medios de comunicación, en realidad es una concepción diferente de hacer periodismo, ya que le exige al profesional lo inverso. En una noticia, en un editorial, debe trabajar contenidos científicos, tecnológicos, culturales, políticos, sociales, ecológicos, y cuántos más le exija el asunto. Desde luego no estamos impulsando la absurda idea de que el periodista sea un experto en todas esas materias, sino que su trabajo intelectual está gobernado por una universalidad que le demanda estar lo mejor informado y formado posible, y contar con recursos genuinos (expertos y fuentes confiables) a los que recurrir según las circunstancias.

Quizás en ello radique la postergación permanente que experimenta de ser incluido en los contenidos curriculares de las carreras de periodismo.

Desde esta perspectiva el periodismo ambiental ayuda a formar ciudadanos ambientales o planetarios, muchas veces sin tener demasiada conciencia de ello. Este concepto resulta muy interesante porque introduce una variable que no se lleva nada bien con las percepciones y concepciones más características de los grupos humanos que pueblan el planeta. Cada comunidad, cada nacionalidad reivindica una pertenencia socio-histórico-cultural que induce a las visiones parciales. La realidad ecológica del planeta impone otra lógica por la vía de los hechos que solamente el periodismo ambiental encara. Lovelock¹ recoge de la declaración de la conferencia de Amsterdam (2001) lo siguiente: “La Tierra se comporta como un sistema único y autorregulado, formado por componentes físicos, químicos, biológicos y humanos.” Esta afirmación significó un avance sustancial porque incorporó al pensamiento científico la idea de que los seres vivos son capaces de moldear y modificar el planeta.

¿Quién tiene esa visión cósmica incorporada? ¿Quién se siente ciudadano del mundo? ¿Quién reconoce su condición de habitante de un planeta único, acotado y dinámico, por encima de la mentalidad de lugareño? Nadie; o casi nadie.

Se podrá decir qué sentido tiene pensar de esa forma cuando tanto nos condiciona nuestro entorno inmediato. Sin embargo, a medida que se va democratizando el conocimiento, tomamos mayor conciencia de que existe una estructura y un funcionamiento planetario por encima de cualquier manifestación parcial local.

Para el periodismo ambiental la instalación del cambio climático como tema de primer nivel en la agenda mundial, es el mejor ejemplo de cómo la realidad se ha encargado de confirmar esa nueva percepción.

Al mismo tiempo su elevado estatus actual, ganado en el terreno político, económico y científico, demostró (como ningún tema lo consiguió antes) el acierto del periodismo ambiental conseguido hace varias décadas, al incluirlo entre los asuntos de abordaje habitual, por la urgencia y la preocupación que genera pensando en el futuro de los pueblos. Hoy casi nadie cuestiona o ignora el cambio climático.

Es un tema incorporado a la agenda de los gobiernos, de las agencias de Naciones Unidas, de los organismos internacionales, del sector empresarial, del académico, y de amplios estratos de la sociedad civil.

En otras palabras, su cada vez mayor importancia aumenta proporcionalmente la responsabilidad del periodista a la hora de informar y formar opinión.

1 Lovelock, James (2007), página 51.

2. LA VERDAD

Desde siempre, amplias mayorías incorporan en la definición de periodismo una idea central: la búsqueda de la verdad. Pero, en esta época existen más dudas que certezas acerca del alcance de esta premisa. Hasta se duda de qué es la verdad.

Sinopoli² plantea algo interesante cuando dice: “En rigor, para los medios de comunicación la verdad no necesita ser lo verdadero, sino aquello que parece verdadero, cimentado en lo verosímil, cuando es trascendental la dimensión enunciativa del discurso”.

En el terreno de la ciencia y la tecnología esta aparente ambigüedad suele alcanzar “la mayoría de edad” porque difícilmente sus referentes se ponen de acuerdo en los temas de interés público. En el tema que nos ocupa, la existencia del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) como organización incuestionablemente idónea y libre de sospecha de estar influenciadas por intereses sectoriales, transmite una marcada sensación de alivio y tranquilidad, especialmente para los profesionales de la comunicación. Porque es la fuente de información especializada y objetiva más confiable que existe y, por lo tanto, donde dirigimos la mirada cuando estamos en busca de la verdad.

3. ¿DEMASIADA INFORMACIÓN?

Vivimos una especie de paradoja donde cada vez hay más información, cada vez el acceso a ella es más rápido y barato, pero al mismo tiempo, las personas están más rezagadas o desinformadas.

El gran reto del presente es disponer de la información pertinente y de calidad en el momento justo (en que la necesitemos), para que nos ayude a ser ciudadanos más proactivos, favorezca la gobernanza, incida en la solución de nuestros problemas y ayude a mejorar la calidad de vida de las personas.

Esa explosión de información que circula gracias al soporte que brinda la Internet y desborda todas las predicciones, necesita ser “depurada” en el sentido de saber diferenciar entre la información de calidad y con fundamento, de la otra. Pero, también es necesario ser capaces de hallar lo que necesitamos en el momento justo, dentro de ese inmenso océano de datos, documentos, artículos y opiniones.

² Sinopoli, Daniel (2006), página 34 y 35.

Cuando el público recurre al periodista para enterarse de algo determinado, está confiando en su capacidad profesional de seleccionar y comunicar información.

Como la vida moderna está cada vez más sustentada en el conocimiento científico y en la aplicación tecnológica del mismo, resulta casi inevitable que estos campos permeen la noticia, sustancien la información de manera silenciosa pero sostenida.

4. FORMACIÓN DE PERIODISTAS

El avance del conocimiento y la complejidad de la realidad significan un desafío creciente para los profesionales de la comunicación. Pero, por lo general, su formación y actualización no están contempladas en los esquemas formativos de recursos humanos de las empresas periodísticas; ni en los centros de formación profesional, a través de la actualización y el enriquecimiento curricular.

Lo concreto de la situación es que, si en un asunto tan complejo como el cambio climático el periodista está decidido a no ser un mero transmisor de información o un vocero de los especialistas y las autoridades de gobierno, debe encarar con responsabilidad y decisión un proceso de formación permanente. No puede esperar cruzado de brazos que algo ocurra y mejore sus conocimientos.

Es una necesidad esencial de nuestro tiempo comprender la complejidad de este fenómeno planetario y sus fuertes connotaciones e impactos sociales, económicos, ecológicos, políticos y culturales.

Poco sentido tendría para una comunidad planificar en el terreno de las estrategias de MITIGACIÓN y -muy especialmente para nuestros países- en la ADAPTACIÓN al cambio climático, si ni siquiera se comprende lo que está sucediendo, y lo que está por venir.

Se reivindica y reclama más participación social en las etapas de planificación y toma de decisiones del desarrollo de nuestros pueblos. Se insiste en destacar la importancia de fortalecer la gobernanza, que ayuda a los procesos de construcción de ciudadanía ambiental (o ciudadanía planetaria). Pero al mismo tiempo, en estos temas la comunidad cuenta casi exclusivamente con los medios de comunicación, como sus fuentes de información; con sus virtudes y defectos.

Recordemos que las grandes mayorías de la población, una vez terminada la educación básica, no vuelven más al sistema educativo. Lo que transforma a los medios de comunicación en su casi exclusivo proveedor de información de contenidos más o menos científicos y técnicos.

Ya en 1992, en oportunidad de la realización de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, más conocida por RIO'92, se enfatizó la importancia que tiene para la ciudadanía el acceso a la información.

Principio 10 de la Declaración de Río:

“El mejor modo de tratar las cuestiones ambientales es con la participación de todos los ciudadanos interesados, en el nivel que corresponda. En el plano nacional, toda persona deberá tener acceso adecuado a la información sobre el medio ambiente de que dispongan las autoridades públicas, incluida la información sobre los materiales y las actividades que encierran peligro en sus comunidades, así como la oportunidad de participar en los procesos de adopción de decisiones. Los Estados deberán facilitar y fomentar la sensibilización y la participación de la población poniendo la información a disposición de todos. Deberá proporcionarse acceso efectivo a los procedimientos judiciales y administrativos, entre éstos el resarcimiento de daños y los recursos pertinentes.”

Quién si no el periodismo está mejor capacitado para tender este puente entre el público y la información disponible.

Dice Sagan³: “No sé hasta qué punto la ignorancia de la ciencia y las matemáticas contribuyó al declive de la antigua Atenas, pero sé que las consecuencias del analfabetismo científico son mucho más peligrosas en nuestra época que en cualquier otra anterior. Es peligroso y temerario que el ciudadano medio mantenga su ignorancia sobre el calentamiento global, la reducción del ozono, la contaminación del aire, los residuos tóxicos y radiactivos, la lluvia ácida, la erosión del suelo, la deforestación tropical, el crecimiento exponencial de la población.”

Ante este panorama, ¿quién forma, capacita, actualiza a los periodistas?

Las empresas periodísticas no suelen invertir en sus recursos humanos, salvo en el terreno del periodismo económico y político.

Las instituciones de formación profesional normalmente no incluyen temas como el cambio climático en sus contenidos programáticos, por lo menos con el énfasis e importancia que el asunto tiene en la vida real de nuestros países.

La realidad es frustrante. No debe extrañar que el tratamiento periodístico de los temas vinculados al cambio climático suela ser superficial, confuso, incompleto, cuando no equivocado.

3 Sagan, Carl (1997), página 23.

Mantener esta situación significa correr un riesgo muy grande, pero pocos parecen advertirlo. Si aceptamos que el periodismo es formador de opinión y que para muchos es la principal fuente de información, es fácil concluir que estamos frente a un asunto delicado.

Veamos un ejemplo vinculado al cambio climático. Ante la noticia del hallazgo de un gran yacimiento de hidrocarburos en el país, ¿qué periodista se atrevería a decir que no es una buena noticia, porque en realidad el país no debería considerar su explotación si está abocado a impulsar una política de estado centrada en el cambio de la matriz energética hacia fuentes renovables?

¿Qué periodista está dispuesto a sostener una estrategia permanente de trabajo en la cual promueva cambios de conducta, modificación de estilos de vida y modalidades de consumo, que favorezcan la reducción del consumo de energía, especialmente las no renovables?

La sustentabilidad de la civilización global parece estar condenada, según los actuales patrones de comportamiento de los productores y consumidores de bienes y servicios. Cada vez hay más personas en el planeta demandando alimento, vestimenta, vivienda, educación, salud, trabajo, diversión, etc. Hoy son millones los que no lo consiguen... y la humanidad sigue creciendo en un planeta que es finito.

Desde los medios de comunicación, y las redes sociales se debería hacer un gran esfuerzo por colocar sobre la mesa de discusión pública, todos aquellos temas que inciden en la homeostasis de nuestros ecosistemas y en la calidad de vida de nuestra gente.

Ante ese panorama viene bien recordar que el trabajo periodístico procura estimular en la gente una búsqueda de soluciones. Restrepo⁴ hablando de la función del periodista dice: "Él no es el que da las soluciones, es el que crea el ambiente propicio para que esa búsqueda sea una tarea común".

En particular, en los países latinoamericanos urge combatir implacablemente la pobreza y las grandes desigualdades. Pero hay que hacerlo sin comprometer la viabilidad ambiental, sin degradar el extraordinario patrimonio en diversidad biológica, y respetando las grandes diferencias culturales y étnicas que caracterizan y hacen tan valiosos a nuestros pueblos.

Poco avanzaremos si no existe un cambio significativo en la postura de los medios y en la formación de los periodistas en temas críticos como el cambio climático.

4 Restrepo, Javier (2004), página 234.

Ante este panorama resulta doblemente importante que los periodistas recurramos a las personas que más saben sobre el tema.

Si se pretende ser un buen periodista ambiental, a nuestro entender generar mutua confianza entre el comunicador y el científico es una estrategia inteligente y efectiva. Eso se logra solamente a través del conocimiento profesional y personal. Nuestro trabajo comunicacional permite difundir avances y logros conseguidos en “el laboratorio”. Mientras que el experto responde a nuestras preguntas, aclara las dudas, hace comprensible lo complicado. Sin estos insumos nuestro trabajo periodístico sería mucho más difícil en asuntos tan complejos como el calentamiento global o el comportamiento de los ecosistemas en la captura de carbono. Transitando este camino nos habituamos a manejar el léxico técnico y seremos capaces de decodificarlo correctamente, para asegurar la máxima comprensión posible del público de un trabajo periodístico pertinente, oportuno y con sustancia.

5. CAMINO RECORRIDO

Desde luego ha habido avances. Recordemos que en la Cumbre de Río –hace ya 20 años- los países de la Organización de Países Exportadores de Petróleo⁵ (OPEP) presionaron al resto y lograron que en los documentos oficiales de la recordada conferencia no quedara escrito en ninguno de ellos que la combustión de hidrocarburos provocaba el calentamiento global, a pesar de las irrefutables confirmaciones científicas que ya estaban disponibles. Hoy a nadie se le ocurriría plantear algo parecido.

En materia ambiental se nota un avance general en la sociedad en materia de conciencia sobre la importancia de estos temas, lo cual desde luego se refleja en el periodismo. Pero la mala noticia es que el avance de la complejidad de estos temas parece sacarle mayor ventaja a esa cierta madurez ambiental que se percibe en la sociedad. En otras palabras, las personas vamos rezagadas; existe un tiempo de latencia entre lo que está ocurriendo, lo que logran los avances científicos y tecnológicos, y lo que percibe y comprende la gente. El principal aliado que tiene la sociedad para acortar esta brecha es el periodismo.

Pero, queda claro que en la actualidad la urgencia condiciona la agenda y suele sacrificar la calidad periodística. Lo cual nos conduce nuevamente al valor que

⁵ OPEP: organización intergubernamental integrada por 12 estados miembros, fundada en 1960. Fue creada para proteger el precio del petróleo. Tiene gran incidencia en el mercado según decida reducir o aumentar la producción de petróleo.

tiene la formación profesional. Cuánto mejor formado este el comunicador más rápida y mejor será su respuesta ante un desafío profesional.

Esta afirmación nos sitúa en uno de los problemas que resultan recurrentes, por lo menos en América Latina. Nos referimos a qué cabida tienen en los medios los periodistas especializados en temas ambientales y científico-tecnológicos. Existe muy poca demanda de estos profesionales, al punto que es poco frecuente su presencia en los planteles de periodistas estables de los medios de comunicación. En todo caso, los temas de su competencia los abordan colegas, dentro de un abanico de asuntos asignados de muy diversa índole y naturaleza. Mediante esta estrategia laboral se hace difícil obtener un buen producto periodístico cuando se trata de informar sobre asuntos complicados como el cambio climático. El profesional de la comunicación no está bien formado para abordar el desafío, y normalmente lo condicionan los tiempos laborales para preparar la información, que en periodismo suelen ser muy breves.

Nuestro caso es singular. Hace treinta años que ejercemos el periodismo ambiental en la página editorial del diario *El País* de Montevideo. A lo largo de esta extensa trayectoria hemos establecido muy buenos relacionamientos con especialistas de diversas áreas del conocimiento, particularmente de cambio climático, tanto en el ámbito gubernamental como en el sector académico. Estas sinergias redundan en beneficio de ambas partes. Consideramos que gracias a esos vínculos –basados en la confianza y el respeto ganado mutuamente– hemos mejorado nuestro trabajo periodístico en temas de elevada complejidad, permitiéndonos conseguir, al mismo tiempo, actualidad, claridad y precisión en la información que se brinda al público.

La continuidad es otro de los factores que juega a favor o en contra con la calidad del trabajo periodístico. Si un medio no cuenta con un periodista con formación y conocimiento general de estos temas, si rota a su gente en forma permanente, le resultará difícil conseguir, en tiempo y forma, un buen producto para su público.

Echando una mirada al camino recorrido, estamos convencidos de que en la actualidad la sociedad necesita más que nunca acceder a un periodismo responsable y de calidad, que la ayude a enfrentar –con mayores posibilidades de éxito– los desafíos crecientes que nos impone el siglo XXI.

El periodismo ambiental le añade al periodismo tradicional más compromiso social y una visión sistémica –esencial para comprender el denso entramado que caracteriza el devenir de las comunidades–.

6. PERIODISTA O EDUCADOR

No está de más recordar que no es función del periodismo educar al público. El periodista es periodista, no es docente. Esa es otra profesión. Sin embargo, permanentemente se le reclama al periodismo el ejercicio de tareas educativas. Incluso no son pocos los colegas que adhieren a esta postura, quizás dejándose llevar por los efectos que el periodismo (al igual que cualquier otra actividad que tiene contacto con mucha gente) tiene sobre la instrucción y formación de las personas. No cabe duda, de que el periodismo impacta en asuntos tan específicos como el buen o mal uso del idioma, que estimula la utilización de determinadas palabras y términos, que aumenta el bagaje de conocimientos generales de su público, que ofrece puntos de vista y análisis de temas de gran interés social. Pero el que pueda modificar conductas, el que eventualmente provoque la formación de opinión en un asunto específico (incluso contraria a la que desarrolló el periodista) simplemente son efectos colaterales; no deben responder a objetivos fijados. Si un periodista o un medio se plantean objetivos educativos, se equivocan. Porque están fuera de su jurisdicción laboral. Por esa razón no forma parte de su formación profesional.

Si el periodista no tiene clara la diferencia de responsabilidades es posible que lo invada una cierta confusión de roles, que sin duda perjudicará su desempeño. Si se traza objetivos educativos en su labor periodística, ¿de qué manera comprueba que los alcanzó; que realizó un buen trabajo? ¿Qué sistema de evaluación utilizó para comprobarlo?

Por lo tanto, no se le puede exigir a los medios de comunicación ni a sus profesionales que desempeñen una función que no le corresponde.

6. CIUDADANÍA AMBIENTAL

La tarea informativa de los medios de comunicación y la de formación de opinión cada vez parece incidir más en la formación de ciudadanía ambiental (que el ciudadano conozca más sobre sus derechos y obligaciones socio-ambientales y que actúe en consecuencia).

En los hechos, estas tareas suelen ser una especie de atajo, un camino más directo que el que recorren otras organizaciones e instituciones, como las educativas, gubernamentales, académicas y sociales. Tienen a favor la velocidad y la capacidad amplificadora de sus mensajes.

Por eso estamos convencidos de que para favorecer la construcción de un futuro mejor de la sociedad, es importante mejorar y robustecer la formación de los profesionales de la información que se desempeñan en medios de comunicación.

Para tener una noción del actual estado de situación predominante entre los colegas, bastará realizar un simple sondeo formulando alguna pregunta básica como: ¿tienes idea lo que es el IPCC?; ¿sabes lo que significa la adaptación al cambio climático?

Si obtenemos malas respuestas alguien podrá intentar su justificación diciendo que no están especializados en el tema. Entonces, volvemos al punto de partida. Los medios no contratan periodistas con formación ambiental porque entienden que no se justifica el gasto, pero luego, en los hechos, queda demostrado que sus profesionales ni siquiera cuentan con la “cultura general ambiental básica” que se espera forme parte del acervo de la comunidad.

Mientras tanto, la velocidad con que avanza el conocimiento, con que se hacen más complejos los fenómenos socio-económico-ambientales de la sociedad moderna, está dejando retrasado el nivel periodístico que la ciudadanía necesita, para no perder pie en la comprensión de la realidad, de su entorno, y poder entonces actuar en consecuencia.

Qué sentido tiene realizar enormes esfuerzos en estrategias y medidas de adaptación y mitigación al cambio climático en nuestros países, si la gente ni siquiera entiende cual es el problema de fondo que los afecta y que debe enfrentar, entre otras razones, porque el periodismo que consume no satisface esa necesidad. Es imposible que alguien pueda tomar buenas decisiones para hallar la solución a sus problemas, si no comprende bien las causas de los mismos.

La función periodística es una función social por excelencia. Estamos para servir a los ciudadanos, brindándoles información de calidad y actualidad que los ayude a ser más libres, en todos los sentidos. Es tan singular nuestro trabajo -y tan diferente a la inmensa mayoría- que al realizarlo nos debemos a nuestro público y no a nuestro empleador.

Dice Restrepo⁶: “En efecto, la información –sea cultura, deportiva, económica, política o de cualquier otro carácter- no es propiedad del periodista ni del medio, sino de la sociedad. Es ‘un bien social’, como expresa la UNESCO en su *Código de ética periodística*, y se trata de un bien indispensable para la sociedad. Por eso las constituciones de los países democráticos la protegen contra la censura, con el libre acceso a las fuentes, con la consagración del secreto profesional y con las garantías

6 Restrepo, Javier (2004), página 172.

legales para el libre ejercicio de la profesión. No se trata de un bien cualquiera, del que se puede echar mano para convertirlo en negocio o instrumento al servicio de alguien o de alguna institución o empresa. Es un bien de la sociedad y como tal debe ser manejado”.

El dilema actual es asegurarle al público productos de calidad. Para transformarnos en buenos periodistas en una temática tan compleja como el cambio climático es menester priorizar la formación permanente en la materia, aprovechando toda oportunidad que se presente y, al mismo tiempo, buscando caminos alternativos complementarios.

Si el cambio climático está llamado a ser uno de los asuntos ejes en la construcción de la sociedad de los próximos decenios, deberá ser un tema de dominio elemental para cualquier periodista que pretenda ser un buen profesional.

8. REFERENCIAS

- LOVELOCK, J. (2007): *La venganza de la Tierra*, Barcelona: Planeta
- Organización de las Naciones Unidas (1992): *Declaración de Rio de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*, Rio de Janeiro.
- RESTREPO, J.D. (2004): *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*, México: Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- SAGAN, C. (1997): *El mundo y sus demonios*, Barcelona: Planeta
- SINOPOLI, D. (2006): *Ética Periodística. Ensayos sobre responsabilidad social*, Buenos Aires: Ugerman Editor.