

CULTURA VERDE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Enrique Díaz León

HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN MEDIOAMBIENTAL EN NUESTRO PAÍS

En la figura de Félix Rodríguez de la Fuente se da una circunstancia hasta entonces anómala en nuestro país. Un zoólogo que une a su formación un conocimiento profundo del medio televisivo, del lenguaje de la televisión. Félix no es el primer divulgador científico de la historia de los medios de comunicación españoles pero indudablemente su influencia posterior hace de él una figura única que ha traspasado nuestras fronteras. En un país de televisión monopolística, Félix se hace un hueco con sus programas sobre naturaleza entre un cóctel de concursos y series foráneas.

Han pasado muchos años desde que en aquellos sesenta, Rodríguez de la Fuente implicara emocionalmente al espectador con “El Hombre y la Tierra”, primero con su “serie americana” y después con su “serie ibérica”. De alguna manera, el zoólogo

burgalés versionaba un modelo que ya había puesto en marcha en su vertiente acuática el inefable Jacques Cousteau, otro de los grandes divulgadores de la naturaleza en el siglo XX. La concepción de la historia se encontraba a caballo entre el drama y la comedia, tal como la vida misma, y el mensaje llegaba directamente al corazón del público, despertando una ola de respeto y cariño por las especies animales tratadas.

Rodríguez de la Fuente prescindía de datos científicos y caminaba por un sendero donde el sentimiento y la humanización de los animales conseguía el objetivo propuesto. Ejemplos para la posteridad nos han quedado muchos pero probablemente en la memoria colectiva de los españoles resuena la imagen de una loba abatida por la pérdida de uno de sus cachorros. Félix, hombre televisivo, supo aderezar esta receta con la guinda perfecta, una producción musical que envolvía todo el producto y lo dotaba de un aura casi mágica.

Se ha acusado al naturalista de truculento y de oportunista, pero sus programas consiguieron los

máximos reconocimientos internacionales de la época y hoy en día siguen “formando” a generaciones de españoles y familiarizándolos con nuestra fauna. Los “puristas” argüían que matar animales enfermos para atraer a los buitres o ayudar al águila imperial a “cargar” con un ternero rozaba lo “inmoral”.

Hoy en día ha quedado de manifiesto que Félix Rodríguez de la Fuente y su mensaje han calado tan hondos que varias generaciones de naturalistas españoles, ocupan lugares de privilegio en la comunidad científica internacional gracias a su obra. El resto de argumentaciones entra en el campo del lenguaje a utilizar para transmitir cultura medioambiental, y será objeto de análisis más adelante

Hoy en día ha quedado de manifiesto que Félix Rodríguez de la Fuente y su mensaje han calado tan hondos que varias generaciones de naturalistas españoles, ocupan lugares de privilegio en la comunidad científica internacional gracias a su obra. El resto de argumentaciones entra en el campo del lenguaje a utilizar para transmitir cultura medioambiental, y será objeto de análisis más adelante.

La prematura muerte de Félix mientras rodaba una carrera de trineos en Alaska dejó un poco huérfanos a todos los receptores de su mensaje. Un hombre de su confianza, Joaquín Araujo, trató de mantener viva la llama y, a pesar de que la entonces televisión única no apostó por él, supo ganarse un hueco en la radio pública a través de la cual ha sabido convertirse en garante de una forma de ver y observar la naturaleza que tiene un acento genuinamente español.

La escuela de comunicadores medioambientales abierta por estos pioneros ha tenido una importante legión de seguidores que, bien en televisión, bien en radio, bien en los medios escritos, y ahora en Internet, han sabido inculcar en las nuevas generaciones

cuando menos el amor por los animales. Los años 80 y 90 sirvieron para extender esta filosofía a campos como las energías alternativas y el respeto no sólo a la fauna, sino también a la flora. A decir verdad, España aporta un potencial ecológico que no se da en nuestro entorno, siendo aún a pesar de la lacra urbanística, un auténtico paraíso natural.

Notables ejemplos de series mucho menos recordadas que la ya mítica “El Hombre y la Tierra” jalonan durante la última etapa de monopolio de la televisión pública el camino hacia el boom de las televisiones que tiene lugar en nuestro país a finales de los años ochenta, primero con las autonómicas y después con las privadas. Series como “El Arca de Noé” intentan ir un paso más allá para ir ganando adeptos a esta causa. Quizás con este boom la divulgación científica termina siendo relegada a mero complemento de la programación.

La diversificación mediática que supone la llegada de las televisiones autonómicas y las televisiones privadas amplió el abanico pero desgraciadamente la información ecológica y medioambiental ha quedado en España reducida al carácter de servicio público, contribuyendo escasamente los medios privados (y hablamos de televisión y de radio) a la formación de esta cultura.

En Andalucía, en concreto, contamos con todo un clásico televisivo que ha recibido numerosos galardones tanto nacionales como internacionales, “Espacio Protegido”. Un programa donde su director, Chema Montero, bebe de las enseñanzas de los maestros, aportando su propia visión de la cultura medioambiental. Espacios como “Tierra y mar” contribuyen también a difundir el respeto al entorno marino y terrestre desde otra perspectiva más generalista en el ámbito de la televisión.

La radio, eterna compañera, sigue siendo ese reducto inexpugnable donde refugiarse y encontrar excelentes ejemplos en todo nuestro país, casi siempre del lado de los medios públicos. Son muchos los ejemplos que podemos encontrar de excelentes programas de información ecológica en el dial español pero siendo nuestro ámbito el andaluz, sería interesante hablar son el espacio galardonado con el último Premio Nacional de Periodismo concedido por la Fundación Doñana, la revista dirigida por nuestra compañera Esperanza García, “Verde, verde”.

Un espacio donde tienen cabida tanto lo meramente científico como lo estrictamente cultural. Un programa de 25 minutos dedicado en exclusiva a este tipo de información. Otro programa de Radio Andalucía, “El Observatorio”, contribuye también a la divulgación ecológica y medioambiental, en este caso, tocando exclusivamente lo referido a investigación.

Los medios escritos en nuestro país cuentan, en la mayoría de los casos, con artículos o articulistas que dedican espacio a este tipo de información, siendo muy destacables los espacios dedicados a este menester por los dos de mayor tirada a nivel nacional, tanto “El País” como “El Mundo”. Las revistas de divulgación científica como “Muy Interesante”, la más leída con cerca de 2.500.000 lectores, dedican amplios reportajes a este tipo de información, contando con notables especialistas en plantilla o haciendo propios trabajos de excelentes divulgadores.

La irrupción de los canales temáticos en los últimos años ha abierto el camino a nombres como Discovery Channel o National Geographic, complementos perfectos para los documentales emitidos por los canales públicos y adquiridos a las grandes productoras internacionales de este tipo de reportajes.

A grandes rasgos, este sería el panorama que nos describe la información ecológica y medioambiental

en los medios de comunicación españoles, panorama que no quedaría completo sin las versiones digitales de todos los medios reseñados anteriormente, en algunos casos auténticos baluartes de esos portales, como el caso de El Mundo.es. Un panorama que nos muestra poca o ninguna homogeneidad y un mismo problema, el del lenguaje.

EL PROBLEMA DEL LENGUAJE

Afrontamos en este apartado un grave hándicap no sólo para la información y culturización ecológica sino para toda la divulgación científica. Las parrillas de programación, sobre todo televisivas, se completan con espacios divulgativos, pero exactamente eso, se “completan”. Salvo las honrosísimas excepciones de las que hemos tomado nota anteriormente, los programas de contenido ecológico, y por ende científico, nacen con fecha de caducidad y obedecen más a cuotas que a criterios mediáticos.

“Hay que estar”, simplemente. Esas largas series documentales del tipo “El Hombre y la Tierra” y “Mundo submarino” parecen imposibles hoy por hoy. Muchos estudiosos culpan a los programadores de este fenómeno. No es desdeñable el hecho de que determinados canales hayan abusado de los ya conocidos como “documentales de naturaleza”, en muchos de los casos repetitivos y poco atractivos para el público en general.

Se insiste en imágenes impactantes dirigida a un público que disfruta exclusivamente con la belleza de las imágenes obviando absolutamente el contenido que subyace en ellas. Esa esclavitud del contenido en relación a la imagen ha supuesto un obstáculo para la verdadera formación medioambiental a través de los medios. La imagen bella y plana al mismo tiempo ha venido a suplir a la secuencia de imágenes

en torno a una trama que tan bien utilizó Félix Rodríguez de la Fuente. Se debate hoy en día acerca de un modelo que permita el entretenimiento y posibilite la formación.

Se trata de un debate condicionado por los intereses comerciales de la compañía, aún incluso en el caso (casi exclusivo) de las cadenas públicas. Los documentales de naturaleza y de contenido ecológico se han convertido en un comodín muy socorrido para los programadores pero su función educativa ha quedado bastante en entredicho, salvo honrosísimas excepciones. Sus contenidos están escapando a los intereses de un público vital, tal cual es el infantil y juvenil, que se encuentra ante un producto escasamente formativo. Las nuevas tecnologías ponen en las manos de los realizadores y directores de estos espacios nuevos instrumentos como son las animaciones, los modernos gráficos, que pueden aportar cambios sustanciales en el lenguaje de composición de estos trabajos.

El lenguaje de la divulgación científica (por supuesto, medioambiental) se encuentra en un proceso abierto de redefinición, condicionado por la diversidad de ofertas pero también por un proceso irreversible de personalización del producto mediático. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación conducen irreversiblemente a mercado informativo hecho a medida del consumidor. No se trata de un futuro lejano, todo lo contrario. Los canales temáticos a los que hemos hecho alusión al comienzo de este capítulo son un síntoma indudable de futuros canales de radio y televisión especializados.

Indudablemente existe una demanda objetiva de información ecológica y medioambiental. La urgencia informativa que ha supuesto la constatación inequívoca del cambio climático ha hecho que todos

los medios de comunicación busquen posicionarse ante un tema capital. El riesgo que muchos entrevemos es el de encorsetar esta información y hacerla accesible sólo a los ya iniciados.

Existe unanimidad con respecto a que es necesario concienciar a las nuevas generaciones acerca del grave problema medioambiental que padece el planeta y esa misma unanimidad se da en torno a que no logramos crear la necesaria complicidad entre el sujeto receptor del mensaje informativo ecológico y la fuente de información. Las últimas tendencias apuntan a hacer más sencillo el lenguaje informativo que usamos los periodistas y divulgadores científicos en general.

Es difícil sustraerse a cierto academicismo cuando no lenguaje corporativo que no conduce más que a encorsetar el target al que dirigimos nuestro “producto”, dicho sea con todas las prevenciones. No debemos caer en la tiranía de la imagen, cierto es que vivimos en una sociedad que vive condicionada por “vale más una imagen que mil palabras”. La ciencia y otras manifestaciones de la cultura no pueden ser transmitidas en base a meras imágenes...a pesar de que la imagen tenga un papel trascendental sobre todo en el mundo de la televisión o Internet, un poco menos en la prensa escrita, y por supuesto, nada en la radio.

El ejemplo de la radio, carente de todo recurso visual, nos permite matizar lo que hemos aseverado anteriormente. Se puede llegar a todo tipo de público utilizando el poder de la palabra. Ejemplos nos sobran: Joaquín Araujo con sus colaboraciones en Radio Nacional, Manuel Toharia con sus colaboraciones en la Cadena Ser...Colaboraciones que han servido de referente para otras cadenas. En Andalucía, Canal Sur Radio ha incorporado la figura del colaborador en materia de divulgación científica en programas de máxima audiencia de la cadena

generalista como “Habla con Olga” y “El Público”, en los cuales interviene el modesto autor de estas líneas.

En este aspecto es llamativo el uso del reportaje radiofónico que realiza la Cadena Ser que todas las semanas realiza un homenaje a un paraje natural de nuestro país ilustrándolo con los sonidos característicos de la fauna del lugar...uno de los experimentos más evocadores de la radio actual. La simple audición de estos sonidos nos permite imaginar con todo lujo de detalles el paisaje objeto de la información. La radio, como no podía ser menos, posee la virtualidad de despertar la imaginación creativa del oyente, estimularla...quizás el mejor ejercicio educativo que podamos imaginar los divulgadores.

La producción musical se nos antoja elemento esencial de la divulgación medioambiental en un medio como la radio. Sintonías como la compuesta por Antón García Abril para “El Hombre y la Tierra” se han convertido en un clásico absolutamente familiar para nuestros oídos. Existe una norma no escrita entre los profesionales de radio que nos obliga a mantener determinadas sintonías que permitan identificar al oyente con nosotros y nuestros programas. El caso de nuestra compañera Esperanza García es, para nosotros paradigmático. Eligió como sintonía troncal del programa “Mirrors” de Sally Oldfield, un tema relajado y que te predispone a escuchar.

No puedo negar que en el caso de mi programa, “El Observatorio”, la elección musical que hicieron en su día mis compañeros técnicos ha resultado todo un acierto. El efecto mucho más sintético de las sintonías elegidas para cada una de las secciones del programa predisponen al oyente para un programa de divulgación de ciencia y tecnología. Si hay un plus en el lenguaje radiofónico ése es el de la continua experimentación con el sonido.

El problema estriba en encontrar un lenguaje adecuado para todo tipo de público. He de reconocer que tanto mis compañeros como yo realizamos nada más ponernos manos a la obra con un proyecto de este tipo un estudio del público al que queremos dirigirnos. Es evidente que la población infantil y juvenil son los sectores más abandonados por los medios de comunicación de masas. En el caso de la radio, está comprobado que no se enseña a los chicos a escuchar radio, más que las radiofórmulas. Es un público que no interesa a los programadores. Un error, sin duda.

En el caso de la televisión, conscientes de que sí existe un target potencial se le bombardea con series de dibujos animados y ficción de dudoso gusto y escaso carácter educativo. La televisión cultural prácticamente ha desaparecido de las parrillas de programación...un auténtico desastre. La búsqueda de un nuevo lenguaje que permita educar a los jóvenes es una asignatura aún por estudiar para los programadores televisivos.

Curiosamente Internet es la que mejor nexo de comunicación ha establecido entre los más jóvenes y sus contenidos. La plasticidad y flexibilidad del lenguaje en la Red le ha permitido contentar a todo tipo de públicos y parece como si sus administradores hayan dedicado todos los esfuerzos didácticos a este medio. Las páginas de los propios programas de televisión tienen una mayor virtualidad, en ocasiones, que los propios espacios televisivos. El lenguaje de la Red, nuevo y fresco, toma el relevo de los otros medios, incapaces de reaccionar. Las infografías y los recursos interactivos han alcanzado una nueva dimensión en la relación con el usuario.

En cuanto a la prensa escrita, cada vez son mayores los contenidos que los grandes periódicos dedican al público infantil, desgraciadamente restringidos a los fines de semana. En ellos, aparecen ya referencias

continuas al medio ambiente y la ecología, con enorme aceptación entre los chicos. No estaría de más que los editores se plantearan la necesidad de dirigir más contenidos a los jóvenes y acabar con la sensación de que la prensa escrita es un terreno dirigido a los adultos. Las revistas divulgativas, como *Muy Interesante*, han estrenado en los últimos años versiones juveniles con gran éxito. Es el caso de *Muy Junior*, con una gran tirada y aceptación. Como en el caso de *Internet*, las infografías y la adecuada maquetación de contenidos y textos ha permitido una mayor aceptación por parte del público al que van dirigidos.

Nos gustaría hacer una reflexión aquí sobre la situación en España y los países de nuestro entorno. En Octubre de 2.004 tuvo lugar en Trieste (Italia) un congreso patrocinado por la Comisión Europea en el cual participamos responsables de programas radiofónicos de toda Europa, desde Reino Unido a Bulgaria, pasando por Italia y Alemania. En reuniones de este tipo es posible calibrar cuál es la situación de la divulgación científica en general en nuestro entorno.

A excepción del caso de Reino Unido, merecedor de un estudio aparte, la situación en el resto de Europa es, más o menos, la misma. Los programas de divulgación científica, monopolio de las radios públicas, se encuentran relegados a los canales todo noticias y en horarios más que peculiares. Como ya hemos dicho, *BBC News* es todo un ejemplo en este sentido, y ha hecho de la radio divulgativa un auténtico referente. La interacción con el oyente es fundamental y el apoyo en *Internet* supera los márgenes habituales de uso de esta herramienta. La radio virtual está a la vuelta de la esquina y, sin duda, es la heredera directa de la radio digital. Los contenidos ecológicos y medioambientales pueden y deben tener un importante apoyo en ella aunque

su nacimiento está más condicionado por cuestiones comerciales que por culturales.

EL DEBATE ENTRE LA DIDÁCTICA Y LA DIVULGACIÓN

Aunque el título de este apartado parezca obedecer más a una cuestión semiótica más que formal, es bueno introducir a nuestros lectores en este aspecto. Divulgar es una forma de comunicar, más que de enseñar. Sin duda, la didáctica es una excelente herramienta para la divulgación y como prueba tenemos los recursos de los museos de ciencia. Otra forma de divulgar la ciencia que está exportando herramientas a los medios, entre otros. El uso que en ellos se hace de los medios audiovisuales han puesto en alerta a los creativos de radio, televisión, internet y medios escritos.

Los museos de ciencia, de los cuales en España tenemos magníficos ejemplos y en concreto Andalucía cuenta con uno de los más abnegadas muestras de colaboración con los medios de comunicación, el Parque de las Ciencias de Granada, promotor y sede durante mucho tiempo del programa de divulgación científica "Andalucía Investiga". Un programa dirigido por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía con el fin de establecer el oportuno contacto entre la ciencia y los medios de comunicación. Un programa que se ha convertido en referente nacional y podríamos decir que internacional.

Un programa que proporciona herramientas a los medios, desde la financiación básica a recursos tecnológicos ya sea en plataforma digital o escrita para que los medios divulguen la ciencia andaluza. Divulgación al servicio de la didáctica, de la enseñanza de la ciencia, puesto que Andalucía Investiga proporciona también recursos didácticos a

los centros que así lo soliciten. Tarea que comparte con el Parque de las Ciencias de Granada. Como no podría ser menos, las ciencias ambientales adquieren un protagonismo fundamental en la temática tanto del Parque como del programa Andalucía Investiga.

El desarrollo sostenible es otra de las obsesiones divulgativas de ambas instituciones andaluzas, con logros realmente esperanzadores. La última fase del Parque de las Ciencias precisamente va a tener este asunto como hilo argumental.

CURRICULUM VITAE

Enrique Díaz León es Licenciado en Pedagogía, Periodista y Director del Programa “El Observatorio de la Ciencia” de Canal Sur Radio. Es experto en Divulgación y Comunicación de la Ciencia y ha publicado numerosos libros, artículos e impartido conferencias, seminarios y cursos en distintas Universidades.