

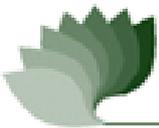
## LAS FUENTES DE LA NOTICIA AMBIENTAL

**Montero Sandoval, José María**

*1998*

**José María Montero Sandoval** es periodista especializado en información ambiental y responsable del área de medio ambiente en los Servicios Informativos de Canal Sur TV. Asimismo es autor de Crónica en verde, serie de reportajes que semanalmente viene publicando El País-Andalucía desde 1992.

Queda autorizada la reproducción de este artículo, siempre que se cite la fuente, quedando excluida la realización de obras derivadas de él y la explotación comercial de cualquier tipo. El CENEAM no se responsabiliza del uso que pueda hacerse en contra de los derechos de autor protegidos por la ley. El Boletín Carpeta Informativa del CENEAM, en el que se incluye este artículo, se encuentra bajo una Licencia [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0](#)



La demanda de información ambiental que manifiestan los ciudadanos y la oferta, al menos cuantitativa, que sobre esta materia se ha ido generando en los distintos medios de comunicación generalistas en nada se corresponde con la existencia de periodistas especializados o, al menos, capaces de interpretar los complejos mecanismos que, en numerosas ocasiones, animan este tipo de cuestiones. La balanza está claramente desequilibrada, y poco se ha reflexionado para explicar este paradójico fenómeno.

El auge de la información económica, por ejemplo, ha corrido paralelo al nacimiento de una auténtica generación de profesionales dedicados en exclusiva a trasladar tan complejo mundo a un universo de receptores variopinto, interpretarlo y hacerlo atractivo. La información ambiental, sin embargo, se sigue nutriendo, con demasiada frecuencia, no de periodistas, en el sentido estricto del término, sino de esas perlas que suelen ser los expertos en medio ambiente, procedentes de diferentes campos científicos o técnicos, que, además, se dedican a la divulgación. No soy de los que defienden el periodismo como un oficio exclusivo de periodistas, pero lo cierto es que los divulgadores rara vez pisan la redacción de un periódico, una radio o una televisión; permanecen, afortunadamente, ajenos a la batalla diaria por la noticia, o la viven de una forma tan indirecta que su trabajo se ve poco condicionado por tal circunstancia; tienen escasos problemas para acceder a las fuentes, porque en su caso es una relación entre iguales o bien ellos mismos son fuente y referente informativo.

Por mi propia experiencia y destino profesional debo reclamar atención hacia los periodistas, los que trabajamos en medios no especializados, los que intentamos aportar información sobre medio ambiente desde las socorridas secciones de Sociedad y Cultura, los que tenemos que convencer a nuestros editores de que, más allá del catastrofismo o el discurso preciosista, el medio ambiente también es noticia, y noticia capaz de competir en igualdad de condiciones con la actualidad política o deportiva.

Desgraciadamente, el oficio de periodista está siendo sustituido por el más aséptico de redactor, simple intermediario, más o menos cualificado, entre la abrumadora información convocada (ruedas de prensa, notas, teletipos de agencias,...) y los receptores. El periodista busca la noticia, el redactor se la encuentra y solo ha de procesarla y adaptarla a los mecanismos de difusión del medio en cuestión.

Hace poco se publicaban en prensa los llamativos resultados de una tesis doctoral elaborada en Galicia. Llamativos pero previsibles si nos atenemos al razonamiento anterior. El trabajo analizaba las fuentes de información que manejan los periodistas gallegos, dibujando un panorama que estoy convencido es perfectamente extrapolable a cualquier otra comunidad autónoma. Después de analizar todo tipo de medios, el autor de la tesis llegaba a la conclusión de que más del 60 % de las informaciones que éstos recogían procedían de gabinetes de prensa y, en la mayoría de los casos, se reproducían tal cual, sin contrastarlas ni completarlas con otros matices. En el caso de las agencias informativas, verdadera tabla de salvación de los medios de pequeño y mediano tamaño, se afirmaba que no eran más que simples portavoces de los gabinetes de prensa. En definitiva, la información institucional había tomado al asalto los medios de comunicación, a los que se le supone cierta independencia, por simple dejadez profesional de los periodistas, en unos casos, y por la imposibilidad de nadar contracorriente en otros. Es más fácil encontrarse la noticia (redactores), aunque esta no sea novedosa ni relevante, que ir a buscarla (periodistas).

En una sociedad desarrollada y democrática, comenta Petra M. Secanella en su libro *Periodismo de investigación* (1), las fuentes con poder (o las fuentes del poder) raramente introducen por la fuerza los acontecimientos que les interesa que aparezcan como información. Su labor es la de crear acontecimientos que los periodistas consideran noticias válidas. En definitiva, las organizaciones públicas o privadas que tienen poder y recursos para planificar sus actividades son las que tienen acceso a los medios. Y ese precisamente es el monopolio que el verdadero periodista debe aspirar a romper, tratando de transmitir un mensaje mucho más rico y variado, buceando a la búsqueda de informaciones realmente inéditas y trascendentes para la audiencia.

Saber valorar las fuentes institucionales en su justa medida y, al mismo tiempo, determinar cuales otras son útiles y cómo acceder a ellas no es tarea fácil. En las fuentes informativas (tomando nuevamente como referencia a Secanella) hay dos dimensiones básicas: la disponibilidad, o capacidad de exposición, y la validez, es decir, el grado de bondad noticiable de las informaciones que proporcionan. Generalmente, las fuentes sólo pueden demostrar su disponibilidad y los periodistas son los que deciden sobre su validez. Pero una escasa disponibilidad no siempre es sinónimo de pobreza informativa, y esto es algo que uno descubre cuando debe tratar, por ejemplo, con el mundo científico, poco transparente a los medios generalistas, siempre reticente a la difusión popular de sus conocimientos, temeroso de la vulgarización pero, sin embargo, bien repleto de noticias interesantes.

En lo que se refiere a la validez de las fuentes esta se adquiere, casi siempre, por la función que han realizado en el pasado, por el número de veces que han sido fiables. Desgraciadamente, y esto es



frecuente en el caso de los movimientos sociales, hay fuentes que sólo son válidas y están disponibles durante un corto periodo de tiempo, como ocurre cuando se produce una movilización cívica para una protesta concreta. Su corta vida las suele apartar de la agenda de fuentes con las que se suelen manejar los periodistas.

La productividad es otro factor a tener en cuenta. Las fuentes son valiosas si concentran una gran densidad de información y salvan tiempo y esfuerzo a los periodistas. Los periodistas acuden primordialmente a las fuentes que suelen suministrar un buen caudal de información que apenas exige comprobaciones.

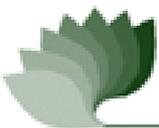
Limitémonos a repasar las fuentes fácilmente disponibles para cualquier periodista, sin necesidad de que sea un experto de dilatada experiencia. Si hablamos de medio ambiente, el primer sitio al que solemos acudir son las asociaciones ecologistas, o son ellas las que acuden a nosotros ("los periodistas buscan a las fuentes; las fuentes buscan a los periodistas"). Este tipo de colectivos no solo informan sino que, durante muchos años y aún hoy, han cumplido una inestimable labor educativa que muy recientemente han empezado a asumir, con desigual eficacia y capacitación, otras instituciones. Toda una generación de periodistas ambientales, y aún de gestores de la administración, deben mucho de su formación al movimiento ecologista, que ha llevado a cabo este esfuerzo con escasos medios y mucha imaginación. Pero si las hemos de contemplar fríamente, como una fuente informativa más (aunque sea la más productiva y disponible), no debemos perder de vista algunos elementos que pueden viciar su oferta. Que los ecologistas sean referencia obligada para los medios de comunicación se debe, en gran medida, a que, básicamente, venden sucesos, tendencia que solo han sido capaces de invertir algunas organizaciones (especialmente maduras) o grandes colectivos que han podido dedicar recursos específicos para mejorar su relación con los medios de comunicación.

Hace algunos años se pensaba que la información ambiental centrada en el suceso, información rápida, que atrae la atención, pero que difícilmente profundiza en el tema, tenía cierta utilidad porque había que salvar un tremendo abismo: el que separaba la gravedad y complejidad de los problemas ambientales con la escasa sensibilidad social. Y si se trataba de sensibilizar, éste, aunque no perfecto, era un método efectivo. Pero hoy, cuando todo el mundo está más o menos impregnado de esta sensibilidad, sobran problemas y faltan explicaciones y, sobre todo, soluciones. Soluciones que sugieran y provoquen vías de participación pública. Algunas de las notas de prensa o comunicados que las asociaciones ecologistas hacen llegar a los medios abusan de los callejones sin salida, y se echan en falta las puertas por donde es posible escapar al desastre. Y lo triste de esta estrategia, que suele fascinar a más de un periodista y sobre todo a los medios, es que ha terminado por contaminar a la propia administración, que a veces cae en el error de combatirla con idénticas armas.

De cualquier forma, y con independencia del tratamiento que den a la información, los ecologistas deben ser considerados, desde la óptica periodística, como un excelente sistema de alerta temprana, una eficaz red de sismógrafos capaz de detectar el más leve movimiento y amplificarlo lo suficiente para que sea de público conocimiento. Y a partir de ahí, su análisis debe enriquecerse con el de otras muchas fuentes.

Dice Tito Drago, uno de los pocos especialistas que han reflexionado en nuestro país sobre el periodismo ambiental, que cuando los ecologistas tratan de convertir a los periodistas en sus compañeros de camino, hacen bien "si aceptan que continúen siendo periodistas y hacen mal cuando tratan de asimilarlos". 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. Con esto creo que está todo dicho sobre el buen uso de la información aportada por los ecologistas.

El segundo escenario al que solemos acudir en busca de información es el de la administración, y aquí podemos dirigirnos a los gabinetes de prensa (de los que ya hemos dicho algo), directamente a los técnicos o bien al político de turno. En el primer caso hay que decir, y lo siento porque yo mismo he sido responsable de un gabinete de prensa, que son la auténtica bestia negra de los periodistas especializados. Como se suele decir, te venden el paraguas cuando no llueve y te lo ocultan cuando está diluviando. En descargo de los profesionales que han de asumir esta ingrata labor hay que decir que están, habitualmente, sometidos a numerosas presiones, que es el propio organismo el que les escatima la información que ellos han de ofertar y que, con demasiada frecuencia, están infravalorados por los técnicos y políticos a los que sirven. Y además, ellos, que deberían ser los primeros especializados en la materia, están sometidos a los mismos vaivenes profesionales que el resto de colegas, y en esas circunstancias no se les puede pedir una vocación inquebrantable. Suelen ser especialmente útiles cuando asumen el discreto y poco lucido papel de vehículo, mediadores que nos conducen a la fuente original (algo que tienen mucho más asumido, y ejercen con naturalidad, los gabinetes de las ONGs), lo



que ocurre es que casi siempre caen o los empujan a actuar como cañones ocupados en bombardear informativamente las redacciones con noticias que se diluyen tras un pomposo titular.

A los gabinetes de prensa, ya lo hemos visto al hablar de la tesis doctoral gallega, se les otorga excesiva fiabilidad. Mientras que las fuentes individuales invitan a ser contrastadas, las colectivas se suelen arrojar una credibilidad que no siempre merecen. La fuente ideal dentro de la administración son sus técnicos pero, desgraciadamente, estos suelen estar sometidos a la férrea disciplina comunicativa del organismo en cuestión. Las fuentes individuales escasean porque casi siempre remiten al omnipresente gabinete de prensa, y de esta forma se pierden matices porque el organismo aparece como un ente monolítico. La agenda de los periodistas, ese cuaderno de navegación que condensa muchos años de profesión y que es lo único que uno traslada cuando cambia de empresa, está siendo sustituida por las aburridas Agendas de la Comunicación que, desde luego, son las únicas que, para su desesperación, puede aspirar a usar el novato. Mediante este pulcro sistema siempre terminan opinando sobre un tema los mismos portavoces. Los técnicos son indispensables para contrastar las informaciones del gabinete del prensa, y contar con su ayuda suele ser una ventaja a la que solo se puede llegar por la vía de la amistad y la confianza mutuas.

Por último, podemos recurrir a los políticos que, en definitiva, son los últimos responsables de todo aquellos que se cuece en este ámbito. Pero claro, en este caso su sistema de comunicación habitual son las ruedas de prensa, antítesis del periodismo de investigación y máxima expresión del periodismo masificado y homogéneo. Hay que reconocer, sin embargo, que es un recurso útil cuando se trata de exponer cuestiones que deben alcanzar el máximo de difusión o en el caso de que el personaje sea realmente inaccesible. A veces constituyen la única oportunidad, saliéndose oportunamente del programa fijado para el encuentro, de lograr respuestas a esas cuestiones que difícilmente puede resolvernos un gabinete de prensa.

La amistad y la confianza mutuas, como advertíamos en el caso de los técnicos, también sirven como llave de acceso privilegiado a los políticos, aunque a veces podemos confundirnos con lo que algunos denominan filtraciones interesadas, sobre las que siempre hay que estar prevenidos.

Todo lo dicho sobre la administración es igualmente aplicable, con muy ligeros matices, al mundo empresarial, solo que en este caso no cabe ampararse en el derecho a la información ambiental tutelado por una directiva comunitaria que si obliga a las administraciones públicas.

Con ser una fuente inagotable de noticias (el poder crea fuentes productivas), no todo pasa necesariamente por la administración. La vida informativa también discurre por otros ámbitos, aunque a veces las cuestiones adquieran notoriedad o se conviertan en trascendentes cuando el poder decide informar sobre ellas. ¿Quién dicta la agenda de los medios de comunicación? ¿Es que tan solo los escándalos políticos precisan del periodismo de investigación, de las fuentes alternativas, de los criterios propios por encima de las tendencias que nos son sugeridas o claramente impuestas? Estas son algunas de las interrogantes sobre las que cabe reflexionar para no dejarnos arrastrar por la corriente dominante.

El mundo científico, con ser el que más se queja del deficiente tratamiento que las cuestiones ambientales reciben en la prensa, es también el menos comprometido con la divulgación. Este comportamiento es particularmente grave en el caso de la universidad. A los expertos no es fácil encontrarlos cuando se les necesita. Temen quizás implicarse en cuestiones de gran repercusión social y política o, simplemente, permanecen ajenos a las parcelas de su actividad más estrechamente ligadas con las inquietudes ciudadanas. La ciencia debe salir a la calle, de la mano de los medios de comunicación, pero el esfuerzo de traducir estos conocimientos a un lenguaje asequible y en unas condiciones razonables no es únicamente responsabilidad de los periodistas. Por eso es tarea de cualquier informador advertir de esa responsabilidad a los científicos y tejer con ellos redes de información, artesanales si se quiere pero efectivas, porque esta si que es una fuente que suele carecer de cualquier estructura pensada para la divulgación a gran escala (escasean los gabinetes de prensa o las publicaciones dirigidas a un público no iniciado). Y no olvidemos que si hay una fuente que merezca ser mimada esa es la científica, poco acostumbrada a disculpar los errores de interpretación o las suposiciones sin fundamento.

Todavía cabe recurrir a otra fuente, bastante socorrida por cierto, que es la de otros periodistas especializados. Los profesionales suelen manejar con frecuencia las informaciones más cercanas en el espacio y en la relación diaria, por eso, una de las fuentes más típicas suele ser el medio o medios de comunicación más prestigiosos. Periodistas que se alimentan de otros periodistas en un círculo vicioso que nos lleva a hacernos otra de las preguntas clave de esta profesión: ¿Para quién escribimos? Hasta ahora hemos utilizado términos como especialidad, especialización o especialistas, pero la verdad es que



hay que andarse con cuidado a la hora de interpretar en su justa medida estas denominaciones. No se trata, y vuelvo a citar a Tito Drago, de que los periodistas se conviertan en especialistas en medio ambiente, "sino de que manejen la información suficiente como para introducirse en los procesos que vinculan al desarrollo y al medio ambiente". Si un periodista llega a especializarse en medio ambiente hasta el extremo de convertirse en un experto ambientalista, lo más probable es que comience a utilizar unos códigos de comunicación distintos de los del periodismo. Cuando la especialización es extrema, y los extremos nunca son buenos, insensiblemente se comienza a utilizar la misma jerga de los verdaderos especialistas, con lo cual éstos sienten más cercano a ese periodista (algo que no está del todo mal), tanto más cuanto más se aleja del término medio de los ciudadanos. Drago sugiere una solución bien sencilla a este problema: "Un buen comunicador social debe emitir mensajes comprensibles para niños de 13 años, personas que tienen desarrollada totalmente su capacidad de comprensión, pero que todavía deben completar su información".

A excepción del saber estrictamente profesional, la casi totalidad de los conocimientos de que disponen nuestros contemporáneos proceden de los medios de comunicación. En este sentido, es innegable que cumplen (cumplimos) una función educativa, aunque a veces se trate de un proceso inconsciente. Pero para que esta función educativa se cumpla en sentido positivo, debemos tener presente cual es la naturaleza de los medios de comunicación y la forma en que suelen tratar la información ambiental.

Creemos, erróneamente, que la simple presentación de determinados contenidos en los medios, y su gran difusión, cumplen sobradamente con esta función educativa. Los medios de comunicación, y esto es también de sobra conocido, no son más que poderosos agentes de propaganda y de difusión de las ideas dominantes en la sociedad. La estrategia de la UICN "Cuidar la Tierra" lo dice bien claro: "Lo que la gente hace es lo que la gente cree. A menudo unas creencias ampliamente aceptadas tienen más poder que los decretos gubernamentales". Y en muchos casos, la falta de conciencia sobre los problemas ambientales se funda en creencias erróneas, creencias que se apoyan en malas informaciones o en informaciones que los receptores no están en condiciones de interpretar de forma crítica.

Para educarse a través de los medios de comunicación es necesario aprender a informarse, una tarea fundamental si tenemos en cuenta que para un gran porcentaje de la población la televisión, la radio o los periódicos son la única fuente de instrucción post-escolar a la que tienen acceso.

Aprender a informarse requiere descubrir el carácter fragmentario de la información, y las visiones parciales y manipuladoras de la realidad que provoca. La comunicación objetiva, la comunicación neutral, la comunicación completa, no existen. Con esto no estamos dibujando un mundo orwelliano, donde oscuros intereses se encargan de manipular la realidad para ofrecernos una versión falsa de la misma. Estamos hablando de una actividad humana, sometida a los criterios subjetivos de los comunicadores y a los servilismos políticos y económicos de las empresas de comunicación, y que se desarrolla a través de instrumentos incapaces de ofrecer una visión global de la realidad, por más que a veces se nos vendan como algo que "supera a la misma realidad". Otra cosa es que los medios, conscientemente, adapten la realidad a sus propios intereses. Umberto Eco se preguntaba en un debate sobre los reality shows en televisión: ¿La boda de Ladi Di hubiera sido igual sin la presencia de la TV? La respuesta, obviamente, era que no porque, entre otras cosas, a los caballos que escoltaban el séquito se les administraron laxantes para que todas sus defecaciones tuvieran el mismo color y pasaran discretamente inadvertidas en las televisiones de medio mundo.

Aún asegurándonos de que la información transmitida es fiable, veraz y comprensible, no siempre los receptores están en condiciones de seleccionar y valorar los datos que se les ofrecen para articular, en base a ellos, una conciencia crítica del mundo que les rodea. Una audiencia formada, crítica y exigente es la mejor garantía de calidad en los medios, y esa no es una tarea exclusiva de los periodistas sino de toda la sociedad.

(1) Secanella, Petra M.: Periodismo de investigación, Tecnos, Madrid 1986