

# Medios de Comunicación y medio ambiente

---

**Sonia F. Parratt**

Editorial Fragua

Madrid, 2006

90 p.

ISBN: 978-84-7074-191-3

La investigación académica en el ámbito de la comunicación incluye áreas que son objeto de estudios constantes, mientras otras presentan lagunas que se cubren con cierta lentitud. Este libro de Sonia F. Parrat, profesora de la Universidad Complutense de Madrid y de amplio conocimiento en esta materia, viene a subsanar la carencia de referencias sobre la información especializada en medio ambiente.

La preocupación por el medio ambiente es un fenómeno relativamente reciente pero hoy está unánimemente aceptado que uno de los desafíos del conjunto de la sociedad es el desarrollo sostenible, que permite compatibilizar al crecimiento económico con la protección del medio ambiente.

Las aportaciones de la profesora F. Parrat se refieren al análisis del papel de los medios de comunicación en este proceso de paulatino incremento del protagonismo medioambiental entre las preocupaciones de las comunidades del siglo XXI y su intervención en la construcción de una sociedad más implicada en la búsqueda de ese objetivo del progreso industrial, sin que ello conlleve la destrucción de nuestro patrimonio natural.

En primer lugar, se realiza un recorrido por la evolución de la información medioambiental en los medios de comunicación, tanto a nivel internacional como en España. En los años 70 se trataba de un ámbito residual, sin apenas presencia en los distintos soportes, pero en las dos últimas décadas

del pasado siglo fue cobrando mayor importancia y se consolidan los profesionales especializados en este tipo de información. Aunque en las fases iniciales los medios más que hacerse eco de los problemas medioambientales, sólo se acuerdan de ellos en las grandes catástrofes. Sin embargo, hay otros condicionantes de mayor incidencia a largo plazo.

A continuación se aborda la cobertura realizada por los diferentes soportes en la actualidad. Los medios de comunicación no suelen tener una sección específica de medio ambiente y, cuando existe, carece de continuidad, por lo que las informaciones sobre este tema son coyunturales y no profundizan en sus repercusiones. El panorama ha mejorado pero, a juicio de la autora, no lo suficiente, pues el valor noticioso de los temas medioambientales no adquieren la relevancia que debería.

Aunque el escenario no es el deseado, los periodistas centrados en este campo pueden jugar un papel cada vez más decisivo. Para ello, es imprescindible una apuesta decidida por una formación especializada. La especialización periodística es, junto con la aparición de las nuevas tecnologías, uno de los elementos más significativos de las cien-

cias de la comunicación en los últimos años. Los medios deben atender a una realidad cada vez más compleja y satisfacer las necesidades de unas audiencias que cuentan con un mayor dominio de los contenidos relativos a los campos de su interés. La información sobre medio ambiente es uno de estos nuevos centros de atención que precisan de profesionales que prioricen la rigurosidad frente a la rapidez, así como la precisión en el análisis y la profundidad en la interpretación.

El capítulo cuarto se ocupa del quehacer de los medios de comunicación para contribuir a concienciar a ciudadanía de la importancia del cuidado de la naturaleza en nuestras vidas y, especialmente, en el futuro de las próximas generaciones. La autora, defiende la “ecoalfabetización”, por la cual, los medios deben avanzar de la etapa de la denuncia y dar un paso adelante para contribuir a la construcción de mensajes positivos y buenas prácticas. Deben cumplir la función de ser instrumentos integradores del conocimiento medioambiental y ser elementos claves para su comprensión y desarrollo. No se trata sólo de informar, sin también motivar una actitud positiva hacia las pautas correctas para la conservación de

la naturaleza. Sólo así se lograrán ciudadanos participativos y no meros consumidores sin criterio propio.

El siguiente apartado incluye una serie de propuestas para incidir y mejorar en la contribución de los medios a fomentar entre los ciudadanos una conciencia medioambiental. El progreso precisa de ciudadanos con los conocimientos y herramientas necesarias para el análisis de la información. Se trata de transformar la información medioambiental y hacerla más comprensible para los ciudadanos. El reto es difundir y acercar el medio ambiente a los sectores sociales que hasta ahora no acceden al mismo, de forma adecuada a cada tipo de audiencia, sin perder rigor.

Finalmente, se incorporan unas imprescindibles herramientas para todos aquellos que quieran acercarse a las cuestiones medioambientales, con un glosario de términos y una relación de fuentes informativas sobre este ámbito, que son de gran utilidad, tanto para los recién llegados a este campo de investigación como para quienes deseen ampliar su análisis.

El libro presenta unas interesantes vías para seguir profundizando en la información es-

pecializada en medio ambiente y contiene valores de un texto de referencia para quienes apuesten por la elaboración de un producto atractivo, que combine el rigor con la amenidad y la utilidad de ofrecer soluciones para evitar el deterioro de nuestro medio ambiente. En definitiva, ofrece una visión de lo que debe ser la función del periodista en la actualidad: dar las claves para entender lo que acontece en el mundo y responder a aquello que verdaderamente tiene interés para la sociedad.

Xosé Baamonde Silva  
USC