



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.edu.es

Universidad de La Laguna

España

Montaño Montaño, Miguel

Medio ambiente, empresa y periodismo ambiental. El caso de Canal Natura y las noticias
sobre medio ambiente en Andalucía

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 3, núm. 32, agosto, 2000, pp. 1-6

Universidad de La Laguna

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81933208>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Latina

Revista de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife)

Agosto de 2000 - número 32

D.L.: TF - 135 - 98

ISSN: 1138 - 5820 (año 3º)

ÁMBITOS

Revista Andaluza de Comunicación

Número 3-4 - Año 2000

D.L.: SE - 1493 - 98

ISSN: 1139 - 1979

Universidad de Sevilla

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

Medio ambiente, empresa y periodismo ambiental

El caso de Canal Natura y las noticias sobre medio ambiente en Andalucía

(5.520 palabras - 15 páginas)

Dr. Miguel Montaño Montaño ©

Universidad de Sevilla. Miembro del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Periodista de Canal Sur Televisión.

Introducción

La revolución industrial del siglo XIX provocó un salto en la evolución de la humanidad sin precedentes, a la que siguieron otras revoluciones como la nuclear y en este final de milenio la de la comunicación. Hoy el progreso se mide no sólo por el beneficio económico que produce una determinada actividad, sino que en el balance intervienen de forma decisiva el respeto que la gestión de un recurso tiene por el medio ambiente. De ahí que la empresa haya pasado en los últimos años de ser un mero agente contaminante a constituirse en un núcleo de toma de decisiones interesadas por los procesos ecológicos y por hacer llegar a la sociedad una imagen ecológica de su actividad. Desde este punto de vista, es la empresa la que provoca la comunicación ambiental en muchos casos. Nos encontramos así en una nueva etapa. Esta ofensiva se produce ante la evidencia de que si uno no se crea su propia imagen, otros lo harán por ti. Este trabajo de investigación analiza algunos ejemplos de este fenómeno emergente y del que se encuentran escasas referencias en la literatura sobre el mundo de la comunicación y del periodismo especializado en información ambiental.

1. Canal Natura: empresa, medio ambiente y comunicación

En el último quinquenio en España han aparecido tres plataformas digitales: Vía Digital, Canal Satélite Digital y Eutelsat. El caso de Vía Digital es significativo en cuanto a la información ambiental puesto que en él aparece el primer canal temático de España sobre medio ambiente, Canal Natura. La existencia de este canal viene a demostrar el interés que existe en la sociedad por estos asuntos y también viene a demostrar que el mundo empresarial desea tomar las riendas de la imagen que a la sociedad llega de él, a juzgar por la composición de los órganos gestores de Canal Natura dentro de Vía Digital.

La tesis que sostenemos trataremos de demostrarla siguiendo la siguiente metodología: estudiaremos la estructura del accionariado de Vía Digital por un lado y la composición del consejo directivo de Canal Natura, por otro. Una vez que demostremos la presencia de empresas vinculada al medio ambiente en este proyecto de canal temático, analizaremos la estructura informativa del canal y observaremos los contenidos de los informativos dedicados a la información ambiental, con especial atención a los temas vinculados con Andalucía. Así se podrá comprobar hasta qué punto el mundo empresarial actúa sobre los contenidos de los informativos diarios, el enfoque dado a las noticias y si se hacen resaltar los aspectos positivos de una gestión y no sólo el impacto ambiental que provocan.

Junto a este estudio realizaremos otro complementario sobre las ofertas de información que las empresas realizan a medios especializados. Este estudio se basará en los documentos que las empresas hacen llegar a la Asociación de Periodistas de Información Ambiental de España para lo cual se generará una base de datos con esta información a partir de la cual se podrán sacar conclusiones.

El Canal Natura es un canal temático producido por Media Park para la plataforma de televisión por satélite Vía Digital. Está patrocinado por el Grupo Gas Natural. La presentación oficial de este canal se produjo en Madrid el 12 de octubre de 1998, aunque sus emisiones comenzaron meses antes. Esta presentación la realizó el ministro de Industria y portavoz del Gobierno Josep Piqué, en el transcurso de unas jornadas sobre "Empresa y Medio Ambiente", organizadas por el propio canal. Según consta en el programa de promoción del mismo (1):

Canal Natura huye del estereotipo de programa ecológico preocupado sólo por especies en extinción o la contaminación. La clave es la lectura del medio ambiente en lo referente a la realidad cotidiana de la gente: una visión transversal, abierta y en el contexto de la ecología y su relación con el hombre.

En su filosofía se apuesta por la participación de la economía de mercado en el desarrollo de la cultura medioambiental. Divulgar y fomentar un mayor conocimiento de la temática ambiental. Informar sobre la actualidad del entorno y con una perspectiva amplia ecosocial y proactiva que permita al ciudadano una idea cabal del estado de la cuestión. Servir de vehículo comunicativo y territorio común en el que se pueda establecer un fructífero diálogo medioambiental (2).

Otro de los argumentos de sus creadores para la puesta en marcha de este canal es el hecho de que los consumidores se muestran hoy más sensibles a los temas globales, están mejor informados y son más difícilmente influenciados por mensajes vacíos. Estos esperan de las empresas que participen en la construcción de un mundo mejor y empiezan a exigir comportamientos éticos asociados a sus productos. Por su parte, las empresas han comenzado a desarrollar una serie de actuaciones éticas, distintas de las filantrópicas, que establecen un vínculo de relación, sólido y duradero entre la marca o empresa y sus consumidores a través de la asociación común a una causa de interés social, ecológico y cultural. (3)



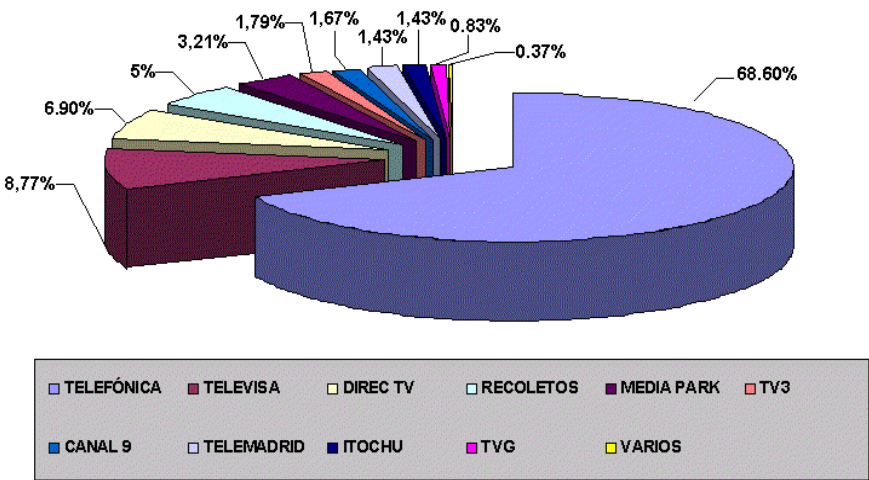
Ilustración: Logotipo de Media Park

Como acabamos de reseñar, Canal Natura está producido por Media Park, un centro de convergencia multimedia que abarca los diferentes ámbitos que componen la nueva sociedad de la información, desde la televisión convencional y la televisión digital temática a la creación de aplicaciones multimedia y servicios interactivos, pasando por proyectos de información y comunicación global. Los accionistas de Media Park (4), ubicada en Sant Just Desvern, (Barcelona), son: Antena 3, Corporació Catalana de Radio y Televisió, Grupo Equip, Philips e Iberdrola. En este primer accionariado podemos observar la presencia de empresas del mundo de la comunicación, la tecnología de las comunicaciones y la gestión de recursos hídricos, sin duda uno de los campos donde se producen más conflictos ambientales.

Canal Natura está patrocinado por Gas Natural (5) en consonancia con su estrategia de comunicación encaminada a "prestar apoyo y colaboración social a favor de la preservación del medio ambiente y del entorno". Como todos sabemos el gas natural es uno de los recursos menos contaminantes si lo comparamos con otras energías, de ahí que esta empresa trate de mejorar su imagen patrocinando un canal que trate sobre el medio ambiente. Lo que demuestra esta estrategia es la implicación de las empresas gestoras de recursos naturales en los medios de comunicación.

Pero Canal Natura está presente en una de las tres plataformas digitales Vía Digital que comenzó sus emisiones en septiembre de 1997. En la actualidad emite más de 80 canales de vídeo, 30 de audio y 15 de radio. Su accionariado puede apreciarse en el siguiente gráfico. Destaca Telefónica, con un 68'60% por ciento de las acciones, seguida a distancia con un 8'77% por Televisa. El 6'90% corresponde al grupo norteamericano Direct TV, seguido por Recoletos Compañía Editorial con un 5% y un 3'21% de Media Park. Porcentajes menos significativos corresponden a TV 3, Canal 9 y Telemadrid, la japonesa Itochu, TVG y otros grupos de comunicación.

Gráfico nº 1. Accionariado de Vía Digital



Fuente: Internet <http://viadigital.net>

En esta primera aproximación al fenómeno comunicativo de la presencia de las empresas con implicaciones en la gestión ambiental en el mundo de la comunicación podemos observar la existencia de al menos dos grupos Iberdrola y Gas Natural en el medio de comunicación objeto de nuestro análisis. Pero ¿de qué manera se ve influenciada la información de actualidad medioambiental por su presencia? Para determinar éstas y otras cuestiones hemos creído conveniente analizar la estructura informativa del canal y dentro de esta unos ejemplos concretos.

2. La estructura informativa de Canal Natura: Noticias Natura y En torno a Natura

Canal Natura cubre 18 horas diarias, de lunes a domingo, con una programación dividida en dos grandes bloques: uno basado en la producción propia y otro constituido por la producción ajena.

El género estrella es el documental, como espacio que aúna la capacidad de entretener con el conocimiento y la formación del público. Atiende las más diversas facetas del medio ambiente: fauna salvaje, flora, espacios naturales, espacios de viajes, descubrimientos y exploradores. Los documentales de Canal Natura también se ocupan de la realidad cotidiana y más cercana al ciudadano con espacios dedicados al consumo responsable de energía, reciclado, nutrición, tecnologías limpias etc. Las más prestigiosas librerías surten de documentales a este canal: BBC, ZDF, Fundación Cousteau o WWW.



Ilustración : Logotipo que identifica la imagen corporativa de Canal Natural

En cuanto a la producción propia destaca el espacio informativo Noticias Natura, el primer informativo diario de temática medioambiental producido en España y una de las primeras experiencias en su género en todo el mundo. Este novedoso noticiero pretende no sólo reflejar la actualidad en clave estrictamente medioambiental, sino que su filosofía pasa por dar un carácter global a su información. Aspectos relacionados con la calidad de vida, la medicina o la investigación científica, tienen cabida en Noticias Natura.



Ilustración: Imagen identificativa de los informativos diarios de Canal Natura.

En torno a Natura es otro espacio de producción propia de Canal Natura. Se trata de piezas cuya duración es de 5 a 10 minutos que nos aproximan al medio ambiente a través de sus protagonistas, de forma más divulgativa. Ignasi Gallart coordina el equipo redaccional de este departamento informativo.



Ilustración: Logotipo que identifica el espacio de programación propia dedicado a reportajes de actualidad denominado En torno a Natura.

La programación se completa con entrevistas y debates con personalidades, intelectuales, ONG's medioambientales y otros agentes de interés. Canal Natura pretende servir como foro en el que se debatan asuntos de interés, tanto de actualidad como de temas de fondo relacionados con el medio ambiente.

2.1. Noticias Natura y la presencia de información ambiental sobre Andalucía

Como acabamos de comentar, Noticias Natura es el primer espacio de información ambiental de actualidad de España y una de las primera experiencias de este tipo en el mundo. Este espacio ha atravesado por diversas etapas. En la primera de ellas, que se inicia a mediados de 1998, el informativo tiene una duración aproximada de diez minutos. En este tiempo aborda por termino medio tres temas con carácter informativo. Está estructurado en secciones: Tema del Día, Noticias, Ecos (Breves), Agenda, Otros canales y Tema de Cierre. La segunda etapa comienza cuando el informativo completa la información con un sitioweb, www.natura.mediapark.es, que permite usar sus contenidos como material pedagógico para escuelas y centros de formación.

Noticias Natura no se centra tan sólo en temas de actualidad ambiental sino que suministra lecturas en clave ecológica de otras noticias relevantes de cada día. El espacio –elaborado por los Servicios Informativos de Cana Natura, dirigidos por Xavier Arnella– está presentado por Marta Cailá. Un equipo de periodistas, coordinado por Mónica López, se encarga de este espacio informativo.(7).

Con respecto a la primera etapa y para el presente estudio, nos interesa indagar en la estructura informativa de cada programa y su temática. Para ello hemos seleccionado al azar tres informativos correspondientes a los días 13,14 y 24 de agosto de 1998 y en un segundo bloque otros tres informativos que van desde el día 21 al 23 de diciembre del mismo año. Con ello dispondremos de una serie de criterios de análisis que nos permita ver la trayectoria de este informativo a lo largo del tiempo. Estos han sido los datos obtenidos:

Tabla 1. Noticias Natura. Escaletas de los programas emitidos los días 13, 14 y 24 de agosto de 1998

Día	Tema	Enfoque	Duración
13	Producción cítricos	Plagas	1m 30s
13	Biodiversidad	Subvención Ministerio	1 m
13	Vendimia	Producc. Pontevedra	1m 15s
13	Ecos - Breves		30s
13	Otros canales	CD- Rom. Enciclopedia	30s
13	Agenda	Paseos Levantinos	30s
13	Parque N. Albufera	Garzas	1m
14	Leche vaca	Pasteurización	1m 15s
14	Cemento	Malestar fábrica	1m
14	Ecos - Breves		30s
14	Aves exóticas	Robo	1m
14	Otros canales	Revista residuos	30s
14	Agenda	Curso tráfico marítimo	30s
14	Los Monegros	Rutas con camellos	1m
24	Pesca	Problema caladeros	1m 15s
24	Pesca	Acuicultura	1m 30s
24	Contaminación lumínica	Ciudades	1m 15s
24	Vendimia	Producción	1m 15s
24	Ecos-Breves		30s
24	Otros canales	Internet: Desierto Colorado	30s
24	Agenda	Exposición	30s
24	Hilandero	El último artesano	1m

Fuente: Elaboración propia a partir de la grabación de los programas emitidos en Noticias Natura.

El análisis de los datos recabados en esta primera muestra nos viene a demostrar que las informaciones aparecidas en Noticias Natura no sobrepasan el minuto y medio lo que le confiere agilidad. Aparecen numerosos temas agrícolas vinculados al medio ambiente como la presencia de plagas en los cultivos, aunque también hay una preocupación por el aspecto económico, es decir, de cómo las incidencias climatológicas han afectado a los cultivos y por consiguiente a la producción.

Con respecto a empresas contaminadoras, llama la atención la información sobre una fábrica de cementos que tiene problemas con los habitantes de un municipio cercano, Buñón, en Valencia. La información comienza con las protestas de los vecinos para continuar explicando la situación del sector que pasa por una época de bonanza atribuida al buen momento económico del país. Deja para el final de la información los posibles problemas respiratorios que puede provocar en las personas. La opinión de la empresa y del ayuntamiento aparece expresada por el locutor pero no por los protagonistas. Se aborda el tema, pero no se profundiza o al menos queda por escuchar la opinión de una de las partes interesadas, la contaminadora.

Hay que destacar que en todas las informaciones analizadas hay una sola referencia a Andalucía, la noticia sobre el agotamiento de caladeros para la pesca en las Islas Baleares y que afecta a la flota de Almería.

Por lo demás, se aprecian temas relacionados con el consumo como la posible infección en la leche o el incremento de venta de peces procedentes de acuicultura. Temas de residuos, contaminación, biodiversidad y turismo rural también son abordados. En general, el tratamiento dado a las informaciones hace hincapié en el valor económico de los recursos, algo que está en relación con los principios fundacionales del canal.

En el estudio que llevamos a cabo se hace necesario contrastar estas primeras impresiones con los datos que hemos podido obtener en una segunda muestra, en este caso tomada en el mes de diciembre del mismo año, datos que aparecen reflejados en la tabla número dos.

Tabla 2. Informativo Noticias Natura. Escaletas de los programas emitidos desde el 21 al 23 de diciembre de 1998

Día	Tema	Enfoque	Duración
21	Precio petróleo	Guerra EEUU	1m 20 s
21	Manglares	Langostino tropical	1m 15 s
21	Sierra Nevada	Declaración parque nacional	1m 10s
21	Ecos-.Breves		1 m
21	Otros canales	Internet: Universidad Cádiz	1m
21	Agenda	Curso formación	1m
21	Problema tráfico	Elche	1m
22	Cable Tarifa	Conflicto pesca	2m 30s
22	Red alto voltaje	Galicia	1m 30s
22	Selva amazónica	Chico Méndez	1 m
22	Ecos-Breves		1 m
22	Parque ornitológico		1m
22	Otros canales	Libro Tintes Naturales	1m
22	Agenda		1m
22	Plantación árboles	Vitoria Gastaeiz	1m
23	Restricción agua	Abastacimiento Barcelona	2m
23	Palmeras	Plaga insectos	3m
23	Centro comercial	Impacto ambiental	2 m
24	Ecos-Breves		1m
24	Mar de Liguria	Protección cetáceos	1 m

24	Otros canales	Internet	30 s
24	Agenda		1m
24	Investigación marina	Instituto Vigo	1m 15 s

Fuente: Elaboración propia a partir de los programas emitidos en Noticias Natura

Un análisis de los datos obtenidos nos vienen a demostrar lo siguiente:

Al menos en dos casos se plantea el conflicto ambiental existente con dos industrias o empresas. El cable de Tarifa, en la que Red Eléctrica Española es la principal implicada y el conflicto creado en la red de alta tensión de Vigo. En ninguno de los casos aparece la opinión de las empresas implicadas y sí la de los afectados. La información sobre el cable de Tarifa puede ser consultada en la página web que Canal Natura tiene en Internet y que reproducimos a continuación.



En la página web se recoge íntegro el texto de la información emitida en su día en Noticias Natura

Si observamos el texto puede apreciarse cómo parte del conflicto pretende solucionarse con el encargo por parte de Red Eléctrica de un estudio para determinar las causas de la posible disminución de la pesca. Por otro lado, también se informa de la indemnización que Red Eléctrica ha ofrecido a los pescadores. En la estructura de la información puede apreciarse, por lo tanto, cómo se indica el problema aunque también se apuntan soluciones y en cualquier caso la imagen de la empresa no queda dañada. No olvidemos que Iberdrola, empresa gestora de recursos hídricos energéticos, es accionista de Media Park, productora de Canal Natura. En el caso de la Red de Alta Tensión de atraviesa la localidad de Merza en Pontevedra, en la información aparece la opinión de los afectados pero no de la empresa. Otra de las informaciones, aparecida el día 23 de diciembre, trata de los pantanos que abastecen de agua a Barcelona. El problema, junto a la sequía, es la desviación del agua de las 57 hidroeléctricas que explotan el río Llobregat. Sin embargo, la legislación catalana permite este uso. Noticias Natura expone el problema, las causas, consecuencias y posibles soluciones como puede ser la modificación de la ley de ordenación y gestión del agua de la Generalitat de Cataluña. Como conclusión podemos destacar que en los dos periodos de tiempo analizados aparecen informaciones que tienen que ver con el aprovechamiento de los recursos hídricos y que las informaciones son equilibradas en la mayoría de los casos, aunque se evidencia la falta de opinión de las empresas afectadas que ofrecen su visión del asunto a través de la redacción del periodista.

Uno de los conflictos que se muestra es el de la construcción de un centro comercial en Orense, a orillas de río Miño y el impacto ambiental que provoca. De nuevo el tema está relacionado con el agua. En la información sólo aparecen los afectados pero no la empresa constructora Ucosa, que pretende edificar con permiso del ayuntamiento.

Otro de los datos que hemos podido observar es que al menos en dos casos la información tiene como punto de referencia Andalucía: el caso comentado del cable de alta tensión de Tarifa y la declaración de Sierra Nevada como parque nacional. Esta última información trata de los incentivos económicos previstos para realizar actividades respetuosas con el medio ambiente (una semana antes se había informado de las restricciones que la nueva declaración de parque nacional impondría en los usos del territorio). Se puede afirmar que la información sobre temas andaluces en Noticias Natura ha tenido cada vez mayor presencia puesto que en el primer estudio tan sólo aparecía una referencia y en el segundo periodos analizado hemos encontrados dos informaciones. Esto puede ser debido a la importancia de nuestra comunidad tanto en superficie protegida como en diversidad biológica. Junto a este dato destacar que en las secciones Ecos, Otros Canales y Agenda también hay referencias a información ambiental referida al ámbito geográfico andaluz.

Hay suficientes referencias a la biodiversidad como elemento de protección ambiental.

La segunda etapa en Noticias Natura comienza cuando los contenidos diarios del informativo son mostrados a través de las páginas web en Internet. En la página que nos ha servido de referencia para analizar el caso del cable de Tarifa se puede apreciar cómo este material está disponible para cualquier usuario. La información va complementada con fotografías. Este mecanismo facilita la interactividad del medio de comunicación. Además la página web tiene otra serie de servicios tales como páginas para conversaciones, agenda de acontecimientos y foros de discusión y debate que la hacen representativa de un modelo de comunicación interactiva moderno. El uso educativo de las informaciones de actualidad. Este modelo está siendo aplicado por otros medios de comunicación como la revista Quercus, el programa Medi Ambient de la Televisión Autonómica Valenciana. También se está poniendo en marcha en Canal Sur Televisión, concretamente el programa Tierra y Mar mantiene una página web informando sobre el programa. Con respecto a Canal Natura, el sistema de comunicación a través de Internet permite consultar todas las noticias emitidas en el último año. Junto a este servicio, también se pueden consultar los reportajes emitidos en el espacio En torno a Natura así como los documentales más significativos que están siendo emitidos.

Este sistema interactivo de comunicación es propugnado hoy como el más innovador modelo de comunicación puesto que está destinado a un público selectivo al cual se le permite recuperar información, así como ejercer cierto control a través de la opinión que puede expresar sobre los contenidos del canal. Estamos pues ante un modelo que, si bien responde a un grupo determinado de intereses como todo medio de comunicación social, está propiciando la apertura de la información ambiental hacia la sociedad. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que cuando se trata de abordar un conflicto ambiental el modelo que estamos analizando tratará de ofrecer los aspectos más positivos de una gestión, algo que es interpretado hoy como una defensa legítima de unos intereses empresariales. También es verdad, que el actual concepto de desarrollo sostenible propugnado en los más diversos foros internacionales tratan de hacer compatible el desarrollo y medio ambiente, de ahí que en cualquier valoración no debe primar sólo el interés económico y plantear las cuestiones en términos de sostenibilidad.

3. Las empresas de gestión ambiental se dirigen a los periodistas especializados

Constatada la implicación del mundo empresarial en la información ambiental para este caso concreto, nuestro estudio nos lleva ahora a analizar cómo el interés por los medios de comunicación hace que muchas de estas empresas intenten tomar las riendas en cuanto a la imagen que a la sociedad llega de ellas. De ahí que nuestro próximo objetivo sea analizar la información que ha llegado a los periodistas especializados en información ambiental de toda España, durante los últimos meses de 1998 y primeros de 1999, a través de la Asociación Nacional de Periodistas de Información Ambiental, constituida en 1995 y que agrupa a más de un centenar de periodistas especializados de los más diversos medios de comunicación de toda España.

Para acometer esta tarea hemos creado una base de datos en la que hemos hecho constar las empresas, instituciones u organismos que se han dirigido a estos profesionales, la forma en que lo han hecho, el número de veces y el contenido de la información enviada. En la tabla 3 pueden apreciarse los datos de este estudio.

Se puede constatar cómo en los comunicados son las industrias y empresas con mayor potencial contaminador las que mantienen cierta estrategia informativa a juzgar por los boletines de información que han creado y que han hecho llegar a los periodistas. Destacamos: Club Español de Residuos, Asociación Nacional para el Reciclado de Productos de Aluminio, Empresa Nacional de Celulosa, Asociación Nacional para la Recuperación del Papel y el Cartón, Asociación Nacional de Productores de Cloro, Foro de Industria Nuclear. De todas ellas, hay que resaltar la intensa actividad desarrollada por el Club Español de los Residuos que ha realizado doce actividades diferentes en distintos puntos de España y de las que ha informado a los profesionales de la comunicación. La existencia de estos boletines informativos –como se puede comprobar en la tabla número 3– muestran la intención de las empresas de hacer llegar a la sociedad los aspectos menos conocidos de la gestión de los recursos, destacando, evidentemente, los más positivos.

Tabla 3. Información que las empresas e instituciones españolas envían a los periodistas especializados en medio ambiente a través de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental de España. Periodo 1998-99.

Empresa- Institución	Tema	Contenido	Formato	Nº Veces
Caja Madrid y CSIC	La Sed del Agua	Aprovechamiento recurso	Exposición	0
Embajada Británica-IPAE	M. Ambiente-Sociedad	Política UE	Conferencia Coloquio	0
Club Español de los Residuos	Residuos	Aplicación	Jornadas	12
Mundi Prensa Libros	La Guía del Ecoturismo	Ecoturismo	Libro	0
Asc. Recuper. Papel y Cartón	Ofrece colaboración	papel y cartón	nota prensa	0
Ford	Premios Henry Ford	convocatoria	nota prensa	3
Asoc. Reciclado Prod. Aluminio	Recuperación Aluminio	Actividades Asociación	Boletín	0
Fund. Ecología y Desarrollo. Zaragoza	Agua	Eficiencia Ciudades	Jornadas	0
Minist. Medio Ambiente	Diversidad Biológica	Presentación Estrategia Conservación	Invitación	0
Caja Madrid	Plantas, osos, bosques	Presentación	Libros y CD	0
Diputación de Córdoba	Ambiental'99	Encuentro Medioambiental Cordobés	Jornadas	0
Empresa Nacional Celulosa	Actividad Empresarial	Informe Trimestral	Folleto	0
Ayuntamiento Zaragoza	El periódico del agua	Aprovechamiento de Recurso	Periódico	0
PSOE	Medio Ambiente	Política Nacional	Boletín	0
Fundación Marcelo Botín	Aguas Subterráneas spaña	Creación Libro	Bases proyecto	2
Asoc. Nac. Productores Cloro	Cloro	Uso para agua	Boletín	0
Foro de Industria Nuclear Española	Industria Nuclear	Actualidad	Boletín	0

Fuente: Elaboración propia a partir del archivo de mensajes recibidos como miembro de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental de España.

Otro de los datos que nos revelan el estudio es que la preocupación por el medio ambiente impregna a todas las instituciones de una sociedad: bancos, partidos políticos, embajadas, ministerios, ayuntamientos, editoriales, asociaciones, etc. que se ponen en marcha para organizar exposiciones, jornadas, charlas, conferencias, publicaciones de libros sobre los más diversos temas como el agua, la biodiversidad, la recuperación del aluminio o la importancia del medio ambiente para la sociedad.

De todo lo anterior, se puede constatar que los profesionales especializados en medio ambiente están entrando en una fase en la que, independientemente de la labor indagatoria, algo que cada cual desarrolla según su propio entender, dedican parte de su tiempo a seleccionar y discriminar la información que procede del mundo empresarial, por un lado, y de los más diversos órganos representativos de la sociedad por otro. Una labor discriminatoria entendida no ya como una selección de la información, sino de qué es noticia en función del interés de los datos que las industrias aportan. Ni qué decir tiene, que la labor investigadora llevará al profesional a contrastar los datos y a diversificar las fuentes de información. Pero de lo que no cabe duda es de que cada vez las empresas e industrias que tienen que ver con el medio ambiente están evidenciando un cambio de actitud informativa que consisten en provocar la información en el sentido que a ellas les pueda interesar antes de esperar a que la noticia se produzcan y que sólo se muestren los aspectos negativos y catastróficos del mismo.

4. Conclusiones

A lo largo de nuestro proceso investigador hemos podido constatar una serie de hechos que ahora exponemos como conclusiones y que son la siguientes:

- 1ª. La información ambiental es un fenómeno emergente que ha llevado a una de las tres plataformas vía satélite existentes en España, Vía Digital, a incorporar en sus contenidos un canal temático, Canal Natura, sobre un tema que interesa a la sociedad, el medio ambiente. En la proporción de noticias analizadas se observa una presencia considerable de temas relacionados con Andalucía. Nuestra comunidad no sólo es una potencia medioambiental en el ámbito europeo, sino que informativamente hablando atrae el interés de canales temáticos como el analizado.
- 2ª. Canal Natura es el primer canal temático que incorpora una estructura informativa de actualidad con la emisión tanto de espacios diarios de noticias como de reportajes específicos. La existencia de Canal Natura es posible por la implicación de grupos de comunicación, pero también –y aquí está la novedad– por empresas vinculadas con la gestión ambiental de los recursos como es el caso de Iberdrola. La irrupción de las empresas en el mundo de la información ambiental se hace también evidente por la participación de Gas Natural en el Canal Natura como patrocinador.
- 3ª Los contenidos de los informativos analizados demuestran que los profesionales de la comunicación que elaboran las noticias están especializados puesto que seleccionan noticias de interés, conjugan lo local con lo global, buscan soluciones al conflicto ambiental o lo muestran sin cortapisas, sin reparar exclusivamente en el aspecto catastrófico.
- 4ª El modelo comunicativo llevado a cabo por Canal Natura puede considerarse como modélico puesto que no sólo propicia la interactividad con los telespectadores - hecho inherente a la propia filosofía de un canal de pago-, sino que ha previsto la conectividad a través de Internet con fines divulgativos y educativos.

5º La irrupción de la empresa vinculada a la gestión ambiental de los recursos en los medios de comunicación se constata no sólo con el ejemplo de Canal Natura, sino que se hace mucho más evidente cuando observamos las estrategias comunicativas que han puesto en marcha algunas de las industrias más potentes de nuestro país. Tratan de anticiparse a la acción de los medios de comunicación en un intento de formar su propia imagen ante la sociedad. La labor del periodista especializado en medio ambiente se centra hoy, mucho más que antes, en un ejercicio de selección y discriminación de lo que es y lo que no es noticia, en profundizar y diversificar las fuentes de información y en estar atento a las estrategias de los grupos empresariales cada vez mejor organizados.

Bibliografía, hemerografía e Internet

Bibliografía

- ESTEVE RAMIREZ, Francisco. Responsabilidad social del periodista especializado, en LOPEZ ESCOBAR, Esteban y ORIHUELA, José Luis de, La responsabilidad pública del periodista. Universidad de Navarra. Pamplona. 1998.
- QUESADA, Montserrat Periodismo Especializado. Ediciones Internacionales Universitarias. Madrid, 1998, pp. 21- 60.
- REIG, Ramón. El control de la comunicación de masas: Bases estructurales y psicosociales. Libertarias /Prodhuvi. Madrid, 1995, pp. 225-226.
- VARILLA SUAREZ, Benigno. "Balance de la experiencia de la revista Quercus para promover la comunicación ambiental digital en España", en VV.AA.: IV Congreso Nacional de Medio Ambiente. Colegio Oficial de Físicos, Unión Profesional, Aproma, Instituto de Ingeniería de España. Madrid, 1998, pp. 335-338.

Hemerografía

- CLAROS, Isabel. VV.AA. "La naturaleza de Vía Digital. La oferta temática de Vía Digital quiere crear una mayor conciencia medioambiental". La Vanguardia. 09/07/1998.
- VV.AA. "Vía Digital presenta Canal Natura: el primer temático dedicado a la naturaleza. Emitirá más de 3.000 horas de producción propia con informativos y documentales." La Razón. 13/11/1998.

Internet

- Canal Natura. <http://www.natura.mediapark.es>
- Gas Natural. <http://www.gasnaturalsdg.es>.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Nombre del autor, 2000; título del texto, en

- Ámbitos 3-4, Revista Andaluza de Comunicación, p. 269 y ss. y en

- Revista Latina de Comunicación Social, número 32, de agosto de 2000, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL):

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/y32ag/72miguel/montano2.htm>