

Comunicación medioambiental: consolidando un campo de investigación

Miguel Vicente Mariño

El Centro de Investigación para la Paz (CIP-Ecosocial) es un espacio de reflexión que analiza los retos de la sostenibilidad, la cohesión social, la calidad de la democracia y la paz en la sociedad actual, desde una perspectiva crítica y transdisciplinar.

Centro de Investigación para la Paz (CIP-Ecosocial)

C/ Duque de Sesto 40, 28009 Madrid

Tel.: 91 576 32 99 - Fax: 91 577 47 26 - cip@fuhem.es - www.cip.fuhem.es



Comunicación medioambiental: consolidando un campo de investigación

Miguel Vicente Mariño

Universidad de Valladolid – Campus de Segovia

Departamento de Sociología

miguelvm@soc.uva.es

Introducción

La relevancia adquirida por el medio ambiente en el discurso público contemporáneo justifica una aproximación a su estudio desde diversas disciplinas científicas, propiciando el encuentro entre ciencias naturales, experimentales y sociales. Desde la década de los ochenta del siglo pasado, las cuestiones medioambientales ascendieron en la agenda política y mediática, permaneciendo en esta privilegiada posición durante los últimos años, donde el efecto del cambio climático se percibe a simple vista.

Al mismo tiempo, la comunicación recorría un itinerario similar, en el que se convertía en una noción básica para comprender el funcionamiento de las sociedades contemporáneas¹. Así, la comunicación se convierte en un eje básico para todas las organizaciones y, en paralelo, proliferan los estudios científicos acerca de su funcionamiento. Se consolida, de este modo, una disciplina científica de nuevo cuño que bebe de diversas fuentes previas para ofrecer una aproximación alternativa a las dinámicas sociales.

A lo largo de este proceso expansivo, común a las dos nociones, era inevitable que sus caminos se cruzasen. Así, la comunicación medioambiental surge como un campo abierto para la investigación y para la práctica profesional que abarca el conjunto de actividades en las que se emplean recursos y estrategias propias de la comunicación para intervenir, de forma activa o simbólica, en el medio ambiente. En este amplio territorio conviven campos con extensa tradición, como el periodismo ambiental, con nuevas tendencias creativas y estratégicas aplicadas a la comunicación con fines medioambientales que abren nuevas vías de concienciación social, como las grandes exposiciones o la producción documental. Los medios disponibles se diversifican, pero conservan su vocación de difundir una cultura medioambiental más ecológica y sostenible en las sociedades contemporáneas.

Este artículo expone de manera crítica algunas de las encrucijadas que se dan en el binomio comunicación y medio ambiente, partiendo de la consideración de que se trata de una línea de investigación con un gran margen de mejora ya que todavía requiere una mayor producción científica para consolidarse como un espacio de referencia social y académica. La comunicación medioambiental y su gestión se presenta como un ámbito de interés capital para un entorno global como el actual. El grado de desarrollo teórico y práctico, sin embargo, continúa mostrando un dominio de la academia anglosajona sobre un área española que hace lo posible por presentarse como una alternativa o, al menos, como un complemento a la evolución internacional de este campo.

Los pioneros: el mérito de los primeros pasos

La preocupación por el medio ambiente es una actitud relativamente novedosa en las sociedades contemporáneas. Los beneficios del desarrollo económico e industrial, radicado en

¹ Manuel Castells, *La era de la información*, Alianza, Madrid, 1997.

un modelo capitalista avanzado, apenas fueron cuestionados durante las dos primeros tercios del siglo XX. La fe en el progreso, guiado por la racionalidad científica y por la implantación de los procesos tecnológicos, se mantuvo al margen de las críticas políticas y sociales. No fue hasta los años setenta y, sobre todo, ochenta cuando se alzaron las primeras voces críticas contra un modelo productivo que no tomaba en consideración el impacto ecológico de su acción continuada. Es el momento en el que los mensajes de las primeras organizaciones ecologistas comenzó a sentirse como un rumor con una presencia creciente en la esfera pública.

Desde su fundación, los movimientos sociales de defensa del medio ambiente se dieron cuenta del poder de los medios de comunicación y de su influencia en la percepción ciudadana sobre los temas de interés ciudadano. Así, abanderados del movimiento verde, como Greenpeace, desplegaron inteligentes estrategias de comunicación que, tomando como punto de partida el análisis de la producción informativa de la época, consiguieron acceder a la escena informativa y convertirse en temas de debate político y social. Algo tan simple y tan complicado como conocer lo que desean los medios de comunicación les sirvió para abrir la puerta de las redacciones y colarse de improviso en las noticias.

Por ejemplo, las espectaculares acciones escenificadas por los activistas de Greenpeace en los ochenta ven multiplicado exponencialmente su valor por el hecho de haber sido registradas en vídeo para su posterior emisión a escala global. Hoy en día, partidos políticos, equipos deportivos o grandes artistas son perfectamente conscientes de esta necesidad de ofrecer a los medios aquello que, a la vista de sus programaciones, más les puede interesar para conseguir el codiciado tiempo de emisión en los espacios informativos. Sin embargo, los movimientos ecologistas fueron unos de los primeros en conseguir dar el salto desde la teoría hacia la práctica.

Y mientras las audiencias televisivas comenzaban a familiarizarse con personas frenando balleneros o con activistas encaramándose a instalaciones nucleares, el ámbito de la investigación en comunicación comenzaba a dar sus primeros titubeantes pasos. Si el ecologismo como ideología estaba fraguándose en aquella época, las Ciencias de la Comunicación todavía luchaban por constituirse como un campo autónomo de investigación, un objetivo que no alcanzarían hasta la transición al siglo XXI. El comienzo del tercer milenio nos devuelve una posición mucho más cómoda para ambos conceptos, ya que han obtenido un espacio propio y han comenzado a desarrollar una actividad institucionalizada que les garantiza una presencia constante en el debate ciudadano.

No obstante, es necesario destacar en este momento que el nivel de desarrollo en el estudio científico del medio ambiente y de la comunicación resulta muy dispar entre los diversos países centrales del sistema mundo. Por ejemplo, en España apenas hay trabajos rigurosos y sistemáticos sobre estas cuestiones hasta la última década, mientras que en otras latitudes los referentes son mucho más antiguos y cuentan con un bagaje y un impacto muy superior. Las principales aportaciones en esta primera fase del estudio de la comunicación medioambiental proceden de la esfera anglosajona², que mantiene todavía un claro liderazgo en el conjunto de la producción científica contemporánea.

El encumbramiento de las sociedades del riesgo³ proporcionó un anclaje teórico sólido sobre el que avanzar en el análisis de la relación entre medio ambiente y comunicación. Si aceptamos que las incertidumbres de signo medioambiental y/o tecnológico son uno de los ejes sobre los que pivota la distribución de riesgos en las sociedades contemporáneas, necesariamente

² Anders Hansen, *Environmental Issues and the Media*, Leicester University Press, Leicester, 1993.

³ Ulrich Beck, *The Risk Society: Towards a New Modernity*, Sage, London, 1992. Edición original en alemán de 1986.



tendremos que estar de acuerdo en que los aspectos relacionados con la comunicación se sitúan en la clave para su correcta gestión pública⁴.

La consolidación: luchando por un espacio propio

El proceso de institucionalización de una disciplina científica conlleva la paulatina creación de estructuras sólidas que congreguen a las personas especialistas e interesadas en la cuestión. Así, es preciso abrir espacios de debate propios y fácilmente identificables en las organizaciones profesionales del ámbito y en los diversos niveles territoriales, siendo necesario también contar con revistas y publicaciones que se conviertan en el punto de referencia para el conjunto de la incipiente comunidad.

En el caso de la investigación en comunicación medioambiental, los años noventa sirven para formar una masa crítica de expertos, cuyos primeros resultados se traducen en la formación de grupos de trabajo y de investigación de alcance internacional, como el grupo de trabajo sobre comunicación medioambiental, científica y de riesgo en la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (IAMCR), dirigido por Anders Hansen desde la Universidad de Leicester (Reino Unido) con reuniones de periodicidad anual⁵. Por su parte en Estados Unidos, Environmental Communication Network⁶ reúne a centenares de expertos en cuestiones medioambientales y comunicativas. Desde 1991, esta red organiza un congreso bienal en el que sale a la luz la gran parte de la producción académica norteamericana en este campo de investigación. Finalmente, la constitución de la European Communication Research and Education Association (ECREA), abre también una sección propia para los estudios sobre comunicación científica y medioambiental⁷, dirigida por Julie Doyle (Reino Unido) y Anabela Carvalho (Portugal).

Este proceso de consolidación institucional se completa con un aumento notable de la producción científica, que permite el acceso de las cuestiones medioambientales a las revistas especializadas en comunicación. Los primeros pasos de esta trayectoria se dan de la mano de publicaciones que, sin pertenecer al ámbito específico de la comunicación medioambiental, cuentan con unos intereses muy próximos. Así, revistas centradas en la comunicación científica⁸ o en la educación ambiental⁹ abren sus páginas a trabajos centrados en el medio ambiente. Como no podía ser de otro modo, la creciente cantidad de trabajos producidos en los países occidentales sobre esta temática acaba por motivar la publicación de revistas especializadas en comunicación medioambiental. A pesar de que la mayoría de ellas todavía comienzan su andadura, en poco tiempo se convertirán en puntos de referencia para el conjunto del campo de investigación¹⁰.

La proximidad del concepto de medio ambiente respecto a nociones como ciencia, tecnología o riesgo obligan a prestar atención a publicaciones de temática muy diversa para encontrar materiales próximos a la comunicación medioambiental.

⁴ Jordi Farré, "Espirales de riesgo en tiempos de crisis", *ZER*, nº 7, diciembre 1999, pp. 27-43.

⁵ Más información en: <http://www.iamcr.org/content/blogcategory/40/143/>

⁶ Más información en: <http://www.esf.edu/ecn/>

⁷ Más información en: <http://www.scienv-com.eu/>

⁸ Como Science Communication (<http://scx.sagepub.com>) o Public Understanding of Science (<http://pus.sagepub.com>)

⁹ Journal of Environmental Education (<http://www.heldref.org/jenve.php>)

¹⁰ Las dos revistas más destacadas actualmente en investigación sobre comunicación medioambiental son *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture* e *International Journal of Sustainability Communication*.

Por lo que concierne a los temas que son estudiados con mayor frecuencia, el foco de interés para los primeros investigadores se centraba, prioritariamente, en el contenido difundido por los medios de comunicación y en los efectos que estas acciones podrían tener tanto en la opinión pública como en las decisiones políticas. Pero el alcance de los estudios, así como los actores analizados, experimentaría una notable expansión durante la década de los noventa. Así, del estudio de la información medioambiental en la prensa o en la televisión se pasa a una mirada más amplia en la que el conjunto de las estrategias de comunicación acapara todas las miradas. Al mismo tiempo, de un análisis centrado prioritariamente en las ONG's, la acumulación de investigaciones arroja material muy relevante sobre el rol jugado por las administraciones públicas y por las empresas privadas.

El cambio climático: un caso paradigmático

Las agendas temáticas encumbran unas cuestiones informativas mientras relegan a otras a un segundo plano: esta máxima de las teorías de comunicación no hace ninguna excepción con los asuntos medioambientales. A su vez, la irrupción en escena de un tema impactante es motivo suficiente para activar la investigación científica en la línea de un interés de marcado componente coyuntural. A esta tendencia académica se le suma la priorización estratégica y presupuestaria que reciben aquellos proyectos de investigación centrados sobre cuestiones que se encuentran en un punto álgido de presencia en el debate público.

En el caso del medio ambiente, la entrada del cambio climático en el discurso político, mediático y ciudadano ha motivado la multiplicación de estudios que pretenden arrojar más luz sobre este proceso¹¹. La investigación en comunicación no permanece ajena a estas modas y la cantidad de investigaciones y publicaciones destinadas al análisis del cambio climático han situado a la comunicación medioambiental en una posición predominante, tras un par de décadas en las que el impacto de sus evoluciones permanecía al margen del interés ciudadano.

Las dimensiones del fenómeno a escala global se traducen en congresos dedicados monográficamente a esta cuestión¹², en ediciones especiales de revistas internacionales de referencia centradas en los avances de investigación¹³, o en la propagación de conferencias con un dispar grado de formalidad en diversos rincones del planeta¹⁴.

A escala española, se han publicado análisis sobre algunas estrategias de comunicación planteadas por administraciones públicas¹⁵ o reflexiones de más amplio calado acerca de los efectos de este asunto noticioso en el conjunto de la producción periodística¹⁶. Sin embargo, estas dimensiones a escala nacional todavía no suponen ninguna amenaza para un conjunto de la comunicación medioambiental que, como se demostrará a continuación, debe mostrar mucha

¹¹ Anabela Carvalho, "Ideological cultures and media discourses on scientific knowledge: re-reading news on climate change", *Public Understanding of Science*, 16, p. 223-243.

Hans Peters Peters y Harald Heinrichs, "Legitimizing climate policy: the 'risk construct' of global climate change in the German mass media", *International Journal of Sustainability Communication*, 3, p. 14-36.

Maxwell T. Boykoff, *Who Speaks for Climate? Making Sense of Mass Media Reporting on Climate Change*, Cambridge University Press, 2009 (en prensa).

¹² Communicating Climate Change Conference, celebrada en Braga (Portugal) en noviembre de 2007.

¹³ Public Understanding of Science, 2000; International Journal of Sustainability Communication, 2008.

¹⁴ El mayor impacto lo ha conseguido Al Gore, quien a raíz de su trabajo divulgativo 'Una verdad incómoda' ha recibido el Premio Nobel de la Paz. A su vez, la cantidad de exposiciones, conferencias y materiales educativos sobre el cambio climático se ha multiplicado durante los últimos años.

¹⁵ Ana Teresa López Pastor. "Estrategia de comunicación frente al cambio climático. De las divergencias a la acción de calidad", en Juan de Dios Ruano (dir.), *El riesgo en la sociedad de la información*, pp. 81-108, Servizo de Publicacións da Universidade da Coruña, A Coruña, 2009.

¹⁶ Raúl Magallón Rosa. "El cambio mediático. Del cambio climático al cambio social", in *Global Media Journal (online)*, 5, 2008. Última consulta [09/03/2009]: http://gmje.mty.itesm.mx/primavera_2008.html



mayor preocupación por problemas de mayor calado que la monopolización de la agenda de investigación social.

Sin embargo, el riesgo de monopolio del cambio climático como objeto de estudio es evidente. Las amenazas ecológicas y los desequilibrios ambientales son muchos más y el cambio climático, en ocasiones, eclipsa a cuestiones como la contaminación, la deforestación o el efecto invernadero. La saturación temática suele cernirse sobre las agendas descompensadas. Y si el cambio climático puede ser una oportunidad para reivindicar la importancia de la comunicación medioambiental en el entramado de la investigación académica, una sobredosis injustificada puede volverse en su contra al menospreciar otros temas de investigación de prioritario interés.

La situación en España: una realidad cruda susceptible de franca mejoría

El prometedor panorama que se intuye en la mayoría de países económicamente desarrollados no cuenta con una traducción directa en España. Las investigaciones, publicaciones y organizaciones especializadas en el campo de la investigación en comunicación medioambiental son escasas, cuentan con una financiación exigua y están marcadas aún por el voluntarismo en su puesta en práctica.

En términos institucionales, no existe ningún espacio propio para la investigación en comunicación medioambiental. En su lugar, podemos encontrar publicaciones especializadas en otros ámbitos, como la educación o las ciencias ambientales, que pueden dar cobijo a estudios puntuales sobre estas cuestiones. La carencia de una plataforma propia y visible para el conjunto de la comunidad académica se presenta como el gran impedimento tanto para aumentar la difusión como para reunir y coordinar los esfuerzos individuales. El establecimiento de una red de expertos, incluso en un nivel informal, podría ser un buen punto de partida para comenzar a presionar para conseguir un espacio autónomo y claramente definido.

Así, la presencia internacional de investigadores españoles (y latinoamericanos) es simplemente nula, si nos aproximamos a las publicaciones de referencia a escala global. Las escasas revistas especializadas en este campo no recogen ninguna aportación de autores españoles, a diferencia de ámbitos como las ciencias ambientales o la conservación ambiental, donde los trabajos de los científicos estatales sí que acceden a las publicaciones anglosajonas. Sin embargo, los datos resultan más esperanzadores cuando tomamos como referencia la participación en conferencias internacionales, reuniones que podemos considerar como una antesala del nivel más académicamente oficial, en las que la presencia iberoamericana resulta más notable. Las barreras lingüísticas resultan un freno evidente en este proceso, pero el diagnóstico debe ser más profundo para dejar bien claro que, más allá del idioma, el estado de la investigación en comunicación medioambiental en España todavía no puede competir, ni en cantidad ni en calidad, con el de otros países económicamente desarrollados¹⁷.

A pesar de esta realista descripción de partida, es necesario destacar que, a costa de los esfuerzos individuales de diversas personas, a día de hoy existe una bibliografía de partida que debe servir como punto de apoyo para comenzar a realizar un verdadero programa de investigación en comunicación medioambiental.

El objeto de estudio prioritario para la academia española ha sido siempre el periodismo medioambiental¹⁸. Las relaciones entre los redactores, especializados o no en medio ambiente,

¹⁷ Para consultar una evaluación más detallada de la producción científica sobre comunicación medioambiental en española, consultar: Miguel Vicente, "Environmental Communication Research in Spanish: putting some light in a confusing field", *Media Development*, 2009 (en prensa).

¹⁸ Carlos Elías, "Periodismo especializado en medio ambiente: el caso Doñana como paradigma de manipulación informativa", *Ámbitos*, 6, p. 279-303.

y la información ha recibido la atención de diversos investigadores, que por lo general desembocaban en un panorama pesimista al concluir que no existía un interés excesivo ni una preparación formal para asumir esas responsabilidades profesionales. Así, la mayoría de estas obras incluyen un listado de recomendaciones para enfocar el periodismo medioambiental¹⁹, completando una orientación eminentemente práctica y un abordaje metodológico excesivamente alejado de los principios básicos de la investigación en comunicación. Se trata, por lo tanto, de manuales que resultan útiles para los profesionales de ese ámbito, pero no deben ser considerados como una muestra de investigación *sensu stricto*.

Como ya se adelantaba en el apartado anterior acerca de la situación internacional, en el entorno iberoamericano también es posible encontrar obras colectivas que abordan el fenómeno con una amplitud de miras superior a la centrada en la información ambiental, pudiendo encontrar ejemplos significativos tanto en España²⁰ como en México²¹. Son propuestas de gran interés por todo el potencial de colaboración que suponen para un futuro inmediato, incluyendo algunas grandes aportaciones entre sus páginas. Al tratarse de monografías dedicadas por completo al estudio de la relación entre medios de comunicación y medio ambiente se acaban convirtiendo en el referente para cualquier trabajo que, desde la órbita latinoamericana, intente ofrecer una panorámica amplia.

También en el ámbito de la producción, la creciente presencia de campañas de comunicación con fines medioambientales ha captado la atención de algunos investigadores. El esfuerzo económico de las administraciones públicas y de las organizaciones no gubernamentales (ONG's) para hacer llegar su mensaje al público se ha estudiado, principalmente, desde la vertiente del contenido y del discurso, intentando identificar los puntos fuertes y débiles de las estrategias de comunicación de los actores implicados en esta problemática social.

Se echan de menos, sin embargo, estudios precisos sobre los procesos de recepción tanto de la información como las estrategias de comunicación medioambiental. El acceso al público siempre resulta más complejo en términos económicos y logísticos, pero sus resultados serán básicos para completar una aproximación global a un objeto de estudio que jamás se comprenderá íntegramente si no se accede al proceso de recepción. Más allá de la corrección periodística de una cobertura informativa o de la pertinencia persuasiva de una campaña de comunicación, la correcta comprensión y la adopción de unos hábitos respetuosos con el medio ambiente sólo se podrán comprobar mediante el estudio de las audiencias, desde un punto de vista que combine la cuantificación con la profundidad cualitativa. Es decir, el objetivo que se debe marcar es llegar a la mayor cantidad de gente posible, pero sobre todo, ser consciente de que ese impacto se traduce en el objetivo planteado por la noticia o por la estrategia comunicativa.

El porvenir: las luces se imponen sobre las sombras

La situación actual de la comunicación medioambiental invita al optimismo, tanto a escala internacional como estatal. Por desgracia, las amenazas de signo ecológico no sólo siguen presentes, sino que parecen experimentar un ritmo constante de aumento. El desarrollo científico y tecnológico no evidencia síntomas de agotamiento y los riesgos son cada vez más visibles para la opinión pública. En este contexto, la comunicación resulta un elemento irremplazable y su estudio se convierte, por tanto, en materia prioritaria para las agendas de investigación de las próximas décadas.

¹⁹ Sonia Fernández Parratt, *Medios de comunicación y medio ambiente*, La Fragua, Madrid, 2006.

²⁰ Begoña Gutiérrez San Miguel, *Medios de comunicación y medio ambiente*, Universidad de Salamanca, Salamanca, 2002.

²¹ Julieta Carabaza y José Carlos Lozano, *Comunicación y medio ambiente: reflexiones, análisis y propuestas*, ITESM, México, 2009 (en prensa).



En el ámbito internacional, la consolidación de redes de investigación globales es un paso que, desde las secciones temáticas de organizaciones mundiales como IAMCR, o continentales como ECREA y ECC, se está impulsando con decisión. Asimismo, las recapitulaciones que, en los últimos años, han sido completadas por los principales autores de referencia a escala global sirven para organizar un mapa que, hasta ahora, resultaba excesivamente confuso²².

En el otro polo de la tensión entre lo global y lo local, la situación en España no resulta tan halagüeña, a pesar de que es previsible que el paso de los años sirva para seguir una hoja de ruta similar a la agenda internacional. La creciente presencia de investigadores españoles en estas redes globales, unido al empuje que previsiblemente se imprimirá desde las asociaciones estatales y autonómicas, justifican un moderado optimismo. Los primeros cimientos han sido colocados a base de esfuerzos individuales y de voluntarismo.

Nos encontramos, sin embargo, ante el momento de dar un paso adelante y comenzar a coordinar esfuerzos colectivamente. La recién creada Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC)²³ debe convertirse en una plataforma para reunir a los especialistas en la materia y continuar fortaleciendo el campo de estudio entre la academia española. Por otra parte, la puesta en marcha de publicaciones de referencia se puede plantear como un objetivo a largo plazo que sólo se conseguirá si, en un horizonte mucho más cercano, la comunicación medioambiental consigue abrir un espacio en las principales revistas de investigación en comunicación escritas en español.

En este proceso, todos los puentes que se tiendan con otras áreas de conocimiento, como la sociología²⁴, la educación²⁵ o las ciencias ambientales, serán cruciales para fortalecer la posición conjunta de la comunicación medioambiental. La posición transversal de los aspectos comunicativos debería obligar al resto de disciplinas a tomar más en consideración el abanico de posibilidades que ofrece para completar un abordaje multidisciplinar al fenómeno medioambiental.

Y, al mismo tiempo, esta búsqueda de puntos de encuentro debe desplegarse territorialmente hacia el área latinoamericana, fortaleciendo una comunidad investigadora en castellano que pueda convertirse, primero, en un complemento y, después, en una alternativa a la dominante tradición anglosajona.

Los próximos años, por lo tanto, serán cruciales para comprobar si la comunicación medioambiental es capaz de confirmar sus expectativas de expansión y consolidación como un campo de investigación y de acción autónomo, tanto a escala internacional, donde el proceso se encuentra muy avanzado, como a escala estatal, donde la situación requiere todavía un mayor esfuerzo.

---O---

²² Anders Hansen, *Environment, Media and Communication*, Routledge, 2009.

Robert Cox, *Environmental Communication and the Public Sphere*, Sage, 2009 (2nd edition).

²³ Más información en: <http://www.ae-ic.org/esp/home.asp>

²⁴ Jorge Riechmann (coord.). *¿En qué estamos fallando?: cambio social para ecologizar el mundo*. Icaria, Barcelona, 2008.

Joan David Tábara. "La medida de la percepción social del medioambiente: una revisión de las aportaciones realizadas por la sociología", *Revista Internacional de Sociología*, 28, p. 127-171, 2001

²⁵ F. Javier Perales y Nieves García. "Educación ambiental y medios de comunicación", *Comunicar*, 12, p. 149-155, 1999.

M^a Dolores San Millán Verge. "Los medios de comunicación y la educación ambiental", *Lurralde*, 16, p. 321-340, 1991. Última consulta [09/03/2009]:

<http://www.ingeba.euskalnet.net/lurralde/lurranet/lur16/16millan/16millan.htm>