



---

## **CONCLUSIONES**

### ***JORNADAS “EL LENGUAJE DEL AGUA EN EL PERIODISMO AMBIENTAL. PERIODISTAS, CIENTÍFICOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN”.***

**Sala Consulado de la Cámara de Comercio de Bilbao, 9 y 10 de noviembre 2011**

#### **INTRODUCCIÓN**

---

La Fundación Nueva Cultura del Agua (FNCA) y Bakeaz organizaron unas jornadas en Bilbao con el título “El lenguaje del agua en el periodismo ambiental. Periodistas, científicos y medios de comunicación”, contando con la colaboración de la Asociación Vasca de Periodistas y APIA (Asociación de Periodistas de Información Ambiental). El objetivo global que se perseguía con su realización era conseguir que los medios de comunicación junto con otros profesionales del sector ambiental difundieran una información actualizada, contrastada, rigurosa y contextualizada en temas de agua a través de la formación de un periodismo especializado en materia de aguas, comprometido y riguroso.

Estas jornadas técnicas estaban orientadas a promover la participación de profesionales del sector de la comunicación ambiental de toda España, animando y facilitando su presencia: periodistas de los medios de comunicación, profesionales de los sectores ambientales y otros agentes interesados, estudiantes de ciencias de la comunicación, ciencias ambientales, entidades ambientalistas sin fines de lucro, técnicos de la administración local, responsables de los programas de aguas de entidades y organizaciones medioambientales, profesionales vinculados a la gestión del agua, etc..

A la vista de lo expuesto, dicho y debatido a lo largo de las Jornadas, podemos afirmar que nos encontramos en un punto, todavía indeterminado, en el camino del consenso y la fluidez entre los diferentes agentes implicados en el proceso de la comunicación de información ambiental y muy particularmente la relacionada con el agua. La importancia del agua como elemento vital en la existencia del hombre y por supuesto del resto de los seres vivos, no encuentra reflejo en el conjunto de la Información Ambiental, ni desde luego en el panorama informativo de este país (Clara Navío, APIA).

#### **EL VIEJO PARADIGMA**

---

A día de hoy en nuestro país se sigue manteniendo, en una amplísima parte de la sociedad, una visión del agua y su gestión totalmente obsoleta y, por así decirlo, decimonónica. Los conceptos sobre el agua

de la ciudadanía siguen impregnados de las ideas regeneracionistas y desarrollistas originadas, y puestas en práctica a lo largo de los dos últimos siglos. Ideas y conceptos como la vertebración del territorio, la sed de levante y frases como *“España no será rica mientras los ríos desemboquen en el mar”* de Mendizábal, todavía perviven en el imaginario popular e incluso siguen siendo empleadas por políticos y comunicadores en sus discursos. Una frase recogida de la intervención de Agustín Cuello (Diputación de Cádiz) con respecto a la cobertura mediática de las inundaciones de la primavera de 2010 en el Guadalquivir, podría resumir la situación actual de la información ambiental en materia de aguas: *“El discurso decimonónico, ingenieril, duro, estructural de los ríos se mantiene, venciendo al discurso técnico y científico, que en este caso ha estado ausente”*

## EL USO DEL LENGUAJE

---

El mantenimiento de este viejo paradigma está en gran parte influido por el uso que del lenguaje se hace en los medios de comunicación en todos sus formatos. El excesivo empleo de tópicos, recursos y enfoques catastrofistas y sensacionalistas origina, a través del lenguaje, estados de percepción y sensibilidades negativos en el ciudadano, que de alguna forma se ve predispuesto a una actitud de distanciamiento y rechazo hacia el agua y los ríos.

Esta percepción negativa del agua y los ríos es un sustrato abonado para el mantenimiento y retroalimentación del viejo paradigma por parte de políticos y administraciones, que encuentran en los medios de comunicación una herramienta fundamental de difusión y propaganda. La solución a *los problemas del agua*, es un instrumento habitual y prácticamente hegemónico en los discursos que pueblan los medios. La concepción del agua como *recurso*, objeto de negociación y mercadeo, y no como un bien patrimonial de toda la humanidad, redirige además el discurso hacia planteamientos mercantilistas, donde el empleo de expresiones como *déficit hídrico*, *cuencas excedentarias* o *rendimiento económico* son de uso común.

Una frase de George Orwell podría resumir la importancia del lenguaje en la generación (y perversión) de modelos de pensamiento *“Pero si el pensamiento corrompe el lenguaje, el lenguaje también puede corromper el pensamiento”*.

## LA CRISIS DE LOS MEDIOS

---

Es destacable el panorama de generalizado deterioro laboral que está sufriendo el colectivo periodístico. La concentración de la propiedad de gran parte de los medios en manos de entidades cuyos intereses poco o nada tienen que ver con la información en sí, son una de las causas que están provocando la pérdida progresiva de la esencia del trabajo periodístico, en términos de búsqueda, contraste y procesado de la información. En palabras de J.M. Montero *“gran parte de la crisis del periodismo se debe a la soberbia de los medios, que no escuchan a sus trabajadores, no atienden a los intereses de los ciudadanos y se limitan a vivir en su realidad paralela”*.

En cuanto al periodismo ambiental y a la información sobre agua, cabe reseñar que existe una prensa y unos periodistas especializados cuyo tratamiento del tema es adecuado en la mayoría de los casos. Sin embargo, cuando el agua es actualidad o noticia y aparece en secciones no especializadas, es cuando se suelen apreciar deficiencias en el tratamiento de la información que se pueden resumir en: parcialidad, politización, sensacionalismo, excesiva simplificación o simplemente errores de concepto.

La información científica no resulta ser una fuente inmediata, probablemente por problemas de interpretación, complejidad y extensión. La falta de una formación específica de los periodistas, la escasa permeabilidad del mundo académico y la necesidad, fomentada desde las redacciones, de producir la información con rapidez hacen que, hoy en día, la información sobre el agua (y muchas otras) se base en comunicados, notas y ruedas de prensa, emitidos en la mayoría de los casos por fuentes parciales, como son las administraciones públicas y diferentes grupos políticos.

Los enfoques sensacionalistas y catastrofistas pueden encontrar cierta justificación como reclamo o atractivo que garantice el interés por la noticia. Sin embargo, es necesario generar un contrapunto en el que se realice un balance analítico del caso, intentando discernir las causas que lo han provocado. Es exigible el tratamiento global de la información trascendiendo el simple suceso, para llegar a comprender, o al menos plantear, cada situación de una forma integrada y realista.

## **LAS NUEVAS REALIDADES**

---

Más allá de las propias inquietudes de la sociedad, con respecto a la gestión del agua existe una nueva realidad legal y política cuyos criterios deberían prevalecer. La Directiva Marco del Agua es el marco legal al que deberán acomodarse o, mejor dicho, adecuarse las políticas en materia de agua de los países de la Unión Europea. La inadecuada transposición de esta Directiva al ordenamiento jurídico español, junto con las resistencias al necesario cambio de modelo de gestión de agua que la Directiva exige, están dificultando su implementación y generando importantes retrasos. Elementos tales como la priorización del buen estado ecológico de las masas de agua frente a otros intereses y estrategias o la articulación de los procesos de participación orientados a la consecución de los objetivos de la Directiva, deberían verse reflejados en la planificación y la política del agua en los próximos años.

Del conocimiento y seguimiento de la implementación de criterios coherentes con la Directiva Marco, debería surgir un creciente interés en la sociedad civil organizada, que vería amparadas sus reivindicaciones en defensa del valor patrimonial del agua en el marco legal vigente. Es de hecho constatable la inquietud y la nueva conciencia social con respecto al agua que se está fomentando en determinados sectores de la ciudadanía. La organización y la propia actividad de estos, que podríamos llamar movimientos sociales, han encontrado una dimensión impensable hace tan solo unos años, gracias a las nuevas tecnologías de la información. La trascendencia y calado que estos movimientos pueden llegar a encontrar a través de las nuevas tecnologías de la información, pueden resultar claves a la hora de establecer nuevos vínculos con los principales agentes de generación y difusión de la información. La efectividad de estos movimientos como creadores de pensamiento es un valor que, bien desarrollado, puede ser fundamental en la creación participativa de comunidades, de cuya prosperidad puede depender, entre otras cosas, la existencia de una demanda y también la generación de una información ambiental de calidad en temas de agua. El trabajo conjunto con otros sectores como el científico-técnico es fundamental en la fundamentación sólida de argumentos defendibles frente a terceros y se ha revelado en muchos casos como la clave de la consecución de objetivos de estos movimientos sociales.

## **HACIA UN NUEVO PARADIGMA**

---

Resulta necesario un cambio en la mentalidad de la sociedad, tanto en su concepción como en su sensibilidad con respecto al agua. La ruptura con la visión decimonónica en la gestión del agua

imperante en la sociedad y la creación de un nuevo paradigma, son hitos fundamentales en los cuales deberían estar implicados todos los actores que intervienen dentro del proceso de la información.

Se debería exigir tanto a las administraciones como a los medios (siendo ellos los principales agentes en la generación de la información), una información rigurosa, fluida y cercana en los temas del agua. La ciudadanía exige la adopción de planteamientos honestos y claros a la hora de comunicar, así como la fundamentación científica e imparcial en cuestiones ambientales, aspectos éstos que deberían formar parte esencial del ideario de políticos y dirigentes en materia de aguas.

El proceso de información de los medios debería asimismo incorporar nuevos planteamientos que poco a poco fueran desligando los sucesos de la propia información ambiental, para ofrecer una visión imparcial de las noticias, a través de un uso responsable y crítico de las informaciones surgidas en el entorno de la política y las administraciones. La especialización y la formación deberían ser factores claves en la generación de un periodismo con espíritu crítico, capaz de contribuir a la formación del nuevo paradigma.

La educación y la formación son pilares indiscutibles en la construcción de paradigmas, motivo por el cual se deberían de revisar planteamientos, materiales didácticos y metodologías en lo referente a la educación ambiental y más concretamente en el tema del agua. La formación específica del profesorado y la adaptación y actualización de los recursos didácticos a las nuevas realidades, son aspectos básicos en la generación de un nuevo ideario en la sociedad del futuro. La generación de un espíritu crítico es asimismo una cuestión imprescindible en el cambio hacia la demanda de una información ambiental de calidad en materia de aguas y su plena comprensión.

Los movimientos sociales se han revelado como agentes estratégicos en la transición hacia este nuevo paradigma convirtiéndose en el punto de encuentro de todas las partes implicadas. Tal hecho conlleva que se requiera de ellos una serie de responsabilidades en la comunicación de su actividad, tales como la persistencia, la rigurosidad y la operatividad de las informaciones que generan. Además, deberían ser ellos los que propiciaran el contacto con los sectores político y científico-técnico para intentar obrar el cambio de valores de los dirigentes, así como para fundamentar y hacer más sólidos sus propios argumentos, como generadores que son de información y opinión. De cara al resto de la ciudadanía se les insta a que hagan sus foros y webs más atractivos y didácticos.