

Comisión Sectorial de Calidad Ambiental, Sostenibilidad y Prevención de Riesgos Laborales.

8^{as} Jornadas del Seminario Permanente de Ambientalización

“Comunicación Ambiental”

Universidad de Valladolid

17 y 18 de Junio 2008

Aula Triste-Edificio Rector Tejerina

La comunicación ambiental se está convirtiendo en una actividad de gran importancia tanto para organizaciones, instituciones y empresas de todo el mundo, debido al incremento de la conciencia pública, a la preocupación y expectativas de las agencias ambientales gubernamentales, e incluso a las exigencias del mercado.

En el 2001, la ISO comenzó el proceso de escribir una guía de comunicación ambiental a través del Grupo de Trabajo 4 del Comité Técnico 207 (Gestión Ambiental), que desembocó en el 2006 en la norma ISO 14063, otra herramienta en la serie ISO 14000 de gestión ambiental.

Actualmente, la comunicación ambiental está cobrando más relevancia, y tanto administraciones públicas, medios de comunicación y empresas están dándose cuenta de su importancia; un claro ejemplo

de este fenómeno es la fuerte campaña de Al Gore sobre Cambio Climático, ¿Pero como hacer llegar al público en general y a las personas relacionadas con la Universidad la información sobre Medio Ambiente?

Durante los días 17 y 18 de Junio hemos podido escuchar ha diversos profesores de las Universidades participantes expertos en comunicación ambiental y hemos podido debatir en dos mesas redondas en las que han participado periodistas y miembros de organizaciones ecologistas por un lado, y políticos y empresarios por otro, intentando mostrar el punto de vista de cada uno de ellos sobre lo que es comunicación ambiental y como tratan en sus respectivos medios, empresas, partidos, organizaciones, el tema de la Comunicación Ambiental.

El tema ambiental es complejo y por ende muy difícil de transmitir, demanda un gran esfuerzo para lograr procesos de comunicación eficaces y eficientes, que logren no sólo interesar sino generar acción.

Del debate generado se han extraído una serie de problemas en torno a medios de comunicación y Universidades que afectan en general a la comunicación ambiental:

- Los medios de comunicación tratan las noticias medioambientales con mucha cautela ya que se han encontrado con casos en los cuales la información que les llegaba no era cierta. Las noticias sobre este tema han aumentado en presencia

en los medios de comunicación pero siempre tienen preferencia otro tipo de noticias.

- Una cierta ausencia de fuentes oficiales y privadas. Existe recelo por parte de los expertos para dar información, debido a una mala relación con la prensa. Asimismo, en general no son muy dados a verter opiniones, por temor a ganar enemistades que perjudiquen su desempeño profesional.
- La influencia de la política en la comunicación ambiental. Aunque los medios de comunicación declaran que tiene libertad de expresión y que no se sienten presionados a la hora de dar una noticia, el tratamiento de la misma puede verse influido por la línea de opinión del medio correspondiente. Las Universidades como medios de formación de futuros periodistas deben también tomar parte en la comunicación ambiental y en destacar la importancia de la misma.

También se ha tratado la comunicación ambiental en las empresas e instituciones: cada vez más, es tan importante informar, comunicar y transmitir concreciones ambientales, como fabricar y vender.

Éstas han convertido el respeto por el medio ambiente en el eje principal de muchas de sus campañas publicitarias. Las grandes empresas, en general, han incorporado la certificación ambiental a su marca, como distintivo para situar a la empresa en el lugar adecuado, tratando de encontrar la compatibilidad entre la rentabilidad y la preocupación y el cuidado del medio ambiente.

En las empresas la comunicación ambiental tiene un tratamiento personalizado; tiene distinto tratamiento, como es natural, la comunicación interna o a los empleados, la dirigida a los analistas de inversión o la dirigida al público a través de las campañas de comunicación.

Esta es una idea que nos puede servir de base para plantearnos como llevar a cabo una estrategia de comunicación ambiental para y desde la comunidad universitaria. Hay que plantear una serie de pasos a seguir:

- Diseño y planificación estratégica de la campaña.
- Creación de la estrategia: objetivos, público objetivo, sinergias,..
- Ejecución de la estrategia.
- Seguimiento-evaluación-reorientación.

En general, se deben adoptar una serie de buenas prácticas en comunicación ambiental con el fin de lograr los objetivos de:

- Formar y despertar conciencia ambiental, ayudando a las personas y a los grupos sociales a que adquieran una mayor sensibilidad y conciencia respecto del medioambiente en general y de los problemas conexos.
- Generar conocimientos en las personas y grupos sociales para ganar una comprensión básica del medioambiente en su totalidad, de los problemas conexos y de la presencia y función de la humanidad en él, lo que entrañaría, también, la formación de una responsabilidad crítica.

- Desarrollar actitudes en las personas y grupos sociales, basadas en la adquisición de valores sociales y de un profundo interés por el ambiente, que los impulse a participar activamente en su protección y mejoramiento.
- Descubrir y cultivar las aptitudes de las personas para resolver problemas ambientales, por sí mismas y/o actuando colectivamente.
- Estimular la participación, ayudando a las personas y a los grupos sociales, a profundizar su sentido de responsabilidad y expresarlo actuando decididamente en la búsqueda de alternativas para lograr una relación sociedad-naturaleza verdaderamente equilibrada con miras hacia el desarrollo sostenible a escala humana.
- Desarrollar la capacidad de evaluación en las personas y grupos sociales, para evaluar los recursos, en función de factores ecológicos, políticos, económicos, sociales, estéticos y educativos.

Para ello, la Comisión Sectorial de Calidad Ambiental, Sostenibilidad y Prevención de Riesgos Laborales propone a las Universidades adquirir las siguientes buenas prácticas en comunicación ambiental:

- Integrar la formación e información medioambiental en las carreras universitarias, aprovechando la situación actual de estructuración de los planes de estudio para adecuarnos a Bolonia.

- Establecer un cauce de información entre los expertos de las Universidades y los medios de comunicación y las empresas, para que así sea posible proporcionar información veraz y cercana.
- Dar más conocimiento de las numerosas investigaciones que sobre los problemas medioambientales se desarrollan en nuestros centros. La investigación es necesaria en todo medio de comunicación que se considere serio y, por otro lado, se deben delinear las formas de colaboración responsable entre las fuentes de información y los comunicadores.