

PERIODISMO AMBIENTAL

UNA REALIDAD EN ALZA

Texto: **Luis Guijarro**
Presidente de APIA

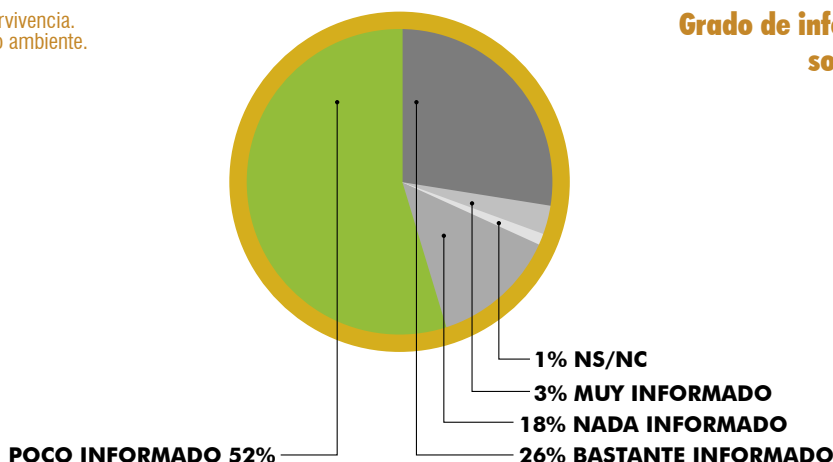
Antes de aparecer las primeras publicaciones ambientales, la información que aparecía sobre medio ambiente y naturaleza era anecdótica y sin prestar atención a los orígenes o las causas de los problemas. A partir de 1970 se produjo una explosión de publicaciones ambientales y de esta especialidad informativa, que coincidió con las Cumbres de la Tierra de Estocolmo 1972 y de Río de Janeiro 1992. Hoy, problemas como el cambio climático están apareciendo en los principales medios de comunicación, despertando el interés por esta especialidad a los responsables de los mismos.

Como se recoge en el *Estudio sobre Conciencia y Conducta Medioambiental en España, julio, 2006*, elaborado por la Unidad de Estudios de Opinión Pública de la Fundación BBVA, “Desde la década de los 70 el medio ambiente se ha convertido en objeto de debate político y científico al reconocerse la gravedad de los riesgos ecológicos que amenazan al planeta. También es objeto de preocupación para los ciudadanos y empresas. Las sociedades contemporáneas son cada vez más conscientes de la importancia del medio ambiente y de la responsabilidad que tienen hacia la naturaleza. Ello se ha plasmado en el surgimiento en los últimos años de una amplia variedad de organizaciones ecologistas, desde locales a globales” a lo que se debe añadir que, desde hace unas décadas, ha aparecido un periodismo ambiental al que cada vez se le tiene más en cuenta, siendo el encargado de informar sobre esta realidad.

Esta toma de conciencia progresiva se inserta dentro de los profundos cambios que han sacudido los valores de las sociedades post-industriales: una vez garantizada la seguridad física y material, nuevos valores como la calidad de vida y del entorno han adquirido gran relevancia. La conciencia ambiental se relaciona también con los datos que ha aportado la ciencia y con la propia experiencia de la población al enfrentarse a problemas medioambientales.

Cambios que plantean importantes desafíos a los gobiernos y organismos reguladores que deben buscar soluciones que aseguren el respeto al medio natural y buscar una sintonía, a veces difícil, entre la protección del medio ambiente y las exigencias que plantea el crecimiento y desarrollo económico; cambios que bien realizados podrán conjugar el estado de bienestar actual con el respeto al medio ambiente.

Fuente: El dilema de la supervivencia. Los españoles ante el medio ambiente.



Grado de información (subjetivo) sobre medio ambiente



APIA (Asociación de Periodistas de Información Ambiental) ha organizado siete Congresos Nacionales de periodismo ambiental, en los que se ha ido radiografiando la situación y evolución de esta especialidad periodística.

INFORMACIÓN AMBIENTAL

Hace algunos años, incluso entre los compañeros de profesión, surgía la siguiente pregunta: ¿qué hace un periodista ambiental? En determinados medios de comunicación, existía un gran desconocimiento sobre estos informadores que no realizaban las informaciones estrella, es decir, política, economía, deportes y corazón. Por tanto, la especialidad ambiental quedaba apartada e incluso a estos profesionales se les tildaba de ser “los ecologistas”, en tono peyorativo.

El periodista que hace información ambiental practica una información tan seria como cualquier otra pero que todavía no es reconocida. Todo aquello que tiene que ver con la naturaleza, que no es poco, desde

la conservación de espacios de especial importancia ambiental, hasta los planes de recuperación de fauna en peligro y con el medio ambiente la contaminación, la energía, el agua, el cambio climático, las catástrofes naturales etcétera., son los temas, demasiado amplios y demasiado científicos en ocasiones, de los que se ocupan los periodistas que realizan información ambiental.

Es decir, un cajón de sastre en el que entran innumerables asuntos con enorme trascendencia sobre el futuro del planeta y que suele tener repercusiones en otros ámbitos informativos como el político, el económico, el local, el nacional, el internacional, etc.

Como puede comprobar todo aquel que acude periódicamente a los medios de comunicación para mantenerse informado, el periodis-

mo ambiental, en un principio, ya no es una especialidad emergente en nuestro país. Sin duda es una especialidad que cobró fuerza, de manera especial, desde que se celebró la archinombrada Cumbre de la Tierra que tuvo lugar en Río de Janeiro en 1992, pero que para muchos parece que aún no ha conseguido la mayoría de edad.

Frente a la información económica o la política, la información ambiental parece que quieren que siga siendo de ‘segunda división’, como lo son también la información sobre asuntos sociales, ciencia y cultura. Y eso a pesar de que serán los problemas ambientales que ahora se vislumbran los que obligarán a frenar el actual sistema de desarrollo y a buscar políticas más sostenibles para garantizar la supervivencia sobre el planeta.

ANTECEDENTES

Lester R. Brown elabora desde hace años, con un amplio equipo de colaboradores, un informe anual sobre la situación del mundo para un prestigioso instituto científico dedicado al medio ambiente, el World-watch Institute; este experto señala en uno de sus informes anuales que “los medios de comunicación tienen la preocupación de centrar toda la información en las tendencias económicas, en parte porque los datos para efectuar su medición están fácilmente disponibles, pero son las tendencias ecológicas las que están dando forma a nuestro futuro”.

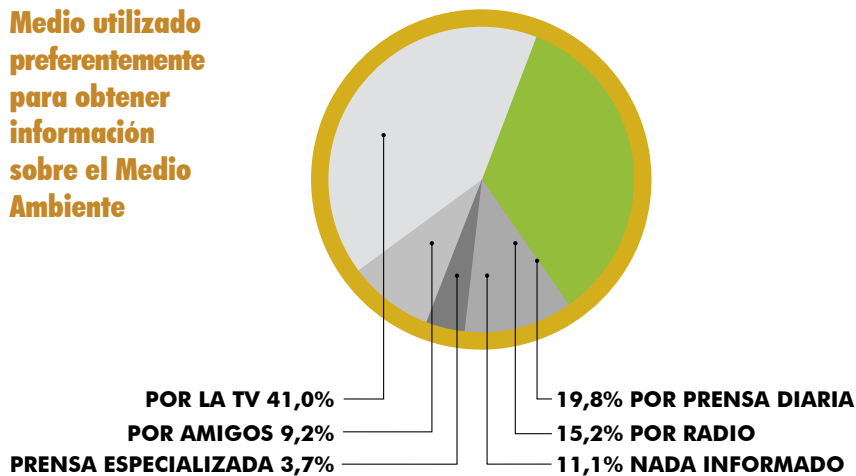
Brown insiste en una vieja reivindicación al decir que “si de hecho las tendencias ecológicas están conformando nuestro futuro, tal vez los periódicos deberían contar con una sección diaria de ecología de la misma manera que tienen una sobre negocios. Y tal vez los programas de noticias de la televisión deberían contar con un informe diario sobre medio ambiente, de la misma forma que emite uno sobre finanzas. Y dentro de la sección sobre medio ambiente del periódico, un periodista podría tener asignada la cobertura de las especies que se van extinguiendo, así como existe el periodista económico especializado en los procesos de quiebra de las empresas”, reclamaciones que ya están teniendo su eco.

La labor que desarrollan o deben desarrollar los medios de comunicación en este sentido también aparece reflejada en las declaraciones de principios que han surgido en las dos principales cumbres ambientales organizadas por Naciones Unidas.

En la de Estocolmo de 1972 se afirmó que “es esencial que los medios de comunicación de masas eviten contribuir al deterioro del medio ambiente humano y difundan, por el contrario, información de carácter educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo, a fin de que el hombre pueda desarrollarse en todos los aspectos”.

Veinte años después, en la Conferencia de Río de 1992, el informe so-

Medio utilizado preferentemente para obtener información sobre el Medio Ambiente



Fuente: El dilema de la supervivencia. Los españoles ante el medio ambiente.

bre el Estado del Medio Ambiente del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el PNUMA, señalaba que “los medios de información han contribuido de manera fundamental a centrar más la atención del público en muchas cuestiones ambientales. Sin embargo, su intervención no ha sido por lo general innovadora, sino una mera reacción ante hechos determinados”.

“El éxito de la comunicación ambiental no ha de medirse por la aceptación pública de las soluciones formuladas por los encargados de tomar decisiones; se alcanza cuando un público bien informado escoge las mejores soluciones con conocimiento de causa. Una de las funciones más importantes de los medios de comunicación es ampliar el público que participa en una cuestión concreta”, asegura el informe.

Es muy posible que el informe de la ONU tenga razón, pero la existencia de unos medios de comunicación, la mayoría empresas privadas, que consideraban la información como un negocio y a la vista están numerosos ejemplos, poco ayuda a esta premisa.

Hasta ahora, los responsables de los medios no habían apostado fuerte por el medio ambiente, posiblemente porque deja escasos dividendos políticos o económicos. Sólo se limitaban a cubrir el expediente, ofreciendo al-

go de información sobre unos temas que cada vez tienen mayor calado social.

BREVE HISTORIA

La historia del periodismo ambiental en España comienza en la década de 1970, coincidiendo con la celebración de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente de Estocolmo.

Esto no quiere decir que antes de esas fechas los periódicos no hablaran de problemas relacionados con el entorno. Lo hacían, pero desde otro punto de vista. Se hablaba de pantanos, sobre todo de inauguraciones, claro; de la sequía; de los incendios; de repoblaciones productivistas; de cacerías de lobos y monterías en las fincas cinegéticas... Pero los lobos y los osos eran alimañas y la sequía era, casi, una maldición divina y no una de las múltiples consecuencias del cambio climático.

Las informaciones sobre medio ambiente y naturaleza por tanto, son muy anteriores a 1970, como muy bien comenta Joaquín Fernández, en su libro *Dos siglos de periodismo ambiental*. Pero para no ir tan atrás en el tiempo, es mejor citar otro de los libros de este autor, *Periodismo Ambiental en España*, para hacer un repaso por lo que fueron las primeras publicaciones ambientales, con formato de revista de nuestro país.



Dice Fernández que hubo que esperar hasta la década de 1970 para ver aparecer las primeras revistas ambientales, casi de forma paralela al nacimiento de los primeros grupos ecologistas del país. Son esos grupos ecologistas quienes comienzan a difundir de forma más amplia sus boletines, intentando hacer llegar sus preocupaciones al resto de la sociedad.

Conscientes de la importancia que tienen los medios de comunicación en la difusión de cualquier tipo de mensajes, los grupos ecologistas inician una doble andadura: por una parte ponen en marcha revistas militantes y por otra intentan acercarse a los medios de comunicación dominantes.

Algunos periodistas insignes, que son también ecologistas militantes, como Benigno Varillas o José Manuel de Pablos en Madrid y Santiago Vilanova en Barcelona, supieron aunar las dos opciones y fueron los que lucharon por el movimiento ecologista desde dentro de los medios.

Según Joaquín Fernández, “en 1985 la revista *Quercus* publicó un informe titulado ‘El quiosco de los conservacionistas’ en el que se reseñaban algunos boletines y revistas de grupos ecologistas de toda España. El informe

advertía que habían sido excluidas de la relación las publicaciones de carácter científico y otras que no se editaban desde hacía tiempo, lo que ponía en evidencia una característica constante de la prensa militante verde: su vida efímera y su periodicidad informal”.

Más de 30 publicaciones, según recoge Fernández, estaban vigentes en ese año de 1985 pero, desde que comenzara la proliferación de grupos ecologistas a primeros de los setenta, ya habían nacido, y desaparecido, unas cuantas decenas más, acaso centenares, por lo que sería imposible elaborar un censo completo.

El primer intento de publicar una revista que se distribuyese por todo el territorio español se concretó en el mes de noviembre de 1977 con una cabecera de resonancias inequívocas *Alfalfa*, a la que siguieron *El Ecologista*, *Supervivencia* y *Mundo Libre* que fueron algunas de esas primeras publicaciones pioneras que, con escasa fortuna, intentaron hacerse con un espacio en el quiosco.

La aparición de *Integral* en 1978, *Quercus* en 1981 y *Natura* en 1983 suponen un cambio sustancial en los quioscos. Por primera vez las revistas relacionadas con la natu-

raleza y el medio ambiente cuentan con numerosos y fieles seguidores. Los mensajes naturistas de *Integral*, los informes científicos de *Quercus* y los magníficos reportajes gráficos de *Natura* supieron hacerse un hueco y ganar un buen número de lectores.

A la sombra de éstas publicaciones nacieron otras revistas similares como *Ecología y Sociedad*, reconvertida después en *Ecología Internacional*, y la revista *Biológica*. También, más próxima a la línea de naturaleza-espectáculo se apuntan publicaciones como *Viajar*, *Gente y Viajes*, *Geo*, *Aire Libre*, *Turismo y Aventura* o incluso *Trofeo*, una revista destinada a los cazadores y con una visión del medio ambiente completamente distinta al resto de las publicaciones.

Paralelamente aparecen en el mercado otras publicaciones que mantienen el espíritu combativo de las primeras revistas militantes, como *Cuadernos de Ecología*, *Gaia*, *Ecología Política*, y un buen número de revistas locales. Este cambio coincide también con un aumento de las informaciones ambientales en periódicos, revistas, radio y televisión, sin olvidarnos de las agencias de información como EFE, Europa Press, Colpisa o Servimedia, que llegan a su máximo esplendor en 1992.

Deudores de aquellos primeros militantes ecologistas que comenzaron a hacer oír su voz desde los medios de comunicación a partir de 1970, los periodistas ambientales no son hoy representantes de las organizaciones ecologistas, sino profesionales que buscan noticias, o al menos lo intentan, veraces e independientes. Como dice José María Montero Sandoval, en su libro *Las fuentes de la noticia ambiental*, “un periodista puede ser un militante ecologista en todo, excepto cuando realiza su labor profesional. Allí puede y debe tener en cuenta los intereses ecologistas, pero sobre todo debe tener en cuenta el derecho de los receptores de sus mensajes a recibir una información veraz, contrastada, libre y plural”.

“SOIS UNOS CATASTROFISTAS”

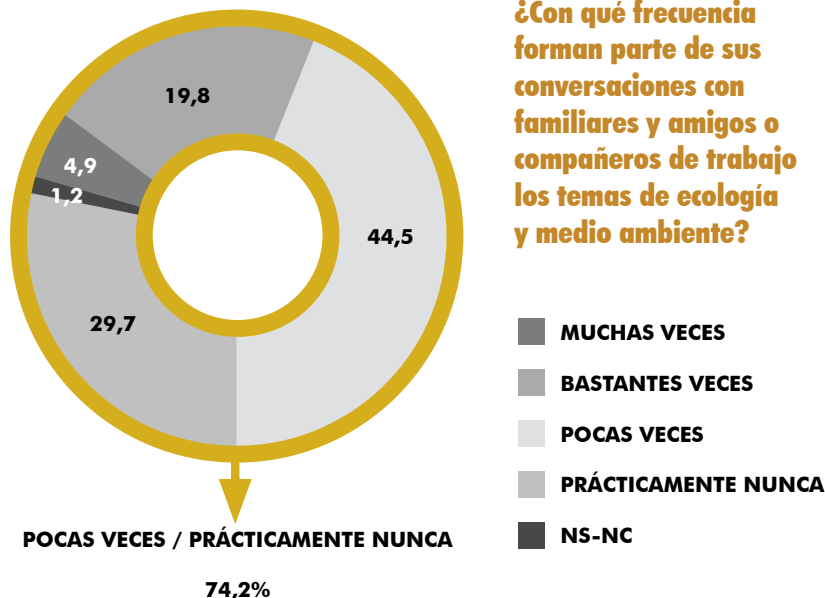
De catastrofistas tildan muchas veces a los periodistas ambientales la opinión pública y algunas instituciones. Aunque lo cierto es que en la práctica cualquier otro tipo de periodismo abusa del catastrofismo para narrar las noticias que tienen entre sus manos. Con sólo echar una mirada al periodismo político, al económico, y no digamos nada de la llamada “prensa rosa”, se observa que todos abusan del catastrofismo, sensacionalismo o amarillismo, como se le quiera llamar.

Los periodistas ambientales también tienen que poner titulares que llamen la atención del lector; pero lo más triste es que si el *Prestige* se parte en dos y se hunde es que es así, y no se puede decir de otra forma. Es muchas veces el lector el que acusa a la prensa ambiental de catastrofista y mirar para otro lado cuando el cambio climático está ahí, la desertificación es una creciente amenaza y la contaminación de ríos y mares está comprobada. Por otra parte, si alguna vez está justificada la denuncia dentro del periodismo, es en el periodismo ambiental donde tiene su mejor ejemplo y los mejores objetivos.

REVISTAS EN CRISIS

Como hemos visto, en 1992 se estaban recogiendo los frutos de la Cumbre de La Tierra de Río Janeiro y no dejaban de aparecer nuevas publicaciones ambientales. La información ambiental parecía que iba a dejar de ser una anécdota en los medios de comunicación. En ese momento, los políticos avalaban con su presencia en cumbres internacionales, y, sobre todo, en los medios de comunicación, una información que llevaba años y años buscando su hueco en las redacciones de todo el país.

Dieciséis años después, la información ambiental ha aumentado, aunque todavía muy por detrás de la información deportiva, económica y política, con el agravante de que cada vez existen menos soportes en los que plasmar nuestro trabajo, ya que han desaparecido, casi por completo, las



Fuente: Estudio sobre Conciencia y Conducta Medioambiental en España, julio 2006. Unidad de Estudios de Opinión Pública de la Fundación BBVA.

tribunas de las publicaciones ambientales de periodicidad mensual.

Fue en el debate y presentación del V Congreso Nacional de Periodismo Ambiental, que se celebró en noviembre de 2003, cuando se buscó conocer ¿por qué desaparecen las publicaciones mensuales ambientales? Allí se dibujó un panorama desolador cuando se afirmó que en los últimos años habían cerrado cinco revistas relacionadas con la naturaleza y el medio ambiente: *Ecología Internacional*, *Ecosistemas*, *Scenes of the World*, *Biológica*, *La Tierra, más tarde Meda y, muy recientemente, Nat*.

En la mesa redonda, montada y moderada por el periodista ambiental Javier Rico, Juan Caño, vicepresidente de Hachette-Filipacchi, sentenció que “la razón fundamental de que estas revistas no funcionen es la falta de publicidad”. En este sentido Fernando Olivares, profesor titular de Comunicación e Imagen de la Universidad de Alicante, que con su tesis doctoral *Publicidad y Ecología. La publicidad verde en España (1980-1999). Un estudio empírico*, hizo una interesante exposición, aportando numerosos datos y conclusiones en cuanto a la

¿Con qué frecuencia forman parte de sus conversaciones con familiares y amigos o compañeros de trabajo los temas de ecología y medio ambiente?

evolución de la publicidad y los cambios editoriales en todas las revistas del sector. Según Olivares las revistas, en general, han perdido atracción como soporte publicitario y que las revistas de naturaleza suponen, en el periodo de su estudio, menos del 1% del volumen de negocio publicitario de las revistas. También afirmó que muchas veces no se llega a entender por qué las empresas no se anuncian en una revista de contenido ambiental, cuando la cabecera de una revista en sí misma ya es marca de calidad y, sin embargo, cuanto “mayor compromiso ecológico tiene un medio mayor desconfianza tiene la publicidad”.

FALTA DE COMPROMISO

A principios del mes de junio de 2004, mientras se celebraba en el País Vasco la *Aste Berdea*, se presentaron las conclusiones del ecobarómetro 2004 de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV), en el que se podía destacar que “más de la mitad de la población de la CAPV considera que está adecuadamente (muy o bastante) informada sobre los problemas medioambientales. Atendiendo a su evolución, (respecto al 2001), el peso

de las personas muy o bastante informadas sobre medio ambiente va en aumento (del 49% al 60% y las muy informadas del 5% al 9%).

Al igual que en la UE, las principales fuentes de información sobre medio ambiente para la población de la CAPV son: la televisión (76%), los periódicos (67%) y la radio (44%). En ese estudio realizado por IHOBE también se apuntaba que un 90% de la población estaría a favor de una sección propia para el medio ambiente.

Pues bien, ese mismo año, el profesor Juan Díez Nicolás presentó su libro *El dilema de la supervivencia. Los españoles ante el Medio Ambiente* en la Casa Encendida de Madrid, del que se pueden extraer algunas conclusiones que demuestran la falta de compromiso de los españoles hacia el medio ambiente.

Así se recoge que sólo una de cada diez españoles tiene un comportamiento adecuado para la protección y conservación del medio ambiente, y más de la mitad ignoran esos comportamientos, ya que tienen hábitos claramente agresivos y perjudiciales para nuestro entorno.

También afirma que el 71 por ciento de los españoles se informan por prensa, radio y televisión (sobre todo a través de este último medio). Las revistas especializadas no llegan al 1 por ciento de utilización como fuente de información.

En el *Estudio sobre Conciencia y Conducta Medioambiental en España, julio, 2006*, realizado por la Unidad de Estudios de Opinión Pública de la Fundación BBVA, se dice que existe una conciencia medioambiental extendida en la sociedad española. La naturaleza ya no es un simple objeto de explotación para el beneficio del ser humano y además se cae en la cuenta de que puede ser alterada por la acción del ser humano.

En cuanto a los animales aparece una visión que rechaza su utilización con fines de entretenimiento y estética, aunque es compatible con la aceptación de otros usos como la

alimentación y la investigación con fines terapéuticos.

Se afirma en el estudio que los ciudadanos perciben con igual intensidad e inquietud problemáticas globales y locales, aunque a nosotros nos gustaría que se pasase de una conciencia global a una local.

Dentro del rango de problemas medioambientales que preocupan a los españoles destacan: los incendios forestales, la contaminación, la escasez de agua dulce, el cambio climático y las centrales nucleares.

Respecto a la profundidad de la conciencia medioambiental, los datos revelan una brecha entre la misma y la conducta ecológica de los individuos. De momento el ecologismo de la sociedad española se mueve en un plano declarativo y no se plasma con claridad en acciones y disposiciones concretas. La extensión de prácticas ecológicas que requieren cierto esfuerzo y no reportan beneficios inmediatos para el individuo es todavía limitada. Aquí se coincide bastante con los anteriores estudios.

Se reclama al Gobierno, sobre todo central, como responsable principal de la resolución de los problemas medioambientales y se rechaza de lleno cualquier medida de protección medioambiental basada en mecanismos fiscales y de precios. El rechazo es relativamente menor cuando se trata de regulaciones de tipo restrictivo que limiten el uso de determinados objetos, como el coche, o el consumo de bienes naturales, como el agua.

En el último apartado entran los periodistas ambientales cuando se dice que "ante los retos que presenta la regulación en materia de protección y conservación de la naturaleza, merece la pena destacar la existencia de una relación significativa entre el nivel de estudios de los entrevistados y la práctica de comportamientos afines al medio ambiente: la información y educación medioambiental podrían jugar un papel destacado de cara a promover el compromiso con conductas ecológicas".

FUTURO PROMETEDOR

Desde luego, en cuanto a publicaciones ambientales se refieren, y después de todo lo visto anteriormente, hay que felicitar a los profesionales que siguen manteniendo cabeceras como *Natura*, *Integral*, *Quercus* y *Ambienta*, que continúan haciéndose eco de los problemas que tiene el medio ambiente.

Todo está cambiando, "en estos momentos son numerosos los medios de comunicación que dedican una parte de su espacio o de su tiempo a la información ambiental. Sin duda estamos ante una realidad en alza. Ha llegado el momento de decir que el periodismo ambiental es una especialidad informativa que cada vez tiene más fuerza y que ha superado la etapa en la que este tipo de informaciones siempre aparecía vinculada con el periodista que la firmaba", así se dijo en las jornadas sobre periodismo ambiental que organizó la Asociación de Periodistas de Información Ambiental el pasado mes de septiembre en la Casa Encendida de Madrid.

La sociedad ha despertado y ha visto lo que está sucediendo con el medio ambiente. Ha comprobado como a lo largo del último siglo la explotación industrial ha empezado a dejar su huella, una marca que ha pasado a ser demasiado visible. Un buen ejemplo lo tenemos con el cambio climático: glaciares que disminuyen su extensión, lluvias torrenciales cuando no corresponde, sequías más prolongadas de lo habitual y, si lo hacemos más general, veranos con paraguas e inviernos con camiseta de manga corta. Todo esto ha tenido su repercusión en la propia biodiversidad con especies que irremediamente están condenadas a desaparecer. Pero el problema se agrava con los informes del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) que confirman el aumento de algunas enfermedades que afectan sobre todo a los más débiles, ancianos y niños. Con este panorama se puede afirmar que la huella que han dejado las agresiones

al medio ya no sólo se reflejan en el cambio de los paisajes (urbanos o rurales) sino también en todo lo que no se puede ver a simple vista.


Lo cierto es que este desastre ambiental ha servido para que, las repetidas conferencias mundiales del ex-vicepresidente de Estados Unidos Al Gore, denunciando el problema del cambio climático, le hayan proporcionado el premio Príncipe de Asturias y el Premio Nobel, compartido con los expertos del IPCC; la reunión en Valencia de estos expertos y la confrontación de enfrentamiento de Mariano Rajoy y el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero con respecto a las declaraciones del primo del primero, que ponía en tela de juicio los posibles efectos del cambio climático, ha servido para que la prensa se haga eco de estas noticias y la información ambiental ocupe incluso portadas.

El prestigioso diario *Le Monde* ya tiene su sección diaria de medio ambiente. Los periódicos *La Razón* y *El Mundo*, han asentado sus suplementos mensuales sobre medio ambiente a los que se han añadido los de *El País* y *ABC* sin olvidar al diario *Público* que también ha apostado por una sección de ciencia y medio ambiente diaria. Programas de televisión como *Espacio Protegido*, en Canal Sur Televisión; *Tierra y Mar*, en el mismo canal o el *Escarabajo Verde* en Televisión Española, siguen en primera línea de la información ambiental. También se palpa un aumento considerable de las noticias ambientales en los informativos de las cadenas de televisión, sobre todo sobre agua, sequía, incendios forestales y, como no, cambio climático; sin olvidar la aparición de ¡Qué desperdicio!, en *Cuatro* televisión, que denotan un interés por el medio ambiente en un soporte, el televisivo, donde hasta ahora brillaba por su ausencia.

Igualmente, la prensa local ha apostado definitivamente por la información ambiental, así como algunas radios y canales autonómicos. Aunque el *boom* de la información ambiental se ha producido en Internet. Un recorrido por la Web

muestra portales como *Infoecología.com*, *Ecoestrategia.com* y *Ambientum.com*, entre otros, que tienen un contenido estrictamente ambiental, a los que se ha añadido el recientemente inaugurado *Soitu.es*, que ha apostado con fuerza por una sección estrictamente de medio ambiente, ofreciendo un panorama muy esperanzador para la información ambiental.

El futuro de una especialidad, como en este caso la ambiental, pasa porque existan noticias en torno a la misma. En eso podemos estar tranquilos, o se debería decir intranquilos, porque siempre que los medios

recogen información ambiental es porque se ha producido alguna catástrofe importante. Los responsables de los medios de comunicación parece que están empezando a recapacitar, quizás se han dado cuenta de que los grandes problemas del planeta pasan, irremediablemente por el medio ambiente, y con una buena información ambiental se conocerá qué se está haciendo bien o qué se está haciendo mal en otras actividades como la económica porque ¿quién separa los problemas que ocasionará el cambio climático del mal uso que se ha hecho del desarrollismo industrial? 

Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA)

Para hablar de lo que nos pasa, de lo que nos va bien, de lo que nos va mal y de la transparencia informativa de determinados estamentos nació APIA. La Asociación de Periodistas de Información Ambiental apareció a finales de 1994, tras el impulso definitivo de algunos nombres emblemáticos del periodismo ambiental y de otros tantos que estaban, por encima de todas las cosas, ilusionados, con la idea de conseguir que el periodismo ambiental esté más considerado tanto dentro de las redacciones informativas como fuera de ellas.

APIA se creó en 1994 y hoy, casi catorce años después, unos 160 profesionales del periodismo de toda España vinculados a la información ambiental están asociados a APIA, entre cuyos fines se encuentra la organización de actividades destinadas a promover el debate ambiental y favorecer el encuentro con profesionales y organismos nacionales e internacionales que trabajan en esta área.

La asociación ha cumplido durante tiempo estos objetivos convocando encuentros con personalidades de indudable interés informativo; jornadas con científicos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC); reuniones habituales con ONG; participación en jornadas, ferias y certámenes; sin olvidar los siete Congresos Nacionales sobre Periodismo Ambiental que ha organizado, entre otras actividades. Las visitas, de carácter no sólo informativo, sino también formativo a espacios naturales, plantas de depuración, vertederos de RSU o instalaciones nucleares, dan una idea de la dinámica que todos los que forman APIA intentan dar a la asociación. Destacar, asimismo, los distintos convenios de colaboración firmados con REE, la Universidad Rey Juan Carlos, el CSIC, la Fundación Doñana XXI y la Fundación Santander, sin olvidar el certamen de Joven Periodismo Ambiental y las Becas de Especialización en Periodismo Ambiental con REE y Ecovidrio.

Asimismo, cada año la Asociación entrega los premios Vía Apia y Vía Crucis, galardones con los que pretende reconocer la labor de personas e instituciones en la difusión de la información ambiental, el primero, y criticar la desinformación que llega desde otros organismos, el Vía Crucis, el segundo