Hay que poner rostro al periodismo ambiental, para interesar al público

El periodista ambiental tiene que trabajar con información tardía, retorcida, parcial y mañosa, además de enfrentar a pésimos secretarios de ambiente

El periodista dedicado a temas ambientales tiene que enfrentarse a una información “tardía”, “retorcida”, “parcial” y “mañosa”, y hasta enfrentar a los ineficaces y “pésimos secretarios del Medio Ambiente”, comentó el director ejecutivo del Centro de periodistas de investigación, Pedro Enríquez Armendares, en la mesa Periodismo ambiental de la era digital, dentro del programa general del IV Encuentro internacional de periodistas, en el marco de la XXII Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL).

Agregó que aunque durante el gobierno de Vicente Fox el partido en el poder impulsó o por lo menos no bloqueó la Ley de acceso a la información, “eso no ha impedido que hayamos tenido pésimos titulares en la Secretaría del Medio Ambiente, incluido el de estas tierras (Alberto Cárdenas Jiménez). Además, la información que nos proporcionan nos sirve de muy poco, porque nos la dan de manera mañosa, retorcida, parcial y tardía”.

Añadió que lo que tienen que hacer los periodistas dedicados a estas cuestiones, es “seguir de necios, pidiendo datos y denunciando a los funcionarios”. Dijo que el periodista no tiene que claudicar al enfrentarse a la falta de tiempo, recursos, capacitación y amenazas de todo tipo de las que suele ser objeto, amén de las presiones comerciales que tiene el medio en el que trabaja.

Por lo mismo, recomendó estar inscrito en alguna asociación con periodistas locales, nacionales o internacionales, así como en redes de ambientalistas que trabajan sobre el mismo rumbo, a fin de intercambiar experiencias, datos, números y noticias, que fue parte de lo que llegó al país junto con el Tratado de Libre Comercio, firmado por nuestra nación desde 1992.

Para Enríquez Armendares, el reto más importante que enfrenta en general el periodismo ambiental es cómo conseguir que el público logre interesarse en el tema del cuidado del ambiente, ante el alud de información de la nota roja, espectáculos, politiquería, deportes y otros temas que suelen acaparar los medios en sus espacios. Otra cuestión importante a resolver es cómo los medios pueden ser recompensados de la mejor manera posible, cuando publiquen este tipo de trabajos.

En su intervención, el laureado redactor ambiental de Público-Milenio, Agustín del Castillo, al retomar una de las preguntas planteadas en la mesa en torno a cómo interesar al público en estos temas, recomendó “contar los asuntos de manera que la gente entienda el problema, pues a la mayoría le gusta las historias, los rostros de los involucrados y el lado espectacular, para educar al público y hacerlo consciente. Incluso, podemos retomar las técnicas de la nota roja, y cuando los funcionarios hagan las cosas bien, hay que resaltar sus logros”.

Guadalajara, Jal., 5 de diciembre de 2008

Texto: Juan Carrillo Armenta

Fotografía: Adriana González

Edición de noticias: LCC Lupita Cárdenas Cuevas

Etiquetas:

[FIL](#) [1]

[Medio Ambiente](#) [2]

[periodismo](#) [3]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/hay-que-poner-rostro-al-periodismo-ambiental-para-interesar-al-publico>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/fil>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/medio-ambiente>

[3] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/periodismo>