

## La comunicación ambiental desde la perspectiva de la catástrofe

# El medio, el ambiente y el desastre en emergencia

por **Edmundo Ferretti \***

El auge del desarrollo industrial, la urbanización, el crecimiento de la población mundial y con ello la adquisición de nuevos hábitos y comportamientos ligados a la sociedad de consumo, ocurridos a partir de la segunda mitad del siglo XX, tuvieron como contraparte grandes desequilibrios en los índices medioambientales de todo el planeta.

El derecho de todos los ciudadanos a un ambiente sano, según cita la Constitución Nacional en su Artículo 41, comenzaba a verse amenazado y la naturaleza empezaba a sentir las consecuencias de la acción del hombre.

En nuestro país, fue recién a partir de 1976 que, en el marco de un esquema económico liberal orientado a la especulación financiera, la pregunta por el ambiente natural hacía sus primeras apariciones mediáticas.

“Los medios de comunicación masiva detectaron una real avidez por parte del público por conocer aspectos ambientales y ecológicos, a punto tal que se encuentran con reales dificultades para suministrar dicha información en la magnitud y la calidad requeridas”<sup>1</sup>, explica el licenciado Elio Brailovsky<sup>2</sup>, en su libro “Memoria Verde (Historia ecológica de la Argentina)”. Y agrega que esto fue asociado ge-

neralmente a “formas individuales y sociales de protección de la salud, como las dietas naturistas o los grupos para dejar de fumar”<sup>3</sup>.

En simultáneo, las crónicas sobre los ecosistemas, que se incluían dentro del periodismo científico, pasaron a formar parte de una nueva especialización: el periodismo ambiental. Se convertía, a decir del español Javier Fernández del Moral, en el nexo entre la ciencia y la sociedad<sup>4</sup>.

Según el periodista uruguayo Víctor L. Bacchetta, se trata del “tratamiento a través de los medios de comunicación de los temas relacionados con el medio ambiente. Debe ser investigativo, científico, educativo, objetivo, sin confundirlo con la militancia ecologista”<sup>5</sup>. A esta afirmación se le puede incorporar la propuesta por Fernández Reyes, quien reconoce la responsabilidad humana en los hechos, al considerar que “atiende la información generada por la interacción del hombre o de los seres vivos con su entorno, o del entorno en sí”<sup>6</sup>.

En la Argentina, sin embargo, en los últimos tiempos hubo una disminución importante de medios y periodistas especializados en la problemática ambiental. Desaparecieron casi todos los suplemen-

\* **Edmundo Ferretti**

Doctorando en Comunicación, tesis en curso.  
 Director del Posgrado en Comunicación y Medio Ambiente. Investigador y docente de Comunicación, Ambiente y Desastres, FPyCS, UNLP. Consultor de Comunicación y Emergencias, Convenio Universidad de San Martín y Subsecretaría de Emergencias, Ministerio de Justicia y Seguridad, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

tos<sup>7</sup> y son pocas las revistas que se dedican a la temática. Algunas de ellas poseen como auspiciantes a algunos de los principales contaminadores del país y otras no pueden subsistir por quedar fuera de la “torta” publicitaria que favorece a las grandes empresas periodísticas. De igual forma, pocas empresas están dispuestas a anunciar en un medio gráfico si en la misma página hay una nota que denuncia al Estado o a otra empresa por sus altos índices de contaminación, por ejemplo.

Los matutinos, por su parte, carecen de una sección específica y estas noticias suelen ser publicadas en Información General o Sociedad, las consideradas “zonas blandas”<sup>8</sup>, es decir, aquellas que según los analistas de medios serían menos visitadas por el público lector<sup>9</sup>.

A ello se suma la falta de formación de algunos periodistas asignados a estos temas y la renuencia de los editores tanto a financiar viajes como a **aceptar la publicación de una noticia ambiental si no está teñida por su carácter de catástrofe**. A excepción de que tenga injerencia en la vida institucional de la región, entonces lo ambiental se ve opacado por su ribete político o económico. Tal es el caso de la instalación de dos plantas de celulosa en Fray Bentos (Uruguay), a partir del cual la temática ambiental pasó a ser un tema de Estado, enmarcado en un conflicto diplomático.

El hombre y su relación con el entorno que habita, con el ecosistema del que es parte y al que contribuye a dar forma desde el paradigma del **desarrollo sustentable** constituyen hoy un tema de agenda obligado en todo el mundo. Tarea a la que los medios de comunicación contribuyen a dar forma en tanto

se han convertido en actores indispensables en la creación de dicha agenda, ya sea como formadores de opinión y constructores del imaginario popular o como empresas con intereses creados en torno al acontecimiento narrado.

### **¿Cómo comunican el ambiente los comunicadores?**

A los fines de tener una información más acabada sobre cómo se construye la agenda ambiental en la prensa nacional y provincial, realizamos un estudio cualitativo, a través del cual fueron consultados 25 profesionales vinculados a la comunicación que, desde su labor diaria, se dedican de forma exclusiva, o entre otras, a cubrir esta temática.

Entre ellos figuran periodistas, secretarios de redacción, editores y titulares de sección de medios gráficos y radiales metropolitanos y provinciales, de agencias de noticias nacionales e internacionales y responsables de prensa de entes ambientales provinciales.

A través de un cuestionario semi-estructurado de ocho preguntas, se buscó echar luz sobre la construcción mediática de la agenda ambiental en la Argentina. El estudio se complementó con dos encuestas cuantitativas y la realización de grupos motivacionales. Las respuestas obedecieron –a decir de los propios entrevistados– a realidades regionales que no podían ser trasladadas a todo el país.

Al analizar qué hecho es noticia/noticiable en relación a la temática ambiental, el primer interrogante que surge gira en torno a ¿cómo, desde la actividad cotidiana de los medios, se genera la agenda ambiental?

### **La catástrofe en la construcción de la noticia ambiental**

Los testimonios obtenidos revelan un amplio abanico de rasgos que debe presentar un hecho ambiental para convertirse en noticia, sea en medios de temática generalizada o especializados.

De allí, el 76 por ciento de los entrevistados coincidió en que **el rasgo de catástrofe es el que prevalece a la hora de la publicación**. Así, cuanto más se aleja de este enfoque, menos “chance” tiene de ser aceptado en la mesa de redacción, en especial si posee una mirada proactiva del ambiente<sup>10</sup>. Es decir, un enfoque que apunte a conservar el ambiente desde la lógica del desarrollo sustentable; esto es, que arribe a un equilibrio entre los factores ambientales, sociales y económicos<sup>11</sup>.

Esta percepción de la temática ambiental desde la perspectiva del desastre, por lo general tiende a angustiar al público receptor, ya que las soluciones no están al alcance de sus manos. Así, haga lo que haga, la catástrofe parece responder a rasgos cuasi-míticos y esta visión termina por inmovilizar.

A menudo, los medios dedican una mayor cantidad de líneas a cuantificar la catástrofe y en muy pocos casos a la prevención y búsqueda de soluciones. Con todo detalle explican la pérdida de masa boscosa durante los últimos 50 años, pero en escasas ocasiones se preocupan por investigar o difundir líneas de intervención frente a los 30 millones de hectáreas de bosque nativo que aún se mantienen en pie. Esta postura es compartida por algunos medios de comunicación y por los principales emisores de información, tanto públicos (Estado) como privados.

Temas por orden de relevancia mediática	Porcentaje de selección en esa posición
Catástrofe	76%
Contaminación	44%
Cambio climático	28%
RSU	32%
Conservación de la superficie boscosa	24%
Educación ambiental	24%
Desertificación	40%
Prevención/mitigación de catástrofes (hipotético)	

La catástrofe, la contaminación, las consecuencias del cambio climático, el problema de la disposición final de los residuos en basurales a cielo abierto y el avance de la superficie desertificada en la Argentina configuraron los principales ejes utilizados como filtros en la edición periodística de la temática ambiental, mientras que los temas proactivos como educación ambiental y prevención de catástrofes casi no existen en la formación de la agenda de los medios y periodistas.

### La catástrofe como hecho social

En el imaginario colectivo, se suele definir a los desastres como fenómenos meteorológicos<sup>12</sup> o geológicos, incluyendo en la conceptualización a los terremotos, inundaciones, deslizamientos, tsunamis o huracanes.

En realidad **no es el fenómeno meteorológico o geológico lo que define al desastre, sino su efecto sobre una población**<sup>13</sup>. Además de la magnitud e intensidad de la catástrofe, importa la **vulnerabilidad** de una determinada sociedad a sus efectos.

Por lo general, la mayor vulnerabilidad a las emergencias y desastres se da en los sectores más empobrecidos. Algunas de las causas son: la ubicación de los asentamientos, los

materiales, la capacidad de movilizarse y el acceso a los sistemas públicos de asistencia.

De esa forma, los desastres son, en esencia, “fenómenos sociales y en consecuencia hechos políticos, culturales, económicos y por ende comunicacionales”<sup>14</sup>.

Por ello los “medios y mediadores”<sup>15</sup>, juegan un rol clave en las diferentes etapas de un desastre. Resultan totalmente decisivos en las fases de prevención, impacto y post impacto inmediato, al condicionar parte de la respuesta de la población, pero también son formadores de opinión sobre la vulnerabilidad y falta de mitigación que una sociedad determinada tiene frente a potenciales desastres.

Es fundamental destacar **la importancia que tiene la comunicación y por ende los comunicadores en la elaboración de estrategias para la prevención de desastres y en la acción comunicativa durante y luego de un desastre**.

Sin embargo, no todas las teorías y fórmulas son extrapolables. Acontecimientos como las inundaciones de Santa Fe (2003) tienen particularidades que implican tener en cuenta elementos de la cultura local y regional.

En los últimos diez años, y a partir de nuestra experiencia en organis-

mos humanitarios multilaterales, hemos tenido oportunidad de actuar en más de una decena de desastres en Latinoamérica y hemos podido observar, desde una perspectiva analítica, el tratamiento mediático en la cobertura de esos hechos.

Por lo general, la mayoría de los acontecimientos están representados por un comportamiento estereotipado en la **reiteración de mitos y conceptos erróneos**.

En ocasiones al comparar la cobertura de desastres ocurridos en diferentes países y en diferentes momentos, el parecido es tan grande que los mismos relatos podrían ser utilizados para describir cualquiera de ellos con sólo cambiar el nombre de las ciudades y de los países.

Es importante tener en cuenta que “muchas de las posiciones que asumen algunos medios de comunicación y en muchos casos el Estado frente a desastres o emergencias parten del **desconocimiento** de la especificidad de la problemática y de errores de visión basados en los mismos mitos y prejuicios mediáticos”<sup>16</sup>. En ese sentido, el Centro Regional de Información sobre Desastres (CRID) define al **mito** como “**un relato que propone una explicación sobre el mundo**”. Pero no se trata de una explicación racional, científica o históricamente fundada. Los mitos son fluidos e interpretables.

Se adecuan o la sociedad los adecua como un modo de regular conflictos de la vida social<sup>17</sup>: aquello que no se conoce o sobre lo que no se tiene explicación; aquellas conductas sociales no funcionales que es necesario justificar y suelen ser respondidas desde el lugar del mito.

**Las consecuencias de la presencia del mito en la cobertura periodística son negativas** tanto para la sociedad, que interactúa con la información, como para el Estado, que “muchas veces se ve empujado a actuar por el peso de la presión mediática y errores propios de evaluación y a desviar esfuerzos para dar respuesta a problemas inexistentes o secundarios”<sup>18</sup>.

La Organización Mundial de la Salud ejemplifica la existencia de los mitos en la comunicación de desastres: “Los cadáveres causan epidemias y pueden propagar enfermedades como el cólera, la fiebre tifoidea, la hepatitis A y la disentería”<sup>19</sup> o “Cualquier ayuda es mejor que nada”. Sin embargo, señalan los especialistas de la OPS y de la OMS, se trata de mitos que persisten, errores muy comunes que no hacen más que **exacerbar los problemas** durante y después de los desastres y emergencias.

Puede llegarse a situaciones extremas en las que el poder político termina por ejecutar acciones no del todo justificadas y en ocasiones sin respaldo científico, distrayendo recursos mayormente escasos en acciones innecesarias, “para contentar a una opinión pública deseosa de soluciones rápidas y mágicas, cuyas creencias atávicas y en ocasiones folclóricas, son reafirmadas por los medios”.

La información es fundamental para analizar las posibilidades y carencias

políticas, los requisitos de las comunidades locales para aplicar medidas eficaces y para asignar los recursos disponibles en forma efectiva.

Un camino para articular la producción de conocimientos en materia de emergencias y desastres **es formar futuros comunicadores sociales con suficiente conocimiento de la compleja problemática de los desastres**, con la esperanza de contribuir a mejorar su cobertura mediática y tal vez, por esa vía, a complementar la respuesta de la sociedad y el Estado a los mismos.

La **capacitación periodística** para el análisis ambiental y la cobertura de emergencias y catástrofes **también debería ser una tarea sistemática de las empresas periodísticas**.

Desde la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata<sup>20</sup> estamos trabajando para que quienes se desempeñen en el futuro como **comunicadores de organismos vinculados a los desastres**, encuentren las herramientas básicas para esta tarea y que quienes puedan desempeñarse, en cambio, en tareas de **cobertura mediática** de los mismos, adquieran suficientes conocimientos como para elaborar un pensamiento crítico ambiental y consiguientemente de las acciones de respuesta de prevención y de rehabilitación de catástrofes.

Tanto el registro informativo y explicativo del ambiente como el de los desastres y emergencias están atravesados, en muchos casos, por la dimensión mitológica a la que hicimos referencia. En ese sentido, la sociedad adecua su percepción de la realidad como un modo de **regular**<sup>21</sup> los conflictos de la vida social:

aquellas conductas sociales no funcionales que es necesario justificar, suelen ser respondidas desde el lugar del mito.

La **comunicación institucional** debe dar cuenta de estos mecanismos de funcionamiento mediático desde una **tarea educativa**, tanto hacia los comunicadores como hacia el conjunto de la población.

Para ello, es necesario que la comunicación gubernamental discrimine, con claridad, entre “realidad real, realidad mediática”<sup>22</sup> y mitos, recurrencias temáticas y explicativas que, en el caso de los desastres y las emergencias, habilitan un conjunto de motivos, *clichés*, falacias, falsos dilemas, prejuicios, opiniones de sentido común, conceptos inverosímiles y acciones que promueven la validación empírica del mito.

La formación de comunicadores debe estar vinculada a la dimensión ética y al sentido de sostenibilidad ambiental, desde una mirada que apunte las consecuencias del compromiso individual y social con la gente y su entorno.

Los ecosistemas no responden a fronteras geográficas ni a dimensiones políticas como así tampoco los asentamientos humanos. Es por eso que desde el análisis y la práctica comunicacional debiéramos pensar en una geografía distinta a la de centro periferia y al discurso unívoco de la percepción urbana del ambiente en su devenir catastrófico. Tenemos que pensar y actuar en tiempos y lugares distintos. Trabajar y pensar desde el antes, con énfasis en la preservación de recursos sostenibles para proyectarnos a un futuro de inclusión que respete y enfatice los sentires y las buenas prácticas de la gente con su entorno natural.

## Encuesta sobre percepción del riesgo

Si bien, como explicamos en el artículo, la mayoría de los medios de comunicación priorizan como criterio de edición y de agenda a la información ambiental **con sesgo de catástrofe**, la población de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no parece percibirlo de la misma forma.

Un estudio realizado hace un mes por la Universidad de Tres de Febrero, aún no publicado, muestra cómo **el problema de las emergencias no parece ser percibido como una cuestión demasiado relevante** para los vecinos de la Ciudad, lo cual también implica una dificultad, ya que la escasa percepción del riesgo deriva en falta de conciencia en relación a la prevención y preparación.

Cabe señalar que las incidencias “reales” de los diferentes tipos de catástrofes no parecen coincidir con las probabilidades de ocurrencia que los entrevistados perciben acerca de las emergencias. Más bien lo que parece suceder es que esta incidencia “real” de las emergencias y catástrofes parece estar vinculada a la **sensación de exposición** que los entrevistados tienen de cada una de ellas.

Este análisis coincide con la “representación de un mundo mediático y otro real” que, en materia de comunicación ambiental, sería uno de los ejes de trabajo para los comunicadores institucionales, los periodistas y los investigadores.



Principales problemas de la ciudad (agrupada múltiple)	Nivel educativo			Zona de la Ciudad			Total
	Hasta primario completo	Hasta secundario completo	Terciario incompleto o superior	Norte	Centro	Sur	
Seguridad	73,7	79,5	68,6	69,7	75,9	62,1	70,5
Educación	28,7	34,2	35,9	38,2	30,2	33,5	33,6
Tránsito/excesivo/desborde	15,6	20,0	19,0	15,8	26,0	9,7	18,7
Desempleo	13,8	16,8	14,3	13,7	9,7	26,9	15,2
Bajos salarios	9,8	7,3	10,3	10,0	7,7	10,1	9,0
Inflación	10,9	9,9	6,7	12,7	4,6	11,1	8,9
Ns/Nc	7,8	5,4	3,3	5,9	4,3	5,1	5,1
<b>Medioambiente</b>	<b>4,3</b>	<b>2,2</b>	<b>7,9</b>	<b>4,6</b>	<b>4,5</b>	<b>5,6</b>	<b>4,8</b>
Pobreza/gente en situación de calle	4,8	3,3	5,3	6,6	4,2	1,8	4,4
Salud/colapso sanitario/falta de asistencia medica	9,4	2,8	2,9	8,3	2,9	2,9	4,2
Estado de las calles/baches/pozos en la vereda	3,3	6,3	2,1	3,4	3,3	6,2	4,0
Limpieza/suciedad/falta de limpieza	3,7	4,4	2,1	1,6	5,0	2,8	3,4
Corrupción/políticos/funcionarios		3,4	2,7	2,6	1,1	4,4	2,4
Transporte/transporte público	2,6	1,5	2,8	1,3	,4	6,7	2,2
<b>Catástrofes</b>	<b>1,4</b>	<b>,8</b>	<b>3,0</b>	<b>3,2</b>	<b>1,1</b>	<b>1,0</b>	<b>1,8</b>
Accidentes de tránsito		1,6	2,2	1,9	2,0	1,5	1,5
Imprudencia de la gente/falta de conciencia de la gente	1,7	1,2	1,4	1,1	,5	3,2	1,4
Falta de justicia	3,3	,7	2,1	2,1	,7		1,0
Desorden/desorden en gral.	1,7	,5	,8	1,5	,9		,9
Superpoblación		1,4	,7		1,5	,8	,8
Estado ausente		1,5	,5		1,9	,8	,8
Casas tomadas/asentamientos		,9	,9		1,2	,7	,7
Falta de respeto de la gente	1,9	,5	,5	,6	1,0	,6	,6
Planificación/faltan obras para mejorar los servicios	1,7		,5		,9	,7	,5
Cartoneros		,9	,5		,8	,7	,5
Asistencialismo		,7	,6		,5	1,1	,5
Trastornos de la comunicación		,7	1,2		1,1		,5
Espacio público						1,2	,3
Falta de capacidad de la gente para llevar a cabo tareas de			,6	,7			,2
Infraestructura inadecuada para discapacitados		,6			,5		,2
Estructuras edilicias viejas		,5				,9	,2
Infracciones de tránsito			,5	,6			,2
Exceso de construcciones			,5	,6			,2
Falta de recursos para tomar medidas que corresponden			,5	,6			,2
Falta de control a las barreras de los trenes			,5	,6			,2
Podas de árboles			,4	,4		,6	,2
Ninguno			,4	,5			,2
Falta de control policial			,3	,4			,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Principales problemas de la ciudad según nivel de educación y zona. Base: total entrevistados (403 casos) - Junio de 2008<sup>23</sup>

## La percepción de la ciudadanía sobre el rol de los medios en las emergencias<sup>24</sup>

Los roles que se les asignaron a los medios de comunicación se pueden resumir de la siguiente manera:

1. Formadores de opinión
2. Propagadores de información útil
3. Receptores de denuncias
4. Instaladores de temas<sup>25</sup>

**Formadores de opinión:** los medios aparecen favoreciendo visiones y asignando responsabilidades a los diferentes actores involucrados en las situaciones de emergencia. Por lo general colocan muy fuertemente a los vecinos en posición de víctimas, y a las áreas de gobierno como victimarios y responsables del siniestro.

**Propagadores de información útil:** en este rol, se expresa que existe una sub-utilización de los medios de comunicación en cuanto a la necesidad de información en términos de prevención, utilizando el escenario de fondo para brindar herramientas en el momento justo donde las personas puedan enterarse rápidamente y “en contexto” de aquellas acciones a realizarse u omitirse en virtud de minimizar las probabilidades de riesgo.

Por ejemplo, en el caso del incendio de Cromañón se pusieron de manifiesto muchas cuestiones que antes casi nadie tenía en cuenta y a partir de la cantidad de información propagada por los medios de comunicación sobre la seguridad en boliches o lugares de esparcimiento cerrados, es que la población tomó nota y se asegura más que antes del cumplimiento de medidas de seguridad.

Los medios son visualizados como antes que, según su conveniencia, estarán en un lugar o en otro. Si el suceso “no vende” se estima que no cubrirán el acontecimiento. En ese sentido

la información se percibe como manipulada. En algunos casos se la ha calificado como “desinformación” por el grado de confusión que puede provocar. El no tener confianza en la información suministrada por los medios es una constante en todos los grupos, si bien el medio de comunicación sigue constituyéndose en un actor relevante a convocar ante una situación de emergencia.

**Receptores de denuncias:** el espacio del que se han apropiado los medios muchas veces es donde se escuchan las voces que no obtuvieron respuesta donde deberían haberse escuchado. Los vecinos utilizan ese espacio para que “alguien” les “dé bolilla”. Por ejemplo, los alumnos de una escuela que sin calefacción que, ante la no respuesta, realizan una acción para llamar la atención de los medios. Si están en los medios, las personas sostienen que se les da mejor respuesta a sus necesidades.

El valor que se otorga a los medios como receptores de denuncias es de gran importancia, ya que cuando un desastre o una emergencia no es registrada o atendida con la celeridad que se necesita, según la apreciación de los vecinos, éstos recurren a los medios para realizar denuncias por falta de controles, o por mala praxis, o por abandono de un potencial peligro.

**Instaladores de temas:** una visión más intuitiva y menos argumentada es la de los medios de comunicación como creadores de noticias. Pareciera que son éstos los que “crean” los acontecimientos y que **lo que no está en los medios no existe.**

En los diferentes roles que las personas les han asignado a los medios, en primer lugar se pue-

de distinguir entre aquéllos en donde se los visualiza positivamente y en los que no.

**Entre los atributos positivos** se encuentran los relativos a la posibilidad que tienen los medios de comunicación de generar un impacto en:

1. **los organismos de Gobierno:** aquellas demandas que no fueron atendidas ahora lo serán.
2. **los ciudadanos:** aquellos que no tenían en cuenta o desconocían procedimientos/información para garantizar/mejorar su seguridad, ahora los tendrán.

**Entre los atributos negativos** se encuentran los ligados al negocio y a los manejos políticos de la información. Es allí donde aparecen:

1. **las dudas** que amenazan la validez y la confiabilidad de la información divulgada por los medios de comunicación.
2. **las modas**, como efecto de una noticia que “vende”, y su contracara, la desaparición de las noticias “que no venden”.

Entre todas las cuestiones que aparecen al momento de evaluar la importancia de los me-

dios de comunicación en los tres momentos de la emergencia (antes, durante y después), se observa que en gran medida las personas se orientan a exigirle sobre todo su rol en términos de **prevención de riesgos**.

Los medios de comunicación representan, en el imaginario, un espacio donde se puede generar conciencia de los riesgos y modos de obrar, en virtud de hacer conocer los modos de accionar ante los problemas más sencillos. Es muy común escuchar acerca de la existencia de matafuegos, pero que nadie sepa cómo usarlos. Es muy común escuchar que cuando hay un incendio son los bomberos a quienes hay que llamar, pero no que todos sepan el número. Y así una cantidad de ejemplos que se remiten no sólo a tener conciencia respecto de la probabilidad de que una emergencia ocurra en cualquier momento, sino de no tener internalizado ningún tipo de protocolo básico de cómo funcionan y de quién dependen las áreas de gobierno que intervienen en las diferentes posibilidades de emergencia en la ciudad que se puedan suscitar. La potencialidad de los medios de comunicación es, en este sentido, visualizada como enorme.



## Notas

<sup>1</sup> Brailovsky, Antonio Elio y Foguelman, Dina. *Memoria verde. Historia Económica de la Argentina*, 10 edición, Editorial Debolsillo, 2004, pág. 332.

<sup>2</sup> Elio Brailovsky es Licenciado en Economía Política y profesor en Biología y Medio Ambiente de la Universidad de Belgrano, Buenos Aires. Autor del libro *Ésta, nuestra única Tierra*, Editorial Maipue, Buenos Aires, 2004.

<sup>3</sup> Brailovsky, op. cit., pág. 332.

<sup>4</sup> Fernández del Moral, Javier. En: Fernández Reyes, Rogelio, "En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental", Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Universidad de Sevilla.

<sup>5</sup> Bacchetta, Víctor. En: Del Toro Padrón, Marielys y Roselló Reina, Tamara, "¿Se hace hoy periodismo ecológico?", revista *Futuros*, vol. 4, año 13, 2006.

<sup>6</sup> Fernández Reyes, Rogelio. "En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental", Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Universidad de Sevilla.

<sup>7</sup> Tras consultar en las diferentes Secretarías, Subsecretarías o Direcciones de Medio Ambiente provinciales acerca de la existencia de este tipo de publicaciones, el resultado arrojó que sólo cinco diarios de todo el país sacan un suplemento de ecología con una frecuencia semanal, y un sexto matutino lo hace mensualmente. Se trata de "Eco", que se publica una vez al mes con el diario *La Arena* (La Pampa); "Madre Naturaleza" (*La Capital* de Mar del Plata); "Ecopatagonia" (*Crónica* de Chubut); "Naturalmente" (*El Diario* de Paraná); "Verde" (Diario de Cuyo) y "Ecología" (*La Opinión* de Rafaela).

<sup>8</sup> La clasificación entre "zonas duras" y "zonas blandas" fue realizada por Eliseo Verón para el análisis de soportes de prensa. Entre las primeras se encontrarían: Política, Economía, Internacionales; entre las segundas: Información General, Deportes, Espectáculos.

<sup>9</sup> En contraposición, un estudio sobre Consumos Culturales realizado por la Secretaría de Medios de la Nación entre octubre y noviembre de 2005 revela que cada vez son más las

personas que se interesan por la sección de Información General en detrimento de aquellas que dan cuenta del devenir institucional del país como Política o Economía (zonas duras). La crisis institucional y de desafección política, agudizada a partir de diciembre de 2001, se señalan entre sus causantes.

<sup>10</sup> "La selección y clasificación de los acontecimientos que serán noticia se apoya en los ejes información-sociedad, en términos de necesidades y expectativas, y de reconocimiento-realidad, en términos de verosímiles que constituyen la realidad cotidiana, y tiene que ver con los valores de noticiabilidad de los que se carga en cada situación y en cada medio en particular". Martini, Stella, *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Editorial Norma, Buenos Aires, 2000.

<sup>11</sup> El desarrollo sostenible implica que toda actividad humana debe desenvolverse dentro de la trilogía SAE (Sociedad, Ambiente y Economía), definida dentro de un marco de equidad y participación social y de crecimiento económico, compatibilizados con una efectiva preservación y protección ambiental que implica un uso racional de los recursos naturales, tanto renovables como no renovables.

<sup>12</sup> Se desprende de una investigación cuantitativa realizada por la consultora de opinión pública "Survey", que dirige el sociólogo Heriberto Muraro.

<sup>13</sup> La Organización Panamericana de la Salud (OPS), a través del Centro Regional de Información sobre Desastres (CRID) publicó un glosario sobre desastres que tiende a unificar una conceptualización por demás polisémica.

<sup>14</sup> Nicolás, Néstor. Subsecretario de Emergencias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

<sup>15</sup> Gergen, Kenneth J. *El movimiento del constructivismo social en la psicología moderna*, Sistemas Familiares, Año 9, N° 2, Buenos Aires, agosto de 1993.

<sup>16</sup> Son parte de las conclusiones a las que arribó un estudio cuali-cuantitativo realizado por los estudiantes del posgrado en Comunicación y Medio Ambiente, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, durante 2008 y cuyo título fue "Preguntas reiteradas durante la Emergencia".

<sup>17</sup> Sznajder, Beatriz y Slimovich, Ana. Docentes e investigadoras en Semiótica y Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

<sup>18</sup> "Plan de Comunicación de Emergencias - Comunicar para salvar vidas", CABA, 2008.

<sup>19</sup> Organización Panamericana de la Salud (OPS). *Manual de Comunicación de Emergencias*.

<sup>20</sup> Actualmente la FPYCS de la UNLP dicta un seminario de grado sobre "Comunicación, Ambiente y Desastres" y un posgrado de Especialización en Comunicación y Medio Ambiente.

<sup>21</sup> Sznajder, Beatriz y Slimovich, Ana.

<sup>22</sup> Verón, Eliseo. *Construir el acontecimiento*, Gedisa, Barcelona, 2005.

<sup>23</sup> Ficha técnica

Dirección y Ejecución: la encuesta fue realizada por el Centro de Investigaciones en Estadística Aplicada dependiente de la Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Período de ejecución del trabajo de campo: la encuesta se realizó entre el 23 y el 29 de junio de 2008.

Unidades de investigación del estudio: la población objetivo está constituida por la población general mayor de 18 años de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Error y nivel de confianza: la muestra posee un error muestral de +/- 4,9% para un nivel de confianza del 95,5%.

Tamaño de la muestra: 403 casos totales.

<sup>24</sup> El estudio caritativo se realizó durante agosto y septiembre y estuvo basado en siete grupos motivacionales y 12 entrevistas en profundidad.

<sup>25</sup> Bouilly, Federico y Carratú, Margarita. Informe: "Análisis e interpretación sobre la producción textual de siete grupos focales" (Versión preliminar).