como instrumento de sensibilización ambiental

Benito García Carril
Comunicador ambiental

educar

1. tr. Dirixir, encamiñar, adoutrinar.
2. tr. Desenvolver ou perfeccionar as facultades intelectuais e morais dun cativo ou dun mozo por medio de preceptos, exercicios, exemplos, etc.
5. tr. Ensinar os bos usos de urbanidade e cortesía.

formar

5. tr. Preparar intelectual, moral ou profesionalmente a unha persoa ou a un grupo de persoas.
10. prnl. Dito dunha persoa: Adquirir preparación intelectual, moral ou profesional.

sensibilizar

1. tr. Facer sensible algo o a alguén.

Desde o Xornalismo Ambiental, hai numerosas reaccións: unha que nega a formación ou a educación como unha función propia; outra que a nega como función directa, pero a recoñece e valora como función indirecta; e outra que a defende como función básica…

Ryszard Kapuscinski, “o verdadeiro xornalismo é intencional; fíxase nun obxectivo e intenta provocar algún tipo de cambio no outro”.

A información ambiental trata de dar a coñecer os feitos de forma comprensible. Debe ser **veraz, rigorosa, actualizada e contrastada.**

A comunicación vai máis alá; **é un proceso de interacción social**, que debe axudar a entender os problemas ambientais clave, posibilitando tamén unha resposta cidadá construtiva.

PERIODISQUÉ?

O periodismo é un oficio que implica un compromiso coa sociedade. O periodismo ambiental multiplícase (máis alá da información):

Concienciación
Formación
Divulgación ou
Sensibilización
súmanse a esta ecuación.

PERIODISMO AMBIENTAL

A información sobre medio ambiente afecta ás decisións de empresas enerxéticas, de automoción, construtoras, enxeñería, ademais de gobernos, organismos internacionais e consumidores e cidadáns de todo o mundo.

“Os riscos que nos axexan son e seguirán sendo noticia”

PARADOXA

Crise do periodismo, auxe do periodismo ambiental (con matices)

INCONSCIENTEMENTE CONSCIENTES

O público demanda (ás veces nin o sabe) contidos ambientais.
Os retos globais ós que se enfronta o mundo pasan polo medio ambiente.

Voces….

VOCES

John Vidal, THE GUARDIAN: “O periodismo ambiental é todo: é enerxía, ecoloxía, economía, sociedade, consumo…”.

“O tema ambiental non desaparecerá, só pode fortalecerse, inevitablemente, porque haberá unha competencia polos recursos dispoñibles

VOCES

Elsa González – FAPE: “O obxectivo prioritario deste tipo de periodismo é, precisamente, crear conciencia e criterio ambiental no receptor e na cidadanía. E por iso, máis que en calquera outro tipo de periodismo, o ambiental debe ser un
periodismo rigoroso, porque existen moitos intereses económicos, políticos e
empresariais detrás”

VOCES

Juan Ramón Lucas, ONDA CERO “É tan voraz o cotián, que non temos tempo para deternos e ser conscientes do verdadeiro sentido que ten o que facemos: a responsabilidade que contraemos cos nosos destinatarios”

“O medio ambiente é un compromiso
ineludible que debemos ter
todos como cidadáns,
pero que como
periodistas debe
ser dobre”

VOCES

Arturo Larena Larena, un periodista ambiental é un renacentista do século XX, un profesional que debe coñecer un pouco de cada ciencia –de bioloxía, de química, de leis, de xenética, de botánica, entre tantas– e que, ademais, o caracteriza un compromiso e unha sensibilidade especial para co seu oficio que o distingue dos seus colegas da redacción.

OS TEMPOS CAMBIAN…

COMO?

Chegar ós públicos máis diversos: o máis especializado, pero tamén ó cidadán corrente; e iso so se consegue facendo ben o noso traballo

É unha ferramenta clave para dar visibilidade e difusión ás boas prácticas nesta materia que se levan a cabo dende empresas e institucións.

Un cidadán formado é un cidadán que toma decisións (de compra, de comportamento, de actitude…) e que pensa a gran escala para actuar localmente

O periodista ambiental “debe traballar para poñer máis en valor o que fai, pola relevancia incuestionable da materia que trata”

NOVOS RETOS, NOVOS CANLES

Afortunadamente, na actualidade hai moitas formas de facer periodismo ambiental, de difundir historias ambientais de forma masiva e non é necesario facelo a través dos medios convencionais

Redes sociais como Twitter, “onde pode narrarse minuto a minuto un gran cume internacional sobre cambio climático”

A relación medios/periodistas/audiencia é directa, bidireccional… hai comunicación. Non so información!

NOVOS RETOS, NOVAS CANLES

Periodismo cidadán e cívico
O periodismo de datos e de investigación Lei 27/2006
Sensibilización: o que non se valora, non se protexe

APUNTES PARA UNHA CORRECTA

INFORMACIÓN AMBIENTAL

- Difundir información actualizada, contrastada, rigorosa e contextualizada sobre o medio ambiente.
- Promover que a difusión de información ambiental sexa comprensible e equilibrada, incluíndo opinións contrastadas sobre os problemas e as súas causas e consecuencias, empregando unha linguaxe accesible para a maior parte da poboación, sen que isto implique perda de rigor científico.
- Situar a análise dos problemas ecolóxicos nos contextos económicos, políticos, sociais e culturais / contexto ambiental.

APUNTES PARA UNA CORRECTA INFORMACIÓN AMBIENTAL

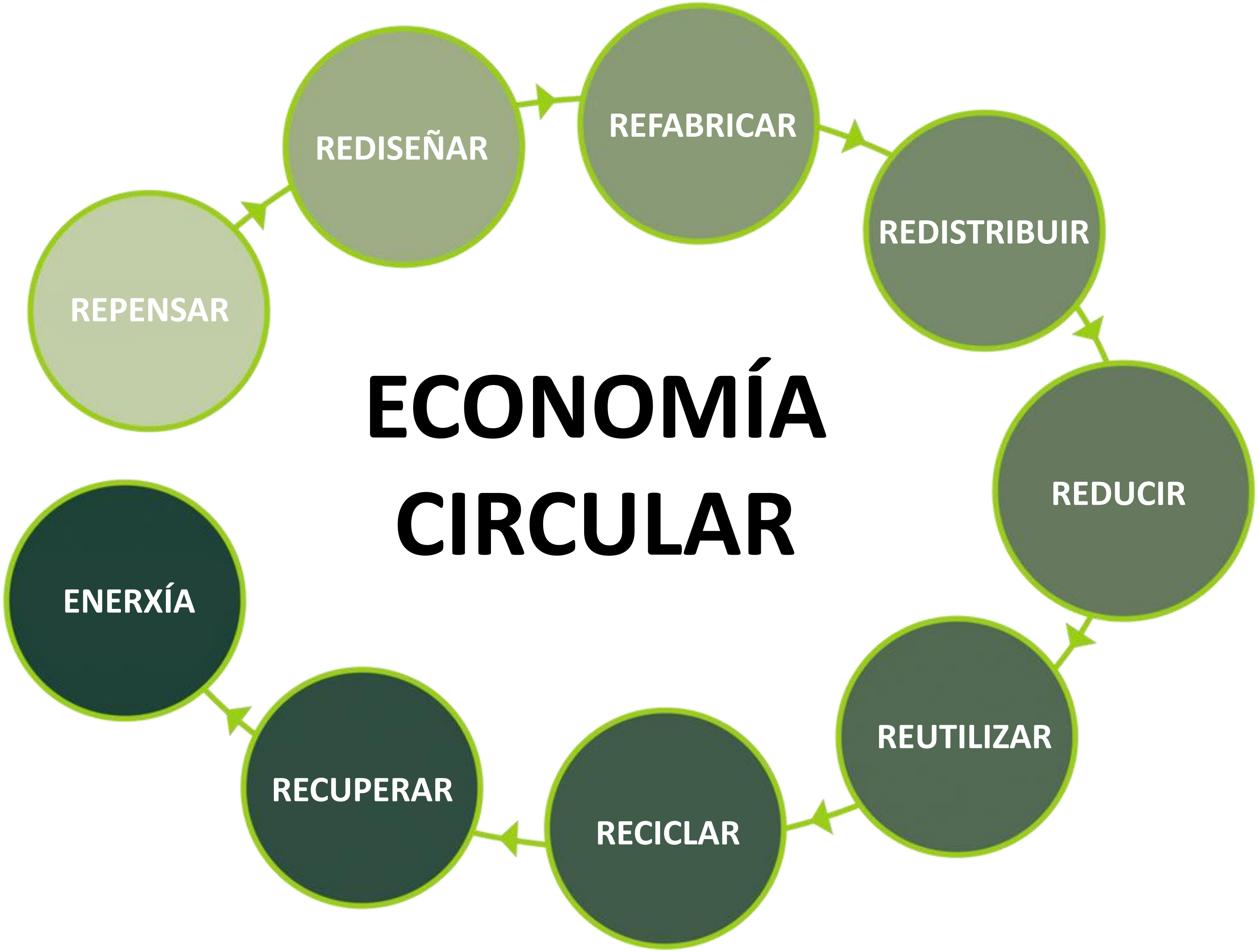
- Facilitar ó público o acceso á máxima cantidade de datos de calidade dispoñibles sobre cada asunto ou tema ambiental de relevancia social, de modo que cada cidadán poida formarse un xuízo propio e dispoñer dunha información que lle sirva de orientación naquilo sobre o que teña que opinar e actuar.

- Seleccionar as fontes. Credibilidade e rigor son elementos básicos que se deben buscar nas fontes.

FONTES, FONTES, FONTES…

E MUDAN PARA TODOS!

RECICLAR
REDUCIR
REUTILIZAR



"Reciclar non é un fin en si mesmo, tan so un medio cara a sostibilidade"

REPENSAR
REDISEÑAR
REFABRICAR
RECUPERAR ENERXÍA
VERTEDOIRO
C2R9=ECONOMÍA CIRCULAR
Non é unha fórmula química..
é o camiño cara á economía circular
COMUNICAR
REPARAR
COOPERAR
REDISTRIBUIR
RECICLAR
REUTILIZAR
REDUCIR
www.galiciaambiental.org

FALANDO… do meu libro!

Gabinete de prensa

Clipping de Medios (papel y digital)

Especialistas en Comunicación Ambiental y Comunicación de Crisis
(negociaciones laborales, accidentes, incidentes ambientales, conflictos financieros...)

Si no comunicas, otros ocuparán tu espacio,
si no hablas de ti mismo, otros lo harán por ti y menos bien que tú,
y, si no quieres desmentir, toma la iniciativa.

www.iteambiental.com

NECESIDADE DE COMUNICACIÓN (AMBIENTAL) PARA AS ORGANIZACIÓNS

· É importante abordar unha estratexia de comunicación ambiental… cando a comunicación se produce de forma involuntaria convírtese de cote en distorsionada, imprecisa ou falsa.

· Unha imaxe negativa creadas é difícil de mudar.

· Ante algún problema da empresa ou organización a administración e a sociedade van a actuar según a imaxe preconcebida ou xerada en primeiro termo.

·(Comunicación de crisis).

BOAS PARACTICAS EN COMUNICACIÓN (AMBIENTAL)

- Formar e despertar conciencia ambiental.
- Xerar coñecemento nas personas e grupos sociais para acadar unha comprensión básica do medioambiente.
- Xerar actitudes nas persoas e grupos sociais, basadas na adquisición de valores e interés polo ambiente, que os impulse a participar activamente na súa protección e mellora.
- Descubrir e cultivar as aptitudes das persoas para resolver problemas ambientais, por sí mesmas e/ou actuando colectivamente.
- Estimular a participación.
- Fomentar a capacidade de evaluación nas persoas e grupos sociais.

E QUE NON?… como na RSE

- **Green washing**
- O interés corporativo no centro
- Ocultar erros
- Linguaxe técnica
- Ocultación de intereses (lexítimos)
- Ser reactivo / estar á defensiva
- Conto pero non comparto
- Contar cheques en lugar de historias!
- Comunicar a destempo, irrelevante, pouco transparente. sen fontes creíbles…
- ME ABURROOOOOOO!

RSE ambiental, dende o minuto 0

www.galiciaambiental.org

ÁRBORES DE CINZA

O periodismo é un oficio que implica un compromiso coa sociedade. O periodismo ambiental multiplícase (máis alá da información):

https://www.youtube.com/watch?v=6bjxziW1eFk&feature=youtu.be

esRadio

SER SOSTENIBLES

CADENA SER Radio CORUÑA

GALICIA AMBIENTAL
Asociación Gallega de Empresas y Profesionales Ambientales

La Voz de Galicia

elCorreoGallego

correotv

Benito García Carril

t. 604 000 742
@benitogcarril
director@oficinadeprensa.info
es.linkedin.com/in/benitogarcia