

Entrevista a Sara Acosta. Editora de la revista Ballena Blanca, coordinadora de suplemento ambiental de Cinco Días y directora de comunicación de la Fundación CONAMA

Entrevista realizada por CARMEN MORALES
Vocal de SEDIC

Sara Acosta, periodista ambiental, explica en esta entrevista cómo ha evolucionado esta disciplina en los últimos años, cuáles son sus grandes retos y su situación en otros países.

Medio ambiente, periodismo, sostenibilidad



Figura 1: Sara Acosta

Revisando tu trayectoria profesional tu vinculación con el medioambiente y la sostenibilidad es incuestionable. ¿Cuándo y por qué motivos decidiste especializarte en esta área?

Bajo el principio de que el acceso abierto a los resultados de investigación acelera el avance del conocimiento, todos los contenidos de la edición electrónica de CLIP se distribuyen bajo una licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España (CC BY-NC-SA 3.0 ES).

Lo recuerdo muy bien. A principios de los años 2000 trabajaba como corresponsal en París para un medio económico. Un día leí una entrevista al economista y Nobel de Economía Joseph Stiglitz. En ella, relacionaba de forma muy audaz y novedosa el medio ambiente con la economía. Aquella mezcla me pareció que tenía un gran recorrido, que imaginaba nuevas formas de organizar y pensar la sociedad de forma más inteligentes y beneficiosa para las personas.

¿Qué valoración te merece la información que, a día de hoy, se ofrece en los medios de comunicación en estas materias? ¿Es lo suficientemente completa y capaz de llegar a todos los públicos?

La información ambiental ha cambiado mucho en los últimos años. Desde mi punto de vista ha dejado de ser un accesorio para meterse en otros aspectos fundamentales: salud, movilidad, política. Pero aún falta mucho por hacer en la forma en la que se aborda. Creo que sigue siendo algo moralista y eso la aleja de las audiencias.

Tal vez, tu proyecto más personal sea Ballena Blanca, revista en cuya creación y edición has participado. ¿Cómo surge esta iniciativa?

Creamos Ballena Blanca un grupo de periodistas ambientales en 2014, en plena crisis de los medios, cuando echaban a cientos de periodistas de las redacciones. El medio ambiente desde luego no era una prioridad, como tampoco una información crítica sobre las cuestiones ambientales. Nos unieron las ganas de lanzar un medio que fuera realmente libre e independiente. La visión de una ballena saltando en el agua era muy poderosa, una naturaleza que no puede domesticarse, como el periodismo que queríamos hacer. Por eso lo llamamos Ballena Blanca.

Llama la atención, aunque es lo más coherente, el modelo de financiación de la revista, en la medida que parte de una comunidad de socios/as y no acepta publicidad, evitando, de este modo, la inserción de anuncios que podrían comprometer vuestra neutralidad periodística. ¿Qué tal funciona dicho modelo?

El modelo de socios y socias de Ballena Blanca, con una revista en papel, era una absoluta temeridad en aquella época vista por muchos. Pero suponía que estábamos dispuestos a hacer un producto de gran calidad con una financiación directa de las personas que creían necesario que existiera un medio como Ballena Blanca. Ahora bien, esa fuente de ingresos es insuficiente. El proyecto sí acepta publicidad desde el inicio, pero no cualquier publicidad. Ballena Blanca se creó con el compromiso de no aceptar anuncios de empresas de energías fósiles; el reto del cambio climático es de tal magnitud que este sector, concentrado en un puñado de grandes empresas petroleras y gasistas, impide dar pasos reales hacia una solución. Su comunicación sigue exagerando atributos ambientales de los que en realidad carecen, pues son parte del problema. Nos parecía que la única manera de ofrecer información rigurosa, veraz e independiente era desligarnos de la publicidad de estas compañías. Ballena Blanca tampoco acepta publicidad encubierta ni contenidos patrocinados por empresas. Esto parece una obviedad, pero desafortunadamente los grandes medios están llenos de este tipo de contenidos, que impide que las audiencias tengan acceso a una buena información para tomar decisiones.

En tu trayectoria profesional has viajado a otros países ¿qué diferencias o similitudes has encontrado para escribir sobre temas ambientales?

En los países del centro y norte de Europa hay más conocimiento y cultura de las cuestiones ambientales, energéticas y de biodiversidad. Digamos que esta temática está mucho más integrada en la forma de organizar las ciudades, en la movilidad, en la salud, en la alimentación. Esto elimina una barrera entre la oferta y la demanda de información ambiental. Sin embargo, esto sucede en muy pocos lugares. Si ampliamos el foco, hay que tener en cuenta que en Iberoamérica, por ejemplo, defender el medio ambiente es arriesgar la vida, literalmente. También informar sobre ello.

También has realizado exposiciones y obras teatro relatando historias vinculadas al medio ambiente. ¿Cómo valoras la experiencia?

Lo que nos mueve es probar continuamente maneras distintas, originales y que sorprendan para captar la atención de las audiencias en un momento complejo, pues se compite con el entretenimiento, con contenidos más amables y rápidos. Temáticas como el cambio climático son muy complejas, hay que poder explicar los detalles, el contexto. Por eso nuestro interés siempre ha sido intentar traducir lo complejo en información sencilla, rigurosa y atractiva. Hemos hecho exposiciones de humor y cambio climático, como ‘El cambio climático no tiene gracia’, también teatro, cómic. Y seguiremos experimentando.

SEDIC dedicó este año sus Jornadas de Gestión de la Información a la “Sostenibilidad y medio ambiente desde instituciones culturales”. Desde tu experiencia, ¿qué puedes comentarnos acerca de la gestión medioambiental en este tipo de instituciones?

La mezcla de medio ambiente y cultura me parece un gran acierto, creo que al final de lo que se trata es de integrar lo ambiental como parte de nuestra cultura, ahora lo tenemos totalmente aparte, como algo exterior. Pero eso no es real. No hay más que observar cómo la cambia el bienestar cuando podemos pasear en lugar de desplazarnos en coche para todo. Eso es cultura.

¿Cómo crees que se puede mejorar la sostenibilidad y demás asuntos relacionados con la protección medioambiental en estos entornos?

Creo que una de las carencias principales es la financiación. Se necesitan más recursos para hacer mejores cosas.

Háblanos de tus próximos proyectos

Mi principal proyecto es consolidar Ballena Blanca. Es un medio pequeño y aún frágil, pero que ha demostrado que se pueden hacer grandes cosas. Para seguir haciéndolas necesitamos más apoyos. Mi empeño es conseguirlos.



SARA ACOSTA

Sara Acosta es periodista ambiental y traductora. Ha sido corresponsal en Estados Unidos, París y Bruselas. Es una de las creadoras y actual directora de la revista de medio ambiente Ballena Blanca, un proyecto periodístico independiente que busca el rigor y la originalidad para llamar la atención sobre las cuestiones ambientales.

@saraacostalanga