

# Aprender a ser un periodista medioambiental

## Antes de empezar

Se habla de comunicación cuando hay un intercambio de información entre individuos a través de palabras habladas, gestos o por escrito. Puede ser verbal o no verbal. Esto es un comportamiento natural en las personas. La comunicación como disciplina ha evolucionado hasta el punto de entender más en profundidad el uso de la prensa escrita, la prensa audiovisual y las crecientes redes sociales con el fin de compartir e intercambiar mensajes. El avance tecnológico, incluidas la comunicación por satélite, la tecnología móvil y la revolución de las aplicaciones de redes sociales, mensajería, etc., ha ayudado a crear un sinfín de medios virtuales para las personas.

Cuando la comunicación se produce y se distribuye con el propósito de compartir noticias sobre lo que está pasando en nuestro ambiente social, político y económico en un contexto nacional e internacional, se habla de Periodismo. Las Noticias también usan todas estas formas de comunicación, desde la escrita a la audiovisual. Los periodistas nos proporcionan diariamente información sobre lo que está pasando en el mundo. No solo eso, sino que la forma en la que se cuentan las noticias moldea la opinión de los destinatarios. Con la llegada de Internet y la facilidad para compartir noticias, una nueva forma de periodismo llamada «periodismo ciudadano» está creciendo. Esta implica la recopilación, divulgación y análisis de las noticias e información por parte del público general.

Con el inmenso potencial llegan también los desafíos, y el sinfín de medios, información y noticias crean una sobrecarga de mensajes que muchas veces confunden e insensibilizan al destinatario. Para un comunicador, se convierte en un desafío hacerse oír entre este bullicio de mensajes. El desafío es captar creativamente la atención del lector, oyente, espectador y poder comunicar los puntos claves.

¿Cuáles son los diferentes tipos de medios que se usan o pueden usarse para la comunicación como periodista?

1. Impresión: la palabra escrita funciona bien con la comunidad alfabetizada. Los medios impresos que utilizan imágenes han podido llegar a personas con bajos niveles de alfabetización. Los medios publicados en línea están surgiendo como una alternativa importante a los medios impresos.
2. Audiovisual: la radio, especialmente con los canales de FM disponibles, tiene un gran potencial y alcance en la comunidad, especialmente en ubicaciones remotas. Los programas de televisión tienen una gran audiencia e impactan en la opinión enormemente.
3. Las redes sociales emergentes como Facebook, WhatsApp y Twitter han encontrado uso en la producción masiva y el consumo de información.

Todos estos medios también pueden apoyarse entre sí debido a los avances tecnológicos. Por ejemplo, los periódicos electrónicos, blogs de noticias, páginas de Facebook, radio FM, etc. están disponibles en los teléfonos inteligentes y es mucho más fácil que antes acceder a la información y compartirla. Si bien existe un gran potencial de divulgación, también está el peligro de que las historias subjetivas, mal investigadas o sesgadas puedan llegar a los medios. Por lo tanto, los reportajes sensibles y responsables son indispensables.

### Periodismo Informaciones básicas

Enmarcar el problema utilizando las preguntas:

¿Quién hizo qué, dónde y cuándo?

Luego busque información adicional:

¿Cómo ocurrió el qué o cómo el quién hizo el qué?

¿Por qué quién hizo qué?

Uno de los desafíos emergentes de los medios es poder detectar el sesgo y el poder de manipular. La alfabetización durante muchos años estuvo asociada con la capacidad de leer y escribir. El escenario ha cambiado con el tiempo cuando se trataba principalmente de un medio impreso del que se obtenía información a una situación en la que obtenemos nuestra información de un complejo sistema entrelazado que ahora depende en gran medida de las tecnologías. Por lo tanto, la capacidad de leer muchos tipos de medios se ha convertido en una habilidad esencial en el siglo XXI. La alfabetización mediática se ha definido como la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear medios. Como resultado, la alfabetización mediática ayuda a comprender mejor los mensajes complejos que recibimos de la televisión, la radio, Internet, periódicos, revistas, libros, vallas publicitarias, videojuegos, música, redes sociales y otras formas de medios. La alfabetización mediática es una forma efectiva y atractiva de aplicar habilidades de pensamiento crítico a una amplia gama de problemas.

Las habilidades de alfabetización mediática desarrolladas a través del periodismo también pueden ayudar a los jóvenes a desarrollar habilidades de pensamiento crítico al poder:

- reconocer lo que el creador del mensaje quiere que creamos o hagamos
- comprender cómo los mensajes de los medios influyen, dan forma y sostienen una cultura y una sociedad.
- reconocer sesgos, giros, desinformación o mentiras.
- descifrar la información que no está siendo presentada.
- identificar el grupo al que va dirigido los medios.
- evaluar los mensajes de los medios basados en sus propias experiencias, habilidades, creencias y valores.
- crear y distribuir mensajes propios a través de diferentes medios.

Un buen periodista necesita tener habilidades de alfabetización mediática. Este capítulo analiza tres medios clave utilizados como parte del programa Jóvenes Reporteros para el Medio Ambiente (YRE, por sus siglas en inglés): redacción de artículos periodísticos, uso de fotografías para contar una historia y uso de videos para comunicarse sobre un tema.