

Análisis de la campaña “Medio Ambiente” del canal infantil Clan (RTVE) desde la perspectiva de la comunicación ecosistémica

Espinar Medina, Lara (Universidad de Málaga)

Mora Medina, Paula (Universidad de Granada)

López Gómez, Sara (Universidad de Málaga)

Abstrac. La siguiente investigación analiza la campaña “Medio Ambiente” emitida por el canal infantil de la televisión pública española *Clan* durante el mes de junio de 2021. El estudio trabaja en un análisis crítico del discurso de los diez vídeos que componen la iniciativa desde la perspectiva de la comunicación ecosistémica o transición ecosocial. El estudio señala tanto los aciertos que favorecen la transmisión de imaginarios ecosociales como los desaciertos o carencias que perpetúan conductas viciadas de un modelo de desarrollo anclado en la “sostenibilidad” como quimera inviable de un sistema de crecimiento infinito en un mundo finito (Chaparro, 2015).

Los resultados denotan alto interés de la cadena por transmitir mensajes ecológicos en aspectos como respeto y protección de otros animales, cuidado de bosques y prevención de incendios, uso excesivo de toallitas, basura en la naturaleza, ahorro de agua y energía, alimentación de proximidad y temporada y contaminación de mares y océanos.

Sin embargo, algunos de los mensajes fallan en la perspectiva escogida, lo que les hace transmitir que es posible perpetuar un sistema basado en la libre elección de acciones aunque éstas perjudiquen de manera irreversible a nuestra casa común común: el Planeta, y contribuyan a poner en riesgo las condiciones para la vida humana y de otros seres vivos.

La investigación detecta errores y carencias en los mensajes transmitidos como hacer sugerencias donde debían transmitir con claridad imposibilidades, o proponer reducir conductas dañinas con los ecosistemas en lugar de eliminarlas. Por ejemplo, una de las campañas recomienda disminuir el uso de toallitas higiénicas por sus altos impactos ecológicos, cuando perfectamente podría transmitir el mensaje de “no usarlas”. Además, no debería ser problema cambiar la recomendación por un mensaje imperativo, porque debe ser imperativo abandonar conductas que dañan al Planeta.

Asimismo, la campaña adolece de alternativas que permitan sustituir las conductas dañinas con el entorno. La difusión de alternativas en la transición ecosocial es fundamental para la efectividad de los mensajes transmitidos; “las propuestas de cambio deben ir acompañadas de alternativas a las que poder acogerse” (Espinar, Chaparro y Peralta, 2019:12).

Esta investigación se enmarca en el Proyecto “Estudio de cumplimiento legislativo y rentabilidad social de las cadenas de radio y televisión públicas y privadas generalistas con cobertura estatal para determinar el indicador IRSCOM”, Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía, Universidad de Málaga.

Referencias:

Chaparro-Escudero, Manuel; Espinar-Medina, Lara; El Mohammadiene-Tarbift, Ámal; y Peralta-García, Lidia (2020): *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Madrid: Fragua.

Chaparro-Escudero, Manuel (2015): *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Bogotá: Desde Abajo.

Espinar-Medina, Lara; Chaparro-Escudero, Manuel; Peralta-García, Lidia (2019): "Hacia un modelo mediático co-responsable con modelos de transición ecosocial: aplicación y alcance del Indicador de Transición Ecosocial". En Chaparro-Escudero, M.; Gabilondo-García, V.; Espinar-Medina, L. (Coord.): *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas públicas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea*. Madrid: Comunicación Social (pp. 103-106).

Keywords. Medio ambiente; Canal Clan; Programación Infantil; Comunicación audiovisual; Transición Ecosocial; Comunicación ecosistémica