

# **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO**

**ROGELIO FERNÁNDEZ REYES**  
**DIRECTOR**

**ROSALBA MANCINAS CHÁVEZ**  
**COORDINADORA**



**SEVILLA, 2013**

Para citar este libro:

Fernández Reyes, R. (Director), Mancinas-Chávez, R. (Coordinadora) (2013),  
Medios de comunicación y cambio climático, Sevilla: Fénix editora.

<http://i.creativecommons.org/l/by-sa/3.0/88x31.png>

<http://i.creativecommons.org/l/by/3.0/88x31.png>

Medios de comunicación y cambio climático:

Esta publicación ha recibido el apoyo de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

Con la colaboración del Laboratorio de Estudios en Comunicación (Ladecom) y el Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO) de la Universidad de Sevilla.

Creative commons



ISBN: 978-84-940691-6-1

Edita y produce Fénix Editora en Sevilla, 2013.

Depósito Legal: exento en virtud del art. 5.g) de la Ley 23/2011 de 29 de julio, de depósito legal.

El contenido de los textos es responsabilidad de los autores.

Diseño de portada: Fabián Rodríguez Vázquez

Maquetación y diseño: Fénix Editora  
[info@fenixeditora.com](mailto:info@fenixeditora.com)

Impreso en España / Printed in Spain

*A las generaciones  
que estáis por venir*



## ÍNDICE

Presentación. RAMÓN REIG . . . . .	7
Introducción. ROGELIO FERNÁNDEZ REYES . . . . .	11
Prólogo. JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA . . . . .	17
Decálogo sobre la comunicación del cambio climático . . . . .	23
El discurso hegemónico de los Media sobre el “Cambio Climático” (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y estrategias de intervención. JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA. . . . .	27
Jornalismo e mudanças climáticas: Reflexões a partir da ótica do jornalismo ambiental. ILZA TOURHINO Y CLAUDIA HERTE DE MORAES. . . . .	45
Representaciones sociales del cambio climático en la sociedad española: una lectura para comunicadores. PABLO ÁNGEL MEIRA CARTEA. . . . .	59
Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española. BIENVENIDO LEÓN Y ALICIA DE LARA. . . . .	91
Examen de puntos focales en cambio climático. FERRÁN P. VILAR. . . . .	105
El análisis del tratamiento informativo del cambio climático. MAITE MERCADO. . . . .	123
Periodismo ambiental, una de las claves para afrontar el cambio climático. HERNÁN SORHUET. . . . .	135
El cambio global y la crisis del periodismo. JOSÉ MARÍA MONTERO. . . . .	147
La negación del cambio climático en España: percepciones sociales y nuevos tratamientos mediáticos. FRANCISCO HERAS HERNÁNDEZ. . . . .	155

El cambio climático en los medios de comunicación. LUIS ALBERTO GALLEGOS. . . . .	171
La crisis económica versus el cambio climático. MARIA JOSEP PICÓ GARCÉS. . . . .	177
El Periodismo Ambiental en el trabajo de los periodistas de los diarios Impresos. Retos ante el cambio climático. GIOVANNI GOTOPO. . . . .	189
Mediatizar el ambiente; ambientalizar los medios. Tensiones en torno al discurso periodístico sobre el cambio climático. PABLO GAVIRATI. . . . .	217
El silencio mediático. Reflexión en torno a las razones de los medios de comunicación para no hablar del cambio climático ROSALBA MANCINAS CHÁVEZ. . . . .	233
Reflexiones sobre un periodismo en transición. ROGELIO FERNÁNDEZ REYES. . . . .	249
Semblanzas . . . . .	273

## PRESENTACIÓN

La única conclusión clara que a estas alturas puede extraerse del problema del cambio climático es que ese cambio climático va a seguir y que los seres humanos no han sido capaces de ponerse de acuerdo para detenerlo. Es la impotencia de una especie para suspender su propia extinción civilizatoria tal y como ahora la conocemos. Después de la Ronda de Doha (finales de 2012) es la única deducción lógica que puede extraerse de este problema crucial.

En los acuerdos de Bretton Woods (1944) ya se hablaba de la necesidad de preservar a las generaciones futuras, de no hipotecar sus vidas con actividades irresponsables. Y en Doha se ha demostrado que el ser humano está muy determinado por los propios factores que ha creado, que se encuentra enmarañado en el propio sistema depredador no sólo del medio ambiente sino de sí mismo, de su propia voluntad, que ha generado.

Los llamados negacionistas del cambio climático se definen a su vez como escépticos del mismo. Un escéptico es aquel que, de acuerdo con la Real Academia Española de la Lengua, o bien posee una “desconfianza o duda de la verdad o eficacia de algo” (primera acepción) o bien se ha sumado a una “doctrina de ciertos filósofos antiguos y modernos, que consiste en afirmar que la verdad no existe, o que, si existe, el hombre es incapaz de conocerla” (segunda). En este sentido, el negacionista también podría espetarle al partidario del cambio climático antropogénico que, científicamente, no las tiene todas consigo, dada la dinámica de cambio climático que se ha dado en el planeta Tierra y fuera de él sin la existencia de las revoluciones industriales y otras actividades contaminantes de los seres humanos.

Por tanto, y aunque existan estudios encargados por los escépticos y por los antropogénicos que concluyen apuntando hacia la responsabilidad de los humanos en el cambio climático, vamos a no darle la razón ni a una ni a otra corriente, se la daremos, sencillamente, al escepticismo. Bien, entonces, si existe una duda razonable de que el humano tenga influencia en el cambio climático, existiría, desde este enfoque, una posible víctima primaria de nuestras acciones: la Tierra. Y unas, llamémosles, presuntas víctimas subsidiarias, por añadidura: los habitantes de la Tierra,

en general, y los habitantes conscientes y presuntos causantes del problema o, al menos que tienen mucho que decir de él, en particular. El escepticismo indica que las víctimas del caso seríamos nosotros mismos, nuestros compañeros de hábitat y el vehículo en el cual vivimos. El escepticismo nos lleva a una duda razonable y cuando se produce una duda razonable siempre se falla a favor de las posibles víctimas.

¿Por qué entonces los seres humanos no actúan? Porque prefieren lo malo conocido a lo bueno por conocer, porque son esclavos de los enormes intereses que han levantado creyéndose esa patraña de que son los reyes de la creación. Y porque para el Poder en general, actuar es reconocer que el sistema de mercado ha terminado originando la degradación de la casa donde vivimos, no el progreso. Prefieren enrocarse en sus principios inmutables que practicar la sabiduría de la rectificación, creen que rectificar es de débiles, se creen fuertes, la fortaleza del que se supone seguro entre unos barrotes de cartón piedra que demuestran todo lo contrario: su cobardía para salir de su caverna. Y a esta filosofía absolutamente egoísta, cobarde y suicida se han sumado los conversos al sistema de mercado salvaje, es decir, algunos de los llamados países emergentes que dicen que ahora les toca a ellos progresar y, por tanto, contaminar.

Sí, en efecto, es un callejón sin salida, ahora mismo, es un callejón sin salida. Comprendo que se siga llamando a la esperanza, hay científicos antropogénicos que lo hacen. Se trata de una excelente maniobra de supervivencia psíquica, de adaptación al medio, pero estamos en un callejón sin salida que sólo una reacción humana en cadena o una catástrofe natural pueden mitigar pero es más probable la segunda que la primera porque el género humano occidental progresista está muerto en estos momentos, cuando escribo, a finales de 2012. Por eso, lo peor no es la crisis (ambiental, financiera, empresarial...) sino la falta de esperanzas.

El Laboratorio de Estudios en Comunicación ([www.ladecom.es](http://www.ladecom.es)) de la Universidad de Sevilla, impulsó el 22 y 23 de noviembre de 2012, poco antes de la Ronda de Doha, unas jornadas sobre Medios de Comunicación y Cambio Climático, dirigidas por el Dr. Rogelio Fernández Reyes, donde distinguidos especialistas partieron de la base del cambio climático como efecto de la actividad humana. Al final, las jornadas dieron a conocer un decálogo. Las aportaciones de aquellas jornadas –incluyendo el decálogo– figuran en este libro que ha sido coordinado por la Dra. Rosalba Mancinas Chávez y que sale a la luz gracias al apoyo de la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. Ambos, Rogelio Fernández Reyes (director de esta obra y de las jornadas) y Rosalba Mancinas Chávez (coordinadora), pertenecen al grupo de investigación que dirijo en la Universidad de

Sevilla (España), el Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Grehcco).

Para nosotros, sobre todo la historia más reciente de los seres humanos, ha ido originando una actividad que ha traído muchas ventajas fundamentalmente al llamado mundo occidental. Pero, también, un proceso continuado de deterioro ambiental que ahora llega a su cénit. Las estructuras de poder –de mercado y otras- no parecen dispuestas a dar vuelta atrás, al revés, parecen estar atrapadas en su codicia desmedida. Y los medios de comunicación que poseen, salvo honrosas excepciones de periodistas incansables y admirables que pugnan contra la adversidad del discurso oficial o hegemónico, se han convertido en los voceros propagandistas de los grandes intereses entre cuyos barrotes estamos presos. Hasta aquellos segmentos del poder que claman desde hace tiempo por un cambio hacia las energías renovables (como es el caso de los dirigentes de la multinacional Abengoa) son silenciados y desprestigiados por sus colegas impulsores de las energías fósiles tradicionales.

Es deprimente asistir al espectáculo de nuestra propia decadencia, es como observar a un adicto a la droga o al alcohol que no puede dar marcha atrás. En el caso que nos ocupa, ni siquiera la duda razonable que se desprende del escepticismo sirve ya para actuar con la urgencia que se precisa no ya para impedir el –vamos a llamarle- posible desastre sino ni siquiera para intentar detenerlo en el futuro porque ya no se trata de arreglar nada sino de empezar a intentar que no siga avanzando demasiado.

Ramón Reig  
Catedrático de Estructura de la Información  
Director de Ladecom



## INTRODUCCIÓN

La presente obra colectiva parte de la celebración de las Jornadas Internacionales de Medios de Comunicación y Cambio Climático celebradas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla los días 22 y 23 de noviembre de 2012. El evento fue inaugurado por el Decano de la facultad, Antonio Checa, acompañado del Director General de Prevención, Calidad Ambiental y Cambio Climático, Jesús Nieto, del director del Grupo de Investigación Ladecom (organizador del evento), Ramón Reig, y de un servidor.

La ponencia magistral la impartió el profesor José Manuel Moreno, Vicepresidente del Grupo II del Panel Intergubernamental de Cambio Climático, con el título “La experiencia del IPCC para construir el consenso científico sobre el cambio climático”. Las Jornadas trascurrieron entre cuatro mesas redondas y varias ponencias. A ellas se sumaron el estreno del documental *In Transition 2.0*, la presentación del Seminario Respuestas desde la Comunicación y la Educación ante el Cambio Climático y la aprobación de un Decálogo sobre la Comunicación del Cambio Climático.

El itinerario de las mesas redondas comenzó por debatir si los medios de comunicación están reflejando la realidad ambiental. La segunda mesa, constituida por periodistas experimentados, abordó el cambio climático en los medios. En la tercera mesa los protagonistas fueron investigadores del tratamiento del cambio climático. Por último, la cuarta mesa trató sobre la transición mediática ante el cambio global.

Además de periodistas ambientales con un amplio recorrido profesional y buena parte de los investigadores sobre el tratamiento mediático del cambio climático del Estado español, las Jornadas se enriquecieron con la participación de periodistas e investigadores latinoamericanos a través de videoconferencias. La calidad de los contenidos fue la tónica general en esos dos días.

Fruto de todo ello, la Dirección General de Prevención, Calidad Ambiental y Cambio Climático de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Junta de Andalucía apoya el presente libro, que supone una oportunidad de transmitir investigaciones y reflexiones en torno a cómo se trata este reto ambiental en los medios de comunicación.

El elenco de artículos aborda una de las claves de este momento histórico: el cambio climático, el cual se suma a otras modificaciones que están generando un cambio global<sup>1</sup>. El periodista científico Manuel Calvo (recientemente fallecido y merecedor de un especial reconocimiento por su gran aportación al periodismo científico) defendía que uno de los grandes retos de nuestro tiempo consiste en informar al ciudadano sobre la grandeza, el riesgo y las servidumbres del hecho fundamental del cambio, “tal vez el más revolucionario que el ser humano haya conocido después de los hitos decisivos del descubrimiento del fuego y la invención de la imprenta. Para millones de seres humanos va a ser difícil adaptarse a los cambios, afrontar el reto de la adaptación, que no consiste, como en épocas anteriores, en afrontar situaciones nuevas y dominarlas gracias a la inteligencia, sino que supone un desafío a la inteligencia misma”. Por ello, los medios de comunicación están llamados a realizar, junto con el sistema educativo, “un esfuerzo gigantesco de instrucción prospectiva, y en una escala sin precedentes hasta ahora”<sup>2</sup>.

La incertidumbre del cambio global impide formular predicciones futuras. Entre los supuestos que frenan dichas predicciones se encuentran variables como las secuelas del cambio climático, el efecto del pico del petróleo, las consecuencias de la crisis financiera-alimentaria, conflictos armados, corrupción, la limitación de los recursos hídricos, complejos intereses geoestratégicos o económicos, cuestiones imprevisibles en los ámbitos sociales, políticos y psicológicos, la posibilidad de pandemias, etc. Pero a pesar de esta incertidumbre, ya se advierten grandes transformaciones en el sistema Tierra y se percibe, a través de modelos, que éstas se incrementarán.

Por otra parte, las necesidades humanas que requieren un cambio imperioso están recogidas en Los Objetivos del Milenio, un acuerdo de mínimos en pos de la dignidad humana<sup>3</sup>. Se encuentran, pues, dos sistemas interrelacionados por

---

1 Por cambio global se entiende “el conjunto de cambios ambientales afectados por la actividad humana, con especial referencia a cambios en los procesos que determinan el funcionamiento del sistema Tierra”, en DUARTE, Carlos M. (coord.) (2006), *Cambio global*. CICS, Madrid, p. 23.

2 En CALVO Hernando, Manuel (1992), *Periodismo científico*. Editorial Paraninfo, Madrid, pp. 33-34; (1997), *Manual de Periodismo científico*. Bosch, Barcelona, p. 29.

3 El balance de la *Declaración del Milenio* (2000), a pocos años vista de su fecha de ejecución (2015) no es alentador. Como exponen Farré y Masllorens “tenemos la obligación moral no sólo de poner fin a la pobreza, sino de poner fin también a ese abismo vital al que se enfrentan millones de personas (...) tenemos un solo mundo que cuidar o destruir entre todos”, en FARRE, Adela y MASLLORENS, Xavier (2007), *Los objetivos del milenio. No valen excusas*, Intermón Oxfam, Barcelona, p. 158.

sus dinámicas: el sistema biofísico y el sistema humano. Pero dentro del sistema humano hay grandes diferencias en el impacto del cambio global, tales como las responsabilidades o la capacidad de afrontar sus consecuencias.

El cambio climático se está erigiendo como el principal motor del cambio global. Sus consecuencias son ya visibles. Y las previsiones, según el IV Informe del IPCC (Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático), son preocupantes.

En septiembre de 2013 comenzarán a presentarse los resultados de un V Informe, que robustecerán las conclusiones del informe anterior y ampliarán la horquilla de incertidumbre. Una incertidumbre que tendrá, como cota mínima, un serio efecto. Y como cota máxima, unas consecuencias abrumadoras.

Los medios de comunicación volverán, previsiblemente, a dedicar de nuevo una mayor atención al cambio climático, como en Informes anteriores. Será una nueva oportunidad para que la comunidad internacional y la sociedad civil tomen en serio el reto y se decanten por respuestas efectivas. Será un nuevo aldabonazo para apostar por el despliegue de un cambio en el modelo civilizatorio, aunque sea, probablemente, demasiado tarde para lograr evitar el incremento de temperatura en 2º centígrados, punto focal sobre el que la COP 15 (la decimoquinta conferencia de las partes de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el cambio climático, la UNFCCC) de Copenhague en 2009 se comprometió a intensificar su cooperación a largo plazo. Un largo plazo que muy probablemente no disponemos.

¿Cómo se percibe el reto que nos ocupa? El trabajo del profesor Meira recoge un retrato de las representaciones del cambio climático en la sociedad española: “por una parte, prácticamente 9 de cada 10 personas acepta la realidad del cambio climático y cree mayoritariamente que su causalidad es humana; por otra, las alteraciones del clima no ocupan un lugar principal en la jerarquía de problemas que preocupan a la ciudadanía y, además, su relevancia ha ido disminuyendo a lo largo del último lustro hasta llegar a ubicarse en los últimos lugares entre los problemas identificados, o a desaparecer de ella”. O sea: sí, pero no.

En España hemos asistido, en los últimos años, a un debilitamiento de las políticas del cambio climático, reflejado en su recorte presupuestario, a una disminución de su presencia mediática y a una disminución de la preocupación ciudadana por este reto. Todo ello a la par que se multiplican las señales de alarma del avance del cambio climático de numerosas instituciones internacionales poco sospechosas de radicalidad, tales como El Banco Mundial o la Agencia Internacional de la Energía.

Mientras tanto, los medios de comunicación están sufriendo un duro golpe por los efectos de la crisis. Desde el comienzo de la crisis, en 2008, en España se han destruido 6.393 puestos de trabajo de profesionales de la información y han echado el cierre 197 medios, según el Informe anual de 2012 de la Asociación de la Prensa de Madrid. En este ambiente de desmoronamiento, el periodismo ambiental busca, como puede, cómo mantener la bandera de la calidad de la información y consolidarse en un nuevo escenario digital, que abre puertas innovadoras.

Por otro lado, otras reflexiones recogidas en la presente obra aluden al empoderamiento social y a la reactivación de la función social de los medios de comunicación. Las circunstancias están favoreciendo que la práctica comunicativa efectúe una mayor atención en las alternativas de solución. En el ámbito de la investigación, Piñuel y Gaitán<sup>4</sup> sugieren “pasar del estudio de los referentes mediáticos (tematización y jerarquía) como valores sociales, al estudio de los objetos, aconteceres y valores comunicacionales (discursos éticos y morales) como los referentes del propio acontecer social”.

Urge, tanto en la práctica comunicativa como en la incipiente investigación sobre el tema, enfocar buena parte de la atención en el análisis del origen y en las opciones alternativas.

El origen del cambio climático es un campo amplio para abordar. En el ámbito económico y político se cuestiona el modelo de consumo y de producción en el marco del liberalismo. En España, la ideología apenas influye en la representación del cambio climático. Tan sólo el liberalismo se decanta por la disfunción científica del *negacionismo*<sup>5</sup>, el cual, como expone el profesor Meira, “es residual en la sociedad española” en la actualidad. Un liberalismo que no se plantea, ni de lejos, que, para prevenir la ruptura climática que suponen la subida de la temperatura en los cuatro o cinco grados previstos por numerosas instituciones, sea preciso frenar las industrias del petróleo, el gas y el carbón<sup>6</sup>.

---

4 PIÑUEL, José Luis y GAITAN, Juan Antonio (2010), “El discurso hegemónico sobre la verdad y la comunicación en la autorreferencia mediática en Prensa” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 572-594.

5 FERNANDEZ, Rogelio (2010), “Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España”, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, octubre 2010, disponible en [www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr.pdf](http://www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr.pdf).

6 MONBIOT, George (2012), “Planeta prohibido”, en <http://www.ecoport.net/content/view/full/105038/>.

Un punto clave en el ámbito político es la introducción de la realidad del límite en el corpus de todas las corrientes ideológicas.

En el ámbito social y ciudadano la huella de carbono es un instrumento que señala directamente la responsabilidad o la inocencia de las sociedades y los ciudadanos.

En cuanto a las opciones alternativas, la sostenibilidad es la referencia. A pesar de tener una presencia paupérrima en los relatos periodísticos y en los contenidos de la Universidad, va abriéndose sitio en ambos ámbitos y es previsible que se acreciente. Una sostenibilidad basada en la eficiencia, en la coherencia y en la suficiencia no es compatible con el modelo civilizatorio actual, porque se hace eco de los límites y aboga por una transición. Hay espacio para un gran debate social y en ello tendrán un papel importante los medios de comunicación. Vivimos en un momento histórico especial. Son momentos difíciles con el terreno labrado para una explosión de creatividad.

La presente publicación efectúa un retrato del tratamiento mediático del cambio climático en el Estado español y en países como Brasil y Argentina. Se abordan temas como la crisis, el debate de los puntos focales, el cambio global o la aportación del periodismo ambiental a la profesión. Un recorrido que comenzamos con la publicación del Decálogo sobre la comunicación del cambio climático, aprobado en las Jornadas. Con ello, se otorga la prioridad al trabajo conjunto, al trabajo en red. Le siguen artículos y reflexiones que abarcan un amplio abanico que va desde rigurosidad científica a reflexiones de profesionales e investigadores del gremio. Todos ellos aportan una nota específica para la pieza musical que tiene ante usted. Espero que la disfrute.

Rogelio Fernández Reyes  
Director de las Jornadas



## PRÓLOGO

# CONTEXTO DISCURSIVO DE LA COMUNICACIÓN COMO PROBLEMA ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO

JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA  
(Universidad Complutense de Madrid)

Cuando fui invitado a escribir un Prólogo a este libro, solicité que se me facilitase su contenido completo, pues yo sólo conservaba las notas personales que me sirvieron para retener en mi memoria la experiencia de las exposiciones orales y los debates habidos en los dos días de jornadas sobre *Medios de Comunicación y Cambio Climático* en que tuve la suerte de participar en la Universidad de Sevilla. Desconocía, por consiguiente, los textos completos que cada autor brindó para integrar esta edición, salvo obviamente el propio texto que yo les ofrecí ilustrando mi exposición oral.

Pues bien, tras la lectura de los textos de *Presentación* e *Introducción* respectivamente redactados por mi colega y amigo Ramón Reig y por mi antiguo alumno y hoy maestro Rogelio Fernández, disfruté también la lectura de los textos completos de quienes me acompañaron en aquellos debates orales, y que culminaron con la propuesta y aclamación del *Decálogo sobre la comunicación del cambio climático*, encabezando el libro. En consecuencia, si aspiraba a cumplir el compromiso asumido de escribir su Prólogo, habría de enfrentarme a la tarea de contextualizar los capítulos que siguen, cuyo discurso gira en torno a la “Comunicación” como problema ante el Cambio Climático.

Según la tercera acepción del Diccionario de la RAE, en su artículo enmendado para la vigesimotercera edición, *Prólogo* significa: “Primera parte de una obra, en la que se refieren hechos anteriores a los recogidos en ella o reflexiones relacionadas con su tema central”. Las demás acepciones, que cualquiera puede consultar, son más generales y menos precisas. Voy a exponer entonces algunos hechos anteriores a

los recogidos en esta obra, junto con algunas reflexiones relacionadas con su tema central: la Comunicación como problema ante el Cambio Climático.

En estas Jornadas, el texto del *Decálogo sobre la comunicación del cambio climático* y los discursos posteriores, aportados por cada uno de los autores invitados, plantean el mismo problema: cómo evaluar, diseñar y realizar la mejor comunicación posible sobre el riesgo de que se agrave aún más el proceso ya irreversible del calentamiento global del planeta, con todas las consecuencias que de ello se derivan. Y la urgencia de evaluar la comunicación que se hace sobre este riesgo cada vez más grave es también cada vez mayor. En estas jornadas, sin embargo, no han podido ser invitados a reflexionar sobre este problema todo tipo de profesionales concernidos por la actividad de comunicar lo mejor posible los riesgos derivados de este proceso de calentamiento global y las reacciones sistémicas a ser emprendidas, tanto para enriquecer el conocimiento socialmente disponible, como para llevar a la práctica actuaciones susceptibles de mitigar las consecuencias del calentamiento global y su aceleración.

Es comprensible que a lo largo de dos jornadas de trabajo no se le pueda dar la palabra a muchos expertos, y en esta ocasión han sido invitados a compartir su experiencia 18 expertos, los cuales han brindado, la mayoría de ellos, exposiciones por escrito, ricas de contenido y de matices. Es también reseñable que a mayor número de interlocutores, menor extensión y profundidad puede esperarse de sus discursos, salvo si el tiempo de los debates se alarga indefinidamente. Por lo cual el desafío consiste en organizar convenientemente la convocatoria a expertos cuando se quiere centrar un tema complejo, y acortar los tiempos de sus intervenciones a debate. Esto es lo que aspira a ser facilitado por una técnica de reuniones capaz de convocar a gran número de expertos, brindándoles a todos la oportunidad de expresar sus opiniones matizadas, y sin exceder de una jornada de trabajo. La técnica es la conocida como *Phillips 66* y la experiencia de haber aplicado esta técnica reuniendo en una sola jornada a expertos de muy diversa índole concernidos profesionalmente por el problema de la comunicación en torno al Cambio Climático, nos permite exponer ahora en este Prólogo cuáles fueron los discursos de aquellos expertos, en tanto que hechos anteriores a los recogidos en esta obra.

En el marco de la investigación cuyos avances describo en el capítulo 1 tras el texto del *Decálogo sobre la comunicación del cambio climático*, hubo una jornada, celebrada en el mes de septiembre pasado, aplicando la técnica de reuniones Phillips 66 con casi cuarenta expertos que en su actividad profesional habitualmente se ven enfrentados al reto de evaluar y mejorar en lo posible su comunicación en torno al Cambio Climático.

Como es sabido, la técnica del Phillips 66 consiste en reunir a los convocados, tras una primera sesión plenaria en que se explica el procedimiento, y distribuirlos por grupos de seis a nueve integrantes siguiendo criterios pertinentes por especialidades, de forma que puedan sucederse cortas reuniones por grupos, de poco más de seis minutos cada una, en las cuales todos sus miembros realizan rondas de intervenciones cortas, de las que toma nota un portavoz que cada grupo elige. Después de una primera ronda de reuniones por grupos, se celebra una segunda sesión plenaria en que intervienen los portavoces de cada grupo informando sobre las aportaciones que cada grupo hace a la primera cuestión planteada en el protocolo. Con esta mecánica de reuniones por grupos y sesiones plenarias posteriores con intervención de los portavoces, pueden sucederse varias rondas, hasta concluir la jornada con una sesión plenaria de debate. Gracias a las grabaciones de las reuniones por grupo y de las sesiones plenarias, se puede obtener un informe final sobre un tema complejo, mucho más rico de matices y de contenido que con la aplicación de una encuesta, menos costoso en tiempo que con la realización de entrevistas a un número importante de expertos, y habiéndole brindado la oportunidad de expresarse a todos y cada uno de los expertos convocados, en el tiempo de una corta jornada de trabajo que no suele exceder de seis horas incluyendo descansos y catering.

El informe sobre la jornada celebrada en el marco de la investigación anteriormente citada, será publicado próximamente en una revista internacional y en él se da cuenta exhaustiva de cómo ven el complejo tema de la comunicación sobre el Cambio Climático especialistas de muy diversa índole. Aquí, sin embargo, sólo vamos a ofrecerle al lector la imagen caleidoscópica de las apelaciones recíprocas que los participantes del Phillips 66 se cruzaron entre sí durante el debate final en torno a fortalezas y debilidades de la comunicación a propósito del Cambio Climático. Nos servirá de Prólogo, es decir, representará el contexto discursivo de la Comunicación como problema ante el Cambio Climático, que es el tema central de este libro.

Al Phillips 66 celebrado en septiembre pasado, fueron convocados expertos por cuyas categorías profesionales fueron distribuidos en los siguientes grupos:

- El primer grupo estaba integrado por profesores universitarios y de enseñanzas medias con actividad investigadora y docente centrada sobre *Ciencias de la Tierra y el clima*
- El segundo grupo estaba integrado por ingenieros y hombres de empresa con actividad profesional centrada sobre el sector de la *Energía y el Medioambiente*

- El tercer grupo estaba integrado por periodistas y comunicadores con actividad profesional vinculada al dominio de la *Opinión Pública y Cultura de Masas en torno al Medioambiente*
- El cuarto grupo estaba integrado por profesionales y expertos con actividad vinculada al ámbito ciudadano de la *Educación social y medioambiental*
- El quinto grupo estaba integrado por funcionarios y políticos responsables de gestionar actividades de la *Política, la Administración del territorio y la sostenibilidad ambiental*
- El sexto grupo estaba integrado por activistas y militantes de *ONG's y movimientos sociales del Tercer Sector centrados en la defensa del Medioambiente*.

Tras las rondas previas de reuniones por grupos y de sesiones plenarias informando sobre las aportaciones de cada grupo al problema de la Comunicación a propósito del Cambio Climático, el debate de la sesión plenaria final estuvo dedicado a las apelaciones recíprocas que los especialistas de cada grupo le dirigía a los demás grupos, y a las tomas de conciencia con que cada grupo manifestaba sus respectivas debilidades y fortalezas a propósito de la propia comunicación social practicada.

En el Cuadro 1 de la página siguiente aparecen en filas y columnas los nombres de cada uno de los grupos citados de expertos y profesionales, de forma que de izquierda a derecha y de arriba abajo, pueden verse, en primer lugar, las apelaciones que los CIENTÍFICOS se dirigen primero a sí mismos, y luego a los EMPRESARIOS, a los PERIODISTAS Y COMUNICADORES, a los EDUCADORES SOCIALES, a los POLITICOS y finalmente a las ONG's y movimientos sociales verdes. En segundo lugar, las apelaciones que los EMPRESARIOS dirigen a los CIENTÍFICOS, luego a sí mismos, y después a los PERIODISTAS y COMUNICADORES, a los EDUCADORES SOCIALES, a los POLITICOS y finalmente a las ONG's. Etc.

Invito al lector a que reflexione al hilo de la lectura de las casillas de este cuadro, cuyo comentario pormenorizado prefiero ahorrárselo, pero no obstante cabe resaltar cómo todos los grupos realizan auto-apelaciones a su práctica comunicativa, y cómo también todos los grupos dirigen apelaciones a los PERIODISTAS Y COMUNICADORES, siendo a continuación los CIENTÍFICOS quienes reciben apelaciones también de todos los demás grupos a excepción del grupo de las ONG's y Movimientos verdes. Los EDUCADORES SOCIALES, por su parte, reciben apelaciones sólo de PERIODISTAS y de POLÍTICOS, mientras que los POLÍTICOS las reciben sólo de los CIENTÍFICOS y de los PERIODISTAS. Finalmente, a las ONG's y Movimientos verdes sólo le dirigen apelaciones los PERIODISTAS; y a los EMPRESARIOS, curiosa-

CUADRO 1: CONTROVERSIAS ENTRE LOS AGENTES SOCIALES SOBRE LA COMUNICACIÓN A PROPÓSITO DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y DEL MEDIOAMBIENTE (Resultados de la aplicación del PHILLIPS 66 EN EL I.E.S. PUERTA BONITA. Investigación grupo MIDCS. Sesión Final)						
Critica de...	→ Científicos	→ Empresarios	→ Periodistas y comunicadores	→ Educadores	→ Políticos	→ ONG's y Mov. Soc.
<b>CIENTÍFICOS</b> (De la tierra y Clima)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No sabemos comunicar a sociedad</li> <li>- Debemos reforzar los gabinetes de prensa de Univ. y Organismos de investigación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hemos utilizado la incertidumbre de mensajes científicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sensacionalismo:</b> controversia donde hay consenso científico, mostrar como opinable si hay o no CC, etc.</li> <li>- <b>Discontinuidad en el mensaje:</b> inconsistencia y focalización exclusiva en lo noticioso</li> <li>- <b>Ignorancia o desvaloración de la ciencia</b></li> <li>- Los medios no procuran formación</li> <li>- Desconocimiento</li> <li>- Escasa rigurosidad en los telediaros <i>prime time</i></li> <li>- Información basada en el miedo y la alarma</li> <li>- Deben especializarse los profesionales y crearse nuevos productos divulgativos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abstención o inacción</li> <li>- Derivación de la responsabilidad y de las soluciones</li> </ul>	
<b>EMPRESARIOS</b> (energía y medio ambiente)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incertidumbre del mensaje científico</li> </ul>					
<b>PERIODISTAS Y COMUNICADORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausencia de mensajes categóricos sobre evidencias científicas</li> <li>- Necesidad de una organización científica nacional que difunda mensajes mequívocos con validez general</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- No somos responsables de las incertidumbre o la rotundidad de las informaciones científicas</li> <li>- Privilegiamos fuentes de calidad (científicas o políticas)</li> <li>- Lo que más difundimos son las noticias de las catástrofes y las decisiones políticas críticas</li> <li>- Debemos invertir más en la calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>En el Currículum</i> académico debe incluirse una formación en temas de medio-ambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Depende de su convicción personal</li> <li>- Falta de nivel</li> <li>- Decisiones sólo en las situaciones de desastre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesibles pero de dudosa calidad</li> <li>- Malos comunicadores</li> </ul>
<b>EDUCADORES SOCIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exceso de complejidad</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exceso de problematización de los contenidos</li> <li>- Deber hacer notar la relevancia del CC frente a otros problemas, situándolo en el marco de la crisis global</li> <li>- La normalización de la catástrofe en los mensajes medioambientales produce saturación.</li> <li>- Hay que centrarse en mejorar la calidad de las fuentes</li> <li>- La comunicación mediática más influyente está también en las series de ficción o en la publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia pedagógico-comunicativa:</li> <li>- entender el problema</li> <li>- que se está haciendo por resolverlo</li> <li>- qué puedan hacer los ciudadanos</li> </ul>		
<b>POLÍTICOS y FUNCIONARIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deben tener un papel más proactivo y responsable.</li> <li>- Debe haber encuentro científico-político</li> <li>- I+D está financiada con dinero público, lo que coarta la libre expresión del científico</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- El rigor decrece en los medios tradicionales</li> <li>- Importancia creciente de la divulgación en las redes sociales para crear hábitos y para conocer lo que la ciudadanía pide, opina y exige (p.e. twitter)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Universidad ha perdido capital cognitivo sobre el CC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nos falta rigor científico en la política</li> <li>- Los políticos debemos dar ejemplo</li> </ul>	
<b>ONG'S Y MOVILMIENTOS SOCIALES</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- La crisis afecta a la formación como profesionales de los periodistas</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- En las redes + información + mentiras</li> </ul>

mente, nadie les reclama nada, y sólo aparecen reconociendo que se aprovechan usando los márgenes de incertidumbre con que trabajan los científicos.

Sirva pues esta imagen caleidoscópica de las controversias entre los agentes sociales sobre la comunicación a propósito del cambio climático y del medioambiente, como contexto discursivo de la Comunicación como problema ante el Cambio Climático, tema central de las jornadas y del libro que el lector tiene en sus manos. Y aquí acaba el Prólogo en que se narran los hechos anteriores a los recogidos en este libro, y en el que incito al lector que prosiga las reflexiones relacionadas con su tema central: cómo evaluar, diseñar y realizar la mejor comunicación posible sobre el riesgo creciente y ya irreversible del calentamiento global del planeta, con todas las consecuencias que de ello se derivan.

Gracias por continuar leyendo.

Madrid, 23 de diciembre de 2012

## **DECÁLOGO SOBRE LA COMUNICACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO**

1. El derecho a un planeta habitable y a la sostenibilidad es incuestionable. El cambio climático es un fenómeno inequívoco atribuido al impacto del ser humano. Los medios de comunicación han de informar sobre él, sobre el grado de amenaza que supone y sobre la necesidad urgente de actuar. Entendida la comunicación como servicio público, el periodismo debe asumir el reto de comunicar los impactos ya inevitables y las políticas de respuesta precisas para minimizar dichos impactos y adaptarse a ellos, a través de una información de calidad.
2. La Tierra se ha sobrecalentado en el último siglo y los distintos escenarios apuntan a una agudización del problema. Es importante que los medios de comunicación tomen muy en cuenta la relevancia que tiene esta realidad y conozcan la representación del cambio climático que tiene la sociedad y la audiencia para enfocar mejor la comunicación de este reto. La creciente complejidad del tema, los cambios paulatinos que le imponen su dinámica conceptual y la propia realidad socio-económico-ambiental, obligan a los profesionales de la comunicación a jerarquizar su formación permanente.
3. Es preciso evitar tanto el catastrofismo, como la omisión de información. Siempre que sea posible se debe complementar la alarma con la presentación de posibilidades de intervención y alternativas de solución.
4. Vincular el cambio climático a la vida cotidiana (eficiencia y ahorro energético, fuentes energéticas limpias, reciclaje de residuos, consumo responsable, decrecimiento energético, etc.) y a las realidades cercanas en el tiempo y en el espacio; es la forma de que temas generalmente complejos resulten comprensibles y de interés directo de las personas. Conviene, por tanto, socializar la acción individual

e individualizar la acción social. Así como poner de manifiesto las responsabilidades en la generación del problema y en la generación de soluciones.

5. Los medios de comunicación no deben convertir la información sobre cambio climático en un falso debate entre si existe o no el cambio climático, puesto que es una respuesta que ya han dado los científicos. El “negacionismo” y escepticismo deben ser contemplados como un estímulo para un mayor rigor y celo científico, evitando una simetría informativa injustificada con los sectores pseudocientíficos que así se manifiestan. Al hacerse eco mediático de sus afirmaciones es necesario identificar los intereses a los que sirven, y valorar el rigor y la legitimidad científica de la información que llega a los medios o que estos sectores producen específicamente para ellos.
6. Enarbolar la ética, defendiendo la independencia de los poderes establecidos. Los medios de comunicación han de promover la equidad en el acceso a la información sobre el cambio climático y ayudar a organizaciones e individuos con menos recursos o sin recursos a transmitirla y a obtenerla.
7. Es preciso considerar el fenómeno del cambio climático como un proceso sistémico y no como sucesos aislados, y efectuar un seguimiento del fenómeno mediante una información debidamente contextualizada en el marco planetario de integración en la naturaleza.
8. Los medios de comunicación son fuente de información, e indirectamente de formación, para la gran mayoría de la población, ejerciendo una función de concienciación de primer orden. Es preciso que los medios de comunicación encuentren la manera de despertar el interés del público sobre el cambio climático y ofrezcan información que resulte comprensible para el ciudadano medio.
9. Se percibe la necesidad de un cambio de modelo civilizatorio. Es importante que los medios asuman una función social en este proceso. Las soluciones al cambio climático son políticas, morales y sociales además de científico-técnicas. Implican, igualmente, un

nuevo estilo de vida en los países más ricos, de menor impacto en el deterioro del medio ambiente y que facilite una redistribución de los recursos con los países más pobres. Es oportuno incrementar y potenciar el prestigio social de los comportamientos y los estilos de vida que ayudan a frenar el cambio climático.

10. Es oportuno potenciar y crear redes de comunicadores/as que aborden este reto.

*(Aprobado por aclamación en las Jornadas Internacionales de Medios de Comunicación y Cambio Climático celebradas en Sevilla los días 22 y 23 de noviembre de 2012).*



# EL DISCURSO HEGEMÓNICO DE LOS MEDIA SOBRE EL “CAMBIO CLIMÁTICO” (RIESGO, INCERTIDUMBRE Y CONFLICTO) Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

JOSÉ LUÍS PIÑUEL RAIGADA

Universidad Complutense de Madrid

## 1. INTRODUCCIÓN: LA FINALIDAD DE UN PROYECTO (REF. CSO2010-16936COMU) EN CURSO

Continuando con la línea de trabajo del Proyecto I+D titulado “El discurso hegemónico a propósito de la verdad y la comunicación” (SEJ2007-62202SOCl), emprendido por la mayoría de miembros del Grupo de Investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS), de la Universidad Complutense de Madrid, este nuevo proyecto, titulado *El discurso hegemónico de los Media sobre el “Cambio Climático” (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes*, plantea ahora su objeto de estudio acerca del discurso hegemónico a propósito del CC. Concretamente, se cuestiona si la producción de comunicación sobre el CC en los MCS se orienta a la verdad, al servicio público y al interés general, cuando se seleccionan los temas de la Agenda Pública, o si, por el contrario, la práctica comunicativa de los MCS está contribuyendo a crear una “realidad” superpuesta que consiste en prestarle más atención al debate sobre el CC que a los riesgos de esta crisis ambiental. De esta forma, el discurso centrado en este debate se torna en acontecimiento, y se convierte, en último término, en realidad social. Contrastar este universo referencial mediático con modelos experimentales de discurso que apuntan al riesgo planetario del CC constituye entonces un objetivo primordial y estratégico para que los MCS puedan desempeñar con mayor eficacia su responsabilidad social frente a esta crisis planetaria. Estudios previos a los que nos referiremos más adelante demuestran cómo esta práctica habitual en los MCS (*Agenda Setting*) es especialmente significativa.

Habida cuenta de la complejidad de un fenómeno como el Cambio Climático, se hace necesaria, más que nunca, una cooperación por parte de los MCS en la búsqueda de una mínima alfabetización científica que permita a la sociedad

comprender en su complejidad todos los cambios geográficos, económicos, políticos, ambientales y sociales que ya se están produciendo y cuya inercia ya es difícilmente reversible. El compromiso actual de los MCS con esta crisis se ha revelado poco eficaz atendiendo a la falta de información y formación precisas que tiene la población en general sobre la verdadera naturaleza del CC. Resulta especialmente significativo el caso de los informativos de televisión, cuyos contenidos son marcados a golpe de Agenda y elaborados conforme a una estructura narrativa constreñida a nivel formal y comunicativo y que atiende, a grandes rasgos, a un formato encorsetado y una duración muy limitada de las piezas informativas. Es por ello que ahora, con carácter prioritario, resulta imperioso el desarrollo de nuevas propuestas y modelos comunicativos, que incorporen fórmulas narrativas innovadoras que traten de evitar el discurso hegemónico de las incertidumbres sobre el CC en los MCS, especialmente en el medio Televisivo.

Como fin último de este Proyecto se encuentra el diseño y contraste experimental de nuevas propuestas narrativas y de contenido, que respondan a la urgencia de un cambio en el modelo de desarrollo sustentable frente al riesgo planetario del CC, con formatos y mensajes innovadores acomodados a la Responsabilidad Social de los MCS. El público objetivo de esta fase experimental final serán los jóvenes de hoy, es decir, los actores del futuro en los diversos escenarios políticos, educativos y económicos en los que se tomarán decisiones claves para un cambio social y ambiental sostenible y justo. Aunque los jóvenes constituyen la franja de público que menos hace uso de los MCS convencionales y más emplea las nuevas tecnologías, es en la medida que todos los MCS se han integrado ya en la red como los jóvenes disponen de similares contenidos gracias a Internet, si bien su acceso es selectivo, aleatorio y sin cita previa. Para el diseño de estos modelos experimentales, conviene pues desvelar previamente las pautas de uso lúdico, informativo y formativo que hacen los jóvenes de los MCS en el ciberespacio, a la vez que se precisa su nivel de conocimiento y sensibilización actual respecto a la grave crisis ambiental que supone el CC.

## **2. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DE LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICO-TÉCNICOS**

La comunicación alternativa sigue siendo uno de los ámbitos más desconocidos en el campo académico e institucional español, pese a que los años de la Transición política a la democracia (1975-1982) ayudaron a articular algunos de los debates teóricos más fructíferos sobre esta materia –que hoy, por desgracia, han caído en

el olvido (Vidal Beneyto, 1979; De Fontcuberta y Gómez Mompert, 1983; Moragas, 1979; Prado, 1983; etc.), así como un conjunto de vitales experiencias pioneras – radios comunitarias, fanzines, programas edu-comunicacionales de alfabetización audiovisual, etc.-, que nos ayudan a re-situar la investigación en la línea de estos antecedentes e intervenciones sociales.

Sin embargo, a la hora de aprehender en su integridad los mecanismos de (re) creación de la realidad social a partir del universo referencial de los medios, las herramientas de la comunicación alternativa se convierten hoy en un anclaje esencial. Analizar cómo se re-significan los mensajes hegemónicos en el proceso de recepción de las audiencias y observar cómo los ciudadanos construyen discursos y esferas públicas alternativos (Habermas, 2002), al margen de los “dispositivos” (Foucault, 1978) e instituciones del Estado y del entramado empresarial, permite averiguar cómo se conforma una parte ineludible de la realidad social por donde discurren intereses, aspiraciones y demandas particulares.

Desde principios de los años 70 del siglo pasado, la tradición de los *Cultural Studies* británicos (Williams, 1971; Hall, 2004) o la teoría latinoamericana de la comunicación (Martín Barbero, 1987; García-Canclini, 2007) han contribuído sobremanera a la comprensión de la comunicación como un espacio conflictivo en el que se discuten y negocian significados distintos, a veces en abierta disputa, que apuntan todos ellos a una particular “construcción social de la realidad” (Berger y Luckmann, 1972).

A partir del vital re-descubrimiento de obras como las de Antonio Gramsci, que facilitan estas corrientes teóricas, el análisis del discurso se ve obligado a centrarse no sólo en descifrar las lógicas canónicas de representación de los medios convencionales, sino también en descubrir los sutiles vínculos que interrelacionan a lo popular y lo masivo en la construcción de las culturas populares y subalternas, dentro de las cuales el imaginario de los jóvenes constituye una parte fundamental.

Entendemos pues que es necesario transitar desde el concepto estricto y restringido de “medios” al de las “mediaciones” (Martín Barbero, 1987); o lo que es lo mismo, a un mundo social conformado por la relación de los medios masivos con la vida cotidiana en el trabajo, la política, los movimientos sociales o la producción cultural, y en el que intervienen factores que marginan a algunos sectores por razones de índole económica, étnica, etaria, de género o procedencia.

En este contexto, la particular manera de experimentar el mundo que tienen los jóvenes se traduce en adscripciones y diferenciaciones identitarias (Reguillo, 2000) y en una cotidianeidad que conduce a la producción y reproducción de discursos, determinados tanto por los MCS masivos como por la relación de sus mensajes con

repertorios y esquemas mentales y de acción propios, a veces contestatarios y en abierta disputa con los hegemónicos, que determinan su desarrollo específico en el marco de lo social.

Por otra parte, en lo que respecta a la *tematización* de las agendas de la actualidad habría que considerar algunos antecedentes. En primer lugar, resulta necesario mencionar la denominada *Agenda pública de los medios* (MCS). El concepto de "establecimiento de la agenda pública" (McCombs y Shaw, 1972) se relaciona con una estrategia de los medios por la que se contribuye a establecer la naturaleza y jerarquía pública de los temas de importancia social tratados en los mismos, mediante su circulación, difusión y discusión pública. La hipótesis general de la conocida como *agenda setting* es que, dada una agenda de los medios, tarde o temprano ésta puede determinar una agenda pública que tienda a organizarse en los términos de aquélla. Lang y Lang (1981) resumen los presupuestos de esta concepción: "Los *Mass Media* fuerzan la atención hacia ciertos problemas (...). De continuo sugieren objetos en torno a los que pensar, y formas de sentir y pensar acerca de los objetos que presentan". Como señala Roda (1989), "la capacidad más sobresaliente de los medios es la de jerarquizar para la colectividad la importancia de los problemas, si bien de modo indirecto, estableciendo áreas hacia las que coordinadamente se orienta la reflexión colectiva". Así, la constitución de la agenda temática se basa en la percepción que tiene el sujeto del estado de la opinión pública: lo determinante es la importancia que el individuo cree que los demás atribuyen al tema, como apunta Noelle Neumann (1974).

El concepto de "establecimiento de la agenda" sintetiza, por otro lado, gran número de los esfuerzos teóricos que han tratado de describir la influencia o efectos que la instrumentación de los MCS procura en las audiencias. Más allá de las teorías que hacen depender la eventual influencia de los Media en las condiciones o disposiciones psicosociales (McGuire, 1969) que presenta el sujeto en el momento de la exposición (por ejemplo teorías del *refuerzo* de la opinión en Hovland, y otros, 1949, 1953; del *uso* y la *gratificación* emocional en Katz, Blumler y Gurevitch, 1973; o de la *incongruencia*, *disbalance* o *disonancia cognitiva* en Osgood, Abelson y Festinger, respectivamente), la agenda temática fundamenta la capacidad de los medios para modelar las actitudes en el hecho de que estas actitudes aún no se hayan constituido como tales en los individuos. Según David H. Weaver (1981), la confirmación de la hipótesis de la agenda se producirá sobre todo en el caso de los temas sin opción personal de contraste (Rogers, Dearing y Bregman, 1992).

David H. Weaver señala los aspectos de investigación adicionales más frecuentados en torno al establecimiento de la agenda pública:

1. los pasos previos o “construcción de la agenda” (*agenda-building*), a saber: quién fija el repertorio de los medios (Gilberg, Eyal, McCombs y Nicholas, 1980; Lang y Lang, 1981; Weaver y Elliot, 1985; Turk, 1986);
2. las condiciones circunstanciales que facilitan o dificultan que se produzca el proceso de la canalización mediática (MacKuen y Coombs, 1981; McCombs, 1982; Behr y Iyengar, 1985; McCombs y Weaver, 1985; Smith, 1987-a); y
3. las consecuencias generadas por dicha canalización en la opinión pública y en las actuaciones sociales, lo cual plantea la cuestión del “y luego qué” (Weaver, 1984; Iyengar y Kinder, 1987).

La existencia del proceso de *tematización*, llevado a cabo por la comunicación pública, presupone que éste se realice mediante aquellos criterios de selección que Luhmann, N. (1998) denominara “reglas de atención”. La existencia de estas reglas, previas a la *tematización*, permite afirmar a este autor que los individuos, a pesar de sus posibles preferencias, tan sólo pueden optar entre las selecciones temáticas previamente establecidas por los medios de comunicación de masas: “Las reglas de selección orientadas hacia el reclamo de la atención pública son previas al proceso comunicativo, son aceptadas de manera implícita por el público y no se corresponden con las motivaciones que rigen la conducta, y deben de ser consideradas como el origen de la selección temática pertinente en cada sistema social” (citado en Böckelmann, 1983). En sus planteamientos, Luhmann propone una nueva concepción de la opinión pública entendida como estructura temática que intenta reducir la complejidad en una sociedad de “complejidad estructural” como es nuestro contemporáneo medio social.

Asimismo, este proceso de *tematización* resulta sólo viable en la medida en que aparecen en los medios los mismos temas (*acumulación*); que se produce la convergencia de estos temas en distintos medios (*consonancia*); y que su “omnipresencia” genera un *clima de opinión* (cfr. todo ello en Neumann, 1980). Así, los temas más referidos, de audiencia más masiva y que ocupan más tiempos y espacios de los *media* (p.e. de la televisión, o de la prensa), son los que ofrecen la posibilidad de una *dieta expositiva* más sistemática (*cultivo*) y que más pueden contribuir a crear una *visión limitada del mundo* (cfr. a este respecto, Gerbner, 1976): compartiendo imágenes, expectativas, definiciones, interpretaciones, valores.

Actualmente existe gran consenso sobre la escisión entre la opinión pública instaurada en torno a la certidumbre/incertidumbre sobre el riesgo planetario del CC. Tal como cita Carvalho, A (2009), al analizar los marcos establecidos por un gran número de periódicos y agencias de noticias americanos respecto

a la ciencia del cambio climático entre marzo de 2003 y febrero de 2004 (Antilla , 2005), se hace evidente el contraste entre el creciente consenso en la comunidad científica y la imagen de controversia o incertidumbre generada por los medios debido a la enorme atención prestada a unos cuantos “escépticos” del clima.

*Los medios de comunicación –dice Carvalho- son elementos clave en la mediación de las “relaciones de definición” (Beck, 1992) entre las esferas científica, pública y política. La noción de ciencia como una “torre de marfil”, exenta de la exposición y del debate públicos, es cada vez más inadecuada. Puesto que nuestra “sociedad de riesgo” (Beck, 1992) genera nuevos problemas que requieren una interpretación científica, pero que nos afectan a todos, a la ciencia se le pide que “salga a la calle” y sea la base de las decisiones políticas. Los políticos suelen esperar que los científicos proporcionen respuestas a los problemas que se debaten en los medios de comunicación y en otros escenarios públicos, y realizan toda una variedad de usos públicos de la ciencia para legitimar la acción o la inacción. El conocimiento científico también es utilizado por un gran número de actores sociales, entre los que se incluyen las empresas y los activistas, para justificar programas concretos conforme se van estableciendo nuevos vínculos entre ciudadanos, científicos, políticos y profesionales de los medios de comunicación; el anclaje de la ciencia y la política se ha vuelto cada vez más público y la ciencia se ha visto expuesta a la crítica, la refutación y la deconstrucción*

Un estado de cosas como el descrito por Carvalho, es el que justifica abordar un proyecto de investigación como el que estamos realizando: “El discurso hegemónico de los Media sobre el “Cambio Climático” (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes”, cuyos objetivos y metodología se especifican en los apartados siguientes.

### **3. OBJETIVOS DEL PROYECTO Y METODOLOGÍA**

#### **3.1. Las hipótesis de partida, en las que se sustentan los objetivos del proyecto, son:**

A. El debate sobre el CC es un tema de agenda en los MCS.

Hipótesis 1.- El acontecer sobre el CC que relatan los MCS se centra en la incertidumbre que los propios medios instauran compitiendo entre sí por

brindar la agenda pública del debate entre Políticos, Científicos y movimientos ciudadanos.

B. Los MCS elaboran un discurso público sobre la incertidumbre del CC que se torna hegemónico.

Hipótesis 2.- El discurso público sobre la incertidumbre del CC se torna en "segunda realidad" superpuesta al devenir del CC y se convierte en un referente cuya existencia resulta independiente de la naturaleza de los hechos vinculados al CC (de los que se habla) y frente al que los actores sociales (científicos, políticos y movimientos ciudadanos) terminan viéndose comprometidos.

C. El discurso que los MCS convierten en hegemónico transforma las condiciones de verdad y de realidad del CC frente al que los agentes sociales se encuentran comprometidos.

Hipótesis 3.- Las administraciones, la industria, los partidos políticos, las asociaciones científicas, etc. se ven comprometidas a competir entre sí por ocupar el proscenio de la actualidad mediática que gira en torno al debate sobre el CC como tema de agenda.

D. Este discurso hegemónico de los MCS se apoya en encuadres (frames) que, desvelados, pueden experimentarse por Sistemas de Respuesta Interactivas de Audiencia (AIRS) entre jóvenes.

Hipótesis 4.- Los datos de apreciación//rechazo sobre el discurso mostrado a los jóvenes en prueba experimental pueden anticipar estrategias eficaces de comunicación sobre el CC, desactivando el referente hegemónico de la incertidumbre.

**3.2. Los objetivos concretos** que siguen, ya enunciados anteriormente, se enmarcan en la línea que apunta al diseño de estrategias de mediación e intervención sobre la práctica mediática de informar sobre el CC. Y son concretamente:

1. Seleccionar un corpus de discursos mediáticos (registros de informativos de TV en prime time) que durante 2010 y 2011 (cobertura de las Cumbres de Cancún y Durban, más registros de telediarios entre las dos cumbres) tienen como referencia el riesgo del CC como tema de agenda.
2. Hacer un Análisis de Contenido capaz de poner de manifiesto los enfoques que atañen a la referencia del CC como tema de agenda y desvelar el discurso canónico (modelos narrativos dominantes) de esta referencia. Averiguar cómo se gesta la agenda pública a partir de la agenda mediá-

tica adquiere ahora una especial trascendencia cuando se advierte que, cada vez con mayor frecuencia, se sustituye la primera por la segunda.

3. Diseño y aplicación de análisis de discursos de Grupos Delphi y Phillips 66 para contrastar el discurso mediático a propósito del CC, con la opinión de expertos concernidos por la toma de decisiones en torno al riesgo climático, tanto del mundo político, como del universo científico, mediático y ciudadano, procediendo todos ellos de diferentes ámbitos: industrias, administración, partidos políticos, sindicatos, asociaciones, etc.
4. Producir una colección de videoclips sobre el debate del CC, en colaboración con el Proyecto Audiovisual de Innovación Educativa “*Los jóvenes vistos x los jóvenes*” (“JxJ”), que consiste en una serie documental producida en el ámbito académico de la Agrupación de Centros Docentes nº 51 (MEC, Orden ESD/3915/2008, de 15 de diciembre) por el Centro para la formación audiovisual y gráfica “Puerta Bonita” de la Comunidad de Madrid. Esta producción servirá para mostrar referencias similares al discurso hegemónico mediático, cambiando el enfoque o encuadre y permitiendo las pruebas experimentales con jóvenes, utilizando el Sistema de Respuestas Interactivas de Audiencia (AIRS).
5. Finalmente, para realizar esta prueba experimental, y tras una encuesta previa on-line sobre percepción juvenil del CC, diseñar y realizar una serie de sesiones experimentales con jóvenes usuarios de las TIC’s y escolarizados en Bachiller y FP, presentándoles los videoclips como estímulos del Sistema de Respuesta Interactivas de Audiencia, desarrollado con el nombre de *Teletest* en el Departamento de Arquitectura de Computadores y Cálculo Automático (DACYA) de la UCM.
6. Elaborar un informe proponiendo los puntos estratégicos más relevantes para diseñar un discurso que desmovilice la incertidumbre y movilice la apreciación del riesgo planetario del CC.

### **3.3. Diseño transversal**

El diseño transversal que aquí se propone aplicado al Análisis de contenido y al análisis del discurso producido por los Grupos Delphi, se puede someter a una criba mediante la técnica “Phillips 66”, de manera que quede respaldado el diseño de las variables más pertinentes de cara a la producción de videoclips sobre el CC que puedan servir de discursos alternativos y ser testados mediante el *Teletest* como Sistema de Respuestas Interactivas de Audiencias (AIRS).

La perspectiva transversal por la que se comparan discursos mediáticos y discursos de expertos, ha de completarse con un diseño experimental que permita evaluar la propuesta de discursos alternativos del fenómeno objeto de estudio, siempre y cuando se hayan confirmado las hipótesis de partida.

La estrategia intensiva que supone la selección de un corpus limitado por sólo las referencias al CC temporalmente ubicadas en la proximidad de aconteceres previstos e imprevistos en las agendas mediáticas se completa, no sólo con el tratamiento de esos datos de forma transversal, sino también recurriendo a la triangulación mediante pruebas experimentales.

### **3.4. Diseño experimental en curso**

Con los resultados obtenidos en la aplicación del diseño transversal, se aplicará un diseño experimental de tipo pre-test post-test con grupo control, que incluya las siguientes condiciones experimentales de tratamiento:

- Discursos de líderes de los MCS, según encuadres canónicos
- Discursos de líderes de opinión, según encuadres canónicos
- Discursos espontáneos de jóvenes
- Discursos de exploración con encuadres cruzados

Conforme a cada una de las condiciones experimentales de tratamiento, se diseñarán sistemas de respuestas *ad hoc* para la aplicación del *Teletest*, basadas las respuestas en escalas de estimación bipolar (tipo Diferencial Semántico de Osgood). La herramienta es sencilla de usar y configurar, pues la mayor parte de la configuración se limita a editar un fichero MS Excel: el experimentador sólo debe asignar un mecanismo de comunicación a cada joven, consignarlo adecuadamente en una hoja de cálculo, indicar el número de preguntas que se desean realizar junto con las respuestas correctas, y ya estará preparado para comenzar a recibir respuestas de los jóvenes sujetos experimentales. El sistema *TeleTest* es completamente independiente del medio utilizado para probar las reacciones experimentales ante los estímulos: estos pueden ser cualquier programa de transparencias (MS PowerPoint, OpenOffice, LaTeX...), diapositivas o incluso videoclips. Sólo es necesario respetar el orden en que las preguntas fueron incluidas en la hoja de cálculo o sistema de registros.

El propósito de este diseño experimental es evaluar la aceptación/rechazo diferencial de los distintos discursos que circulan en torno al CC y la alternativa de discurso que pueden ofrecer los jóvenes a la Agenda Pública. De este modo se podrán

anticipar estrategias eficaces de comunicación sobre el CC para desmovilizar la incertidumbre.

#### **4. AVANCE DE RESULTADOS**

A día de la fecha se han completado los siguientes trabajos:

1. El análisis de contenido del corpus de registros de informativos de TV, cubriendo las dos últimas cumbres celebradas en Cancún, México (noviembre-diciembre 2010, con 169 noticias) y en Durban, Sudáfrica (noviembre-diciembre 2011, con 140 noticias), más el período del año que se desarrolla entre ellas desde enero hasta la tercera semana de noviembre de 2011, periodo en que se registraron 224 piezas televisivas. El diseño del protocolo de análisis utilizado puede contemplarse en Teso, G. y Águila, J.C. (2011), así como avances relevantes de sus resultados, en Piñuel, J.L.; Teso, G. (2012 a), en Sánchez Calero, M.L., Morales, E. y Cáceres, M.D. (2012); en Águila, J.C. (2012), y en Piñuel, J.L., Gaitán, J.A. y Lozano, C. (2012 b).
2. La grabación de 6 de 12 entrevistas en profundidad con expertos internacionales en comunicación sobre CC; concretamente a James Painter (Reino Unido), Anabela Carvalho (Portugal), Asun Lera-St.Clair (Noruega), Rui Alexander (Portugal), Mercedes Pardo (España) y Bruno Latour (Francia).
3. La convocatoria y celebración, en el III Congreso Internacional de la AE-IC, de un Panel de expertos sobre las “Controversias Mediáticas frente al Consenso científico en torno al CC” el cual ya ha dado como fruto una publicación bilingüe en Inglés y Castellano (Cuadernos Artesanos de Latina, nº 30);
4. La grabación audiovisual de varios grupos de discusión con jóvenes estudiantes distribuidos por rangos de edad y niveles formativos, con el objeto de reproducir -de forma natural y no asistida- el conocimiento y sensibilización de los jóvenes respecto a la crisis ambiental que supone el CC;
5. El diseño y aplicación de una prueba experimental con jóvenes estudiantes de 1º de Periodismo, a quienes se les solicitó la realización de un audiovisual amateur fijándoles condiciones en:
  - la elección de su duración (de 1 a 2 minutos máximo),
  - el montaje de “totales” o número de secuencias dónde se le concede la palabra a personajes invitados (contemplando como alternativas la

ausencia de estas secuencias o la inclusión desde una, a un máximo de tres),

- y finalmente en la elección de temas de referencia, bien eligiendo un tema dentro de un repertorio de ellos previamente propuesto (y que se utilizó en el protocolo de análisis de contenido de registros mediáticos de TV), o bien mediante elección libre, y luego postcodificada.
  - Este diseño y su aplicación brinda el poder comparar las condiciones del *framing* con que jóvenes estudiantes que aspiran a ser periodistas construyen un discurso audiovisual sobre el CC, y las condiciones descubiertas con las que la TV construye su discurso sobre el CC en los informativos;
6. La realización y estreno oficial, en la Filmoteca Española y en TV2, en Sevilla y en Tarragona, del documental “Jóvenes frente al Cambio Climático”, así como la página Web interactiva <http://www.jovenesfrentealcambioclimatico.com/>, ambas obras elaboradas por la red de centros de FP Grado Superior en Comunicación Audiovisual que capitanea el IES “Puerta Bonita” bajo la coordinación de Gemma Teso, y con la colaboración de nuestro Grupo de Investigación MDCS;
  7. La celebración de un Phillips 66 (Cfr. Piñuel, J.L., Gaitán, J.A., y Lozano, C., 2011) reuniendo en seis grupos de trabajo a expertos en:
    - Ciencias de la tierra y clima
    - Energía y medioambiente;
    - Opinión pública y cultura de masas;
    - Educación social y medioambiente
    - Política y administración del territorio;
    - ONG´s y movimientos sociales “verdes”;
  8. El diseño y aplicación a jóvenes de bachiller y primer curso de universidad, de una encuesta on-line a cumplimentar bajo tutela del profesor, con el objeto de obtener el perfil estandar de la percepción social del CC por parte de los jóvenes estudiantes, según una geografía de centros representativa de esta población de estudiantes en España.

Los trabajos numerados en último lugar, el 7º y el 8º, no han sido todavía culminados en su totalidad, pues falta por elaborar el informe final sobre el análisis de las grabaciones del Phillips 66 (celebrado en el mes de septiembre último), y la encuesta está aún abierta para su cumplimentación a requerimiento de los profesores que colaboran en esta tarea, ya que el curso académico lleva apenas dos meses

y medio de actividad. Quedan pues solamente dos tareas aún por diseñar y llevar a cabo a lo largo del año 2013: la edición de los items audiovisuales o videoclips para realizar la prueba experimental del Test de Respuesta Inmediata, y la propia prueba experimental mediante el uso de la herramienta de respuesta interactiva OpenIRS-UCM. De los resultados de esta última prueba, contextualizados sobre el marco de los discursos circulantes de los informativos de la TV, de los discursos de los expertos en comunicación del CC, así como de los discursos previamente obtenidos entre los jóvenes, podrá alcanzarse la elaboración de una propuesta que pueda resultar útil a la misión mediadora de la comunicación social en el cambio de comportamientos encaminados a la mitigación del CC y de sus riesgos.

Aunque en la bibliografía se da cuenta de los trabajos ya publicados sobre cada uno de estos avances, tanto desde el punto de vista de la metodología diseñada, como de conclusiones parciales, es de señalar, a este propósito, que en el marco de esta investigación se están realizando dos tesis doctorales a cuyos autores (Gemma Teso y Juan Carlos Águila) se debe buena parte de la creatividad exhibida. Dedicaré ya sólo el último apartado para reseñar un aspecto fundamental extraído del análisis de contenido de la TV, y que próximamente podremos contrastar con el análisis y la prueba experimental de los discursos alternativos sobre el CC; me refiero a los aspectos que ofrece el encuadre temático y discursivo en lo que atañe a los roles de los Actores, los tipos de discurso y las tramas en las noticias del CC en TV.

## **5. EL ENCUADRE TEMÁTICO Y DISCURSIVO: LOS DISCURSOS, LAS TRAMAS Y LOS ROLES DE LOS PERSONAJES EN LAS NOTICIAS DEL CC EN TV.**

Pueden diferenciarse, en conjunto, dos tipos de discurso predominantes si comparamos el relato que se desarrolla en los telediarios sobre las cumbres de clima con el relato elaborado en el período entre cumbres (Véase Cuadro 1).

- A. *El discurso polémico de las cumbres.* En este discurso el propósito es llegar a acuerdos o pactos. Se presenta el sistema social de comunicación como el que rige el destino de los procesos relativos al CC. Así, en los debates y en las negociaciones la figura del político se destaca como protagonista sobre otras figuras, o confrontándose con otros políticos o con los activistas (antagonistas) en diversas controversias. Sólo las víctimas y los testigos (comparsas) aparecen formando parte del paisaje de la catástrofe que, en el discurso sobre las cumbres del clima, parece estarse sustanciando en las discusiones de las mesas o en las manifestaciones de las calles.

**Cuadro 1.** El relato del Cambio Climático predominante en los telediarios.

		Los tipos de discursos	
		<i>Discurso polémico</i>	<i>Discurso de tesis</i>
		En la cobertura de las cumbres del clima:	En “tiempos de calma” entre cumbres:
<b>Los roles de los Actores</b>	<i>Protagonistas:</i>	Políticos	Expertos: científicos y técnicos
	<i>Antagonistas</i>	Activistas y políticos	Figuras sociales y políticas
	<i>Comparsas:</i>	Víctimas y testigos	
		Las tramas del relato	
		<i>De la controversia y negociación, al acuerdo o el pacto</i>	<i>De la demostración y diagnosis a los protocolos de intervención o afrontamiento</i>

- B. *El discurso de tesis en el período entre cumbres.* En este discurso el propósito es llegar a la elaboración de protocolos de intervención para la sostenibilidad o el afrontamiento de las catástrofes a que aboca el CC. Se presenta al sistema ecológico y social como los sistemas que rigen el destino de los procesos relativos al CC. Así, la figura del experto, sea científico o técnico, se destaca como protagonista sobre otras en las entrevistas y declaraciones, donde se ocupa de describir, explicar y evaluar los fenómenos relacionados con el CC: demostrando sus tesis, diagnosticando sobre la situación y adelantando los escenarios futuros más probables sobre el desarrollo del CC. En torno a estas tareas de concienciación y de intervención se desarrollan otras referencias relativas a las campañas de sensibilización, movilización y reconocimiento social de los protagonistas.

En efecto, si comparamos los discursos del período entre cumbres, con los dedicados a las coberturas de las cumbres del clima, podemos advertir que tienen sus propias características a la hora de referirse al CC. Sin llegar a ser noticias marcadas por la urgencia de una catástrofe climática de consecuencias devastadoras, por un lado, ni noticias marcadas por el interés periodístico de una cumbre especializada en el tema, por otro, las alusiones al cambio climático en “tiempos de calma” son

relatos multi-temáticos que se elaboran desde perspectivas pluri-disciplinarias que abordan el tópico como si en realidad estuviese ocurriendo una catástrofe o una cumbre internacional permanente, aunque, eso sí, a una escala más pequeña.

## 6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el curso del Acontecer y en los Discursos sobre el mismo acontecer, tanto a propósito de la continuidad o discontinuidad de lo que sucede, como a propósito de la previsión o imprevisión de lo referido en los discursos mediáticos, las expresiones y sus respectivas revisiones compiten y se corrompen mutuamente por la celeridad con que siempre trabajaron los MCM. Por ello, la Agenda Pública adquiere su naturaleza de expresión de la continuidad prevista del Acontecer, en buena medida porque la Agenda Mediática la consigna y anuncia, y los hitos que jalonan de forma imprevista (o bien prevista pero extraordinaria) la ruptura de la continuidad, se tornan en acontecimientos frente a los que ajustar (revisar) su planificación y sus protocolos de actuación frente a las rupturas de la continuidad; y se tornan en noticias en función de las cuales ajustar (revisar) su enmarcado (framing) en el discurso mediático y consiguientemente su tematización en titulares (Ver Cuadro 2).

Los políticos y responsables de la Administración deberían ser los encargados de mantener y revisar la planificación de la Agenda Pública y de afrontar sus rupturas mediante protocolos de actuación; los periodistas de los Media, por su parte, deberían ser los que asumen la expresión y revisión de la agenda mediática y sus eventos (noticias) mediante el enmarcado brindado por sus discursos y la tematización con que rotulan los titulares. Sin embargo, Administración y MCM compiten entre sí por adueñarse de la legitimación social de sus respectivas competencias,

**Cuadro 2.** Expresión, revisión y autoridad frente al acontecer y sus discursos (Lozano, C., Piñuel, J.L. y Gaitán J.A, 2012 pp. 398)

	ACONTECER		DISCURSO	
	Continuidad	Rupturas (Discontinuidad)	Previsión	Imprevisión
<b>Expresión:</b>	Agenda pública	Acontecimiento	Agenda Mediática	Noticia
<b>Revisión:</b>	Planificación	Protocolos de actuación	Enmarcado (secciones)	Titulares
<b>Autoridad:</b>	Políticos (Administración)		Periodistas (Medios)	

acudiendo a los avales que demandan a los expertos científico-técnicos y que éstos se prestan con frecuencia a conceder. Cuando el discurso va dedicado a cubrir los avatares de conflictos y negociaciones entre políticos, los MCM no se acuerdan de los científicos, mientras que cuando el discurso va dedicado a reflexionar sobre discontinuidades catastróficas del acontecer, los MCM recurren a los expertos científico-técnicos olvidándose de los políticos. La razón es que se impone la Agenda mediática sobre la Agenda pública. Lo cual se está confirmando con los datos de esta investigación a propósito de la comunicación en torno al Cambio Climático.

## 7. REFERENCIAS

- ÁGUILA, J.C. (2011): "Coverage of Cancún Summit of climate change in Spanish television", en *Mediating Environmental Change: Exploring the way forward*. University of Bournemouth, England.
- ÁGUILA, J.C. (2012): "El Cambio Climático en las noticias de la televisión española y sus implicaciones desde los puntos de vista económico, ambiental y comunicativo" en *Actas del IV Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social (SLCS)*, nº 135. La Laguna, Tenerife.
- ANTILLA, L. (2005): "Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change," *Global Environmental Change* 15: 338-52.
- BARRANQUERO, A. (2012): "De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir". *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 17, 63-78.
- BAUDRILLARD, J. (1984): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós
- BECK, U. (1992): *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: SaGe
- BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas (1972): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. 185-216.
- BÖCKELMANN, F. (1983): *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Barcelona: Gustavo Gili.
- CARVALHO, Anabela (2009): "Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia. Relectura de noticias sobre cambio climático" en *Comunicación y cambio climático (Communication&Climate Change)*. *Infoamérica. Iberoamerican Communication Review*. 25-47. (<http://www.infoamerica.org/icr/revista.htm>)

- CASTELLS, M. (2001): *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza y Janés (Areté).
- CURRAN, J.; GUREVITCH, M. y WOOLACOTT, J. (comps.) (1981): *Comunicación de masas y sociedad*. México: F.C.E.
- DE FONTCUBERTA, Mar y GÓMEZ Mompert, José Luis (1983): *Alternativas en comunicación. Crítica de experiencias y teorías*. Barcelona: Mitre.
- FOUCAULT, Michel (1978): *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI.
- GAITÁN, J.A., ÁGUILA, J.C. (2011): "Propuesta de un diseño experimental para analizar, en una producción audiovisual, el discurso alternativo de los jóvenes ante el Cambio Climático". *Actas III Congreso Internacional Sociedad Latina de Comunicación Social, SLCS*.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor (2007): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- GERBNER, G. (1969): "Toward 'cultural indicators': the analysis of mass mediated public message systems". En G. Gerbner otros (comps.): *The analysis of communication content*. N. York, Wiley, 123-132.
- GERBNER, G., y GROSS, L. (1976): "Living with television: the violence profile". *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- HABERMAS, Jürgen (2002): *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. México: Gustavo Gili. [1ª Ed. 1981]
- HALL, Stuart (2004): "Codificación y decodificación en el discurso televisivo", *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, Nº 9, Madrid.
- Infoamérica. Iberoamerican Communication Review Comunicación y cambio climático (Communication&Climate Change)*. (<http://www.infoamerica.org/icr/revista.htm>)
- KATZ, E.; Blumler, J.G.; y Gurevitch, M. (1973): "Uses and gratifications research". *Public Opinion quarterly*, 37,4, 509-523.
- LOZANO, C. y GAITÁN, J.A. (2008): "Construcción social del acontecer (epistemología y práctica del periodismo)". *Actas y memoria final Congreso Internacional Fundacional I+D Investigar la Comunicación*. AE-IC. Santiago de Compostela
- LOZANO, C., PIÑUEL, J.L., GAITÁN, J.A. (2012): "Construcción social y mediática de la incertidumbre: discursos en torno a las quiebras del acontecer". *Revista Prisma Social*, nº 8. junio 2012, 380-413.

- LUHMANN, N. (1998): *Complejidad y Modernidad. De la Unidad a la Diferencia*, Ed. Trotta, Valladolid.
- LUHMANN, N., (1997): *Organización y Decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*, Ed. Anthropos, Barcelona.
- MARTÍN Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gili.
- McCOMBS, M.E., y SHAW, D.L. (1972): "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion quarterly*, 36, 16-187.
- MONDELO González, E. y GAITÁN Moya, J.A. (2002): "La función social de la televerdad". *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 53, 2º época, Octubre-diciembre: 35-43.
- MORAGAS, Miquel de (1979): "El trabajo teórico y las alternativas a los 'mass media'". En J. Vidal Beneyto (Ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS. 63-82.
- NEWCOMB, H.M. (1993): "La creación del drama televisivo". En K.B. Jensen y N.W. Jankowski (eds.): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch Comunicación, 116-133.
- NOELLE Neumann, E. (1974): "The spiral of silence: a theory of public opinion". *Journal of Communication*, 24 (2): 43-51
- PIÑUEL Raigada, J.L. y GAITÁN Moya, J.A. (1995): *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la Comunicación Social*. Madrid: Ed. Síntesis.
- PIÑUEL Raigada J. L. y LOZANO Ascencio, C. (2006): *Ensayo General sobre la Comunicación*. Barcelona, Paidós /Papeles de Comunicación.
- PIÑUEL, J.L. y GAITÁN, J.A., LOZANO, C., (2011): "Metodología para el análisis de la incertidumbre: un diseño de "Phillips 66" en el estudio de la percepción social de los riesgos vinculados al CC". *Actas III Congreso Internacional Sociedad Latina de Comunicación Social, SLCS*
- PIÑUEL, J.L.; TESO, G.; PAINTER, J.; CARVALHO, A.; PARDO, M. y LERA, A. (2012a): *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*. La Laguna, Tenerife. Cuadernos Artesanos de Latina, 30. Edita Sociedad Latina de Comunicación Social.
- PIÑUEL, J.L., GAITÁN, J.A. y LOZANO, C. (2012b): "Los telediarios ante el cambio climático: la deriva de la información sobre la catástrofe en las cumbres del clima y en tiempos de calma". *Actas del IV Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social (SLCS)*, nº 127. La Laguna, Tenerife.

- PRADO, Emili (1983): *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*. Barcelona: Mitre.
- REGUILLO, Rossana (2000): *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.
- SÁNCHEZ CALERO, M.L., MORALES, E. y CÁCERES, M.D. (2012): "La cobertura televisiva de la Cumbre de Cancún: agenda temática, discursos y fuentes en los informativos españoles". *Index-Comunicación*, nº 2. Pp. 113-128.
- TESO Alonso, Gemma. (2009): "Televisión, publicidad y cambio climático" *Observatorio de Medios*. Nº 5. 2-16. Fundación 1º de Mayo. Madrid,
- TESO, G. y ÁGUILA, J.C. (2011): "Diseño metodológico para el análisis de la información televisiva en relación al riesgo, incertidumbre y conflicto del cambio climático en los programas informativos diarios en España". *Actas III Congreso Internacional Sociedad Latina de Comunicación Social*, SLCS
- VIDAL Beneyto, José (Ed.) (1979): *Altivas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS.
- WEAVER, D.H., GRABER, D.A. MCCOMBS, M. y EYAL, Ch.H. (1981): *Media Agenda-Setting In a Presidential Election: Issues, Images and Interest*. New York. Praeger.
- WILLIAMS, Raymond (1971): *Los medios de comunicación social*. Barcelona: Península.

## **JORNALISMO E MUDANÇAS CLIMÁTICAS: REFLEXÕES A PARTIR DA ÓTICA DO JORNALISMO AMBIENTAL**

ILZA MARIA TOURINHO GIRARDI

CLAUDIA HERTE DE MORAES

“[...] a questão natural é a nova questão de nossa época perturbada e exausta. Assim, o que precisamos, de agora em diante, é construir nossa sociedade e nossa história a partir da natureza.”

*Serge Moscovici*

### **1. INTRODUÇÃO**

Neste texto temos por objetivo fazer uma reflexão sobre como o jornalismo aborda as mudanças climáticas, tema que emerge como pauta especialmente a partir das publicações dos relatórios pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas<sup>1</sup>. O relatório do IPCC de 2007 aponta para um quadro no qual o aquecimento global é inequívoco. A presença na mídia se intensificou ainda mais, pois neste documento constou que: “É muito provável que a maior parte do aumento observado nas temperaturas médias globais desde meados do século XX se deva ao aumento observado nas concentrações antrópicas de gases de efeito estufa” (Mudança do clima, IPCC, 2007:15), ou seja, os cientistas passaram a ter 90% de certeza de que o aumento de temperatura do planeta tem como causa principal a ação humana.

---

1 O Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) foi criado em 1988, pela Organização Meteorológica Mundial (OMM) e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) ao detectarem o problema mundial das mudanças climáticas. O primeiro Relatório de Avaliação sobre o Meio Ambiente (Assessment Report, ou simplesmente AR) foi publicado em 1990 e reuniu argumentos em favor da criação da Convenção do Quadro das Nações Unidas para Mudanças do Clima (em inglês, UNFCCC).

Um dos relatórios divulgados naquele ano afirmava que ainda era possível conter o aumento do aquecimento desde que trabalhos nesse sentido iniciassem antes 2015. Isso evidencia o papel dos governos e das diversas instituições da sociedade para a implementação de medidas para a diminuição das emissões de gases de efeito estufa. Nesse contexto o jornalismo ocupa um lugar importante pela sua natureza de mediador social com amplo alcance, pois dá visibilidade as informações que transitam pelo mundo e pelo poder político ao cidadão.

Victor Gentilli (2005) enriquece esse debate nos dizendo: “Com o avanço democrático, o cidadão passa a demandar informações. O jornal, como produto posto no mercado, oferece um bem cultural que se propõe atender esta demanda. É nesse sentido que se pode entender o jornalista como mediador.” (2005:143) Ele propõe que o jornalismo seja exercido de forma a oferecer:

[...] uma melhor maneira possível uma forma de conhecimento do mundo, que permita ao cidadão as condições de escolha quando se tratar de direitos políticos, que ofereça as condições básicas (jornalismo de serviços) para o desenrolar cotidiano de suas atividades. Que pense a práxis profissional no contexto amplo da ampliação da cidadania, do pluralismo, da liberdade, da democracia (Gentilli, 2005:143).

Seguindo a perspectiva de Victor Gentilli, acrescentamos que o jornalismo tem uma função educativa e que por isso deve estimular o debate sobre questões relacionadas à qualidade de vida, que é afetada também pela qualidade do ambiente onde vivemos que, por sua vez, sofre inúmeras influências, entre elas a partir das mudanças climáticas.

Os desastres ambientais decorrentes das mudanças climáticas afetam a vida de todos os seres vivos e tem merecido um olhar mais cuidadoso da imprensa e dos pesquisadores de jornalismo em todo o mundo. A imprensa cumpre o seu papel informando e os pesquisadores, analisando como é a cobertura e sugerindo caminhos. O diálogo de ambas as partes é fundamental para aperfeiçoarmos a qualidade das coberturas jornalísticas e das pesquisas realizadas. Esse diálogo demonstra que jornalistas e pesquisadores compreendem que o seu compromisso é com a cidadania. Uma sociedade devidamente informada está apta para participar do debate sobre a implementação de políticas públicas voltadas para a redução e controle das emissões de gases de efeito estufa, tendo como fim a busca da sustentabilidade da vida.

No Brasil, um exemplo é a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) criada formalmente em 1993, que desenvolve desde 2005 uma série de iniciativas

tendo como objetivo maior “estimular e aprimorar o debate público sobre o tema mudanças climáticas”, aproveitando-se, para isso, de sua experiência na atuação no campo da mídia e dos direitos da infância. (Vivarta, 2010)

Compreendendo a necessidade de desenvolver ações para disseminar informações sobre as alterações do clima, a ANDI criou o Portal Mudanças Climáticas e passou a desenvolver a análise da cobertura da mídia impressa, encontros para discutir jornalismo, política e clima e oficinas nas redações. Em 2010 foi lançado o livro *Mudanças climáticas na imprensa brasileira: uma análise comparativa de 50 jornais nos períodos de julho de 2005 a junho de 2007- julho de 2007 a dezembro de 2008*, coordenado por Veet Vivarta. Foram analisados textos publicados entre 2005 e 2007. Foi evidenciado um grande aumento no número de matérias sobre Mudanças Climáticas a partir do segundo semestre de 2006. As publicações mantiveram-se em ascensão até junho de 2007. A partir do segundo semestre ocorre uma queda na cobertura, que se estende até 2008. A mesma tendência foi observada em pesquisas internacionais. (Vivarta, 2010)

Entre seus principais resultados o estudo destacou que:

O tratamento dispensado ao tema apresentou avanços bastante significativos com destaque para a transferência de uma abordagem de risco –que tende a enfatizar os impactos climáticos– para uma leitura mais atenta às estratégias de enfrentamento do problema, portanto de caráter mais preventivo (Vivarta, 2010, online).

Eventos organizados por universidades e associações científicas reunindo jornalistas e pesquisadores do jornalismo e diversas áreas que se interessam em investigar as mudanças climáticas tem ocorrido em todo o mundo e gerado produções que contribuem para a formação de uma massa crítica. O Laboratório Interdisciplinar em Comunicação Ambiental da Universidade Federal de Sergipe promoveu em 2011 o I Encontro Interdisciplinar de Comunicação Ambiental (EICA). No encontro pesquisadores apresentaram suas pesquisas que investigam a cobertura feita sobre meio ambiente e alguns textos apresentaram perspectivas sobre aquecimento global e mudanças climáticas. Em 2012, a Faculdade de Comunicação da Universidade de Sevilha realizou o seminário Meios de Comunicação e Mudanças Climáticas com a participação de especialistas do jornalismo ambiental, assim como de expertos sobre mudanças climáticas.

Com a mesma atenção o Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental - CNPq/UFRGS<sup>2</sup> tem realizado pesquisas sobre o tratamento do tema mudanças climáticas

pelo jornalismo, ensejado por eventos promovidos pelas agências da ONU encarregadas de construir acordos internacionais para diminuir as emissões e também pela cobertura de desastres.

Este breve panorama nos mostra o interesse crescente também na área acadêmica, que além de produzir conhecimento, forma os futuros profissionais que vão trabalhar nas redações, tendo que se defrontar cada vez mais com a cobertura de tempestades, secas, temperaturas altas, frio intenso, entre outros eventos. Dando continuidade, a seguir apresentamos algumas pesquisas fazendo-se, inicialmente, uma reflexão sobre o jornalismo ambiental.

## **2. AS MUDANÇAS CLIMÁTICAS OBSERVADAS ATRAVÉS DA IMPRENSA**

Jornalistas ambientais e pesquisadores que assumem a perspectiva do jornalismo ambiental recomendam que a pauta ambiental deve ser transversal, incorporar a visão sistêmica, considerar a complexidade dos eventos ambientais e dar espaço para as diferentes vozes. Lembramos Bacchetta que nos diz:

O jornalismo ambiental considera os efeitos da atividade humana, da ciência e a tecnologia em particular, sobre o planeta e a humanidade. Deve contribuir portanto para a difusão de temas complexos e a análise de suas implicações políticas, sociais, culturais e éticas. É um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sua forma de vida na terra, para assumir em definitivo sua cidadania planetária (Bacchetta, 2000, p. 18)<sup>3</sup>.

O autor conecta a atividade do jornalismo ambiental com a formação de uma cidadania planetária, essencial para que as pessoas participem das decisões sobre a sua vida no presente e no futuro. Sua maneira de ver o jornalismo tem servido de base para as reflexões que dão sustentação para as investigações realizadas e auxiliam ou dão o toque inicial que sensibiliza quem se envereda por esses novos caminhos.

Nosso Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental tem praticado esse novo olhar em seus estudos realizados em grupo ou individualmente e tem chegado

---

2 Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental é cadastrado no CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e UFRGS- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. Congrega pesquisadores da UFRGS e também de outras universidades brasileiras, e alunos da graduação e pós-graduação nos níveis de mestrado e doutorado.

<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0192609HOYAJRO>

3 Tradução livre das autoras.

a conclusões que estão de acordo com outros pesquisadores: a temática ambiental está na imprensa, mas há muito a avançar para melhorar a qualidade das informações.

Com a finalidade de traçar um panorama da cobertura de revistas brasileiras e portuguesas sobre as 15ª e 16ª Conferências das Partes da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima, realizadas em 2009 na Dinamarca, e em 2010 no México, analisamos os discursos e as fontes de informação presentes nas reportagens sobre o tema publicadas no período de 5 a 20 de dezembro de 2009 nas revistas *Veja*, *Isto É*, *Época*, *Carta Capital*, *Sábado* e *Focus*, que são referência no Brasil e em Portugal. No ano seguinte analisamos somente as revistas brasileiras em suas edições de 27 de novembro a 12 de dezembro. Optamos pelos veículos por terem grande tiragem e circulação e serem importantes formadores da opinião pública de seus países, além de possibilitarem a manifestação de grandes líderes políticos de instituições sociais e associações representativas. (Girardi et al., 2011)

Para entender a importância da Conferência das Partes (COP), convém lembrar que é o órgão supremo da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima. Trata-se de associação de todos os países membros, as Partes, que se reúnem anualmente por duas semanas, desde 1995. Participam das reuniões delegados governamentais, organizações observadoras e jornalistas. Seu objetivo é avaliar o estado das mudanças climáticas e a eficácia do tratado da convenção, examinar as atividades dos países membros e discutir novos mecanismos e metas (<http://unfccc.int>). Uma das mais importantes foi a COP-3, realizada em Quioto em 1997, marcada pela adoção do Protocolo de Quioto, com metas de redução de emissões pelos países desenvolvidos. A COP-15 foi considerada o encontro mais importante da história recente dos acordos multilaterais ambientais, pois tinha o objetivo de estabelecer o compromisso dos 195 países signatários da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima para o pós-Quoto.

O resultado da pesquisa apontou que a cobertura jornalística tanto no Brasil quanto em Portugal, representa o tema das mudanças climáticas como uma disputa de poder entre os campos políticos e econômicos. O discurso ecossocial, no qual as propostas mercantilistas não são superiores ao bem-estar sócioambiental, foi identificado nas matérias, no entanto é a visão ecotecnocrática que domina os discursos das duas coberturas. Esta visão afirma a necessidade de um crescimento econômico continuado e tenta equacionar a relação sociedade-ambiente e os limites do crescimento mediante um otimismo tecnológico, artifícios econômicos e mecanismos de mercado.

[...] os discursos que deveriam ser ambientais, são realocados para outros campos apresentando-se, na maior parte das vezes, como ecotecnocrático –aquele em que o meio ambiente é ferramenta para o crescimento econômico, aquele em que meio ambiente não é questão central, e sim é assunto a ser controlado depois da expansão dos negócios, depois do surgimento de outras tecnologias, depois dos embates políticos, depois de aproveitarmos mais um pouco todos os recursos que a natureza pode oferecer. (Girardi et al, 2011)

Outra pesquisa foi motivada pela realização da Rio+20, desta vez para analisar se cobertura jornalística problematizou o conceito de economia verde para esclarecer seus públicos. (Girardi et al, 2012). A questão é polêmica e, conforme a publicação Radar Rio+20 (2011), economia verde inclui processos relacionados ao combate às mudanças climáticas de origem antrópica e ainda “trata de reverter outras tendências insustentáveis, quer sociais – como o consumismo e a crescente desigualdade – quer ambientais– como a vasta contaminação dos ecossistemas e do próprio corpo humano por substâncias químicas.”

A pesquisa examinou o material publicado de 10 de abril até 22 de junho, nos portais de notícias UOL, G1 e Terra, escolhidos em função de sua audiência. Foi constatado que as notícias veiculadas sobre economia verde geralmente têm apenas uma fonte ou ponto de vista. Fontes governamentais a consideram oportunidade e Organizações Não Governamentais entendem que é um jeito de reforçar a ideia de natureza como mercadoria. Na maioria das vezes, o conceito não é questionado e está atrelado, ou é substituído, por crescimento verde, emprego verde, ecologização da economia, desenvolvimento sustentável.

A cobertura jornalística contempla aspectos sociais, econômicos e ambientais relevantes, mas sem aprofundamento. A economia verde é apresentada como um novo setor econômico, apoiado em novas tecnologias, com geração de novos negócios e empregos. As organizações não-governamentais e países em desenvolvimento deram o tom mais crítico à questão “trazendo questionamentos em relação à qualidade de vida e à autonomia das nações mais pobres que, normalmente, são pouco ouvidas em decisões internacionais e podem ser ainda mais castigadas com a “transição para a economia verde”. (Girardi et al. 2012). As autoras concluíram que “apesar de contribuírem para a ampliação da divulgação da temática ambiental, as notícias “não despertam a consciência ambiental do cidadão, pois as informações são fragmentadas e não qualificadas.”

Atenta ao tema das mudanças climáticas, Rubin (2011) analisou 41 edições e mapeou a cobertura de 90 acontecimentos climáticos no jornal Zero Hora. Ela

explica que a escolha dos meses deu-se em função de poder contemplar a mudança das estações do ano, as catástrofes climáticas e também a rotina. Observou como o jornalismo praticado representa a relação homem e clima, a partir dos valores-notícia encontrados e concluiu que o jornal representa o homem como vítima dos eventos climáticos. Para a autora:

Há uma personificação da natureza, diante desses eventos, na qual ela é apontada como a grande culpada pelas consequências, mudanças, destruição e mortes. Essa representação do clima mostra que não há um debate aprofundado sobre a própria intervenção do homem na natureza. Os valores-notícia que guiam a abordagem do clima e do tempo em Zero Hora não estão relacionados a aspectos como a problemática ambiental. Problemas como a má ocupação do espaço urbano, o assoreamento dos rios, os locais de risco e a falta de políticas públicas, os quais podem ser apontados como causadores de alagamentos ou enchentes, por exemplo, não são evidenciados nas notícias sobre o clima. (Rubin, 2011:5)

Em outro estudo, dessa vez realizado por Miranda (2012), como dissertação de mestrado foi pesquisado o uso das fontes jornalísticas e a forma como as questões relacionadas ao clima e meio ambiente são enquadradas e agendadas na revista *Veja* dentro do contexto do jornalismo ambiental brasileiro. Miranda investigou as reportagens sobre as temáticas clima e meio ambiente publicadas em *Veja* no primeiro semestre de 2011. Ela notou que existe relação entre as fontes e o enquadramento oferecido pela reportagem e também que as matérias que possuem um agendamento mais amplo por parte da revista, são também enquadradas de forma mais complexa. Há uma melhor elaboração quanto a quantidade de fontes e são mostradas no decorrer do texto perspectivas diferenciadas. A autora também nota que, em algumas matérias, *Veja* prefere não identificar a fonte. Merece destaque o seguinte trecho da sua análise:

Constatamos a utilização de um estilo de jornalismo investigativo que procura passar os pontos problemáticos da situação no Brasil e no Mundo. Nas matérias observadas, se notou uma visão do Brasil como um país de problemas ambientais. As soluções sustentáveis que o país já pratica, em nossa visão, não foram alvo de atenção da revista no semestre estudado. A utilização das fotos e imagens de infográficos ilustrativos são reforçadores destas mensagens presentes para o leitor. Elas vêm mostrar o caos nas situações de catástrofes ambientais; os vilões nas denúncias de crimes contra o meio ambiente; ou ainda a força da natureza no que tange problemas como o recuo do Mar Morto ou o aquecimento solar. (Miranda, 2012:87)

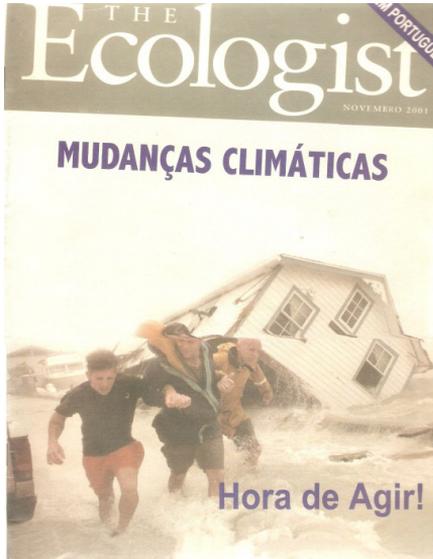
A necessidade de a imprensa mostrar para seus públicos que o aquecimento é decorrente da ação antrópica é apontada pelos pesquisadores Paulo Cezar Zangalli Junior e João Lima Sant'Anna Neto (2011), que analisaram o tratamento dado aos discursos produzidos sobre aquecimento global nos jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo, e também nas revistas semanais Veja e Época, no período de janeiro de 2000 a julho de 2008. Concluíram que “há certo distanciamento entre a mídia e a ciência, muitas vezes devido à necessidade de antecipar os fatos, outras devido aos atores e interesses envolvidos.” (2011: 1) Para eles, a imprensa, “não pode deixar de caminhar ao lado da ciência e debater o problema de forma qualificada, científica e politicamente.” (2001: 13). Completam seu pensamento afirmando:

Criminalizar o clima pelos problemas ambientais do planeta não é uma forma de mostrar ao público que o alarme soou e que se não mudarmos a forma como nos relacionamos com a natureza sérios problemas virão. (Zangalli Junior, Sant'Anna Neto, 2011:13)

Em artigo apresentado no 1º Encontro Interdisciplinar de Comunicação Ambiental (EICA) Universidade Federal de Sergipe (UFS) Júlia Kacowicz e Edneida Rabêlo Cavalcanti (2011) questionam se há interesse da imprensa em aprimorar a qualidade das informações transmitidas para contemplar seu caráter educativo. Consideram que uma das maneiras de melhorar a cobertura das mudanças climáticas é reforçar a apresentação das causas, soluções e consequências nas matérias.

Alguns elementos das abordagens mais comuns ao tema das mudanças climáticas, que são tomados como hipóteses da construção dos enquadramentos jornalísticos, estão sendo observados na pesquisa em andamento no doutoramento de Cláudia Herte de Moraes no grupo de pesquisa já referido neste texto (ver nota 4). Algumas reflexões foram apresentadas parcialmente no EICA (2011), como a ideia de que o caráter científico dos estudos do clima são especialmente reportados a partir dos relatórios do IPCC e esta matriz domina boa parte das notícias. No mesmo sentido, os eventos institucionalizados que reúnem representantes oficiais são ganchos jornalísticos mais utilizados para trazer o assunto ao público.

Como fato negativo, muitas vezes o senso comum é a tônica da cobertura, especialmente em relação aos chamados “desastres naturais”, que se intensificaram nos últimos anos, com narrativas dramáticas. Sob o discurso da sustentabilidade, o jornalismo de viés econômico aponta o meio ambiente como uma oportunidade de negócios, e os governos associam-se como fontes oficiais. Por fim, Moraes (2011) aponta que o conflito entre defensores e agressores da natureza é também encontrado em reportagens que contrapõem visões sobre o uso dos recursos naturais e a ênfase aos grandes acordos internacionais, às políticas de governo e à legislação, afastando o cidadão comum do problema.



The Ecologist, novembro 2001



Veja, Outubro 2005



Scientific American, outubro 2005



Superinteressante, outubro 2005



Época, fevereiro 2007



Ilustração 1: Época, junho 2012



Veja, junho 2012

Observamos que a cobertura da imprensa sobre as mudanças climáticas aumentou muito, mas destacamos que é necessário dar um salto quântico na cobertura para atender as recomendações dos estudiosos do jornalismo ambiental. Consideramos que manchetes catastrofistas, por exemplo, não têm contribuído para as mudanças de práticas que aumentam as emissões de gases de efeito estufa, embora o IPCC diga que até 2015 teremos chance de reverter o processo.

Reunimos, a seguir, algumas capas de revistas que nos chamaram a atenção justamente pelo apelo ao drama e ao medo diante de grandes catástrofes.

Suas manchetes - A terra no limite; O fim do mundo começou; A Fúria da natureza; O planeta pede socorro; A vingança da natureza; O planeta no limite; O mundo vai acabar?; Mudanças climáticas –hora de agir!– têm gerado reflexões, como as já mencionadas neste artigo. Será que produzir a sensação de medo pode auxiliar a formação da consciência ambiental e estimular a participação da sociedade na discussão pública sobre uma agenda ambiental efetiva, a partir de outra visão de mundo conectada com a teia da vida? As pesquisas têm apontado o problema dessas abordagens e sugerindo que a imprensa adote uma postura mais educativa apresentando narrativas interessantes, bem construídas, com denúncias e também com bons exemplos que estimulem mudanças no comportamento do cidadão. A capa de *Época* em junho de 2012 parece apontar nesta direção, a inclusão de uma perspectiva de ação a partir de vários aspectos que se encontram interligados.

Por outro lado, na observação da capa de *Veja* (junho 2012), outras questões ocupam o discurso sobre as mudanças climáticas e o meio ambiente como um todo. Percebe-se que há, na formulação do discurso hegemônico, o entendimento instrumentalista em relação ao meio ambiente. As verdades inconvenientes apontadas por *Veja* pretendem construir o sentido de que o homem deve estar acima da natureza, e não envolvido por ela.

### **3. UMA OUTRA RACIONALIDADE É PRECISO**

Sabemos que existem muitos problemas ambientais gerados por opções tecnológicas que comprometem a qualidade de vida. A necessidade de mudanças para diminuir a emissão de gases que aumentam o efeito estufa é uma realidade alertada pelos relatórios do IPCC ao longo dos anos. Mas não são somente os relatórios do IPCC que estão exigindo mudanças na sociedade. Hoje, no Brasil, há uma campanha para acabar com o uso de venenos na agricultura. A condição de maior consumidor de agrotóxicos dá ao país a triste vantagem de assistir sua população sendo contaminada e perdendo a saúde lentamente. Existem muitos outros

problemas ambientais que precisam ser denunciados constantemente, assim como os bons exemplos devem ter visibilidade na imprensa. Há uma mudança em processo, mas também há um caminho longo pela frente. Concordamos com Capra (1982), quando recomenda:

[...] os jornalistas deverão mudar, e seu modo de pensar, fragmentário, deverá tornar-se holístico, desenvolvendo uma nova ética profissional baseada na consciência social e ecológica. Em vez de se concentrar em apresentações sensacionalistas de acontecimentos aberrantes, violentos e destrutivos, repórteres e editores terão de analisar os padrões sociais e culturais complexos que formam o contexto desses acontecimentos, assim como noticiar as atividades pacíficas, construtivas e integrativas que ocorrem em nossa cultura (Capra, 1982: 400).

Vemos que essa mudança é tão urgente quando a diminuição das emissões de gases estufa. Ela pode ser inspirada na ética do cuidado que ajuda a alcançarmos a compreensão que uma vida sustentável é um direito de todos os seres. Esta perspectiva poderia ser adotada pelo jornalismo nas suas narrativas sobre a realidade já que ele, como prática social, tem um forte potencial de nos informar o que está acontecendo, apresentar análises e apontar caminhos.

As pesquisas aqui relatadas mostraram aspectos positivos, aspectos negativos e sugeriram maneiras de qualificar a cobertura ambiental. Seguindo Leff (2001) recordamos que a racionalidade econômica e instrumental moldou os diversos segmentos do corpo social, gerando todos os problemas ambientais que conhecemos. A realidade exige uma nova racionalidade, a racionalidade ambiental, que integra princípios éticos, contempla uma gestão democrática e sustentável do desenvolvimento e respeita a diversidade biológica e cultural. É o que esperamos do jornalismo.

Portanto, pela ótica do jornalismo ambiental, é preciso qualificar a cobertura dos fenômenos associados às mudanças climáticas. Não basta apenas o alerta, o alarme, o tom catastrófico. Apontamos, pela reflexão apresentada, a necessária mudança na visão de mundo, na esperança de que se possa contribuir para a realização das mudanças sociais, pensadas, desde seu início, a partir da natureza e da relação do homem com as futuras gerações.

#### **4. REFERÊNCIAS**

BACCHETA, V. L. (org.) (2000): *Ciudadania Planetária*. Montevideo: International Federation of Environmental Journalists.

- CAPRA, F. (1982): *O Ponto de Mutação*, Cultrix, São Paulo.
- GENTILLI, V. (2005): *Democracia de massa: jornalismo e cidadania*, Edipucrs, Porto Alegre.
- GIRARDI, I, CAMANA, A., MASSIERER, C., MORAES, C.H., LOOSE, E.B., NEULS, G., GERTZ, L. (2011): "Discursos e vozes por trás das COP-15 e COP-16", *Anais do IX Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- GIRARDI, I., MORAES, C.H. DE, LOOSE, E.B., NEULS, G., MASSIERER, C., CAMANA, A., GERTZ, L. (2012): "O olhar do jornalismo sobre a Economia Verde: estudo a partir da cobertura da Rio+20 pelos portais G1, Terra e UOL". *Anais do X Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, PUCPR, Curitiba, PR, Brasil.
- KACOWICZ, J.; CAVALCANTI, E.R. (2011): "Mídia e mudanças climáticas: uma abordagem de educação ambiental?" *Anais do 1º Encontro Interdisciplinar de Comunicação Ambiental (EICA)*, UFS, Aracaju, SE, Brasil.
- LEFF, E. (2001): *Saber Ambiental, Vozes*, Petrópolis.
- MIRANDA, C. M. (2012): *Fontes Jornalísticas em Veja: enquadramento como estratégia de noticiabilidade em pautas de clima e meio ambiente*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil.
- MORAES, C. H. (2011, maio): "A emergência das mudanças climáticas na imprensa e nos estudos da cobertura ambiental". *Anais do 1º Encontro Interdisciplinar de Comunicação Ambiental (EICA)*, UFS, Aracaju, SE, Brasil.
- Mudança do clima 2007, a base das ciências físicas. Painel Intergovernamental Sobre Mudança Climática (IPCC) (versão em português), (2007). IPCC. Recuperado em 10 jul, 2007, de <http://www.ipcc.ch/pdf/reports-nonUN-translations/portuguese/ar4-wg1-spm.pdf>.
- RADAR RIO+20, por dentro da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável. (2011) FGV; ISA; Vitae Civilis, São Paulo.
- RUBIN, A. (2011): *Da previsão do tempo às catástrofes: os valores-notícia dos acontecimentos climáticos no Jornal Zero Hora (RS)*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil.
- VIVARTA, V. (Coord.) (2010): *Mudanças climáticas na imprensa brasileira: uma análise comparativa de 50 jornais nos períodos de julho de 2005 a junho de 2007- julho de 2007 a dezembro de 2008 (Relatório de Pesquisa/2010)*. Brasília, DF, Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi). Recuperado em 08 dez, 2012, de

<http://www.andi.org.br/inclusao-e-sustentabilidade/page/andi-e-as-mudancas-climaticas>

ZANGALLI Junior, P.C; Sant'anna Neto, J. L. (2011): "O discurso das mudanças climáticas a influência dos agentes sociais no aquecimento global". *Revista Geografia em Atos*. Departamento de Geografia da FCT/UNESP, Presidente Prudente, n. 11, v.2, julho a dezembro de 2011, p.1-15.

## **REPRESENTACIONES SOCIALES DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA: UNA LECTURA PARA COMUNICADORES**

**PABLO ÁNGEL MEIRA CARTEA**

Grupo de Investigación en Pedagogía Social y Educación Ambiental (SEPA)<sup>1</sup>  
Universidad de Santiago de Compostela

“Si las personas definen una situación como real, acaba siendo real en sus consecuencias”

*William I. Thomas (1928)*

La cita que encabeza este texto reproduce el denominado Teorema de Thomas, poco reconocido en el campo de las Ciencias Sociales. Bajo su aparente simplicidad, la formulación de Thomas ayuda a entender la importancia que debe tener lo que denominamos “factor social” en la respuesta a las amenazas que comporta el cambio climático. Jugando con él se puede afirmar, con la misma precisión y contundencia, que si las personas definen una situación como irreal, también acaba siendo real en sus consecuencias. Esto es, la representación social de un “objeto”, un fenómeno o un proceso de relevancia pública, sea cual fuere el grado de subjetividad o inter-subjetividad con el que sea construida, acaba condicionando las valoraciones y reacciones (o inhibiciones) que se generen y que pueden ser objetivadas.

---

<sup>1</sup> Este texto ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación RESCLIMA (*La relación entre ciencia y cultura común en las representaciones sociales del cambio climático: aportes a la educación y la comunicación sobre riesgos climáticos*), financiado por la Dirección General de Investigación Científica y Técnica del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España dentro del Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental no Orientada, en el marco del VI Programa nacional de I+D+i 2008-2011, Convocatoria de 2012, referencia EDU2012-33456.

Con esta reflexión se quiere poner en evidencia que lo que se haga o deje de hacer con respecto al cambio climático (en adelante CC) dependerá en gran medida de las representaciones colectivas que las sociedades, principalmente las autodenominadas “sociedades avanzadas”, sean capaces de construir sobre esta problemática y sobre los riesgos que proyecta en nuestra civilización. Aunque estas representaciones pudiesen ser el resultado mecánico de inocular en el cuerpo social los saberes científicos apropiados, la tarea tampoco sería sencilla. Lo que sabemos de las representaciones sociales del CC y de cómo se están configurando en nuestras sociedades indica que estamos ante procesos bastante más complejos. En este sentido, la comunicación del CC debería ser considerada una pieza clave en la conformación del “factor social”.

La comunicación pública de amenazas globales exige partir de una caracterización científica que es compleja y está matizada por amplios rangos de incertidumbre. Además, la valoración de estas amenazas está sometida a intereses socialmente divergentes a la hora de concebir políticas de respuesta. A partir de estas constataciones el enfoque de la comunicación de estas amenazas, entre las que consideramos al CC, suele hacer hincapié en dos componentes principales:

- por una parte, el papel de los científicos y los sistemas expertos, que asumen la misión de analizar, diagnosticar y “definir” el problema. Han de ponderar, además, su gravedad de cara a fundamentar, legitimar y orientar la toma de decisiones (y que también, en ocasiones, pueden participar en la misma toma de decisiones);
- por otra, se alude a la eficacia de las estrategias y de los medios de comunicación para lograr que el problema sea conocido, comprendido y valorado de forma adecuada por todos los actores sociales significativos y por la sociedad en su conjunto.

El trasvase o la trasposición de información desde el campo de la ciencia hacia la sociedad se suele considerar, desde este punto de vista, una misión estratégica fundamental. De su éxito dependería, en gran medida, la activación de la sociedad ante el problema y la presión que ésta llegue a ejercer sobre las instituciones y los agentes responsables para que pongan en marcha políticas efectivas de respuesta. De ello también dependería que la misma población aceptase asumir los cambios más o menos profundos en los estilos de vida que dichas políticas de respuesta puedan suponer. Las sociedades avanzadas suelen atribuir a los medios y a los mediadores “especializados” un rol clave en la alfabetización (científica, ambiental, ecológica, climática, energética, etc.) de la sociedad, llegándose a considerar incluso que su papel ya es más relevante que el de la escuela, institución que en la

primera modernidad fue depositaria, casi exclusiva, de la responsabilidad sobre la socialización secundaria de la población.

En nuestra opinión, esta visión simplifica la complejidad del proceso comunicativo y del proceso más amplio de construcción social de la realidad en el que se enmarca. Relega a un segundo plano o no contempla, por ejemplo, un tercer componente: la sociedad misma, que juega un papel creativo y activo, y no simplemente receptivo y reactivo, en la representación de problemas de la envergadura del CC y en la valoración del grado de amenaza que comportan. En este sentido, se suele olvidar o infravalorar que en la construcción social de la realidad no operan únicamente elementos y procesos racionales, y menos aún elementos y procesos equiparables con la racionalidad normativa del proceder científico; y se suele olvidar, también, que el proceso comunicativo no puede reducirse a la trasposición al dominio público de “unidades de información” (conceptos, datos, hipótesis, valoraciones, etc.) de origen científico, como postulan algunos enfoques de la alfabetización científica que parten de un supuesto “déficit de información” en la sociedad que es preciso “rellenar”.

No cabe esperar, tal y como revelan nuestras investigaciones, que la “representación social” del CC pueda llegar a ser un facsímil más o menos simplificado, pero fiel en lo esencial, de la “representación científica”. Contemplantarlo así conllevaría ignorar que en la construcción social del CC y de otras amenazas similares (la gripe aviaria, la EEB, el SIDA, la destrucción de la capa de ozono, etc.) intervienen procesos cognitivos, sociales, culturales y emocionales que no conocemos mínimamente bien, y a ignorar que comprendemos aún peor cómo dichos procesos interactúan entre sí. Es más, nos atrevemos a decir que sabemos mucho menos de estos procesos y del CC como “objeto” social y cultural, que del CC como objeto conformado y representado científicamente por las ciencias físico-naturales. En la medida en que apenas los podemos vislumbrar y que nuestro conocimiento es limitado, los procesos que alimentan la “creatividad” social difícilmente son contemplados en las estrategias institucionalizadas de comunicación, máxime si por sesgos disciplinares o reduccionismos metodológicos se ignora o se infravalora su poder epistémico en el campo de la cultura común.

Desde el grupo SEPA (Investigación en Pedagogía Social y Educación Ambiental) de la Universidad de Santiago de Compostela venimos desarrollando desde hace tres lustros una línea de trabajo centrada precisamente en cómo la cultura común recrea y da forma a las amenazas y las problemáticas ambientales globales, centrando nuestra atención en el análisis de las representaciones colectivas del cambio climático y de los procesos cognitivos y sociales que las conforman,

principalmente en la sociedad española y en grupos de población específicos de la misma.

La elección del CC obedece a varias consideraciones. La primera es obvia: la alteración del clima terrestre por la interferencia humana constituye probablemente la principal amenaza que ha de enfrentar la humanidad en este siglo, tanto por las alteraciones físicas y ecológicas que implica para el conjunto de la biosfera, como por su impacto múltiple sobre la humanidad en su estado actual, principalmente sobre las sociedades y los grupos de población más vulnerables. Desde esta perspectiva, la forma en que representemos esta amenaza y nos posicionemos colectivamente ante ella será fundamental para que las respuestas políticas que se articulen sean efectivas, tanto en la senda de la adaptación como en la de la mitigación. En sociedades avanzadas como la española, sin una movilización social intensa que demande y protagonice políticas más decididas y radicales de respuesta a las amenazas del CC, difícilmente se podrá ir más allá de lo ya hecho, que es claramente insuficiente como están advirtiendo reiteradamente las instancias científicas más solventes.

La segunda consideración deriva de la naturaleza compleja y “contra-intuitiva” del CC. Sin la labor de los sistemas expertos que se ocupan del desarrollo científico y tecnológico, el CC sería virtualmente invisible para la conciencia humana. El clima es una abstracción generada por la ciencia para explicar las regularidades de determinados fenómenos meteorológicos durante largos periodos de tiempo. El CC deriva de esa posibilidad de abstracción. Sin la capacidad científica de representarlo a partir del registro y la interpretación longitudinal de múltiples parámetros y fenómenos naturales, el CC simplemente “no existiría”; al menos, “no existiría” para la conciencia social, con independencia de que la humanidad o grupos concretos de la misma sufriesen sus efectos más devastadores y traumáticos. Como en épocas pre-modernas, tales desastres serían atribuidos al azar o al destino, a la cruel irracionalidad de la naturaleza, a la acción caprichosa de dioses enloquecidos o a un castigo infringido a la humanidad por quebrantar algún pacto divino. Como se verá a continuación, la mayor parte de la población española, prácticamente 9 de cada 10 personas, cree que el CC es real, creencia que sólo es posible a partir de un conjunto de representaciones sociales que han sido y están siendo socialmente construidas a partir de la representación científica. Lo curioso, por adjetivarlo de forma provocativa, es que en otras sociedades que tienen acceso a la misma “representación científica” (el desarrollo científico es, quizás, uno de los campos junto con la economía, que mejor expresan la globalización contemporánea) la creencia en el CC es considerablemente menor. El caso más estudiado es la sociedad estadounidense, donde un sector amplio de la población, entre el 40 y el 50

por ciento de media en la última década, rechaza la existencia del CC o lo atribuye a causas exclusivamente naturales, asumiendo postulados pre- o anti-científicos que aparecen altamente correlacionados con creencias políticas y religiosas propias de posiciones ideológicas conservadoras y neoliberales (Leiserowitz, Smith & Marlon, 2010; McCright & Dunlap, 2011; The Pew Research Center, 2012) . Esta disonancia no es óbice para que el proceso de construcción de dicha representación a partir de un “objeto” –el clima y sus tendencias- sólo sea posible por la existencia previa de la representación científica, pero la construcción de la representación social posee su propia lógica y el resultado no es, o no puede ser, una réplica de la primera ni tampoco exactamente el mismo en todas las sociedades.

Siguiendo los planteamientos teóricos y metodológicos apuntados por diversos autores en torno a la génesis de las representaciones sociales (Moscovici, 1979; Moscovici y Hewstone, 1989; Wagner, Hayes & Flores, 2011) y de las representaciones colectivas (Lezama, 2004; Sperber, 2005), hemos centrado nuestra atención en el CC por su potencial para indagar en la epistemología de la cultura común y en cómo integra el saber científico, como un rasgo diferencial en la conformación cultural de las sociedades modernas. En palabras de Moscovici y Hewstone (1989: 682), nos encontramos ante una “sociedad bifurcada”, en la que convive “una minoría de especialistas y una mayoría de aficionados, consumidores de conocimiento succionado a través de una educación sucinta o a través de los media. En definitiva, la oposición entre el pensamiento normalizado [científico] y el que no lo está [común], entre el pensamiento advertido del científico y el pensamiento ‘ingenuo’ del hombre de la calle es menos de orden lógico u orgánico que de orden social”. En el marco de este nuevo orden social en el que la cultura científica impregna y condiciona en buena medida la cultura común, el CC, por sus cualidades intrínsecas (complejidad e incertidumbre, naturaleza contra-intuitiva o contra-factual, alto nivel de abstracción, etc.) se convierte en un “objeto” de estudio extraordinariamente fértil.

Es por estas razones que, aunque interesa el CC como problema socio-ambiental singular al que es preciso dar respuestas urgentes en múltiples frentes, entre ellos la educación y la comunicación, también resulta atractivo por su potencial para conocer y comprender cómo se construyen en y desde la cultura común las representaciones de problemas ambientales socialmente relevantes que serían inconcebibles o invisibles sin una representación científica que los acote y defina previamente, y que resulta imprescindible, además, para legitimar el interés que puedan tener para la sociedad.

Entre los estudios que concretan esta línea de investigación destaca la serie demoscópica que venimos realizando desde 2008 con el soporte de Fundación Mapfre . La finalidad principal es concretar cada dos años una radiografía de las represen-

taciones del CC en la sociedad española, facilitando un seguimiento longitudinal de su evolución. Los dos primeros estudios fueron presentados en 2009 (Meira et al., 2009) y 2011 (Meira et al., 2011). El último se encuentra en fase de redacción y su presentación está prevista durante el primer trimestre de 2013 (Meira et al., en prensa). En las tres oleadas se ha trabajado con muestras representativas de la población española de 18 o más años de edad, residente en la península, en la primera demoscopia, e incorporando las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla y las comunidades insulares de Canarias y Baleares, en las dos últimas. El cuestionario utilizado ha sido diseñado ad hoc y, en la última versión, consta de 50 preguntas y 229 ítems que exploran cinco dimensiones:

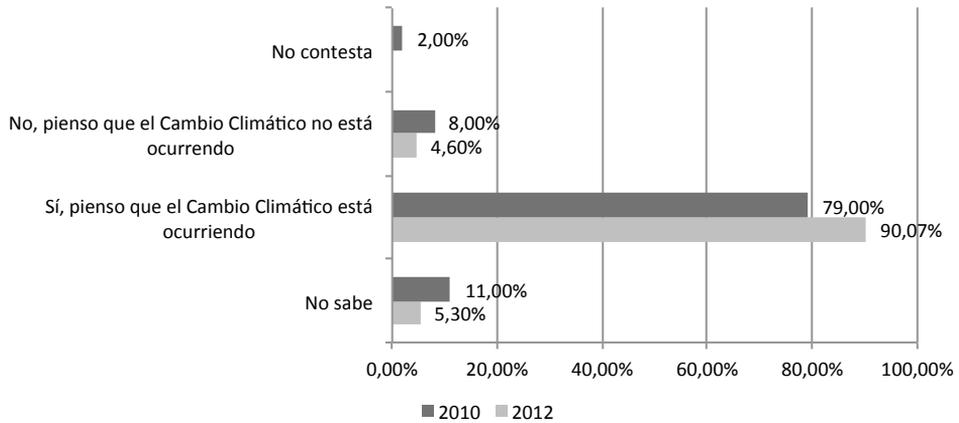
1. los conocimientos y las creencias que maneja la población española sobre las causas, los procesos biofísicos y sociales implicados, y sobre las consecuencias del CC;
2. la relevancia y el potencial de amenaza que la población le atribuye, principalmente en relación con otras amenazas o cuestiones, ambientales o no, que también pueden generar preocupación e inseguridad;
3. los recursos y las fuentes de información –medios y mediadores– a los que recurre la población española para alimentar su concepción del cambio climático y la confianza que generan;
4. las actitudes y los hábitos que caracterizan el comportamiento cotidiano de la ciudadanía en aspectos clave para el CC (consumo energético, movilidad, alimentación, salud, etc.).
5. y la percepción de las políticas de respuesta al cambio climático a distintos niveles (global, regional, local).

Las variables independientes que han sido consideradas para explorar posibles efectos moduladores sobre las representaciones del CC son la edad, el sexo, la zona climática de residencia, el nivel de estudios, la tipología familiar (nivel de ingresos, composición de la unidad familiar, número de miembros), la situación laboral, las creencias religiosas y la posición ideológica declarada.

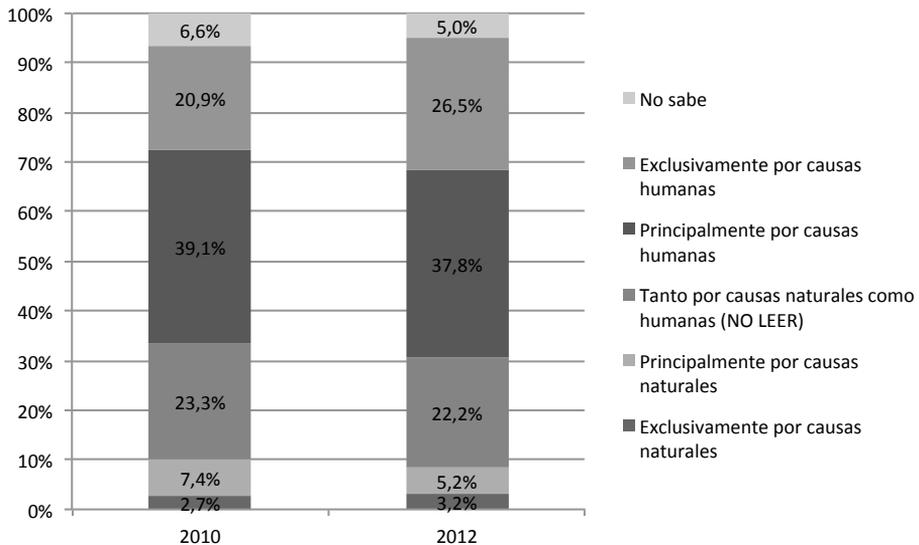
Aunque en este texto centra su atención en la tercera de las dimensiones analizadas, la relativa a los medios y las fuentes de información que alimentan las representaciones sociales del CC, parece interesante exponer algunos de los rasgos más generales que caracterizan estas representaciones.

En primer lugar se puede afirmar que la población española cree de forma mayoritaria que el cambio climático es real (ver Gráfica 1) y que su ocurrencia es total o principalmente atribuible al impacto de las actividades humanas (ver Gráfica

2). Como se puede observar en la Gráfica 1 la creencia en el CC ha ido ganando adeptos en los últimos años hasta sumar a 9 de cada 10 habitantes, mientras que las personas que se declaran escépticas han quedado reducidas a menos del 5 por ciento de la población en 2012, prácticamente la mitad que las personas que así



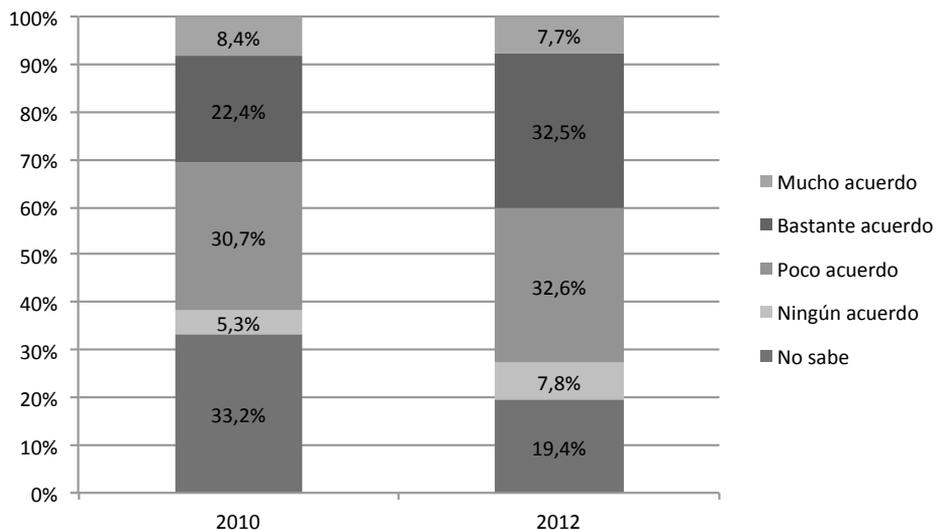
Gráfica 1: A continuación me gustaría que me dijese si piensa que el Cambio Climático está ocurriendo o piensa que no está ocurriendo (2010, N=1295; 2012, N=1300)



Gráfica 2: Atribución de las causas del cambio climático (2010-2012)

se declararon en 2010. Se puede afirmar que el negacionismo climático es residual en la sociedad española, y que no se verifica la polarización entre “creyentes” y “no creyentes” detectada en otras sociedades avanzadas, como el ejemplo ya comentado de EE.UU. o, de forma menos acusada, en otros países anglosajones y del norte de Europa (European Commission, 2011). A diferencia de lo que sucede en EE.UU., el paraíso del negacionismo climático, la sociedad española apenas matiza sus representaciones del CC por efecto de variables como la ideología o las creencias religiosas. Complementariamente, de entre las personas que asumen en 2012 que el CC es real, sólo el 8,4 por ciento lo atribuye única o principalmente a causas naturales; otro 22,2 por ciento entiende que es debido por igual a factores antrópicos y naturales, mientras que la mayoría, el 64,3 por ciento, lo atribuye exclusiva o principalmente a la interferencia humana, cifra que supone un 4,3 por ciento más que en 2010.

Desde el punto de vista de la conexión entre creer o no en la realidad del CC y la representación científica de la amenaza, hay un dato destacable por la evolución positiva que ha experimentado (ver Gráfica 3): el porcentaje de población que percibe un alto nivel de acuerdo (“mucho” o “bastante”) en el seno de la comunidad científica sobre las causas del cambio climático asciende 12 puntos, pasando del 30,8 por ciento en 2010 al 40,2 por ciento en 2012, prácticamente 10 puntos porcentuales más. El incremento experimentado se nutre fundamentalmente de personas



Gráfica 3: Percepción del grado de acuerdo en la comunidad científica sobre las causas del CC (2010-2012).

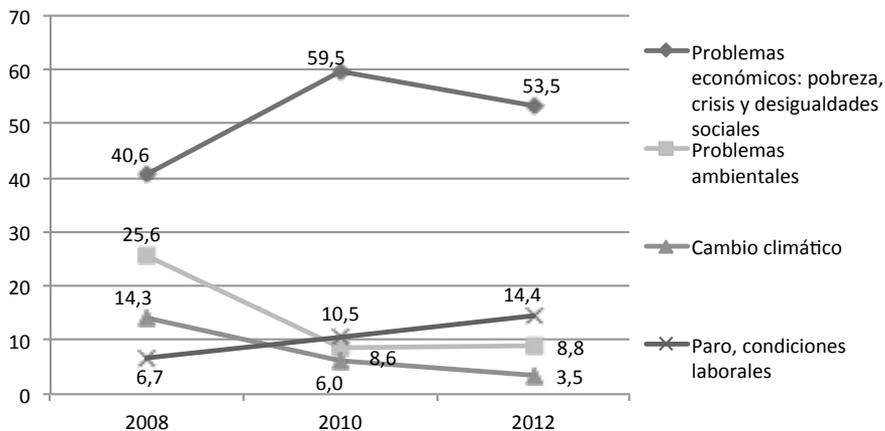
que en 2010 declararon ¿no saber? sobre esta cuestión. No deja de ser preocupante, en contraste, que también se incremente el porcentaje de quienes perciben “poco” o “ningún” acuerdo en la comunidad científica, aumentando también su porcentaje en 2012 (+4,4 puntos). Este dato es especialmente significativo dado que, a pesar de un mejor ajuste con la realidad científica, sigue expresando la existencia de una disonancia entre la creencia en el CC, expresada mayoritariamente en la sociedad española, y la percepción de un grado de desacuerdo notable en el seno de la comunidad científica por prácticamente un tercio de la población. Y una disonancia, obviamente, con la unanimidad científica sobre la realidad del CC y su causalidad humana.

En líneas generales, este perfil representacional puede contemplarse como un sustrato fértil sobre el que impulsar estrategias de comunicación y socialización del CC más ambiciosas y efectivas. Tanto los datos disponibles de la última oleada como las tendencias que reflejan, constituyen, sin duda, una buena noticia. Pero es necesario atemperar el exceso optimista al que pueda dar lugar esta primera impresión.

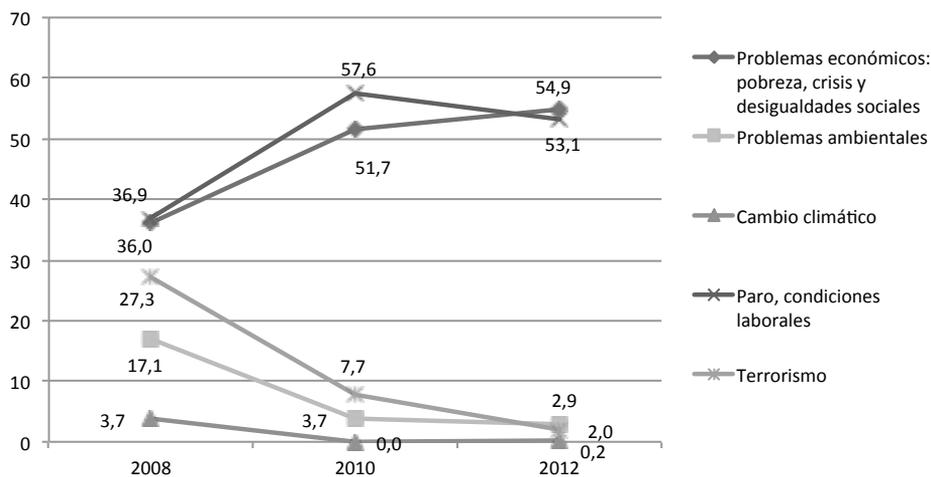
Una de las preguntas más interesantes del cuestionario interroga a las personas entrevistadas sobre los dos problemas más importantes que perciben con referencia a distintas escalas territoriales: a nivel mundial, en España, en su comunidad autónoma y en su localidad de residencia. Es la primera pregunta de la encuesta y, en el protocolo que han de seguir los entrevistadores, se hace hincapié en que el estudio sea presentado como parte de un proyecto para indagar sobre cómo la sociedad percibe e interpreta la problemática actual en general, y no específicamente como una encuesta sobre cambio climático. Esta táctica se sigue para evitar las distorsiones que se puedan inducir por efecto de la deseabilidad social. Las respuestas son abiertas y han sido codificadas con posterioridad agrupándolas en 12 categorías de problemas. Las gráficas 4, 5, 6 y 7 recogen las series de datos en las tres oleadas realizadas, 2008, 2010 y 2012, de algunas categorías seleccionadas.

En la Gráfica 4 se recogen algunos de los problemas citados como más importantes a nivel mundial. Es necesario destacar que el trabajo de campo de la primera demoscopia fue realizado en 2008, en un momento en que la sociedad española entraba en la fase más aguda de la crisis actual, justo antes de la fracasada COP15 celebrada en Copenhague y bajo la influencia de las últimas ondas de fenómenos mediáticos relacionados con el CC como *Una Verdad Incómoda*, el oscarizado documental de Al Gore. Las siguientes demoscopias, cuyos trabajos de campo fueron realizados en los veranos de 2010 y 2012, reflejan claramente el impacto de la crisis, que polariza la atención pública, y también la debilitación de las políticas de CC y su oscurecimiento mediático progresivo. En 2008, el cambio climático era

## Medios de comunicación y cambio climático



Gráfica 4: Problemas más importantes a nivel mundial (la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada, selección)



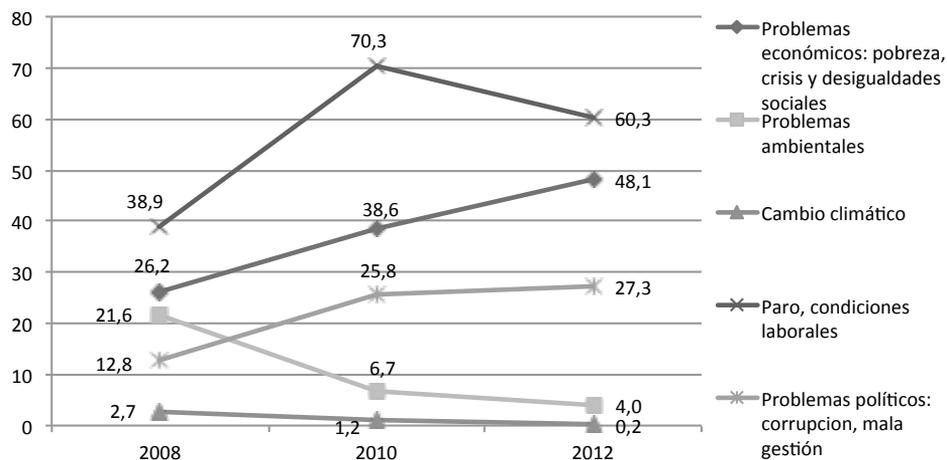
Gráfica 5: Problemas más importantes en España (selección, la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada)

citado por el 14,3 por ciento de la muestra como problema más preocupante a nivel mundial, ocupando el 5º lugar en la lista de problemas en esta escala. En 2009 las citas se reducen al 6,0 por ciento y en 2012 al 3,5 por ciento, pasando a ocupar en octavo y el noveno lugar, respectivamente, de las doce categorías de problemas consideradas. La categoría de problemas ambientales (salvo los relacionados con el CC) también se desploma, pasando de un 25,6 por ciento de citas en 2008 al 8,8 por ciento en 2012. La única lectura positiva a la que pueden dar lugar estos datos es que el CC ha ido ganando peso con relación al conjunto de problemas ambientales. Pero lo más destacable, como se observa en la misma Gráfica 4, es que la mayor parte del desgaste que se aprecia en las referencias al CC y a otras problemáticas ambientales está directamente relacionado con la primacía creciente que se le otorga a la crisis económica y a sus consecuencias también a nivel mundial. Esa es, lamentablemente, la principal conclusión.

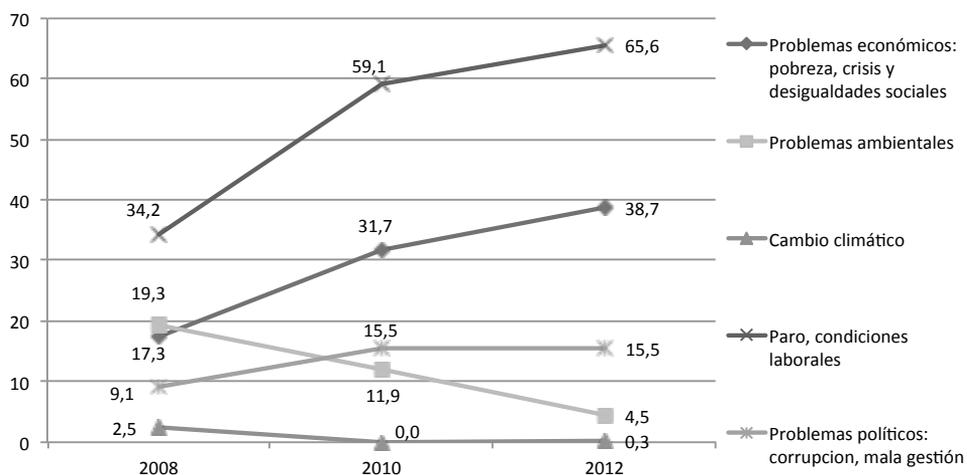
La Gráfica 5 recoge la misma cuestión, pero formulada con referencia a España. En este caso, el porcentaje de citas registrado en 2008, el 3,7 por ciento, ya denota un peso menor del CC como problema percibido a escala estatal. En 2010 no se registra ninguna cita y en 2012 se anota un simbólico 0,2 por ciento que sitúa al CC en la doceava posición de las doce categorías de problemas contempladas. Las referencias a otros problemas ambientales experimentan una secuencia similar. Como era de esperar, la crisis económica y sus consecuencias concentran la mayor parte de las citas, observándose en la última oleada que la crisis económica supera como problema más citado a sus consecuencias en forma de paro y empeoramiento de las condiciones laborales.

Estas tendencias se agudizan en la percepción de los principales problemas a nivel autonómico (Gráfica 6) y a nivel local (Gráfica 7). El comportamiento es similar en ambas escalas: el CC es muy poco relevante en las tres oleadas, ocupando tanto a nivel autonómico como local la última posición de las doce categorías de problemas contempladas. También en ambos casos, las citas relacionadas con el CC van disminuyendo progresivamente, pasando del 2,7 por ciento en 2008 al 0,2 por ciento en 2012 a escala autonómica, y del 2,5 por ciento en 2008 al 0,3 por ciento en 2012 a escala local. En síntesis, si el CC era ya un problema poco relevante en la primera oleada de la serie, su relevancia relativa ha ido decayendo hasta prácticamente quedar reducido a un puñado de alusiones testimoniales. Además, conforme la escala de referencia desciende de lo global a lo local, el CC va perdiendo peso entre los problemas más importantes señalados por la población española, rasgo que es generalizable a otras sociedades y que se describe con frecuencia en la literatura de este ámbito (Uzzell, 2000; García-Mira & Real, 2000; Meira, 2009; González-Gaudio & Meira, 2009).

## Medios de comunicación y cambio climático



Gráfica 6: Problemas más importantes en la comunidad autónoma de residencia (selección, la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada)



Gráfica 7: Problemas más importantes en la localidad de residencia (selección, la cuestión es abierta, se ha preguntado por el primer y el segundo problema más importante para la persona entrevistada)

Hay en nuestros estudios otros datos que refuerzan este retrato aparentemente contradictorio de las representaciones del CC en la sociedad española: por una parte, prácticamente 9 de cada 10 personas acepta la realidad del CC y cree mayoritariamente que su causalidad es humana; por otra, las alteraciones del clima no ocupan un lugar principal en la jerarquía de problemas que preocupan a la ciudadanía y, además, su relevancia ha ido disminuyendo a lo largo del último lustro hasta llegar a ubicarse en los últimos lugares entre los problemas identificados, o a desaparecer de ella. La falta de relevancia del CC es muy acusada en las escalas estatal, autonómica y local.

## **MEDIOS, MEDIADORES Y REPRESENTACIONES**

Una de las dimensiones que se exploran en nuestra serie demoscópica es el papel que la población atribuye a los medios de comunicación y a los mediadores como vías de acceso a información sobre el CC y a valoraciones sobre su potencial de amenaza. Ya se avanzó que la construcción del CC como objeto de representación social sólo es posible por la operación mediadora de distintos agentes y procesos que conectan la cultura científica con la cultura común, una conexión que es mucho más compleja que la mera transposición.

Entre los agentes que se analizan cabe destacar a los medios de comunicación y, fundamentalmente a través de ellos, a distintos mediadores cuya capacidad de influencia social es difícil de ponderar, así como la legitimidad con la que operan y la confianza que generan en el público. Para Moser (2010: 40), los mediadores o “mensajeros” juegan un papel fundamental en la socialización de los riesgos climáticos, no tanto por su participación funcional en el proceso de comunicación, como por condicionar la credibilidad de la información transmitida. La confiabilidad que generan los mediadores puede conferir “sellos de aprobación” a informaciones que el público, de lo contrario, tendría dificultades para aceptar como “correctas” o “creíbles”. En este caso se explora el rol mediador y la confianza que generan periodistas, científicos, educadores, ecologistas, empresarios, sindicalistas o políticos, entre otros, cuyo acceso a la mayoría de la población se realiza, directa o indirectamente, a través de los media, de los viejos y de los nuevos.

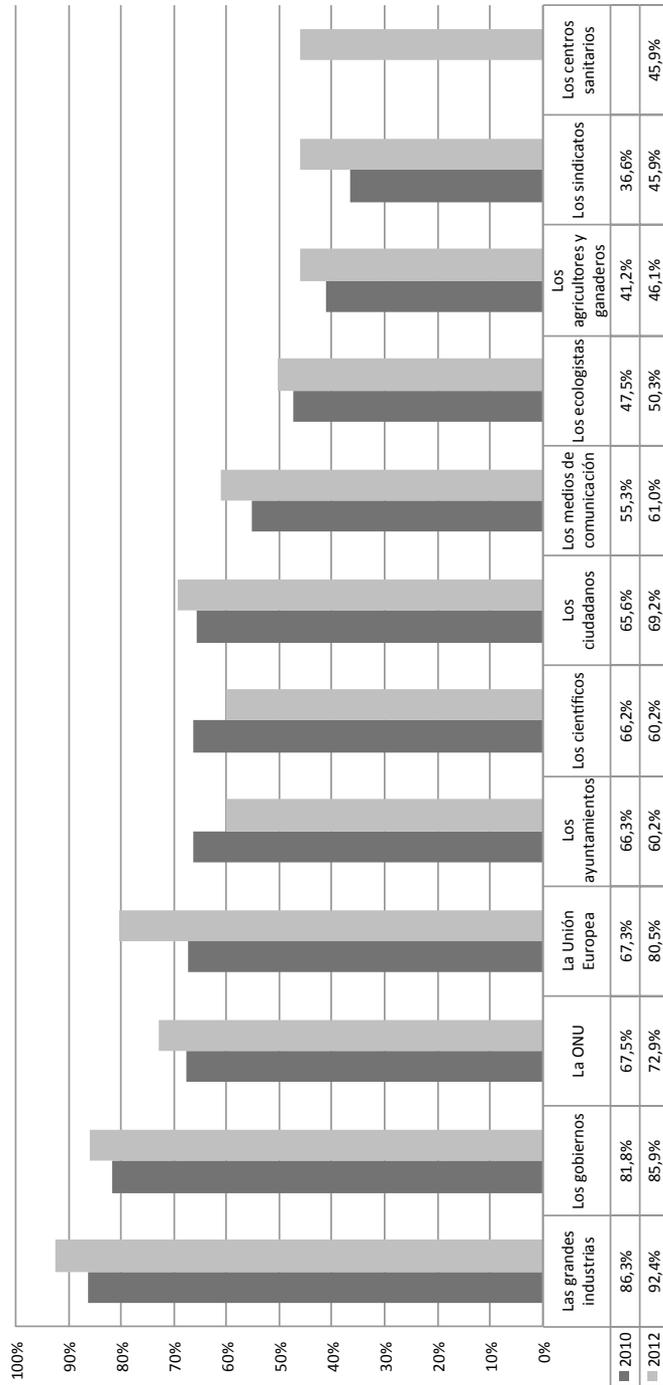
Otro tipo de procesos que se exploran son las mediaciones cotidianas, que se alimentan de la información que transmiten los medios, pero que también tienen una gran capacidad creativa. Estos procesos tienen un peso notable en cómo se va dando forma a la representación social del CC en la cultura común. Nos referimos aquí al conjunto de mediaciones e interacciones que tienen lugar en la cultura común,

que se concretan en las relaciones con iguales (amigos, familiares) y que también pueden vehicularse a través de los nuevos medios de comunicación (Internet, redes sociales). Estas mediaciones “informales” explican algunos patrones de las representaciones sociales del CC, tanto en el contenido de su núcleo figurativo (p.e.: la asociación causa-efecto entre el deterioro del ozono y el CC), como en las valoraciones que se realizan del potencial de amenaza del CC (p.e.: el desapego espacio-temporal). El Cuadro 1 recoge algunas de las cuestiones relacionadas con el rol de medios y el peso de los mediadores, cuyos resultados se comentan a continuación.

La primera y la segunda de estas cuestiones interrogan, respectivamente, por la responsabilidad que perciben las personas entrevistadas sobre el papel de una serie de colectivos en las causas del CC y en las soluciones que se pueden aplicar. Uno de estos agentes son los medios de comunicación. Como se aprecia en la Gráfica 8, los medios de comunicación aparecen en octavo lugar en 2010 y en séptimo lugar en 2012, en base al grado de responsabilidad en las causas del CC que les atribuye la población, situándose en ambas oleadas en posiciones intermedias. Las grandes industrias y los gobiernos son los colectivos a los que se les atribuye mayor responsabilidad, mientras que agricultores y ganaderos, sindicalistas y, en 2012, centros sanitarios, son los agentes sobre quienes se proyecta una menor responsabilidad en las causas del CC. En el tránsito de 2010 a 2012 se observa como la atribución causal aumenta para todos los colectivos salvo para los científicos. Otro dato revelador es la posición de agricultores y ganaderos en los últimos lugares, lo

**Cuadro 1.** Cuestiones incorporadas a las demoscopias directamente relacionadas con medios, mediadores y el acceso a la información sobre el CC . (Versión 2012 del cuestionario)

Q25. Indique para cada uno de los siguientes colectivos, ¿cuál cree que es su responsabilidad en las causas del Cambio Climático? (entre los colectivos: medios de comunicación)
Q26. Indique para cada uno de los siguientes colectivos, ¿cuál cree que es su responsabilidad en las soluciones del Cambio Climático? (entre los colectivos: medios de comunicación)
Q30. Personalmente, sobre los siguientes aspectos del Cambio climático, ¿hasta qué punto se siente informado?
Q31. ¿Con qué frecuencia ha recibido información sobre Cambio Climático a través de los siguientes medios?
Q32. ¿Puede mencionar algún libro, película, campaña de sensibilización o exposición relacionada con el Cambio Climático?
Q33. Me gustaría que me dijera si durante el último mes ha escuchado o leído algo sobre el Cambio Climático a alguna de las siguientes personas
Q34. ¿Qué grado de confianza le merece a Ud. la información sobre Cambio Climático proporcionada por...?



Gráfica 8: Responsabilidad en las causas del cambio climático atribuida a distintos agentes (muchas+bastantes, 2010-2012)

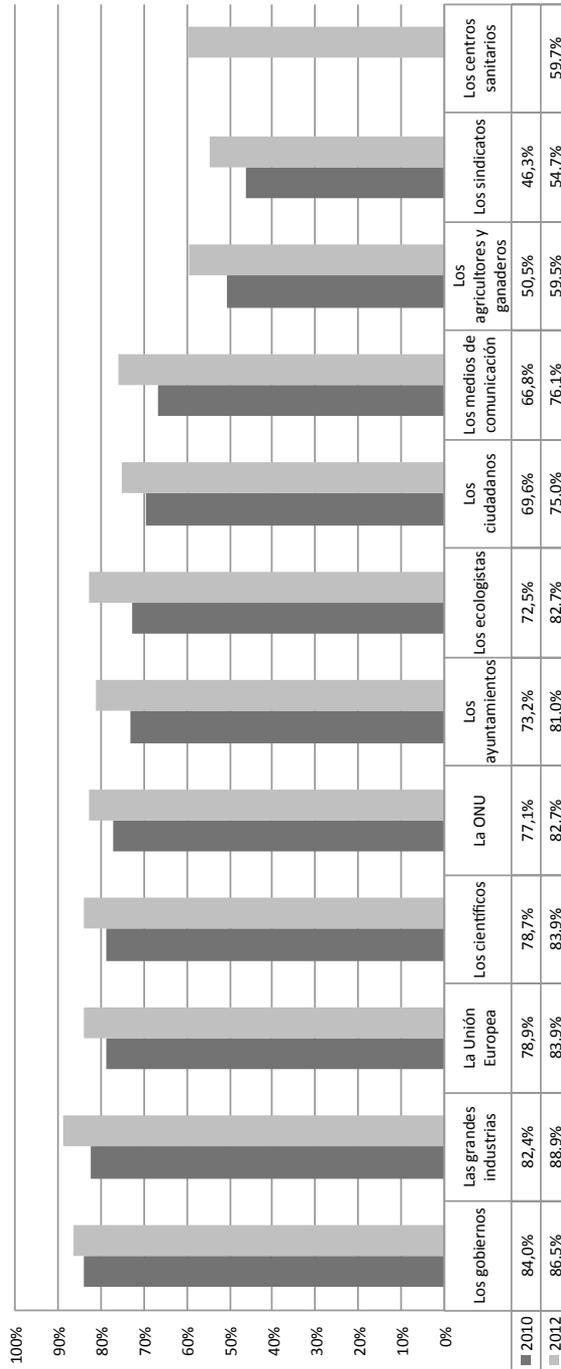
que pone en evidencia que las representaciones del CC en la sociedad española adolecen de un vacío importante en la comprensión de cómo las actividades del sector primario pueden influir en las emisiones de gases de efecto invernadero, tanto en sentido positivo como negativo.

La atribución de responsabilidades a los mismos colectivos en las soluciones al CC puede ser más interesante para evaluar el rol que la sociedad atribuye a los medios de comunicación. Como en el caso anterior, la oleada de 2012 muestra una subida generalizada en todos los colectivos sometidos a valoración con respecto a 2010 (ver Gráfica 9). Con ligeras variaciones entre ambas demoscopias, los gobiernos, las grandes industrias y la Unión Europea ocupan las primeras posiciones de este particular ranking, mientras que agricultores y ganaderos, y sindicatos aparecen en las últimas, en una distribución similar a la registrada en la cuestión anterior. Dado que en este caso se solicitaba la valoración de la responsabilidad en las soluciones y dando por supuesto que los medios de comunicación han de jugar un papel mucho más relevante en ellas, a priori, que el que se les pueda atribuir en la causas, no deja de sorprender que las personas entrevistadas los sitúen en el final del ranking: en noveno lugar en 2010 y en octavo en 2012. No obstante, la ciudadanía que entiende que la responsabilidad de los medios de comunicación en la búsqueda de soluciones al CC debe ser “mucho” o “bastante” suma a 7 personas de cada 10 en 2010 y a 8 de cada 10 en 2012.

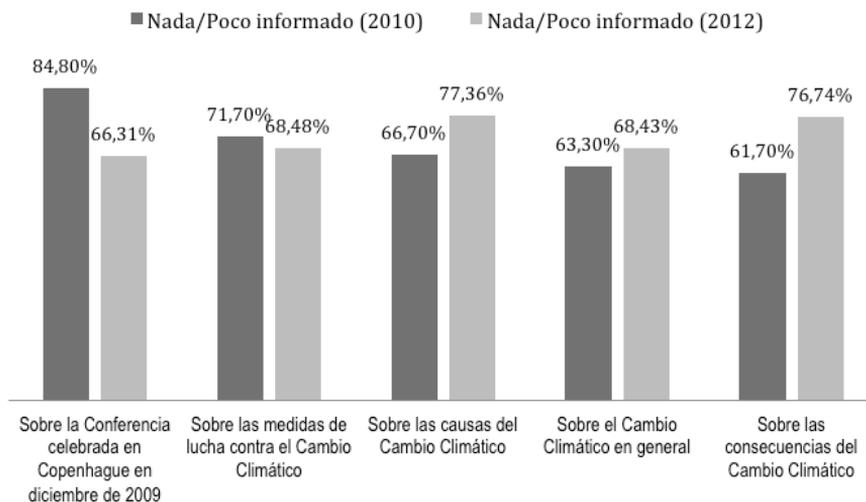
La siguiente cuestión a examinar gira en torno a la auto-percepción que tiene la ciudadanía sobre su nivel de información con respecto a algunos aspectos del CC: sobre la Conferencia de Copenhague, sobre las medidas de lucha contra él, sobre sus causas y consecuencias y, a modo de síntesis, sobre el CC en general.

Como se observa en la Gráfica 10, prácticamente 7 de cada 10 personas se declaran “nada” o “poco” informadas en todas las dimensiones consideradas, aunque las tasas más altas de desinformación registradas en la última oleada se producen cuando se alude a las causas y a las consecuencias del CC. También cabe destacar que el nivel de desinformación aumenta en 2012 con respecto a 2010. Así, en el ítem sobre el nivel de información reconocido con respecto “al CC en general”, el más sintético, el 63 por ciento de la muestra se declara “nada” o “poco” informado en 2010, tasa que sube al 68 por ciento en 2012, prácticamente 5 puntos más; es decir, 3 de cada 4 personas se reconocen desinformados sobre el CC.

¿Cuál es el perfil socio-demográfico de las personas que se declaran desinformadas en este último ítem? Tomando como referencia los resultados de la oleada de 2012, la aplicación del estadístico chi-cuadrado permite detectar diferencias significativas con relación a las variables edad ( $\chi^2(9, N=1300)=0.000, p<.01$ ), nivel



Gráfica 9: Responsabilidad en las soluciones al cambio climático atribuida a distintos agentes (muchas+bastantes, 2010-2012)



Gráfica 10: Nivel de información autopercibido sobre distintos aspectos de CC (2010-2012)

de estudios ( $\chi^2(18, N=1300)=0.000, p<.01$ ), situación laboral ( $\chi^2(3, N=1300)=0.000, p<.01$ ), nivel de ingresos del hogar ( $\chi^2(9, N=1300)=0.000, p<.01$ ) y posición política ( $\chi^2(6, N=1300)=0.001, p<.01$ ). En cuanto a la variable edad, las tasas más altas de desinformación reconocida se concentran en las personas de 65 y más años, entre las cuales hasta el 22,0 por ciento se declara “nada” informado. En cuanto al nivel de estudios, las tasas más altas de desinformación se detectan entre las personas “sin estudios”, entre las que el 41,6 por ciento se declara “nada” informado; esta cifra se reduce al 9,5 por ciento y al 4,0 por ciento, respectivamente, entre quienes han cursado estudios universitarios medios o superiores. A pesar de estas diferencias, en los colectivos con estudios universitarios los porcentajes de quienes declaran tener “poca” información son también altos: el 51,8 por ciento en el caso de las personas con estudios universitarios medios y el 39,9 por ciento entre quienes cursaron estudios universitarios superiores. La influencia de la situación laboral también parece fácil de explicar y parece muy relacionada con otras variables como la edad y el nivel de estudios: en este caso, las personas que se declaran inactivas se reconocen “nada” informadas en mayor proporción que las activas: el 17,7 por ciento frente al 9,6 por ciento.

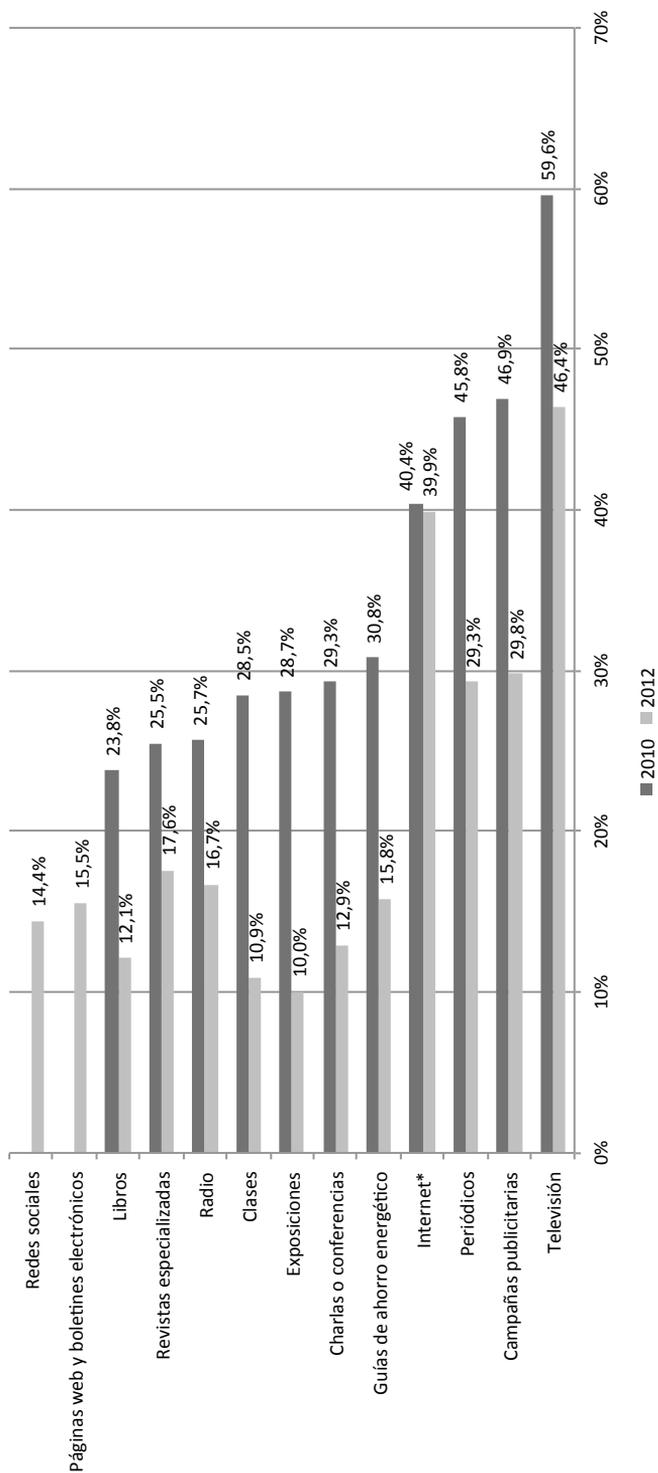
La influencia significativa del nivel de ingresos obedece también a una lógica relativamente fácil de explicar, dado que conforme disminuye el nivel de ingresos, aumenta el grado de desinformación declarada. La ideología política, analizada a

partir de tres posiciones básicas (izquierda, centro, derecha), ofrece una distribución que denota cierta polarización ideológica en la representación del CC en la sociedad española: el porcentaje de personas que se reconocen desinformadas es significativamente mayor entre quienes se ubican en la derecha ideológica que entre quienes lo hacen en el centro o la izquierda. Las diferencias, además de estadísticamente significativas, marcan distancias importantes: mientras el 37,8 por ciento de las personas que se posicionan a la izquierda se declaran “muy” o “bastante” informadas, esta tasa sólo alcanza el 32,7 por ciento entre quienes se posicionan en el centro y el 28,7 por ciento entre quienes lo hacen a la derecha del espectro político, prácticamente 10 puntos de diferencia entre ambos extremos.

La siguiente cuestión explora a través de qué “medios” acceden las personas a información sobre el CC, tratando de valorar, además, el peso relativo que tiene cada medio como vía de acceso a dicha información. La pregunta concreta que se incluye en las versiones de 2010 y 2012 del cuestionario es la siguiente:

“¿Con qué frecuencia ha recibido información sobre Cambio Climático a través de los siguientes medios?”. En la Gráfica 11 se enumeran los “medios” sometidos a valoración y los resultados, en porcentajes absolutos, correspondientes a las oleadas de 2010 y 2012. El concepto “medios” es aquí muy amplio dado que incorpora a los medios de comunicación convencionales (TV, radio, periódicos, libros y revistas especializadas, etc.), a los medios asociados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (“Internet”, en 2010, y desglosado en “redes sociales” y “webs”, en 2012) y a otros recursos vinculados a las experiencias educativas formales y no-formales (clases, conferencias, exposiciones). Las “campañas publicitarias” se incorporan como un formato comunicacional específico que el público reconoce claramente como una fuente de información diferenciada. Los datos que recoge la Gráfica 11 son el resultado de sumar los porcentajes de quienes afirman recibir información sobre el CC a través de cada medio con “mucho” y “bastante frecuencia”.

La lectura de esta gráfica ofrece diversas perspectivas de análisis. En primer lugar, en 2012 resulta evidente la disminución del flujo de la información sobre el CC que llega a la población española con respecto a los datos registrados en la oleada de 2010. Prácticamente todos los medios y todas las experiencias a través de los cuales esta información se hace accesible disminuyen su frecuencia. Este desplome es especialmente acusado en los contextos y experiencias educativas de carácter formal y no-formal (clases, exposiciones, conferencias, guías de ahorro energético, libros), que reducen sus tasas en una media del 50 por ciento durante el último



Gráfica 11. Personas de la muestra que afirman recibir información del CC de cada medio con “mucho” y “bastante frecuencia”. (Porcentajes sumados, 2010-2012).

bienio. En los medios convencionales (televisión, radio, prensa), esta erosión es también importante, aunque menos intensa.

El único "medio" al que no parece haber afectado este desgaste es Internet: en 2010 afirmaron recurrir a él con "mucho" o "bastante" frecuencia hasta el 40,4 por ciento de la población, ocupando el 4º lugar en el ranking de medios, cifra similar a la registrada en 2012 con el 39,9 por ciento. En la última oleada, además, Internet pasaría a ser la segunda vía de acceso en importancia, superada sólo por la televisión. Esta escalada en el ranking mediático debe ser relativizada dado que en la encuesta de 2012 se desdobló el ítem "Internet" en dos categorías: por una parte las "redes sociales" (14,4 por ciento), y por otra las "páginas Web y boletines electrónicos" (15,5 por ciento), en un intento todavía muy básico de discriminar el papel que puedan estar jugando en la mediación del CC los recursos telemáticos 1.0 y 2.0. Lo que si resulta evidente es el peso que están alcanzando los medios canalizados a través de Internet y las posibilidades que ofrecen de interacción, información y comunicación frente a los medios convencionales, superando a la radio, a la prensa escrita y también a las experiencias educativas formales y no-formales (clases, exposiciones, conferencias, etc.). El papel principal de la televisión como vía de acceso al CC no es una novedad, pero también cabe destacar como el mundo de Internet ya amenaza su hegemonía en este ámbito temático.

Desde nuestro punto de vista, el desgaste que registra la última demoscopia en la circulación de información sobre el CC es una muestra del "enfriamiento" general de la cuestión climática como tema relevante en el seno de la sociedad española. Los factores que mejor pueden explicar este desgaste son, como ya se avanzó, el oscurecimiento de cualquier otra amenaza por la experiencia de la crisis económica; la relegación del CC en las políticas públicas, por el mismo impacto de la crisis y por el acceso al poder de grupos en los que predomina el pensamiento escéptico y *negacionista*, tanto en el Gobierno del Estado como en la mayoría de las Comunidades Autónomas y los gobiernos locales; y, complementariamente, por la retirada del CC de la agenda mediática, principalmente en los medios masivos de comunicación. Este desinterés también deriva del fracaso total o relativo de las últimas conferencias internacionales del sistema de la ONU en su intento por llegar a un acuerdo más ambicioso y eficaz que sustituya al Protocolo de Kioto. La suma de estos factores está alimentando cierta fatiga (eco-fatiga) en una población cada vez más temerosa y desmotivada ante el acento recurrente sobre las amenazas del CC, y en general sobre el grave deterioro del ambiente, sin que se ofrezcan ni vislumbren escenarios alternativos que generen alguna esperanza. Un desinterés que también se alimenta en la sociedad española por el mismo bajo perfil que, por lo general, las distintas administraciones del Estado están dando al CC en la actual legislatura.

En la oleada de 2012, el uso de todos los medios registra diferencias estadísticamente significativas con relación a las variables edad, situación laboral y nivel de ingresos del hogar. Aunque la interpretación de estas diferencias es distinta para cada medio, no resulta difícil percibir unos patrones lógicos. Por ejemplo, mientras las “redes sociales” son señaladas como fuentes de acceso “bastante” o “muy frecuente” a información sobre el CC por el 26,9 por ciento de la población entre 18 y 25 años, este porcentaje decae al 4,6 por ciento entre quienes tienen 65 o más años. Otras variables independientes como el nivel de estudios, la posición ideológica o la tipología del hogar producen diferencias estadísticamente significativas en algunos medios. Por ejemplo, la posición ideológica discrimina el uso de medios como “libros”, “redes sociales”, “charlas y conferencias”, “clases”, “televisión” y “páginas Web y boletines electrónicos”. En relación a las “páginas Web y boletines electrónicos”, el 19,8 por ciento de la población que se posiciona en la izquierda del espectro ideológico afirma recurrir a él con “bastante” o “mucho” frecuencia, mientras que su uso mengua al 14,3 por ciento entre quienes se posicionan en el centro y al 12,0 por ciento entre quienes lo hacen a la derecha. El uso de “redes sociales” registra una distribución similar en función de la posición ideológica.

Íntimamente ligado al papel de los medios como vías de acceso a la información sobre el CC y, por lo tanto, como vectores en la construcción de las representaciones sociales de esta amenaza, está el papel de los mediadores. Identificamos como mediadores a distintos agentes sociales que ofrecen, canalizan o intercambian información relacionada con el CC. En unos casos, los mediadores entran en contacto con la población a través de los media o en situaciones formalmente diseñadas para facilitar dichos flujos de información, bien por la naturaleza de su rol profesional (periodistas, científicos, profesores) o por su rol social y/o político (políticos nacionales, miembros del gobierno, ecologistas, empresarios, sindicalistas). En otros casos, son personas cercanas con las que se interacciona e intercambia información, valoraciones y creencias sobre el CC, comúnmente en contextos informales (familiares, compañeros de trabajo, amistades)<sup>2</sup>.

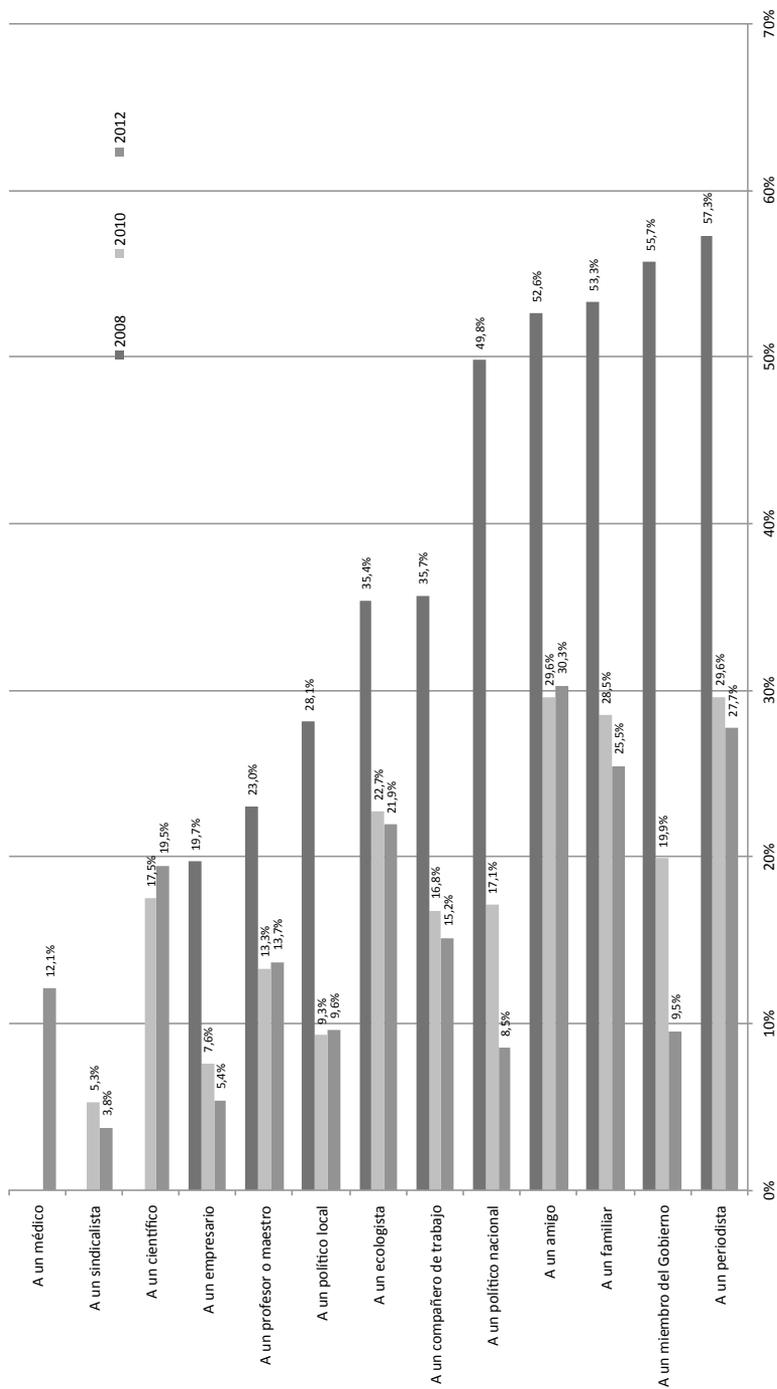
---

2 Moser (2010: 43-44) alude al potencial de las formas “dialógicas de comunicación”, que pueden aprovechar las interacciones informales para socializar el CC y hacerlo más relevante y significativo. La autora considera que el aprovechamiento de estas interacciones puede constituir un contrapeso a las formas de comunicación y de toma de decisiones más verticales y tecnocráticas. Como hemos comprobado en nuestros estudios, las vicisitudes del clima son un tema de “conversación” frecuente en las relaciones con familiares, amigos y compañeros, dando lugar a situaciones de contacto con el CC en la vida cotidiana tan frecuentes como las que genera el contacto con los media o con mediadores en contextos más formales.

Lo más usual es que se atribuya mayor relevancia social al primer grupo de mediadores en la medida que se suele asumir que poseen una mayor legitimidad que viene dada por su conocimiento experto, principalmente en el caso de las personas de ciencia, y por su competencia en la transmisión de información, principalmente en el caso de periodistas y profesores. Salvo alguna excepción, que se verá más adelante, el segundo grupo de potenciales mediadores (políticos, ecologistas, empresarios, sindicalistas) suele ser juzgado con mayor suspicacia en la medida en que se piensa que sus posiciones sobre el CC pueden estar condicionadas por intereses corporativos. El tercer grupo, las personas cercanas con las que se conversa informalmente de todo aquello que preocupa, interesa o está de actualidad, constituye un caldo de cultivo especialmente fértil donde la cultura común desarrolla toda su capacidad creativa y socializadora. Es en el marco de estas interacciones con amigos, familiares, compañeros, en las conversaciones más o menos intrascendentes que salpican el día a día, que las representaciones sociales del CC están siendo construidas, interiorizadas y compartidas. La esfera cotidiana no es ajena a otros círculos de mediación; de hecho, en temas como el CC se alimenta fundamentalmente de ellos. Para sus conversaciones cotidianas, las personas utilizan como materia prima conceptos, ideas, teorías y datos que provienen de la esfera científica y que llegan a ellas a través de medios y mediadores más o menos competentes y hábiles en las tareas de comunicación. Pero la esfera cotidiana también juega con la suficiente autonomía para desencadenar procesos cognitivos, sociales y culturales que dan lugar a creencias y valoraciones originales, muchas veces contradictorias con la ciencia disponible, pero que sirven para orientar la valoración y los comportamientos personales y colectivos con respecto al CC y a otras amenazas similares.

Una de las preguntas del cuestionario explora, precisamente, la relevancia que pueden tener estos mediadores: "Me gustaría que me dijera si durante el último mes ha escuchado o leído algo sobre el Cambio Climático a alguna de las siguientes personas". En la Gráfica 12 se identifican estos agentes mediadores y se reproducen los datos correspondientes a las oleadas de 2008, 2011 y 2012.

Siguiendo un patrón muy similar al descrito en el acceso a la información sobre el CC a través de distintos medios, se observa como se ha producido un gran caída entre la oleada de 2008 y las dos últimas, de 2010 y 2012. Es oportuno recordar que la primera demoscopia fue realizada en un periodo en que el CC tenía una mayor presencia mediática y pública en la sociedad española, justo en los meses previos al fracaso de la Cumbre de Copenhague y en el umbral de la fase más profunda de la actual crisis económica y social. También conviene recordar que el trabajo de campo de las tres demoscopias fue realizado durante el mismo periodo de cada año.



Gráfica 12. Personas de la muestra que afirman haber escuchado o leído algo sobre el CC a alguno de estos interlocutores durante el último mes (2008-2010-2012)

En 2008, los principales mediadores identificados fueron periodistas (57,3 por ciento) y miembros del gobierno (55,7 por ciento). En un segundo escalón aparecen roles ligados al círculo cotidiano como familiares (53,3 por ciento) y amigos (52,6 por ciento).

En 2010 y 2012 las posiciones relativas son similares, aunque se aprecia un desgaste considerable del CC como “tema” de interés en la esfera pública. Este desgaste afecta a todos los mediadores contemplados, pero es especialmente acusado en algunos de ellos. La pérdida más significativa es la que experimentan los miembros del gobierno: si en 2008 el 55,7 por ciento de la población declaraba haber escuchado o leído algo sobre el CC a algún miembro del gobierno durante el último mes, en 2012 esta cifra se reduce al 19,9 por ciento, prácticamente 45 puntos menos. Esta misma tendencia se aprecia en los casos de un político nacional y de un político local. Aunque algo menos acusado, también hay que destacar el descenso que se aprecia con los periodistas, cuya identificación como mediadores sobre el CC alcanza el 57,3 por ciento en 2008 para decaer hasta el 27,7 por ciento en 2012. De hecho, en esta última oleada, la población señala a “los amigos” como principales interlocutores sobre el CC, incluso con un porcentaje ligeramente superior al registrado en 2010: el 30,3 por ciento.

En la serie de datos examinada, la tendencia más destacable, además de la pérdida de relevancia del CC como “tema” de interlocución, es que los mediadores ligados a las relaciones informales y personales adquieren cada vez más peso, mientras que los mediadores ligados a la esfera institucional, como expertos o políticos, lo pierden, de forma incluso abrupta. El hecho de que los políticos hayan sido los que más peso han perdido puede ser un reflejo del debilitamiento de las políticas públicas de CC tanto en España como a nivel global, un debilitamiento especialmente acusado en el tiempo transcurrido de la actual legislatura, bien por una estrategia intencionada en este sentido, bien por la ya aludida prominencia de la crisis sobre cualquiera otra cuestión.

El reconocimiento de los científicos como mediadores identificados del CC únicamente ha sido explorado en las oleadas de 2010 y 2012. En 2010, el 17,5 por ciento de la población los identifica como fuentes de información sobre el CC durante el último mes, subiendo al 19,5 por ciento en 2012. Siendo el CC un tema cuya legitimación es o debiera ser fundamentalmente científica, no deja de sorprender que los científicos aparezcan en quinto lugar entre los mediadores que la población identifica, superados en la última oleada por periodistas, amigos, familiares y ecologistas. Es decir, en los flujos de información y en las valoraciones sobre el CC que experimenta la población española priman más los canales de mediación

personales e informales que otros aparentemente más legitimados por su competencia o responsabilidad (científicos, tomadores de decisiones, técnicos, etc.).

La última cuestión aborda el grado de confianza que generan, en la población española, distintos agentes como fuentes de información sobre el CC (ver Gráfica 13). Para esta valoración se ha construido un índice de confianza que se calcula sumando los porcentajes de población que declara que su confianza en la información que transmite o vehicula cada agente mediador es “mucho” o “bastante” y después restando a este resultado el sumatorio de los porcentajes de quienes consideran que genera “poca” o “ninguna” confianza.

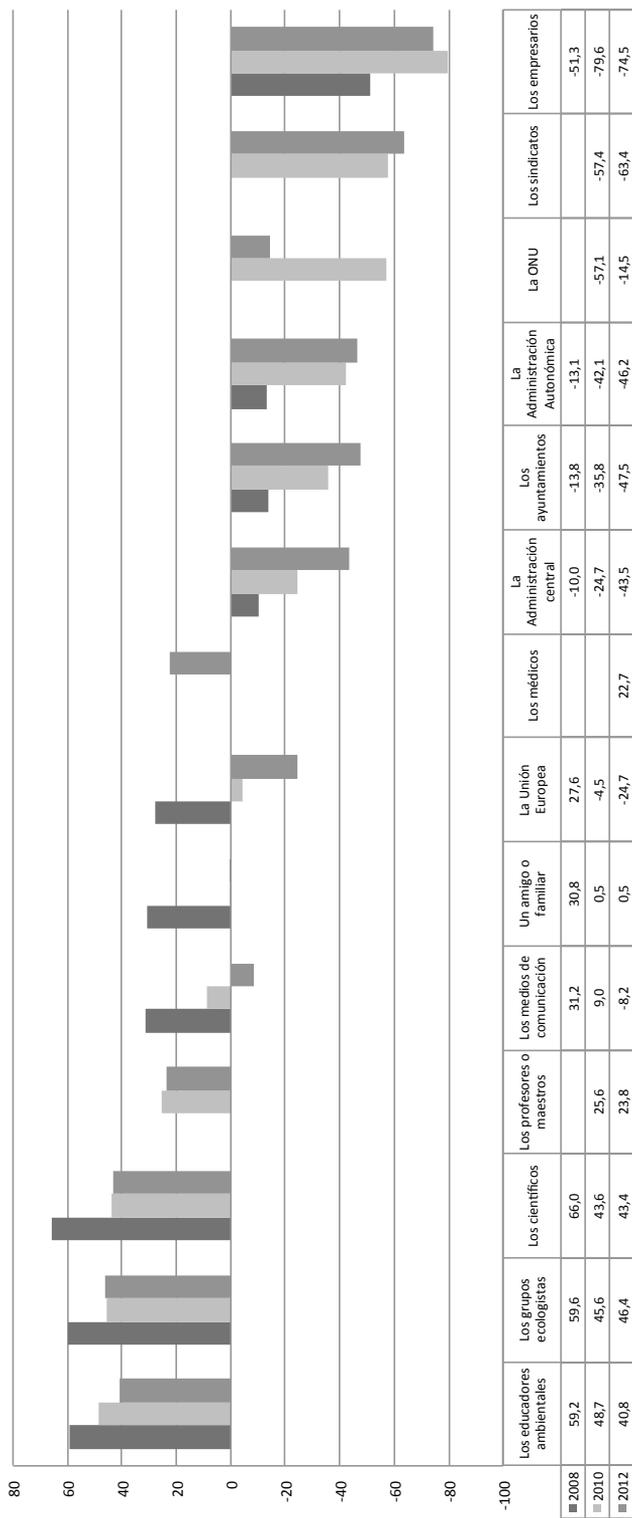
Siguiendo la pauta de las dos cuestiones anteriores, lo primero que cabe destacar es la pérdida progresiva de confianza que afecta a todos los agentes considerados, siendo esta caída más acusada entre las oleadas de 2008 y 2010. Los mediadores que generan mayor confianza como fuentes de información sobre el CC en las tres oleadas, con índices positivos, son educadores ambientales, grupos ecologistas y científicos. En un segundo escalón aparecen profesores o maestros y amigos y familiares. Este último colectivo prácticamente alcanza un índice neutro en las dos últimas oleadas.

Las valoraciones de los medios de comunicación y de la Unión Europea merecen un comentario específico. En la oleada de 2008 el índice de confianza es positivo en ambos casos, con +30,8 y +27,6 puntos, respectivamente. Sin embargo, ambos índices se desploman en la segunda y tercera oleada, pasando en 2012 a contabilizar puntuaciones negativas: -8,2 puntos los medios de comunicación y -20,7 puntos la Unión Europea.

Las administraciones públicas (central, municipal y autonómica) registran índices de confianza negativos que han ido empeorando en el transcurrir de las tres oleadas. Lo mismo sucede con sindicatos (-63,4 en 2012) y empresarios (-74,5 en 2012). La ONU es el único agente que muestra una clara recuperación de la confianza pública en las dos últimas oleadas, aunque sigue marcando valores negativos: pasa de -57,1 en 2010 a -14,5 en 2012. En la gráfica 13 se han destacado con flechas rojas las evoluciones más acusadas en los tres estudios realizados, todas en sentido negativo salvo en este último caso.

### **ALGUNAS PISTAS PARA COMUNICAR MEJOR EL CC EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA**

La valoración de los datos recogidos a lo largo de las tres demoscopias (2008, 2010, 2012) permite establecer unas tendencias generales que ayudan a entender cómo se está dando forma en la sociedad española al CC y a las amenazas que comporta.



Gráfica 13. Índice de confianza que generan distintos agentes mediadores como fuentes de información sobre el CC (2008-2010-2012)

La primera conclusión importante es constatar la creencia generalizada y mayoritaria por parte de la población española en el CC como un fenómeno real. Esta creencia ha ido ganando adeptos desde el primer estudio para llegar a agregar, en la última oleada, a 9 de cada 10 personas entrevistadas. También ha ido creciendo progresivamente la proporción de quienes entienden que el CC es un fenómeno cuyas causas son total o principalmente humanas. Al mismo tiempo, la población también percibe un consenso cada vez mayor dentro de la comunidad científica en el diagnóstico del CC.

En segundo lugar, la presencia del escepticismo y del *negacionismo* climático es residual y ha ido perdiendo adeptos en el transcurso del lustro analizado: en 2012 las personas que afirman que el CC no está ocurriendo suman el 4,6 por ciento de la muestra, cuando eran el 8,0 por ciento en 2010. Más aún, al analizar el perfil socio-demográfico de este colectivo se puede afirmar que está integrado, principalmente, por personas mayores, sin estudios, con bajo nivel ingresos y muchas dificultades estructurales para acceder a la información. Este perfil hace pensar que un *negacionismo* climático ideologizado, como el que se suele identificar en sociedades más polarizadas al respecto como la estadounidense, tiene en el seno de la sociedad española una presencia marginal, acaso limitada a menos del 1,0 por ciento de la población. La marginalidad socio-demográfica del fenómeno *negacionista* y escéptico con respecto a la realidad del CC en la sociedad española contrasta con el peso que esta posición parece haber adquirido actualmente en las instancias de toma de decisiones que establecen la agenda de la política climática y que también condicionan, en buena medida, la agenda mediática y social en este campo.

La tercera conclusión principal es, a nuestro entender, la más importante. A pesar de que la población española cree mayoritariamente en que el CC es real y es una consecuencia de la interferencia antropogénica en la atmósfera, lo cierto es que la relevancia que se le atribuye es muy baja y ha ido erosionándose en el transcurso de las tres demoscopias realizadas. El contraste es evidente: más conocimiento, más creencia y más confianza en los diagnósticos científicos, pero menos relevancia y menos potencial percibido de amenaza. El desapego ciudadano con respecto al CC también se expresa en el distanciamiento espacial y temporal de sus posibles consecuencias, que se desplazan a lugares remotos y se demoran a un futuro lejano (Meira, 2009). En la misma línea, el CC ha ido menguando como tema transmitido por los medios de comunicación y también como argumento de conversación en contextos formales e informales. Este patrón es más acusado en las dos últimas oleadas.

¿A qué factores se puede atribuir esta aparente paradoja? El primero es evidente y difícil de rebatir: la crisis socio-económica y sus consecuencias absorbe gran

parte de la atención y la tensión emocional personal y colectiva, oscureciendo y situando en muy segundo plano otras fuentes potenciales de amenaza. El segundo tiene que ver con la desaparición del CC de las agendas política y mediática. Esta situación puede deberse a una estrategia calculada de apagón informativo que sintoniza y hasta alimenta cierta fatiga social cultivada por los anuncios reiterados de una amenaza climática que no llegan a concretarse en políticas efectivas de respuesta. Ante la falta de alternativas y las evidencias difusas del CC en tanto que fenómeno contra-intuitivo, el interés de la población decae, máxime cuando existen otros motivos fundados de inquietud. La nula atención pública que ha suscitado la Cumbre Climática de Doha –la COP18- y el escaso reflejo mediático e institucional que ha merecido, se enmarcan en esta atmósfera.

Ante este escenario, las estrategias educativas y de comunicación sobre el CC han de centrarse en cuatro líneas de actuación principales:

- En primer lugar, es necesario **cultivar una ciudadanía que tenga un conocimiento más ajustado y significativo del fenómeno**, tanto de su representación científica como de sus dimensiones sociales, lo que debe llevar a una mejor identificación de sus causas y de sus consecuencias a nivel global, regional y local para mejorar el conocimiento y la comprensión de la amenaza. Los medios y mediadores que asuman esta tarea han de ser conscientes del potencial creativo de la cultura común, estando atentos a cómo evolucionan las representaciones sociales del CC para minimizar las distorsiones que se puedan producir en la comprensión del fenómeno y contrarrestar las estrategias de desinformación y desmotivación diseñadas desde los *lobby negacionistas*. Coincidimos con Moscovici (2011: XV) cuando afirma que “es imposible que el pensamiento científico reemplace al pensamiento cotidiano, y con su característica diferencia objetiva logre hacer frente a las creencias, deseos e ideas que están profundamente ligadas a la vida de una persona o de una comunidad. Así, la persona común, el hombre de la calle, continuará existiendo, y será su ciencia popular y no la del experto la que gobierne las interacciones en la vida cotidiana como hasta ahora”, pero ello no debe impedir que trabajemos con instrumentos culturales para que las representaciones sociales del CC se ajusten lo más posible, en contenido y, principalmente, en valoración, a lo que la mejor ciencia disponible y la que más consenso genera entre quienes la elaboran ha averiguado sobre él.
- En segundo lugar, **que la población valore y sea consciente de la relevancia del CC, lo haga significativo y perciba la urgencia de**

**actuar** (valoración de la amenaza), pero evitando generar emociones negativas y de miedo que fomenten la sobre-determinación. Dado el estado actual de las representaciones del CC en la sociedad española, **la tarea de potenciar su relevancia debe ser prioritaria en las estrategias de comunicación y educación** que se desarrollen. Sperber (2005: 55) sugiere que “la relevancia (...) impulsa la transformación progresiva de las representaciones, dentro de una sociedad dada, hacia los contenidos que sean relevantes en el contexto de otra”. Por razones obvias, de carácter epidemiológico en palabras de Sperber, en el cultivo de la relevancia juegan un papel fundamental los medios de comunicación, los viejos y los nuevos, principalmente como vehículos para focalizar y multiplicar los mensajes de los agentes mediadores que mayor confianza generan en el público (científicos, educadores, profesores, ambientalistas), y de aquellos cuyo rol está legitimado política y/o institucionalmente (gobernantes y gestores). También es preciso multiplicar la presencia del CC como “tema de conversación” en las interacciones informales para potenciar la negociación colectiva y la interiorización de representaciones colectivas más sólidas, compartidas y operativas. Moscovici (1979: 178) afirma que si no existe “presión a la inferencia”, entendida como una tensión inducida que demanda del público la generación de opiniones, tomas de postura y respuestas más o menos activas, difícilmente se podrá convertir cualquier “objeto” científico, en este caso, el CC, en una representación socialmente significativa, funcional y pragmática.

- En tercer lugar, **que la gente identifique y asuma sus responsabilidades en las causas del CC y en las posibles soluciones** a distintas escalas (personal, comunitaria, regional, estatal, global). Se trata de que las personas no se perciban sólo como víctimas, co-responsabilizándolas y *empoderándolas* en la construcción de alternativas viables, tanto en la línea de la mitigación de las emisiones de gases de efecto invernadero como en la vía preventiva de la adaptación a los cambios que ya están teniendo lugar y que serán cada vez más perceptibles en el futuro.
- Y, en cuarto lugar, **orientar a la ciudadanía para que asuma cambios significativos en su esfera cotidiana y que demande, apoye y participe en el diseño y puesta en práctica políticas de respuesta al CC**, promocionando estilos y modelos de vida alternativos y “bajos en carbono”, y fomentando la acción y la participación individual y colectiva.

Para terminar queremos insistir en que el cultivo de la relevancia social del CC en la sociedad española debe ser, en estos momentos, la tarea prioritaria de quienes nos dedicamos a la comunicación y la educación sobre las alteraciones climáticas. Es difícil concebir la puesta en marcha de políticas más rotundas y estructurales para enfrentar la amenaza del CC si el problema mantiene el tono irrelevante que manifiesta en el presente. Sin una mayor tensión y atención social, sin una visión más realista y ligada a la vida cotidiana, al aquí y ahora, de las amenazas del CC tampoco cabe esperar una reacción social e institucional decidida. Sin establecer vínculos más estrechos y significativos entre las alteraciones climáticas, sus causas y consecuencias, y otras amenazas más sensibles y significativas para la población (relacionadas con la salud, la alimentación, la pobreza, la desigualdad, la crisis económica, la carencia o la carestía de recursos básicos como el agua o la energía, etc.) será extremadamente difícil acercar el CC al núcleo de cuestiones relevantes y determinantes para el compromiso personal y la acción colectiva. Difícil tarea en los tiempos que corren.

## **REFERENCIAS**

- European Commission (2011): *Europeans' attitudes towards climate change. Special Eurobarometer 372 / Wave EB75.4 – TNS opinion & social*. (Documento electrónico: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_372\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_372_en.pdf). Última consulta: 3-12-2012).
- GARCÍA-MIRA, R. y REAL, J.L. (2000): "Dimensiones de preocupación ambiental: una aproximación a la hipermetropía ambiental". *Estudios de Psicología*, 22(1), 87-96.
- GONZÁLEZ-GAUDIANO, E. y MEIRA, P.Á. (2009): "Educación, comunicación y cambio climático. Resistencias para la acción social responsable". *Trayectorias*, Vol. 11, nº 29, 6-38.
- LEISEROWITZ, A., SMITH, N. y MARLON, J.R. (2010): *Americans' Knowledge of Climate Change*. Yale University, New Haven, CT. (Documento electrónico: <http://environment.yale.edu/climate/files/ClimateChangeKnowledge2010.pdf>. Última consulta: 3-12-2012).
- LEZAMA, J.L. (2004): *La construcción social y política del medio ambiente*. México, El Colegio de México.
- MCCRIGHT, A.M. y DUNLAP, R.E. (2011): "The politicization of climate change and polarization in the American public's views of global warming, 2001–2010". *The Sociological Quarterly*, nº52, pp.155-194.

- MEIRA, P.Á. (2009): *Comunicar el Cambio Climático. Escenario social y líneas de actuación*. Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.
- MEIRA, P. Á. (Dir.), Arto, M. & Montero, P. (2009): *La Sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española. 2009*. Madrid, Fundación Mapfre.
- MEIRA, P.Á. (Dir.), ARTO, M., HERAS, F. y MONTERO, P. (2011): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española 2011*. Madrid, Fundación Mapfre.
- MEIRA, P.Á. (DIR.), ARTO, M., HERAS, F., MONTERO, P. y IGLESIAS, L. (2013, en prensa): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española. 2013*. Madrid, Fundación Mapfre.
- MOSCOVICI, S. (1979) [1961]: *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Huemul.
- MOSCOVICI, S. (2011): "Prólogo", en Wagner, W.; Hayes, N. & Flores, F. : *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. Barcelona: Anthropos-UNAM, pp. IX-XVIII.
- MOSCOVICI, S. y HEWSTONE, M. (1986): "De la ciencia al sentido común", en Moscovici, S. (Ed.). *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología Social y problemas sociales*. Paidós, Barcelona, pp. 679-710.
- MOSER, S.C. (2010): "Communicating climate change: history, challenges, process and future directions". *Climate Change*, Vol. 1, pp. 31-53.
- SPERBER, D. (2005): *Explicar la cultura. Un enfoque naturalista*. Madrid: Morata.
- The Pew Research Center (2012): More Say There Is Solid Evidence of Global Warming. Washington (Documento electrónico: <http://www.people-press.org/files/legacy-pdf/10-15-12%20Global%20Warming%20Release.pdf>. Última consulta: 3-12-2012).
- UZZELL, D.L. (2000): "The Psycho-Spatial dimension of global environmental problems". *Journal of Environmental Psychology*, nº 20, pp. 307-318.
- WAGNER, W.; HAYES, N. y FLORES, F. (2011): *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. Barcelona, Anthropos-UNAM.

# **CIENCIA Y CAMBIO CLIMÁTICO. ESTUDIO DE LA COBERTURA DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA PRENSA ESPAÑOLA**

**BIENVENIDO LEÓN**

Universidad de Navarra

**ALICIA DE LARA**

Universidad Miguel Hernández de Elche

## **1. INTRODUCCIÓN**

Considerar la ciencia como una “forma codificada de conocimiento” conlleva la necesidad de “traducir” los conceptos científicos, de forma que resulten inteligibles para el público (Ungar, 2000: 308). Pero en ese proceso de traducción a veces priman los criterios y valores periodísticos sobre el rigor científico, lo que puede significar que el público reciba contenidos que, en última instancia, no concuerdan con precisión con los contenidos científicos (Weingart *et al.*, 2000: 274). Estos procesos de mediación tienen gran importancia, ya que a través de ellos puede conseguirse tanto mejorar la cultura científica de los ciudadanos como empobrecerla por medio de interpretaciones e imágenes poco rigurosas, tal como han demostrado algunas investigaciones (vg. Henderson-Sellers, 1988; Rosen y Cruz-Mena, 2008).

En estos procesos de traducción inciden directamente las normas y valores empleados habitualmente en el ejercicio periodístico. De acuerdo con Boykoff y Boykoff (2004), la búsqueda del equilibrio informativo genera distorsiones, ya que los medios son más propensos a utilizar unas fuentes que otras. Estos autores afirman que la adherencia de los periodistas al principio de equilibrio informativo es una de las causas de la desinformación sobre el cambio climático (CC) que se vivió en Estados Unidos en los noventa.

Quienes sostienen que el CC no existe o no está relacionado con la actividad humana han sido etiquetados como “escépticos” o “negacionistas”. Algunos estu-

dios indican que los medios han magnificado la importancia de esta postura, al no proporcionar el contexto necesario y dejar constancia de que este tipo de planteamientos han sido cada vez más marginales dentro de la comunidad científica (Schneider, 1993; Dunwoody, 1999). Pues bien, la práctica periodística del equilibrio entre varios puntos de vista favorece que las voces de los escépticos tengan más peso en los medios de comunicación americanos que en los del resto de los países.

Boykoff (2007) analiza cómo se emplea la norma del equilibrio entre distintos puntos de vista, en los periódicos de prestigio de Estados Unidos y Reino Unido. Observa que la cobertura que los medios de comunicación estadounidenses hacen del CC está cambiando y, a partir de 2005, se inclina más hacia el consenso establecido por la ciencia.

Dentro de las normas y valores periodísticos, cobra especial relevancia la línea editorial del medio, habida cuenta de que la cobertura del CC ha estado sometida a un complejo proceso de politización de las relaciones entre ciencia, medios y políticas sobre el CC (Trumbo, 1996; Boykoff y Boykoff, 2007). Según Boykoff y Roberts (2007), la politización responde a la coalición de un pequeño grupo de influyentes portavoces, que fueron secundados por algunos científicos, que aparecieron en los medios para refutar los hallazgos científicos sobre la incidencia de la actividad humana en el clima.

Para el estudio de la cobertura del CC tiene gran interés analizar el encuadre (*framing*) de las informaciones, ya que el trabajo del periodista puede estar condicionado por presiones económicas, editoriales y derivadas del manejo de fuentes. La teoría del *framing* mantiene que "encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más relevantes (...), de tal modo que promuevan la definición de un problema particular, la interpretación de las causas, la evaluación moral, o el tratamiento recomendado para describir el ítem (Entman, 1993: 51-52). Lakoff (2010) señala que, para que los hechos tengan sentido, tienen que inscribirse en un sistema de encuadre y, en el caso del calentamiento global, el problema que ha surgido es que mucha gente no tiene un sistema conceptual en sus mentes.

Para estudiar las interacciones entre ciencia y valores periodísticos tiene gran interés analizar el manejo de las fuentes informativas. El peso específico de la política en el periodismo está relacionado con el uso de las fuentes, ya que existe una fuerte tendencia a "consultar principalmente, y a veces solamente, a las figuras de autoridad" (Boykoff y Boykoff, 2007:1193), entre las que destacan las fuentes gubernamentales.

Se ha comprobado que la inclusión del contexto científico, que se omite en muchos artículos de prensa, puede ayudar a la comprensión de los fenómenos ambientales (Corbett y Durfee, 2004). Sin embargo, la investigación académica señala que el tratamiento de las cuestiones científicas, en relación con el CC, suele presentar algunas carencias fundamentales, como superficialidad y descontextualización (Speers, 2005; Andi, 2007). La investigación académica también ha comprobado que la ausencia de contexto dificulta entender el sentido de las informaciones presentadas, ya que el público tiene dificultades para relacionar el hecho concreto con la situación general o su significado a largo plazo (Kua et al., 2004: 320).

Las explicaciones de conceptos científicos ayudan al público a entender el sentido de los procesos y hechos que se presentan (Loman y Mayer, 1983). Sin embargo, algunos estudios realizados en EEUU indican que las explicaciones de conceptos científicos en los medios son escasas (Corbett, 1995; Long, 1995).

Tradicionalmente los medios han recibido críticas por llevar a cabo una cobertura sensacionalista de las cuestiones científicas que abordan (Gorney, 1992). En el caso del CC, el tratamiento de la ciencia resulta de gran importancia, ya que proyectar hacia el público una imagen distorsionada de este fenómeno podría inducir actitudes y comportamientos contraproducentes.

La cobertura del CC ha sido ampliamente estudiada en los países anglosajones, mientras que en otros, como España, existen pocas investigaciones. Sin embargo, es evidente que hay grandes diferencias culturales, ambientales y periodísticas entre los países, que sugieren la conveniencia de contar con estudios nacionales sobre cobertura del CC en zonas geográficas hasta ahora inexploradas en este ámbito.

Este artículo presenta algunas conclusiones del proyecto de investigación titulado "La información sobre el cambio climático en los medios españoles", desarrollado por el Grupo de Investigación sobre Comunicación de la Ciencia de la Universidad de Navarra ([www.unav.es/centro/infoclima](http://www.unav.es/centro/infoclima)), con la financiación del Ministerio de Economía y Competitividad (proyecto CSO2010-15269).

## **2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**

Este artículo analiza las informaciones relacionadas con el cambio climático publicadas por los tres diarios españoles de pago de mayor difusión: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. En concreto, se han recogido todos los artículos que contenían los términos: "cambio climático", "calentamiento global" o "efecto invernadero", publicados entre

el 1 de julio de 2005 y el 31 de junio de 2006, y el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2011. La elección de las fechas responde a razones puramente operativas. Se ha llevado a cabo un análisis de contenido de un total de 1.235 informaciones (508 publicadas en *El País*, 399 en *El Mundo* y 328 en *ABC*). Se han incluido todos los artículos, independiente de su género periodístico: noticias, reportajes, columnas, artículos de opinión, editoriales y cartas al director.

Los artículos han sido seleccionados a través del buscador especializado "My News", que permite realizar búsquedas por palabras clave, seleccionando medios y fechas. Los artículos encontrados por el buscador fueron codificados por cuatro codificadores, con el perfil de estudiantes de doctorado o licenciados en comunicación. El código fue testado previamente con una muestra de 10 artículos. Posteriormente, una muestra de 120 artículos (10%), seleccionada aleatoriamente, fue codificada por diferentes personas, con el fin de establecer el índice de fiabilidad inter-codificadores. El porcentaje medio de acuerdo fue del 82.5% (fórmula de Holsti), que se considera aceptable.

El objetivo general del estudio es analizar la calidad de las informaciones, desde el punto de vista de la traslación de contenidos científicos relacionados con el cambio climático, y teniendo en cuenta sus interacciones con algunas normas, valores y procesos periodísticos habituales. En concreto, se analizan los siguientes aspectos:

- El encuadre (*frame*) de las informaciones
- La contextualización del acontecimiento noticioso
- El tratamiento otorgado a las fuentes periodísticas
- El grado de explicación de los conceptos científicos utilizados y la terminología empleada.
- El protagonismo otorgado al artículo y la presencia o no de elementos sensacionalistas.

Siguiendo el criterio operativo definido por Nelkin (1995: 83), se ha considerado información de contexto a "cualquier clarificación que proporcione un nexo entre los hallazgos y su significado, entre el conocimiento actual y su futura aplicación, con el fin de que el lector pueda evaluar el contenido científico y decidir su importancia en un esquema mayor". Siguiendo este concepto, se consideró que existía información de contexto cuando aparecía cualquier información de este tipo.

Así mismo, la existencia de "explicación de conceptos y procesos científicos se codificó siguiendo el criterio de Rowan (1990: 26), según el cual este tipo de referencias deben aportar información que ayude al público a entender el significado de un término, ya sea en forma de ejemplo, no-ejemplo o definición.

Siguiendo la definición de Bernstein (1992), se ha considerado como sensacionalismo “cualquier violación de la noción de decencia social, tratando de provocar una reacción de choque que active los mecanismos de la emoción”.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Encuadre

Tal como refleja la figura 1, el encuadre más frecuente de las informaciones es el político (28.3%), seguido del científico (26.5%) y el social (13.1%).

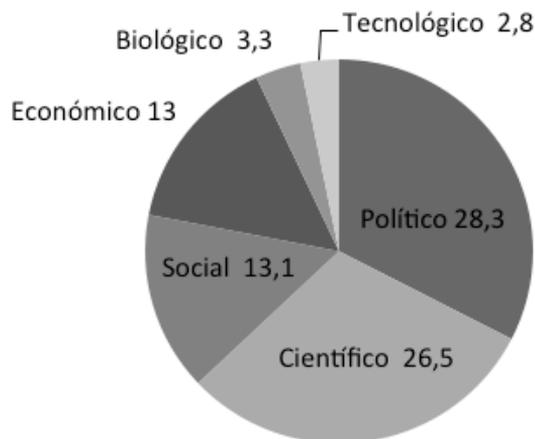


Figura 1 . Encuadre de las informaciones sobre CC (%)

Fuente: elaboración propia

La presencia de un porcentaje tan elevado de informaciones con enfoque político puede interpretarse como parte de una tendencia general de los medios a dar gran relevancia a la cobertura política. El predominio de este enfoque también puede verse como un signo de que la cobertura ha seguido en gran medida pautas de respuesta a información convocada. En muchos casos, se trata de los líderes políticos participantes en las cumbres del clima, que han generado informaciones sobre acontecimientos puntuales y seguimiento de las negociaciones.

El porcentaje de artículos con enfoque científico (26.5%) resulta también significativo y acorde con la importancia de la dimensión científica del asunto. Este enfoque está presente generalmente en artículos que no surgen a partir de convocatorias, sino más bien en temas propios de cada medio, tales como entrevistas a científicos y expertos, o artículos de opinión.

Les sigue en importancia el enfoque social (13.1%), en el que se incluyen fundamentalmente actividades y convocatorias de asociaciones, ONGs y activistas ambientales, que, con mucha frecuencia, originan la información.

Estos datos parecen corroborar la gran importancia de las rutinas de elaboración de la información en la selección y enfoque de los temas abordados. Las noticias con enfoque político responden a convocatorias realizadas por gobiernos y organizaciones políticas, que disponen de poderosas maquinarias de difusión de información, con gabinetes de comunicación que hacen llegar su punto de vista a los medios.

Por otra parte, también conviene tener en cuenta la sección en la que se suelen publicar las noticias referentes al CC, ya que su ubicación en el diario guarda relación con el encuadre otorgado a la noticia por el medio. En este sentido, la investigación señala que no existe una sección definida. Las tres secciones que albergan más informaciones sobre CC son sociedad (30%), opinión (15%) e internacional (10%). Estos porcentajes parecen indicar que estamos ante un problema desubicado y algo disperso en el conjunto del periódico.

### **3.2. Contexto**

Para determinar hasta qué punto se concede importancia al contexto de las informaciones hemos analizado si se incluyen referencias a las causas y las consecuencias del CC. Los datos del análisis muestran que, en la mayoría de las informaciones, se omite tanto la explicación de las causas como de las consecuencias. En concreto, las causas solo se explican en el 13.8% de los casos y las consecuencias en el 20.2%.

La escasa proporción de informaciones que sí aportan explicaciones sobre las causas y las consecuencias puede considerarse como un indicador de baja calidad del tratamiento informativo. Cabe pensar que la falta de profundidad en estas cuestiones podría deberse a problemas de espacio. Sin embargo, esta no parece ser la causa, ya que casi la mitad de las informaciones (48.9%) son de tamaño relativamente extenso (entre dos columnas y una o más páginas), un espacio suficiente para incluir información de contexto. Se apuntan entonces otros motivos que sí

pueden haber llevado a la poca profundidad, como son la falta de tiempo a la hora de elaborar el artículo o la poca especialización del periodista.

Entre las causas que se mencionan, encontramos las siguientes: acción humana, emisión de gases de efecto invernadero, causas naturales, causas sociales, medioambientales y económicas. Y entre las consecuencias mencionadas destacan: la subida de las temperaturas, la subida del nivel del mar, la migración de especies animales y vegetales, la migración de personas, la frecuencia e intensidad de huracanes, abundancia de lluvias e inundaciones, y las consecuencias medioambientales en general. Por tanto, las causas y las consecuencias apuntadas mantienen el necesario nivel de rigor científico.

Un dato destacable, en lo que se refiere al análisis de la contextualización de las informaciones sobre el CC, es que son escasos los textos que muestran al ser humano como causante del problema. Las informaciones que apuntan al hombre como responsable del CC apenas alcanzan el 30% del total. Este dato indica que la mayoría de las informaciones omite una de las principales conclusiones alcanzadas por la comunidad científica. Esta omisión tiene gran relevancia, dado que podría contribuir a la representación del CC como un asunto lejano, que poco tiene que ver con los seres humanos.

### **3.3. Fuentes informativas**

Se han registrado un total de 1,34 fuentes informativas de media por artículo. Este bajo nivel de fuentes apunta de nuevo a una baja calidad del tratamiento. Como criterio general, se considera que son necesarias dos fuentes, al menos, para ofrecer el contraste informativo necesario para explicar un asunto desde los diferentes puntos de vista que lo conforman. Esta conclusión también está relacionada con el hecho de que un alto porcentaje de las informaciones analizadas son noticias (45.6%), que brindan menos posibilidades de ofrecer una información más profunda, en la que podrían tener cabida más fuentes.

El modo en el que aparecen citadas las fuentes sugiere falta de elaboración y predominio del periodismo declarativo, ya que predomina el uso de la cita directa sobre la indirecta (78% frente a 22%).

Tal como refleja la figura 2, las informaciones más abundantes son aquellas que incluyen una o dos fuentes, mientras que son menos comunes las que cuentan con tres, cuatro o más fuentes. Concretamente el 27.4% de las piezas cuentan con una sola fuente, mientras que el 15.1% utiliza dos fuentes. Los artículos que cuentan con 3, 4 y más de 4 fuentes constituyen el 30% restante.

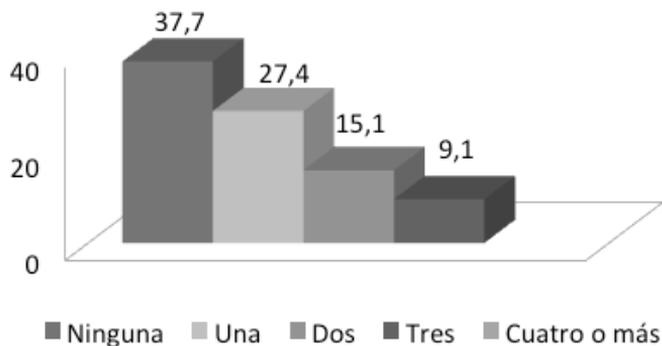


Figura 2. Informaciones según número de fuentes (%)

Fuente: *Elaboración propia*

Las fuentes citadas en las informaciones han sido clasificadas en distintas categorías, según el rol que desempeñan. Los datos obtenidos (figura 3) son coherentes con los del encuadre de las informaciones (figura 1).

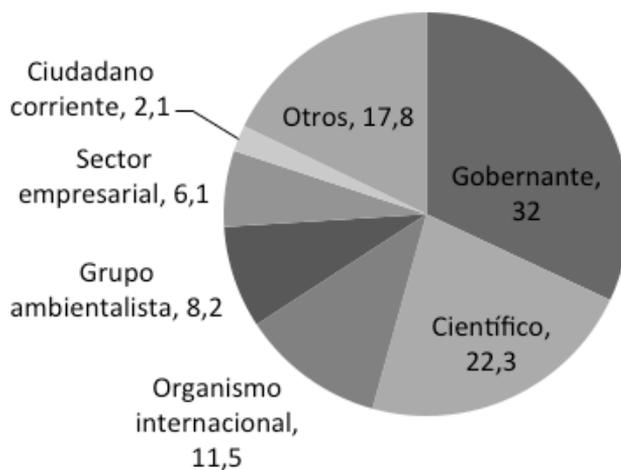


Figura 3. Rol de las fuentes (%)

Fuente: *Elaboración propia*

Las fuentes más citadas son los gobernantes (32%). Esta cifra incluye tanto gobernantes en el momento de la publicación (25.3%), como ex gobernantes (6.7%). Este

dato corrobora los resultados obtenidos en estudios realizados en otros países, según los cuales existe una fuerte tendencia a dar prioridad a las autoridades y gobernantes. Además, cabe interpretar que este alto porcentaje también está relacionado con el alto grado de politización a que se ve sometida la representación del CC en los medios.

El peso de la comunidad científica es relativamente alto (22.3%), lo que parece justificado, teniendo en cuenta la importancia de la dimensión científica del asunto. Dentro de los científicos, hay un claro predominio de especialistas en ciencias naturales, como biólogos, ambientalistas o climatólogos (20.3%), frente a especialistas en ciencias humanas (2%).

La investigación también refleja que, en lo que se refiere al espacio otorgado a las fuentes científicas, resulta habitual que el experto reciba un mayor espacio que otras fuentes, lo que ocurre en el 80.8% de los casos, frente a un 19.2% en los que la fuente científica no es la que cobra un mayor protagonismo.

Como tercer grupo en importancia se sitúan los representantes de organismos internacionales, con un 11.5%. Este porcentaje relativamente alto resulta previsible, teniendo en cuenta el importante papel que desempeñan estos organismos (especialmente la ONU) en la gestión internacional del CC, así como el alto grado de cobertura informativa que reciben las cumbres internacionales sobre este asunto.

Los grupos ambientalistas (ONGs, asociaciones de defensa del medio ambiente, activistas del clima, etc.), suman el 8.2% de las citas. Este porcentaje, refleja el importante papel desempeñado por estos grupos en el debate social en torno al CC. La presencia del sector empresarial (6.1%) es también relativamente importante, y pone de manifiesto la gran importancia de la dimensión económica de la gestión del CC.

La presencia de ciudadanos corrientes resulta escasa (2.1%), lo que indica que la cobertura informativa del CC tiene muy poco en cuenta la incidencia de este proceso en la vida cotidiana, y sugiere que los medios representan el CC como un asunto remoto, alejado de los ciudadanos.

Los resultados del análisis de contenido reflejan que el posicionamiento de las fuentes ante el CC es mayoritariamente "comprometido" (58.5%), frente a un 36.7% de fuentes que denotan una actitud "neutral". El posicionamiento "escéptico" (negacionista) respecto a la existencia del CC tiene una presencia marginal, con el 4.7%. Resulta significativa la distribución de estas voces escépticas en los distintos géneros de los artículos, ya que destacan los artículos de opinión, en los que la presencia de estas voces es sensiblemente superior (12.0%).

### 3.4. Conceptos científicos y terminología

Tal como se ha visto en la introducción, la explicación de conceptos científicos tiene gran importancia para que el público entienda el significado de los hechos y procesos que se le presentan. El presente estudio analiza hasta qué punto las informaciones ofrecen una explicación de algunos conceptos clave para entender el fenómeno, como son *cambio climático*, *calentamiento global* y *efecto invernadero*.

El análisis indica que las informaciones en las que se ofrece una explicación del término son residuales, ya que menos del 1% de las informaciones explica alguno de estos conceptos (figura 4).

CONCEPTO	No menciona	Menciona, no explica	Sí lo explica
Cambio Climático	55,10%	44,60%	0,60%
Calentamiento Global	81,90%	17,90%	0,20%
Efecto Invernadero	83,50%	15,90%	0,60%

Figura 4. Terminología científica y explicación de los conceptos.

Fuente: *Elaboración propia*

La falta de explicación de estos conceptos puede ser interpretada como un indicador de baja calidad de la información.

Por el contrario, sólo un pequeño porcentaje de las informaciones (6.7%) incluye algún término susceptible de ser considerado como jerga científica, lo cual facilita la comprensión del público de los procesos y conceptos representados y que, por tanto, es un indicador de buen tratamiento de la información.

### 3.5. Importancia otorgada y presencia de elementos sensacionalistas

Es posible analizar la importancia que el medio otorga al acontecimiento, a través de la ubicación que se le concede a la información en el conjunto de la edición. En este sentido, la investigación pone de relieve que solo se destaca en portada el 4,7% de los artículos. Respecto a los elementos que conforman la noticia –otro factor que ofrece pistas sobre la importancia otorgada al acontecimiento noticioso-, hemos detectado que, en la mayoría de los casos, ésta se compone solo de texto (44%), o bien de texto y fotografía (42%). Son escasos los ejemplos en los que

el texto va acompañado de una infografía (9%), y residuales aquellos casos en los que se encuentran los tres elementos (texto, fotografía e infografía) (4%).

También hemos tenido en cuenta los géneros periodísticos predominantes, ya que, dependiendo del género utilizado, será posible tratar el tema con mayor o menor grado de profundidad. En este sentido, se corrobora la escasez de profundidad ya expuesta, ya que la mayoría de textos analizados son noticias (45,6%), mientras que los reportajes y crónicas -en los que se permite un mayor grado de análisis- solo constituyen el 11%.

Como se ha visto, una crítica frecuente a la información científica es la de presentar un sesgo sensacionalista. Sin embargo, el análisis de contenido llevado a cabo en este proyecto, indica que únicamente el 2.2% de los artículos analizados incluye algún elemento que pueda ser considerado como sensacionalista.

También se ha analizado la presencia de expresiones de amenaza para describir la situación del planeta, en relación con el CC, tales como “peligro”, “muerte” o “destrucción”. Un 12.8% de las informaciones incluye algún término de este tipo. La expresión específica que más predomina, en este sentido, es la de “un planeta amenazado”.

#### **4. CONCLUSIONES**

El análisis de contenido llevado a cabo pone de manifiesto que los encuadres más frecuentes son el político y el científico. El predominio del encuadre político refleja el alto grado de politización al que se ha visto sometida la información sobre el CC y corrobora resultados obtenidos en estudios realizados en otros países. Sin embargo, el también alto porcentaje de informaciones con encuadre científico revela que va ganando peso la consideración del proceso de CC como un asunto en el que las certezas aportadas por los investigadores han de jugar un papel muy destacado.

Los artículos con encuadre político y social parten generalmente de informaciones convocadas, mientras que las de encuadre científico suelen responder a la iniciativa del propio medio. Se pone así de manifiesto la importancia de la facilidad de acceso a la información, a la hora de facilitar determinados enfoques por parte de los medios.

La escasez de fuentes es un signo de falta de profundidad y de calidad informativa, por cuanto indica falta de contraste y, en muchos casos, pone de manifiesto que

estamos ante informaciones en las que se ha utilizado la información recibida como fuente única, contraviniendo así una norma tradicional del ejercicio periodístico.

El peso de los distintos tipos de fuentes es relativamente equilibrado y pone de manifiesto las múltiples dimensiones de la representación del fenómeno del CC. El predominio de las fuentes de representantes de instituciones políticas, tanto nacionales como internacionales, ratifica que la dimensión política del CC sigue siendo de gran importancia. Al mismo tiempo, la ciencia adquiere un peso específico fundamental, lo que indica que las certezas aportadas por la comunidad científica tienen una adecuada representación en los medios.

La presencia de voces “negacionistas” es marginal, lo que supone una representación adecuada, teniendo en cuenta el peso que esta posición tiene dentro de la comunidad científica. Este dato también corrobora la tendencia apuntada por investigaciones realizadas en otros países. La frecuencia con que aparecen estas fuentes es más significativa en los artículos de opinión, lo que cabe interpretar como un signo de menor calidad informativa en estas secciones, dado que a través de ellas se ofrece un inmerecido altavoz a posiciones manifiestamente contrarias al consenso científico. Este dato indica que, conforme las evidencias científicas sobre la existencia y origen del CC han ido siendo más contundentes, los medios utilizan la opinión a modo de subterfugio para seguir presentando ideas contrarias al consenso científico.

En cuanto al contexto de las informaciones, en la mayoría de ellas se omite tanto la explicación de las causas como de las consecuencias del CC. Esto supone una carencia de la información, que puede dificultar la comprensión del asunto representado, por parte del lector. La ausencia de contextualización está relacionada con la poca profundidad en el tratamiento informativo que, a su vez, podría estar conectada con la escasez de tiempo del que disponen los periodistas para elaborar las informaciones, así como con su falta de especialización. En posteriores etapas del proyecto de investigación en cuyo marco se ha realizado este estudio, se lleva a cabo una encuesta a periodistas ambientales, que podría aportar más información a este respecto.

En este estudio se han detectado otros síntomas de escasa profundidad informativa, que cabe interpretar como falta de calidad. Entre ellos, destaca la falta de explicación de los conceptos científicos mencionados. Como se ha indicado, no explicar los conceptos dificulta que el público entienda el significado de los asuntos que se le presentan, además de suponer una oportunidad perdida para completar su educación científica y ambiental, en un sentido amplio.

Son escasas las informaciones que apuntan al hombre como responsable del cambio climático, lo que supone una falta de rigor en la representación del proceso de CC, ya que el consenso científico es muy amplio al respecto. Además, esta representación puede fomentar la errónea idea de que el CC es un asunto alejado de las personas, cuyas causas tienen poco que ver con la actividad y cuyas consecuencias apenas nos afectan.

El análisis de contenido realizado también revela algunas características de la información que pueden ser interpretadas como signos de buena calidad periodística. Entre ellas, destaca la escasa presencia de elementos sensacionalistas. Si bien se han encontrado algunos términos que aluden a la amenaza que supone el CC, estamos ante una presencia relativamente baja, que cabe considerar ajustada a las consecuencias de este proceso que prevén los científicos.

#### **4. REFERENCIAS**

- ANDI – AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA (2007): "Mudanças Climáticas na imprensa brasileira: uma análise de 50 jornais no período de julho de 2005 a junho de 2007", Brasília. URL: [http://www.andi.org.br/\\_pdfs/MudancasClimaticas.pdf](http://www.andi.org.br/_pdfs/MudancasClimaticas.pdf), consultada el 20 de julio de 2008.
- BERNSTEIN, C. (1992): "The idiot culture: Reflections of post-Watergate journalism", en *The New Republic*, vol. 22.
- BOYKOFF, M. T. y BOYKOFF, J. M. (2007): "Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage", en *Geoforum* 38 (6): 1190-1204.
- BOYKOFF, M. T. Y BOYKOFF, J. M. (2004): "Bias as Balance: Global Warming and the U.S. Prestige Press", en *Global Environmental Change* 14(2): 125-136.
- BOYKOFF, M. y ROBERTS, J. T (2007): *Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses*, United Nations Development Report, Occasional paper, 2007/3.
- CORBETT, J. (1995): "When Wildlife Make the News: An Analysis of Rural and Urban North-Central US Newspapers", en *Public Understanding of Science* 4: 397-410.
- CORBETT, J. y DURFEE, J. (2004): "Testing Public (Un)Certainty of Science: Media Representations of Global Warming", EN *Science Communication* 26 (2): 129-51.
- DUNWOODY, S. (1999): "Scientists, Journalists, and the Meaning of Uncertainty", en Friedman, S. M.; Dunwoody, S. y Rogers, C. L., *Communicating Uncertainty: Media Coverage of New and Controversial Science*. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers: 59-80.

- ENTMAN, R. M. (1993): "Framing: towards clarification of a fractured paradigm", en *Journal of Communication* 43 (4): 51-58.
- GORNEY, C. M. (1992): "Numbers versus pictures": Did network television sensationalize Chernobyl coverage", en *Journalism Quarterly* 69: 455-65.
- HARCUP, T. y O'NEILL, D. (2001): "What Is News? Galtung and Ruge Revisited", en *Journalism Studies* 2(2): 261-80.
- HENDERSON-SELLERS, A. (1998): "Climate Whispers: Media Communication about Climate Change", en *Climatic Change* 40: 421-456.
- KUA, E., REDER, M. y GROSSEL, M.J. (2004): "Science in the News: A Study of Reporting Genomics", en *Public Understanding of Science* 13: 309-22.
- LAKOFF, G. (2010): "Why it matters how we frame the environment", en *Environmental Communication* 4(1): 70-81.
- LOMAN, N. L. y MAYER, R.E. (1983): "Signaling Techniques that Increase the Understanding of Expository Prose", en *Journal of Educational Psychology* 75: 402-12.
- LONG, M. (1995): "Scientific Explanation in US Newspaper Science Stories", en *Public Understanding of Science* 4: 119-30.
- ROSEN FERLINI, C. y CRUZ-MENA, J. (2008): "Climate change and the daily press: Did we miss the point entirely?" en Carvalho, A. (ed.), *Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho: 110-125.
- SCHNEIDER, S. H. (1993): "Degrees of Certainty", en *Research and Exploration* 9(2): 173-181.
- SPEERS, T. (2005): "A picnic in march: media coverage of climate change and public opinion in the United Kingdom", en Humphrys, G. y Williams, M. (eds.), *Presenting and Representing Environments*. Dordrecht: Springer.
- TRUMBO, C. (1996): "Constructing Climate Change: Claims and Frames in U.S. News Coverage of an Environmental Issue", en *Public Understanding of Science* 5: 269-283.
- UNGAR, S. (2000): "Knowledge, Ignorance and the Popular Culture: Climate Change Versus the Ozone Hole", en *Public Understanding of Science* 9: 297-312.
- WEINGART, P., ENGELS, A. y PANSEGRAY, P. (2000): "Risks of Communication: Discourses on Climate Change in Science, Politics, and the Mass Media", en *Public Understanding of Science* 9: 261-283.

## **EXAMEN DE PUNTOS FOCALES EN CAMBIO CLIMÁTICO**

FERRAN P. VILAR<sup>1</sup>

### **INTRODUCCIÓN**

La comunicación es uno de los aspectos menos explorados del problema climático. La necesidad de describir el problema, su magnitud y sus previsible consecuencias no dejará de aumentar con el tiempo. En este ámbito, uno de los elementos necesarios es el establecimiento de una expresión que ejerza la función de punto focal, a modo de eslogan movilizador, a la vez que sea suficientemente expresivo por sí mismo. En este texto se analizan los atributos comunicativos de los dos puntos focales que son de uso general en la actualidad, a saber, un incremento máximo de temperatura de 2 °C y una concentración atmosférica máxima de 350 ppm de CO<sub>2</sub>, examinándose en el marco de la cadena causal del cambio climático y del conocimiento científico más reciente. Finalmente, se sugiere un nuevo punto focal, que se somete a reflexión y debate.

### **1. LA CADENA CAUSAL**

Asociamos fácilmente el forzamiento antropogénico del calentamiento global con el dióxido de carbono resultado de la quema de combustibles fósiles. Sin embargo,

---

<sup>1</sup> Ingeniero Superior de Telecomunicaciones y Periodista. Editor del blog <http://ustednoselocree.com>.

es de máxima importancia tener en cuenta otros dos factores que contribuyen al forzamiento del estado climático de los últimos 10.000 años, cuya estabilidad permitió el desarrollo de todas las civilizaciones conocidas, y al que la vida está adaptada.

El primero de estos factores adicionales está formado por los demás gases de efecto invernadero (denominados gases *traza*), a saber, y principalmente, el gas natural (metano), los óxidos de nitrógeno, el ozono troposférico y los clorofluorocarbonos CFC y sus sustitutos los HFC. Se ha calculado que estos otros gases ejercen un efecto invernadero de una magnitud tal que supone algo menos de la mitad del forzamiento climático total en el sentido del calentamiento. Sin embargo, se diferencian del CO<sub>2</sub> en que su tiempo de residencia en la atmósfera es comparativamente muy bajo, lo que, en la práctica, les confiere una importancia secundaria.

El segundo factor está constituido por los aerosoles, partículas sólidas microscópicas en suspensión que son generadas también por la actividad humana. Casi

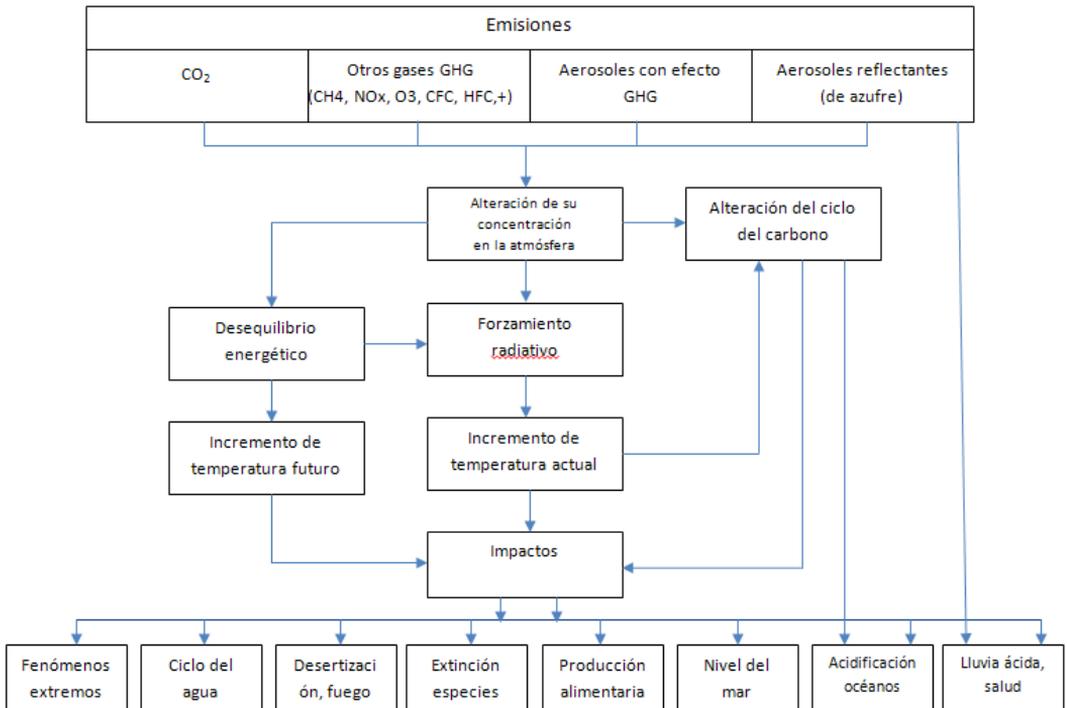


Fig. 1.- Cadena causal del cambio climático

todos los aerosoles añaden efecto invernadero, salvo uno de ellos: las partículas de dióxido de azufre que son emitidas por las centrales de generación de energía eléctrica a base de carbón, las mayoritarias. Estas partículas son las que provocan la lluvia ácida. Salvo Europa y los Estados Unidos, muy pocos países disponen de reglamentaciones medioambientales al respecto que obliguen a filtrar y retener estas partículas. Actualmente, la gran cantidad de centrales de generación de energía eléctrica a base de carbón que se están construyendo en China, India y otros países en desarrollo, está contribuyendo a aumentar la concentración de aerosoles de azufre en la atmósfera.

Su efecto climático, a diferencia de los demás aerosoles, tiene la particularidad de reflejar hacia el espacio, y apantallar así, una parte de la cantidad de energía procedente de la radiación solar que llega a la superficie de la Tierra, compensando así parcialmente el forzamiento de los gases GEI. ¿Cuál es esta parte?

Sólo sería posible saberlo mediante mediciones efectuadas desde satélites que alojaran una instrumentación de medida *ad hoc*. Sin embargo, por algún motivo los dos satélites que se han intentado poner en órbita a este exclusivo fin han fallado en su objetivo, y resultaron destruidos antes de alcanzar la órbita que tenían asignada. La falta de disponibilidad de estas mediciones es uno de los factores que más influye en la dificultad de aumentar la exactitud de las predicciones en la ciencia del clima.

En estas condiciones, sólo es posible conocer su influencia mediante estimaciones indirectas, que añaden siempre cierta incertidumbre. El estado del conocimiento actual nos permite afirmar que su efecto de compensación del efecto invernadero de los gases y los demás aerosoles se encuentra entre dos extremos: 1) llega a compensar el forzamiento positivo de todos los gases traza y el resto de aerosoles; y 2) compensa incluso una parte del forzamiento debido al dióxido de carbono.

Sea como fuere, estamos frente a una de las mayores incertidumbres de la ciencia del clima. Sabemos lo suficiente como para realizar estas afirmaciones pero, junto al papel de la nubosidad, la influencia precisa de los aerosoles en el sistema climático constituye, hoy por hoy, uno de los elementos en los que los márgenes de incertidumbre científica son mayores, lo cual no es ninguna buena noticia en la medida de que convierte en verosímiles los peores augurios. El tiempo de residencia en la atmósfera de estos aerosoles se mide en días o semanas de modo que, si todas las centrales eléctricas de carbón cesaran súbitamente su actividad, en un par de semanas la temperatura media de la Tierra aumentaría entre varias décimas y 2 °C de forma casi inmediata (Andreae et al, 2005; Ramanathan and Feng, 2008).

Para poder decidir cuál es la ‘cantidad’ de cambio climático que estamos dispuestos a soportar debemos fijarnos en los impactos. Éstos tienen lugar en tres ámbitos diferenciados: el aumento de temperatura actual, el aumento de temperatura futuro y, además, aquellos que están relacionados con la emergencia de carbono adicional al ciclo físico-biológico. Entre estos últimos se encuentran la afectación sobre la vegetación, los suelos y los océanos.

Pero vayamos a los orígenes.

La cadena causal (figura 1) comienza con la emisión a la atmósfera de gases de efecto invernadero y aerosoles. Este cambio en la composición físico-química de la atmósfera produce un forzamiento *radiativo*, en el sentido de que altera la cantidad y distribución de la radiación que llega a la superficie de la Tierra, condicionando así su temperatura. Sin embargo, debido al retardo del sistema climático que introduce el efecto de amortiguación de los océanos y de las grandes masas de hielo, la temperatura de equilibrio que corresponde a determinada composición atmosférica no se manifiesta de forma inmediata.

Así pues, dado el efecto invernadero del CO<sub>2</sub>, de los demás gases traza y de los aerosoles con efecto invernadero, compensado éste por el efecto de apantallamiento solar de los aerosoles de azufre, en un determinado momento 1) se habrá producido un aumento de la temperatura, que denominaremos *actual*, y 2) quedará todavía cierto aumento por producirse, el que corresponde a la totalidad del forzamiento, que denominaremos *futuro*, en la medida en que ese forzamiento no se ha manifestado todavía. Dicho de otro modo, mientras no se haya alcanzado la temperatura que corresponde a cada composición atmosférica concreta, la Tierra estará en *desequilibrio*, *en desequilibrio energético* pues, debido al efecto invernadero aumentado respecto al natural, ésta absorbe una cantidad de energía del sol superior a la que es capaz de devolver al espacio, de modo que la acumula. Si este desequilibrio fuera cero, la temperatura ya no aumentaría más. Si fuera negativo, disminuiría.

## **2. ¿CUÁNTO ES DEMASIADO CAMBIO CLIMÁTICO?**

¿Son tolerables más de +2 °C, como se tiene en muchos círculos como límite de seguridad? Depende de lo que consideremos ‘excesivo’. Dado que el calentamiento global provoca una disminución neta de la productividad agrícola (Knox et al, 2012) al tiempo que la población no deja de aumentar exponencialmente y la biotecnología parece estar en una situación de rendimientos decrecientes, ¿en qué

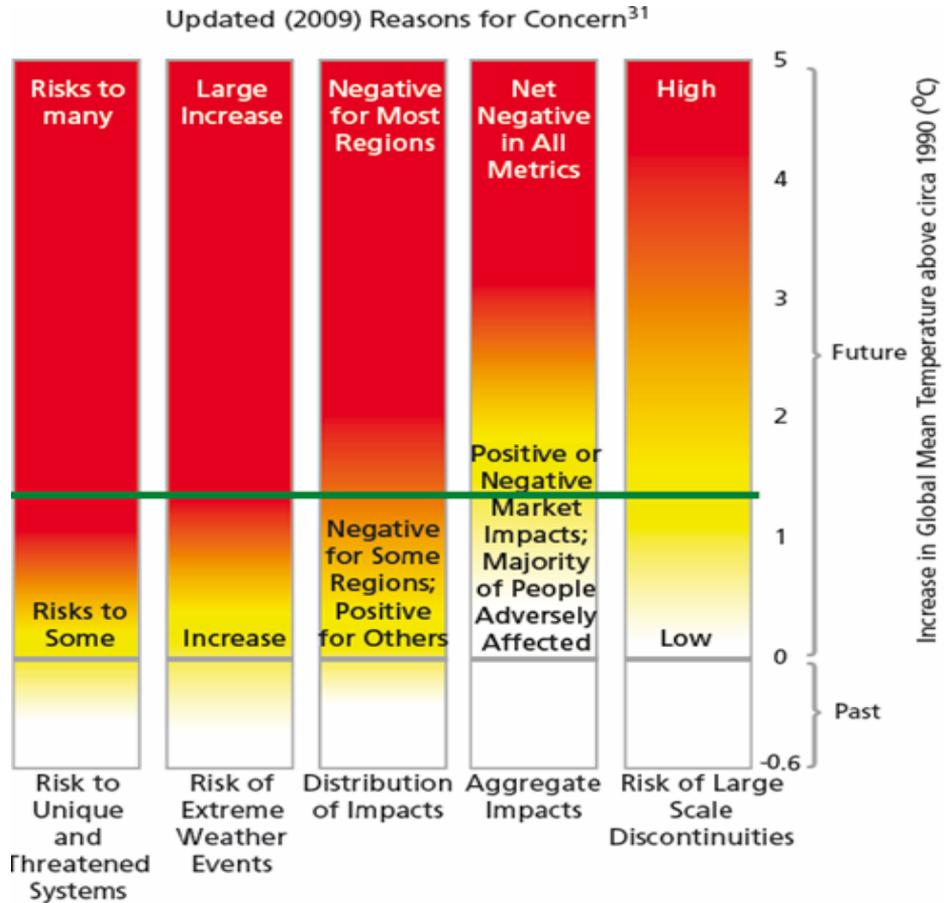


Fig. 2.- Evaluación del cambio climático peligroso mediante una actualización de los 'motivos del preocupación' del IPCC (Smith et al, 2009) – 15 autores

punto de precio de los alimentos o desnutrición entenderíamos que hay *demasiado* calentamiento?

¿Sería demasiado cambio climático si éste llegara a afectar a *muchos* ecosistemas? Recordemos que nuestro sistema económico depende de ellos, a través de los denominados *servicios ecológicos*. ¿Sería demasiado que el número de fenómenos meteorológicos extremos sufriera un *gran* aumento? ¿Consideraríamos demasiado que la distribución de los impactos del cambio climático fuera negativa para *la*

*mayor parte* de las regiones del planeta, lo que nos incluye a nosotros? ¿O que los impactos “de mercado” hagan que *la mayoría* de las personas de este mundo resultara afectada de forma adversa? ¿Consideraría usted excesivo que el riesgo de discontinuidades a gran escala fuera *elevado*?

Tal vez la rotundidad de alguno de los riesgos anteriores fuera ya suficiente por sí sola como para hacer todo lo posible para evitar el cambio climático. Pero se da el caso de que la comunidad científica ha afirmado que las tres primeras escalas de medida mencionadas, en el caso de un incremento de *sólo* +2 °C, están claramente en zona roja, y en ámbar las dos últimas (Smith et al, 2009) (figura 2). Ciertamente, decidir cuál es el riesgo máximo tolerable es una cuestión social y no científica, pero la ciencia es capaz de señalarnos el riesgo que asumimos en función de la decisión que vayamos a tomar.

En este sentido, los mejores climatólogos y expertos en especialidades académicas afines, reunidos en Copenhague seis meses antes de la convención política de 2009, declararon:

Aunque un incremento de 2 °C respecto a la era preindustrial siga siendo el umbral más citado para evitar el cambio climático peligroso, acarrea sin embargo riesgos significativos de impactos dañinos para la sociedad y el medio ambiente.” (Richardson et al, 2009)

Así pues, si alguno de los riesgos mencionados, denominadas ‘motivos de preocupación’, podría ya ser excesivo por sí mismo, los cinco a la vez nos conducen de manera natural a un rechazo frontal de la afirmación del punto focal de +2 °C en tanto que límite de seguridad.

Lo cierto es que estamos frente a un valor adoptado por el proceso político que se inició en los años 90, pero que no tiene el menor soporte científico. Veamos si no el texto del escuálido “Acuerdo de Copenhague”, momento que se tiene por el origen público de este guarismo como punto focal:

Para alcanzar el objetivo último de la Convención de estabilizar la concentración de gases de efecto invernadero en la atmósfera en un nivel que evite una interferencia antropógena peligrosa en el sistema climático, [y teniendo en cuenta la opinión científica de que el aumento de la temperatura mundial debería permanecer por debajo de 2 °C, sobre la base de la equidad y en el contexto del desarrollo sostenible], **intensificaremos nuestra cooperación a largo plazo** para luchar contra el cambio climático. [Corchetes y énfasis añadidos] (Copenhagen Accord, 2009)

Démonos cuenta de que los firmantes no sancionan que la comunidad científica señale los +2 °C como límite de seguridad, sino que tiene que estar *por debajo*. Ni tan sólo menciona la referencia de medida, de modo que es posible suponer que se refieren bien a la temperatura media preindustrial, a la que se tiene como base en la comunidad científica, o bien a la del año 2009 (o cualquier fecha intermedia como 1990, año del protocolo de Kioto): no sería una diferencia menor, pues la temperatura ha aumentado ya poco menos de 1 °C entre esos dos momentos, habiendo añadido a la atmósfera, y sobre todo a los océanos, una inmensa cantidad de energía. Tampoco se dice nada de que se haya acordado no superar los +2 °C: lo único que se acuerda es “intensificar la cooperación a largo plazo”<sup>2</sup>.

Pero en ese momento, gracias a los impagables servicios de la agencia de comunicación Hill & Knowlton, contratada por el gobierno entonces liberal de Copenhague, todos creímos erróneamente que los países firmantes habían acordado no superar los +2 °C, y que además los científicos afirman que es un límite de seguridad (Vilar, 2009). Cosas de los mercenarios de la comunicación.

Cabe en todo caso preguntarse por la viabilidad de la consecución de este supuesto objetivo. Tras un minucioso análisis, Kevin Anderson y Alice Bows, del Tyndall Centre for Climate Research, publicaron en la académica *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* que:

... a pesar de las declaraciones de alto nivel en contrario, **la probabilidad de mantener el incremento de la temperatura media global por debajo de +2 °C es mínima o inexistente**. Además, los impactos asociados con +2 °C han sido revisados al alza, lo suficiente como para que la línea de los +2 °C represente ahora más apropiadamente **el umbral entre el cambio climático ‘peligroso’ y el cambio climático ‘extremadamente peligroso**. [énfasis añadido] (Anderson and Bows, 2011).

La cantidad de trabajos científicos que concluyen en la práctica imposibilidad de mantener la temperatura por debajo de +2 °C es abrumadora. Los pocos estudios que sugieren alguna verosimilitud efectúan tal número de suposiciones arriesgadas respecto del sistema climático y acerca de la disponibilidad y aceptación social a gran escala de tecnologías todavía en fase de maduración, e incluso inexistentes, que sería un auténtico milagro que se revelaran acertados (Knopf et al, 2011). En cualquier caso, las exigencias en reducción de emisiones son tan inmediatas, y tan rápidas, que nos es permitido dudar de su posibilidad de realización.

---

2 Convenciones ulteriores han corregido esta situación y establecido este límite con mayor claridad

James Hansen, el climatólogo-jefe de la NASA y referido como el mejor climatólogo del mundo por sus compañeros, presentó a principios de 2008 un enfoque diferente, referido a una variable distinta: la concentración de CO<sub>2</sub> en la atmósfera no debe de ser superior a 350 ppmv<sup>3</sup> (Hansen et al, 2008). Hasta entonces el IPCC, aunque formalmente no efectúe recomendaciones, había centrado sus análisis en situaciones de 550 ppmv en 1990-2001 y 450 ppmv en 2007, otorgándoles así la consideración implícita de tolerables. Sin embargo, Hansen y su equipo señalan que:

Hemos llegado a la conclusión de que la Tierra, en los períodos interglaciales más cálidos, fue menos de 1 °C más caliente que el Holoceno, y que **los objetivos de limitar el calentamiento antropogénico a 2 °C y 450 ppm son recetas para el desastre**. El calentamiento polar en los anteriores interglaciales y en el Plioceno no supone la existencia de colchón alguno entre el clima actual y el clima peligroso: por el contrario, la Tierra está hoy destinada a experimentar fuertes efectos de retroalimentación polar positiva en respuesta a un calentamiento moderado. [Énfasis añadido] (Hansen and Sato, 2011)

El nivel del mar en los interglaciales anteriores a los que se refiere el texto, correspondiente a épocas en las que la temperatura media de la Tierra no llegaba a ser dos grados superior a la preindustrial, era entre 5,5 y 9 metros superior al actual, una vez el planeta alcanzó su equilibrio térmico (Dutton and Lambeck, 2012), pero cuando en el Plioceno llegó a ser 2 °C superior, el nivel del mar alcanzó por lo menos 25 m más que el presente (Dowsett et al, 1994). ¿No sería esto demasiado?

La propuesta de las 350 ppmv supuso, y sigue suponiendo, un cambio fundamental en la consideración del fenómeno. El motivo no es otro que, al ser la concentración actual algo mayor de 390 ppmv, resulta que los valores sugeridos por el IPCC ofrecerían margen de actuación, pero si el límite está en 350 ppmv nos damos cuenta súbitamente de que estamos ya por encima del umbral (actualmente a más de 390 ppmv), y nuestro primer objetivo consiste en invertir cuanto antes la tendencia al crecimiento permanente de esa concentración. Un auténtico *game-changer*.

Ningún climatólogo ha desautorizado convincentemente la ciencia de James Hansen, si bien muchos siguen todavía en la ficción de escenarios de análisis que ya nada tendrán que ver con la realidad, o que son *recetas para el desastre*. Estos trabajos, sin embargo, van a ser incorporados al próximo informe del IPCC y, como todos queremos creernos los escenarios más favorables, atribuiremos credibilidad

---

3 Partes por millón, en volumen

al mínimo común denominador que se tiene en ese foro como norma de funcionamiento. Nos resultará así perceptivamente ocultada la magnitud de la probabilidad del caso peor que, según se ha podido demostrar, resulta ser mucho mayor que la del caso mejor (Roe and Baker, 2007).

Con todo, el punto focal +2 °C ha tenido mucho más eco y promoción mediática del que merece, y se ha convertido en la referencia que todo político de cualquier nivel – negacionistas aparte – y la mayor parte del público tiene acerca del problema climático. Por su parte, las 350 ppmv han alcanzado un éxito más restringido a los movimientos activistas, habiendo dado lugar nada menos que a una organización de alcance mundial exclusivamente dedicada al problema climático, denominada 350.org. Dirigida por el carismático posibilista estadounidense Bill McKibben, declara que ésta es la cifra más importante de la humanidad. Este movimiento, que cuenta con el apoyo explícito de climatólogos y otras personalidades en su condición de *mensajeros*, ha cosechado un notable éxito, si bien todavía insuficiente. Su mayor virtud es su carácter intersticial en red y el amplio alcance mundial de sus actividades, que ocasionalmente reciben eco en algún medio de comunicación.

Así pues, en el ecosistema comunicativo del cambio climático existen dos puntos focales principales en tanto que *objetivos* climáticos: no superar +2 °C y reducir la concentración de CO<sub>2</sub> a 350 ppm. La experiencia muestra, sin embargo, que su capacidad de movilización es, al menos por ahora, limitada. Examinemos sus características desde el punto de vista comunicativo.

## 2.1. El punto focal +2 °C

La principal característica de este punto focal es que ha sido asumido por los economistas - profesión a la que la clase política presta atención preferente - y que ha sido convertido en referencia ampliamente aceptada en el entorno político y mediático<sup>4</sup>. Tiene la ventaja de que, al tratarse de una variable de temperatura, resulta muy comprensible. Pero entiendo que aquí terminan las prestaciones favorables a la adopción de este punto focal.

Podría pensarse que una ventaja adicional deriva de su condición de variable *tangible*, detectable por los sentidos. Sin embargo, esta aparente ventaja se diluye en el marco de la confusión popular entre tiempo meteorológico y clima, pues a nadie parecería tener que preocupar un incremento tan *pequeño*. En este sentido,

---

4 Por ejemplo, es sorprendente que una persona como Cristina Narbona afirme en público que “los científicos nos dicen que un incremento de +2 °C es tolerable”.

estamos frente a un punto focal desmovilizador en cuanto a los *efectos* del cambio climático: el público, desconocedor de la gravedad de las consecuencias de este valor promedio, puede aceptar un incremento de 2 °C como algo tolerable. Incluso podría ser deseable en ciertas latitudes. Tampoco es todo lo movilizador que la situación requiere pues, en la medida en que no se ha superado todavía este valor, puede parecer que *todavía queda tiempo*, en la medida de que el retardo inherente al sistema climático no es algo bien conocido por el público.

Por otra parte, el método de medición de la temperatura promedio es controvertido en la medida en que, en cada período de tiempo que se considere, tiene lugar una *variabilidad natural* del sistema climático que se superpone al forzamiento antropogénico, y que dificulta la atribución *precisa* del incremento de temperatura. ¿Tomamos el valor de cada año? ¿El promedio de los últimos 5, 10, 20 años, eliminando así las variabilidades naturales de período corto (variaciones en la radiación solar, corriente oceánica El Niño, etc.)? ¿Respecto a qué año medimos el incremento? ¿La temperatura preindustrial? ¿El año 1990, referencia de Kioto? ¿El año 2000? (Vilar, 2012) En estas condiciones, decidir si se ha alcanzado ese incremento de temperatura, o a qué distancia del mismo nos encontramos en cada momento, puede dar lugar a debates inacabables y a facilitar los intentos de distracción.

Este punto focal es, asimismo, desmovilizador respecto a las causas, pues nada nos dice sobre ellas. Además, al encontrarse cerca del final de la cadena causal, la incertidumbre acumulada entre la causa original y este valor es elevada, lo que no permite establecer objetivos de emisiones con la precisión deseable. Peor aún, la dinámica del sistema económico actual llevaría, como de hecho se está haciendo implícitamente, a apurar en exceso el margen superior. Esta situación conduce, sin solución de continuidad, a aumentar la probabilidad de superar el objetivo. Con más motivo por cuanto el efecto de temperatura antecede a las causas en el tiempo, en una magnitud singularmente indeterminada por el conocimiento científico actual, pero que puede medirse en décadas. Esto significa que, al acercarnos al valor límite establecido, es ya muy tarde para establecer acciones para evitarlo.

En cualquier caso, el hecho de que este punto focal +2 °C no sea considerado seguro por los científicos naturales sino, antes bien, una 'receta para el desastre', debería ser razón suficiente para descartarlo. No parece lógico que el consenso de economistas, políticos estándar y medios de comunicación sea un argumento suficiente en su favor.

## 2.2. El punto focal 350 ppm

Por el contrario, el punto focal de 350 ppm sí cuenta con el acuerdo generalizado de la comunidad científica, versión ciencias naturales, si bien se mantiene cierta discrepancia acerca de si hay que referirse solamente al CO<sub>2</sub> o a CO<sub>2</sub> equivalente - es decir, contando también con los demás gases traza - lo que resultaría mucho más exigente. Y a diferencia de la variable de temperatura, esta magnitud sí apunta directamente a la causa del problema climático (el forzamiento) y nos recuerda su origen antropogénico. Se trata de *la* variable a controlar y, en este sentido, visualiza el clima como sistema. Además, el método de medición es mucho menos controvertido, y su variabilidad interanual muy reducida.

Hemos señalado que esta cifra, establecida como objetivo, sí resulta movilizadora. Esto es así porque la concentración actual de CO<sub>2</sub> en la atmósfera es superior a 390 ppm y, si se tiene en cuenta el efecto de todos los gases, es ya superior a 450 ppm CO<sub>2</sub>eq. De modo que, a diferencia de unos +2 °C todavía no alcanzados establecer como objetivo una concentración de GEI<sup>5</sup> inferior a la actual, concentración que por otra parte no cesa de aumentar, sugiere la idea de que la acción correctora debe de ser inmediata, con el fin de revertir la situación cuanto antes. Es más: indica que cualquier acción debe ser drástica, en la medida de que el umbral de seguridad ha sido ya superado y no conocemos lo suficiente cuánto margen de tiempo de *overshoot* nos autoriza el sistema climático, si es que autoriza alguno.

Pero este punto focal presenta también algunas limitaciones. Por ejemplo, su facilidad de memorización es moderada aunque, como en el caso de los +2 °C, este hecho puede ser parcialmente corregido mediante una promoción suficiente. Pero su principal inconveniente reside en su incertidumbre: nadie puede afirmar con toda rotundidad que 350 ppm es el valor límite (analogía del colesterol), toda vez que su propio proponente, James Hansen, afirma que debe ir acompañado, necesariamente, de la paulatina y rápida eliminación de los gases traza y aerosoles que contribuyen al efecto invernadero.

## 2.3. Propuesta de nuevo punto focal: cero sin azufre

La razón científica que concluye con la determinación de la cifra de 350 ppmv no es otra que la necesidad de devolver a la Tierra a su equilibrio energético perdido. Como hemos visto, la temperatura sólo cesará de aumentar cuando dicho desequi-

---

5 Gases de efecto invernadero

librio (en inglés *energy imbalance*) haya desaparecido. De modo que el objetivo real, la misión de fondo, es que este desequilibrio sea cero<sup>6</sup>. Una forma de reducirlo, desde luego, consiste en disminuir la concentración en la atmósfera de los gases y partículas que contribuyen a él. Pero otra forma alternativa sería provocar la reducción de la cantidad de radiación solar que alcanza a la superficie de la Tierra.

Hemos visto que los aerosoles de azufre cumplen esta función. Sin embargo, para que los aerosoles de azufre presentes en la troposfera fueran capaces de compensar el desequilibrio energético total producido por los gases (y los demás aerosoles), su concentración debería ser de una magnitud tal que interferiría seriamente sobre toda la biosfera, y desde luego afectaría gravemente a nuestra salud. Este camino queda pues descartado pues, por el contrario, bien pronto los países denominados emergentes se verán en la necesidad de establecer controles y filtros que eviten la emisión de estas partículas a la atmósfera, con el fin de proteger sus sistemas ecológicos y su población.

Queda sin embargo otra posibilidad, que es la de difundir partículas de este tipo en la estratosfera regularmente, aviación mediante. Entramos aquí en el terreno de la geoingeniería, versión 'gestión de la radiación solar'. Se trata de una de las técnicas de la denominada geoingeniería *fuerte*<sup>7</sup>, o intervención a gran escala en el sistema climático de la Tierra.

Aunque es muy posible que, dado el punto al que hemos llegado, sea inevitable algún grado de geoingeniería en el futuro, en la actualidad estas técnicas son altamente especulativas, y lo serán previsiblemente durante mucho tiempo. Nada garantiza que no se produzcan efectos indeseados imprevistos, y en todo caso parece claro que su implantación cambiaría de forma sustantiva los patrones de precipitación en gran parte del mundo (Hegerl and Solomon, 2009).

Por lo demás, si resulta ya difícil que la comunidad internacional adopte acuerdos climáticos significativos en aquello que está en sus manos ¿se pondría de acuerdo en la técnica e intensidad de geoingeniería supuestamente necesaria? En el caso de las reducciones de emisiones, cada país es responsable de las suyas. Pero, en términos de geoingeniería ¿quién la llevaría a cabo? ¿Un solo país? ¿Naciones

---

6 Hacerlo negativo permitiría a la Tierra enfriarse y tal vez reponer su estabilidad preindustrial pero, dado lo lejano del objetivo, lo primero es anular el desequilibrio *positivo* que lleva a que el calentamiento prosiga.

7 En contraposición a la geoingeniería denominada débil, por ejemplo la reforestación para absorber parte del CO<sub>2</sub> en exceso.

Unidas? ¿Quién gobernaría el proceso? (Stevenson, 2012) ¿Quién asumiría la responsabilidad por los posibles daños *colaterales*?

Salvo en caso de emergencia planetaria grave e irreversible por otros medios, la geoingeniería no es una opción aceptable para nadie preocupado por el problema climático. No resuelve el problema de la acidificación de los océanos, sugiere la posibilidad de seguir derrochando energía fósil a gran velocidad y sus consecuencias indeseables no son bien conocidas y tal vez no lo sean nunca sin haber hecho antes el experimento.

Crear que la tecnología puede solucionar el problema climático es una ingenuidad. El tecno-optimismo está en horas bajas, sobre todo desde que sabemos que ni tan sólo puede ofrecernos energías renovables en la cantidad que sería deseable. Démonos cuenta, además, de que el problema climático ha surgido debido a la ilusión tecnocrática de dominio del planeta por parte de ciertas civilizaciones adolescentes del presente: no deberíamos corregir el error cayendo de nuevo en el mismo.

Podemos pues convenir que la atmósfera no debe de contener azufre, cuyas connotaciones diabólicas no son tampoco un buen augurio. De modo que lo que pretendemos, climáticamente, es que el *desequilibrio energético* de la Tierra sea cero, y ello *sin emplear azufre*. Cero sin azufre. *Zero sulfurless*.

¿Podría ser esta expresión un nuevo punto focal en el debate climático? No es mi intención realizar una propuesta formal al respecto, en sustitución del ya bien establecido "350", con el que comparte muchos atributos deseables y que, como hemos visto, en realidad dicen (casi) lo mismo. Pero sería interesante reflexionar sobre él, y examinar si podrían ser complementarios. Las tablas adjuntas pueden contribuir a este análisis.

### **3. CONCLUSIONES**

La comunicación del cambio climático es uno de los ámbitos menos explorados (Fischhoff, 2011) de un problema de alcance planetario, pero que cuenta con características locales que son función del contexto idiomático, cultural, geográfico y social. El espacio comunicativo en este campo está singularmente plagado de una gran diversidad de dificultades perceptivas, resistencias psicológicas, interferencias interesadas y silencios cómplices. Así, la promoción de la movilización de la población mundial en favor de la exigencia de respuestas adecuadas a la magnitud del problema constituye toda una proeza donde el periodismo, los profesionales

**Medios de comunicación y cambio climático**

Punto focal	Variable	Características	Ventajas	Inconvenientes
2 °C	Temperatura	<p>Apunta a efecto</p> <p>Consenso entre políticos y economistas</p> <p>Concepto derivado</p>	<p>Variable muy tangible</p> <p>Aceptado por economistas</p> <p>Referencia en entornos políticos</p>	<p>Fundamentación científica inexistente</p> <p>Rechazado por científicos naturales</p> <p>Impacto excesivo</p> <p>Sugiere incremento deseable</p> <p>Sugiere impactos leves</p> <p>Relativo al efecto y no a la causa (que la antecede en décadas)</p> <p>Se manifiesta décadas después de la causa que la origina</p> <p>Variabilidad interanual elevada</p> <p>Método de medición controvertida</p>
350 ppm	Concentración de CO <sub>2</sub> (o CO <sub>2eq</sub> )	<p>Apunta a causa</p> <p>Consenso entre científicos naturales</p> <p>Concepto derivado</p>	<p>Fundamentación científica fuerte</p> <p>Aceptado por científicos naturales</p> <p>Señala causa</p> <p>Promueve acción</p> <p>Es lo que fuerza al sistema climático</p> <p>Variabilidad interanual baja</p> <p>Método de medición aceptado</p>	<p>Variable no tangible</p> <p>Facilidad de memorización moderada</p>
Cero sin azufre	Potencia por unidad de superficie	<p>Consenso entre científicos naturales</p> <p>Concepto básico</p>	<p>Fundamentación científica muy fuerte</p> <p>Aceptado por científicos naturales</p> <p>Concepto de energía</p> <p>Concepto de desequilibrio</p> <p>Equivalente alimenticio</p> <p>Invita al conocimiento</p> <p>Elevada facilidad de memorización</p>	<p>Variable no tangible</p>

**Medios de comunicación y cambio climático**

Atributo	+ 2 °C	350 ppm	Ø sin azufre
Variable	Temperatura (°C)	Concentración atmosférica (ppm)	Energía, forzamiento (W/m <sup>2</sup> )
Concepto básico / derivado	Derivado	Derivado	Básico
Lapso causa-efecto	Muy elevado	Elevado	Nulo
Fundamentación científica	Inexistente	Elevada	Máxima
Tangibilidad física	Muy alta	Inexistente	Inexistente
Medición	Muy controvertida	Poco controvertida	Poco controvertida
Variabilidad interanual	Elevada	Baja	Moderada
Apunta a causa	No	Si	Parcialmente
Apunta a efecto	Si	No	No
Sugiere desequilibrio	Confunde	No	Si
Promueve acción	Apenas	Si	Si
Facilidad de memorización	Moderada	Reducida	Muy elevada
Promueve conocimiento adicional	No	No	Si
Consenso económico-mediático	Muy elevado	Bajo	-
Consenso científicos naturales	En contra	Aceptado	Aceptado
Asociación	Fiebre	Colesterol	Dieta
Observaciones	Puede sugerir deseabilidad		Incorpora acción aerosoles Sugiere también 0 emisiones

honestos de la comunicación y todo comunicador público tienen un gran papel a jugar, junto a una responsabilidad ineludible.

Comunicar el problema climático de forma que se conjugue el rigor con la veracidad asequible al público; la complejidad del problema con la sencillez expositiva; la noticia meteorológica o social del momento con su contexto climático y causal; y la razón científica con la emoción movilizadora, constituye un reto extraordinario y una necesidad social de la mayor prioridad, a la que los comunicadores debemos responder adecuadamente.

## 7. REFERENCIAS

- ANDERSON and BOWS (2011): Beyond 'dangerous' climate change: emission scenarios for a new world - *Philosophical Transactions of the Royal Society of London A* 369:20-44 doi:10.1098/rsta.2010.0290.
- ANDREAE, et. al. (2005): Strong present-day aerosol cooling implies a hot future - *Nature* 435:1187-1190 doi: 10.1038/nature03671.
- Copenhagen Accord (2009): *Conference of the Parties 15 - United Nations Framework Convention on Climate Change*, <http://unfccc.int/home/items/5262.php>.
- DOWSETT, et. al. (1994): Joint investigations of the Middle Pliocene climate I: PRISM paleoenvironmental reconstructions - *Global and Planetary Change* 9:169-195 doi: 10.1016/0921-8181(94)90015-9.
- DUTTON and LAMBECK (2012): Ice Volume and Sea Level During the Last Interglacial - *Science*, 337:216-219 doi:10.1126/science.1205749.
- FISCHHOFF (2011): Applying the science of communication to the communication of science, *Climatic Change*, 108: 701-705 doi: 10.1007/s10584-011-0183-9.
- HANSEN et al. (2008): Target Atmospheric CO<sub>2</sub>: Where Should Humanity Aim? *The Open Atmospheric Science Journal*, 1 2:217-231 doi: 10.2174/1874282300802010217 - [http://pubs.giss.nasa.gov/docs/2008/2008\\_Hansen\\_etal.pdf](http://pubs.giss.nasa.gov/docs/2008/2008_Hansen_etal.pdf).
- HANSEN and Sato (2011): Paleoclimate Implications for Human-Made Climate Change - En: *Climate Change: Inferences from Paleoclimate and Regional Aspects*. A. Berger, F. Mesinger, and D. Šijački, Eds. Springer (In press), [http://www.columbia.edu/~jeh1/mailings/2011/20110118\\_MilankovicPaper.pdf](http://www.columbia.edu/~jeh1/mailings/2011/20110118_MilankovicPaper.pdf).
- HEGERL and SOLOMON (2009): Risks of Climate Engineering, *Science* 325:955-956 doi:10.1126/science.1178530.
- KNOFF et. al. (2011): Exploring the feasibility of low stabilization targets, *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change* 2:617-626 doi:10.1002/wcc.124.
- KNOX et. al. (2012): Climate change impacts on crop productivity in Africa and South Asia, *Environmental Research Letter*, 7, 034032, doi:10.1088/1748-9326/7/3/034032 - [http://iopscience.iop.org/1748-9326/7/3/034032/pdf/1748-9326\\_7\\_3\\_034032.pdf](http://iopscience.iop.org/1748-9326/7/3/034032/pdf/1748-9326_7_3_034032.pdf).
- RAMANATHAN and Feng (2008): On avoiding dangerous anthropogenic interference with the climate system: Formidable challenges ahead, *Proceedings of the National Academy of Sciences PNAS* 105:14245-14250 doi:10.1073/

- pnas.0803838105 - <http://scrippsnews.ucsd.edu/Releases/doc/zpq038084771p.pdf>.
- RICHARDSON et al (2009): Synthesis Report from Climate Change: Global Risks, Challenges and Decisions - <http://www.climatecongress.ku.dk>.
- ROE AND BAKER (2007): Why Is Climate Sensitivity So Unpredictable? *Science* 318:629-632 doi:10.1126/science.1144735 - <http://climatechange.pbworks.com/f/Why+is+climate+sensitivity+so+unpredictable+G.H.Roe+et+al+Science+2007.H.Roe+et+al+Science+2007.pdf>.
- SMITH et al (2009): Assessing dangerous climate change through an update of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) 'reasons for concern', *Proceedings of the National Academy of Sciences PNAS* 106:4133-4137 doi:10.1073/pnas.0812355106. <http://www.pnas.org/content/106/11/4133.full.pdf+html>.
- STEVENSON (2012): Governing Climate Technologies: Is there room for democracy? - Environmental Values, forthcoming, <http://www.ericademon.co.uk/EV/papers/Stevenson.pdf>.
- VILAR (2009): Las credenciales de Hill & Knowlton, la agencia de PR de la Cumbre de Copenhague – *Usted no se lo Cree*, 18/12/2009 - <http://ustednoselocree.com/2009/12/18/credenciales-hill-knowlton/>.
- VILAR (2012): Cambio climático: ¿cuánto es demasiado? 3: Historia de los 2 °C – 3.1 Las medidas de temperature – *Usted no se lo Cree*, 20/5/12 - <http://ustednoselocree.com/2012/05/20/cuanto-es-demasiado-31/>.



# **EL ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CAMBIO CLIMÁTICO**

MAITE MERCADO

## **1. INTRODUCCIÓN**

Todos los tratados internacionales destacan la importancia de la comunicación, el acceso a la información, la educación, la formación y sensibilización ciudadana para conseguir una sociedad sostenible. En la conocida como Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992, se hizo un llamamiento explícito a los medios para que se involucraran en tareas informativas para la preservación del medio ambiente y en el cambio de actitudes. Esta referencia a los medios parte del reconocimiento de la influencia que la interpretación periodística ejerce en la percepción de los ciudadanos sobre la realidad, especialmente cuando se trata de un campo en el que ciudadano no tiene un contacto directo (Nelkin, 1998).

Los medios de comunicación siguen siendo la principal ventana de acceso a la problemática ambiental para la mayoría de la población. Hasta tal punto que “la representación (del cambio climático) se está construyendo más “en” y “desde” los medios que en la calle” (Meira, 2008). En el Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de septiembre de 2012 (Estudio nº 2.954), un 84,9 por ciento de los encuestados afirmaban que sus principales fuentes de información respecto a los problemas del medio ambiente eran los medios de comunicación. Una cifra muy alejada del 10,6 por ciento que respondía las organizaciones ecologistas o el 9,8 que se accedía a publicaciones científicas.

Desde ámbitos alejados del periodismo también se señala la importancia de los medios en esta labor comunicativa. Para María Novo (2003), titular de la Cátedra UNESCO de Educación Medioambiental y Desarrollo Sostenible de la UNED, “la conciencia de las enormes potencialidades no sólo informativas, sino formativas,

de los mensajes audiovisuales o escritos; la difusión masiva de noticias ambientales de gran impacto debe llevar a los profesionales de los medios a extremar su sensibilidad y cuidado a la hora de desarrollar su trabajo, del tal modo que, sin caer en el catastrofismo o en la anécdota fácil, sepan transmitir al gran público la gravedad de los problemas ambientales y presentar al mismo tiempo opciones y alternativas que ayuden a salir de la crisis”.

Este sería el ‘discurso sostenible’ al que se refiere el profesor Díaz Nosty (2009) cuando se pregunta “cómo intervenir desde los medios en la transmisión de las alertas sobre la salud del planeta que son verificadas por constataciones empíricas, cómo despertar una conciencia de la sostenibilidad. Sin duda, mediante un discurso, también sostenible, que alcance al conjunto de los argumentos de la actualidad y cree opinión pública, con la consiguiente reducción de la incertidumbre”.

En definitiva, los medios de comunicación juegan un papel esencial en la construcción de la realidad social y por tanto es necesario conocer qué se cuenta en los media para entender las actitudes sociales respecto a asuntos de gran calado como el cambio climático partiendo de la base de que un correcto tratamiento informativo fomentará un mejor conocimiento de los temas ecológicos, una mayor concienciación ambiental social, e incidirá en la transformación de valores, actitudes y comportamientos sostenibles.

## **2. PERIODISMO AMBIENTAL**

El reto de sensibilizar a los ciudadanos en relación al medio ambiente pasa por una cobertura sistemática de estos temas y la especialización periodística. La complejidad de los problemas ambientales, tanto en la clarificación de causas y explicación de sus consecuencias, exige del informador una actitud responsable: un periodismo en profundidad que ha de fundamentarse en una documentación exhaustiva, narración con antecedentes, consecuencias y actores implicados, análisis del hecho ambiental e inserción del acontecimiento en el contexto adecuado. Para Bacchetta (2002), “el periodismo ambiental es uno de los géneros más amplios y complejos del periodismo”, con cinco aspectos a tener en cuenta: es un periodismo de investigación; es una forma del periodismo científico; es un periodismo educativo, pedagógico; es consciente de cumplir una responsabilidad social específica, y debe ejercerse con profesionalismo, objetividad y responsabilidad pero sin confundirlo con la militancia ecologista.

Rogelio Fernández (2010) considera que el periodismo ambiental se encuentra entre los actores más visibles para la “construcción” de la representación social del

cambio climático y del cambio global en general. Fernández defiende que ya ha adquirido “suficiente madurez” para considerarse periodismo especializado puesto que cuenta con “experiencia en la aplicación de una metodología periodística de investigación, asociaciones de profesionales, una función social importante y una demanda específica de la sociedad”.

El periodista Joaquín Fernández (1995) elaboró una lista de los contenidos que ha de “afrontar el informador ambiental como aproximación orientativa”: residuos, agua (ríos, pantanos, embalses, trasvases, regadíos, plantas desalinizadoras, confederaciones hidrográficas), bosques (incendios, limpieza, repoblaciones), protección de la naturaleza (espacios protegidos, parques naturales y nacionales, especies de fauna y flora en peligro de extinción, comercio y tráfico de animales, biodiversidad), mares (contaminación marina, disminución de recursos pesqueros, vertidos, mareas negras), costas (especulación urbanística, regeneración y protección de playas, banderas azules), suelo (especulación urbanística, erosión y desertificación), energía, transporte, atmósfera (contaminación atmosférica en general, capa de ozono, efecto invernadero, cambio climático), problemas urbanos (contaminación, tráfico, ruido, zonas verdes, degradación del patrimonio arquitectónico), agricultura, etcétera.

El cambio climático pasa casi inadvertido en esta extensa enumeración de temas; hoy en día se ha convertido en el tema central en torno al medio ambiente.

### **3. EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LOS MEDIOS**

La evolución del número de referencias informativas en torno al concepto ‘cambio climático’ puede apreciarse si tomamos como ejemplo las aparecidas en el diario *El País* desde su aparición en 1976 (Mercado, 2012b). En sus primeros diez años de vida, sólo en 15 ocasiones se hace alusión al cambio climático. En 1988, año en el que la Organización Meteorológica Mundial y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) crea el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático o Panel Intergubernamental del Cambio Climático, conocido por el acrónimo en inglés IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), cuatro son las noticias que se refieren al término.

La Cumbre de la Tierra (Río, 1992), señalada como el primer hito en la preocupación internacional por el medio ambiente, consigue que el número de referencias se incrementa a 62. El diario ya había tratado con cierto interés la II Conferencia Mundial sobre el Clima celebrada en Ginebra en 1990 y la entrada en vigor de la convención marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático en 1993. Pero

hasta 1995 no se aprecia un número importante de alusiones al tema (96). En diciembre, se publica el II Informe de Evaluación del IPCC en Roma, que confirma el impacto humano en el calentamiento global y habla de la necesidad de reducir emisiones. Este informe serviría de base para la realización, dos años más tarde, del Protocolo de Kioto. Los previos y las negociaciones de la III Conferencia sobre Cambio Climático de Kioto suponen alcanzar al centenar de referencias en el diario.

El tema vuelve a decaer hasta la VI Conferencia sobre Cambio Climático (La Haya, 2000), un fracaso en cuanto a los instrumentos de aplicación del Protocolo de Kioto y la negativa de Estados Unidos a ratificar el acuerdo (113 referencias). En 2001, el tema alcanza las 168 referencias. El diario escribe un editorial titulado 'SOS climático' en el que pide decisiones políticas. Se celebra en Bonn otra conferencia mundial y el IPCC advierte de que la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, principalmente el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), aunque comenzase inmediatamente, no impediría el cambio climático ni evitaría completamente sus efectos devastadores. En noviembre, la periodista Alicia Rivera acude a Marraquech (VII COP) como enviada especial de *El País*.

La reducción de emisiones va adquiriendo protagonismo hasta llegar al punto máximo de interés informativo hasta la fecha: 2007. Ni siquiera en 2009 con la expectativas generadas por la Cumbre de Copenhague se ha informado más sobre el cambio climático: 819 referencias informativas frente a 545. El motivo: el estreno de 'Una verdad incómoda' de Al Gore, que ganó el Oscar en 2006 a Mejor Documental y convirtió al cambio climático en casi estrella mediática. En 2007 se le concedieron el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional y el Premio Nobel de la Paz junto al IPCC de Naciones Unidas. Así, la Cumbre de Bali gozó de un extenso tratamiento informativo, con Rafael Méndez como enviado especial de *El País*.

La crisis económica ha hecho descender el valor noticiable del cambio climático en un momento en que la comunicación sobre el cambio climático está cambiando. No se trata ya de convencer a la sociedad de que el cambio climático es una realidad sino de persuadirles de que deben tomar medidas en su vida cotidiana para luchar contra él. Como señala Díaz Nosty (2009), "de acuerdo con la consideración de los científicos, el problema ya no radica tanto en la constatación de un cambio climático irreversible, sino en la aplicación de políticas globales paliativas del deterioro medioambiental".

En el ámbito anglosajón uno de los principales enfoques en la investigación de la comunicación del cambio climático se ha centrado en examinar cómo los negacionistas y los escépticos consiguieron un lugar de privilegio en los medios para

contrarrestar la opinión mayoritaria de los científicos que afirman la existencia del cambio climático antropogénico. Estas personas interesadas en desprestigiar a la ciencia del clima por sus relaciones con el poder económico y político incrementaron la incertidumbre sobre el cambio climático en la sociedad. Las rutinas periodísticas posibilitaron el acceso a los medios de los escépticos. En concreto, el principio periodístico del equilibrio entre las fuentes (journalistic norm of 'balance' or professional journalistic practice of balanced reporting), es decir, mostrar las diferentes puntos de vista en aras de la neutralidad periodística al informar sobre asuntos controvertidos, servía para amplificar una minoritaria visión que negaba o debatía la responsabilidad humana en el cambio climático tanto en la prensa de prestigio como en los informativos televisivos en Estados Unidos (Boykoff, 2004).

Boykoff insiste en que es necesario reorientar la representación de los científicos del clima en los medios par dar una oportunidad a la lucha contra el cambio climático acabando con el escepticismo en la opinión pública. Cuando en el proceso de construcción de significados de los medios se fomenta la confusión en lugar de aclarar conceptos científicos, se otorga un espacio a los líderes norteamericanos para eludir responsabilidades y permanecer en una política de no actuación en la acción contra el cambio climático.

Frente a la incertidumbre científica generada por los medios estadounidenses y británicos, en otros países europeos el conflicto abandona el terreno científico para anclarse en el de las relaciones internacionales. Los dos antagonistas son ahora la Unión Europea, adalid en la lucha contra el cambio climático, y Estados Unidos, que sigue obstaculizando la negociación internacional (Olausson, 2009).

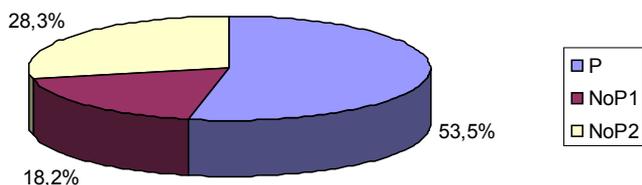
Otro de los aspectos clave ha sido el análisis del catastrofismo presente en los mensajes de los medios. Weingart (2000) afirmaba que esta imagen había prevalecido en la prensa alemana desde mediados de los ochenta. Carvalho (2008) concluye en su análisis del discurso sobre el cambio climático en la prensa y televisión de Portugal que el alarmismo no define la cobertura del cambio climático en la prensa. No ocurre lo mismo en la televisión debido sobre todo a su tendencia a mostrar imágenes de catástrofes naturales cuando informa sobre cambio climático. El cambio climático se ve principalmente como un asunto de política internacional consensuado a nivel científico.

Boykoff y Roberts (2007) en su análisis para Naciones Unidas de la cobertura del cambio climático en cuarenta periódicos en inglés en 13 países en los cinco continentes, destacan la clara necesidad de que estos trabajos de análisis se extiendan, sobre todo, a los países en vías de desarrollo, como por ejemplo, Argentina.

#### 4. EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA PRENSA ARGENTINA

El análisis de la representación del cambio climático en los dos diarios de referencia en Argentina de octubre de 2009 a septiembre de 2010 (Mercado, 2012a) muestra en primer lugar cómo el cambio climático es sólo una referencia aislada en muchos textos. Comprobamos que se ha convertido en uno de los integrantes de un párrafo de contexto de los discursos de los líderes políticos que es trasladado por los medios (cerca del 30 por ciento de 485 piezas). En estas líneas, el cambio climático es uno de los retos, problemas, desafíos, y similares a los que se enfrenta el mundo. Por ejemplo, al asumir España la presidencia rotatoria de la UE se dice: “Entre sus prioridades -sin olvidar asuntos como la crisis económica, el cambio climático, la seguridad energética y la gestión de los flujos migratorios” (*Clarín*, 1 enero 2010). O, en la reunión mantenida entre el presidente de Estados Unidos, Barak Obama, y el de China, Hu Jintao, “tratarán temas como la balanza comercial entre ambos países, el cambio climático, la proliferación nuclear y los derechos humanos, entre otros”. Estas era la única alusión al cambio climático en el texto.

CC tópico Principal o No



Aparecen otras piezas en las que la relación del cambio climático con el tema central del texto es mayor pero tampoco supone el tópico informativo principal, no merece más de un párrafo o una pregunta/respuesta en una entrevista (un 20 por ciento del total). Por último, encontramos aquellas informaciones en las que el cambio climático es el objeto informativo en sí mismo, el asunto del que se informa, el tema principal.

Pudiera suponerse que son las páginas de Sociedad dedicadas al Medio Ambiente aquellas en las que debieran publicarse más textos al respecto. Sin embargo, en casi el cincuenta por ciento de las ocasiones, las referencias aparecen en la sección de internacional.

Siguiendo a diversos autores (Entman, 1993, Scheufle, 1999; Semetko y Valkenburg, 2000; Tankard, 2001; Vicente y López, 2009) se establecieron cuatro encuadres que aparecen asociados a las noticias centradas en el cambio climático: conflicto político, oportunidad de negocio, riesgo o catastrofismo y sostenibilidad ambiental.

El encuadre 'conflicto' se desprende de aquellas piezas informativas en las que se presenta una dicotomía o un enfrentamiento entre los protagonistas del acontecimiento periodístico. Aparecen sustantivos como 'polémica', 'debate', o incluso el propio 'conflicto', verbos como "exigir", "reclamar" o "defender", y términos propios del lenguaje bélico como 'guerra' o 'batalla'. Titulares como 'Los países emergentes contraatacan y exigen más esfuerzos a los ricos' (*Clarín*, 11-12-09) o 'Batalla entre escépticos y alarmistas en Internet' (*La Nación*, 10-12-09) ejemplifican el encuadre 'conflicto' que envuelve las piezas relativas a la negociación internacional.

El 'riesgo' se deduce de la presentación de la información con tintes catastrofistas. El foco se coloca en las peores previsiones acerca de los efectos del cambio climático sin presentar propuestas de acción contra él. El 'riesgo' se asocia a informes científicos sobre los efectos del cambio climático ("Un impacto que ya se traduce en inundaciones y sequías (...) A medida que avance el siglo XXI, el panorama mundial podría ser cada vez más sombrío", *La Nación* 6-12-09) y sobre todo a la categoría temática 'Fenómenos meteorológicos. El reportaje 'El planeta en peligro: últimas chances para frenar el cambio climático' (*Clarín*, 10-10-09) muestra en el enfoque alarmista, dramático, incorporando el valor noticia proximidad. La apertura del texto describe el impacto del cambio climático en Argentina sin concretar en qué circunstancias se produciría realmente: "La mitad de la ciudad de Buenos Aires bajo el agua. La mayoría de las poblaciones de la Pampa húmeda desaparecidas bajo enormes lagos salinos. Todo el noroeste sumido en una sequía permanente. El Chocón sin agua por años. La generación de electricidad por energía hidroeléctrica reducida a menos de la mitad. Enormes migraciones hacia la zona cordillerana de la Patagonia en busca de agua. Eso para la Argentina. El resto del mundo estaría aún en peores condiciones. La mitad de la población mundial no tendría nada que beber. La otra mitad poco que comer. Y no se trata de un film apocalíptico".

El enfoque que hemos denominado 'sostenibilidad' aparece en aquellas informaciones que ponen de relieve la crisis ambiental del planeta y la necesidad de reconducir la situación. Trasladan novedades en la lucha contra el cambio climático

en distintos sectores y surgen como fuentes voces de expertos con un afán divulgativo. Un claro ejemplo es el reportaje de Sibila Camps 'Dura batalla para capturar las sustancias que dañan el planeta' (*Clarín*, 29-11-09): "Con el desequilibrio ambiental ya instalado, la ciencia redobla esfuerzos para mitigar los efectos. Uno de los caminos es atrapar y almacenar los gases que están provocando el aumento de las temperaturas".

El amplio reportaje publicado un domingo, al margen de acontecimientos de agenda política o publicaciones de informes, con variadas fuentes expertas desde el ámbito internacional al nacional, parte de la idea expuesta en la entrada de que el crecimiento exponencial del uso de los combustibles fósiles provocó "un desequilibrio ambiental a escala planetaria: el calentamiento global, provocado por el aumento de los gases de efecto invernadero (GEI) que emiten, en un 80%, estos combustibles. Ahora les toca a la ciencia y a la tecnología colaborar en la mitigación del desbarajuste".

En *La Nación* (17-12-09), encontramos por ejemplo el reportaje de Laura Corradini, corresponsal en Francia, titulado "Ante un cambio del modo de vida" que cuenta, entre otras cosas, cómo la humanidad deberá adoptar energías limpias. La periodista escribe que sea cual fuera el resultado de la cumbre climática de Copenhague, "el ser humano tendrá que modificar sus costumbres e inventar nuevas formas de consumo si quiere seguir viviendo, respirando y alimentándose en el planeta".

La 'oportunidad' muestra al cambio climático como una situación mundial que puede ser aprovechada para incrementar el desarrollo económico, para hacer negocio. Predomina en los suplementos Rural y Campo, páginas que definen la imagen de Argentina en el mundo puesto y reflejan los intereses y las preocupaciones de su principal sector productivo. En Rural, las informaciones centradas en el cambio climático se refieren sobre todo a las temáticas Desarrollo Económico y Tecnología Agrícola (27, 3 por ciento cada una). Pero lo más importante es que en el 63,6 de los casos, el enfoque es el de 'oportunidad': "Ante los desafíos del futuro" "Argentina debe jugar un rol estratégico" o "El carbono es un buen negocio".

La mayor cantidad de piezas sobre la negociación internacional en la lucha contra el cambio climático convierten al encuadre 'conflicto' en el más usado por el medio, en un 47,3 por ciento de las piezas. El 'riesgo' aparece en el 25, 4 de las informaciones. El enfoque 'sostenibilidad' puede apreciarse en el 22,2. La 'oportunidad' se aprecia en 4 unidades de análisis (6,4).

Las crónicas de la Cumbre de Copenhague de Gustavo Sierra en *Clarín* muestran una perspectiva diferente a la europea, como explicaba Olausson (2009). Por ejem-

plo, cuando circula en la Cumbre un borrador danés, para el corresponsal del diario español *El País*, este borrador que establecía que las emisiones deben tocar techo en 2020 “levantó las iras de los países en desarrollo. El portavoz de estas naciones pobres, el sudanés Lumumba Stanislaus Kaw Di Aping, *siempre dramático*, afirmó que supondría la muerte para África. El negociador jefe de la Comisión Europea, Artur Runge-Metzer, ironizó sobre sus declaraciones: “Él vive en Nueva York”.

Para Gustavo Sierra, esas propuestas eran “inaceptables”. “La cifra del fondo de reconversión industrial para los países pobres es irrisoria (...). La decepción es tan grande entre los delegados de los países menos desarrollados que en los pasillos de esta cumbre de cambio climático ya se habla del “Carbono-colonialismo del siglo XXI”. Acusan directamente a las potencias de estar intentando un acuerdo que mantenga las enormes desigualdades que existen hoy en el mundo”. Di Aping ya no es dramático ni presidente de los pobres: “El presidente del Grupo de los 77, al que pertenece Argentina, el sudanés Lumumba Stanislaus Di-Aping, dijo que lo que quieren los que escribieron el documento es “asegurarles el 60% de la atmósfera global al 20% más rico”. Y el negociador brasileño Sergio Serra dijo que el documento “no incluye la posición del 90% del mundo”.

Estos matices no se encuentran en *La Nación* ya que la mayoría de sus piezas acerca de la cumbre, y en general, en sus páginas de Internacional, hace uso de información de agencias internacionales.

El conflicto no aparece en torno al debate científico sobre la existencia o no del cambio climático antropogénico. Los antagonistas no son científicos y escépticos puesto que en ninguna información se pone en duda los informes del IPCC, es decir, en la prensa argentina no aparece el enfoque de incertidumbre científica que ha sido amplificado por los medios en otros países industrializados.

El enfrentamiento se da entre países industrializados y países en desarrollo. “Ellos tienen una responsabilidad primordial en reducir sus emisiones; tienen la obligación de proveer fondos públicos y genuinos para facilitar la mitigación”, afirmaba el ministro de Exteriores argentino. Si en la prensa europea ‘ellos’ son los otros países industrializados que no ratificaron el Protocolo de Kioto y no están tan implicados como ‘nosotros’, los europeos, para luchar contra el cambio climático, en *Clarín* ‘ellos’ son todos los países desarrollados.

Sin embargo, el ‘nosotros’ no aparece tan claramente delimitado como en el caso europeo. A pesar de que el Informe Planeta Vivo 2010 de WWF situaba a Argentina entre las 10 naciones que totalizan más del 60% de la capacidad de la Tierra para proveer servicios ambientales de importancia global, como la producción de

alimentos y la captación de dióxido de carbono, Argentina parece más un espectador que un actor. La posición oficial reivindica la 'deuda ambiental' que es necesario saldar pero la lucha contra el cambio climático no es un tema de interés prioritario en la agenda política argentina.

El catastrofismo tantas veces criticado asociado al periodismo ambiental aparece en cerca del veinte por ciento de las informaciones, casi siempre relacionadas con informes científicos o que establecen vinculaciones con fenómenos meteorológicos extremos. Pero son casi el doble las que se encuadran en 'Sostenibilidad', el que debiera ser el predominante en aras de una información ambiental que incidiera en la 'ecoalfabetización', la educación ambiental a través de informaciones sobre cuestiones medioambientales difundidas por los media (Fernández Parrat, 2006). El interés por el enfrentamiento entre países en la lucha contra el cambio climático debe dejar paso a información sobre medidas, proyectos, investigación o innovación tecnológica.

"Hay que comunicar mejor", decía la editora de la sección Ciencia/Salud de *La Nación*, Nora Bär, porque cuatro de cada diez estadounidenses ignoran qué es un combustible fósil, y seis de cada diez, qué es una fuente renovable de energía (*La Nación*, 24-2-10). Fernández Parrat (2006:46) insistía en la necesidad de desarrollar métodos de comunicación social apropiados e innovadores que permitan trasladar la información ambiental compleja a lenguajes inteligibles y formatos sencillo para ser entendidos por los ciudadanos en sus contextos locales.

Como conclusión, sirven las palabras del periodista argentino Hugo Caligaris en *La Nación*: "Los que contaminan no quieren dejar de contaminar, los políticos no se animan a ponerles freno, pues creen que de hacerlo sus países (o ellos) tendrán menos dinero en el futuro, y los científicos no pueden detener lo que, según todo lo indica, será dentro de pocas décadas la pauperización o destrucción total de la Tierra, pese a que tienen todas las pruebas de lo que está ocurriendo. Quedan los periodistas, los únicos capaces de generar una corriente de opinión tan fuerte que obligue a los que mandan a corregir el rumbo. En parte, ya lo hicieron: el tema está sobre la mesa, hay más conciencia que hace unos años. Pero hay que luchar con más vigor, porque el peligro está aumentando". Caligaris cierra su artículo apelando al compromiso de los periodistas: "cuando los defensores del medio ambiente discrepan, ¿qué harán los agresores? Como se ve, la prensa tendrá un trabajo duro (...) De modo que: manos a la obra, legionarios. Es hora de salvar el planeta".

## 5. REFERENCIAS

- ANDERSON, A. (2009): "Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda", en *Sociology Compass* 3/2, pp. 166-182.
- BACHETTA, V. L. (2002): "Perfil del periodista ambiental", en *Sala de Prensa* 42 (2). <http://www.saladeprensa.org/art340.htm>
- BÄR, N. (2010): "Hay que comunicar mejor", *La Nación*, 24 febrero.
- BOYKOFF, M. y Roberts, T. (2007): *Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses*, United Nations Development Report, Occasional paper, 2007/3.
- BOYKOFF, M. T. y BOYKOFF, J. M. (2004): "Bias as balance: global warming and the US prestige press", *Global Environmental Change* 14, pp. 125-136
- CALIGARIS, H. (2009): "Llamada mundial para salvar el planeta", *La Nación*, 13 Octubre.
- CARVALHO, A. (2008): "Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions". Braga: Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad, Universidad de Minho, pp. 126-156.
- DÍAZ NOSTY, B. (2009): "Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad", *Revista Latina de Comunicación Social* 64, pp. 99-119.
- ENTMAN, R. (1993): "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58.
- FERNÁNDEZ PARRAT, S. (2006): *Medios de comunicación y Medio Ambiente*, Madrid: Fragua.
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2010): "La Sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general", en *Delos*, Vol 3, Nº 8.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, J. (1995): *Periodismo ambiental en España*, Ministerio de Obras Públicas, Madrid: Ministerio Transportes y Medio Ambiente.
- MEIRA, P. A. (2008): *Comunicar el Cambio Climático. Escenario social y líneas de acción*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.
- MERCADO, M. (2012a): "Media representations of climate change in the Argentinean press", en *Journalism Studies*, Volume 13, Nº 2, pp. 193-209

- MERCADO, M. (2012b): "Periodismo ambiental: entre la especialización y el compromiso", en *Prensa y Periodismo Especializado 5*, Guadalajara: Asociación de la Prensa.
- NELKIN, D. (1990): *La ciencia en el escaparate*, Madrid: Fundesco.
- NOVO, M. (2003): *La educación ambiental. Bases éticas, conceptuales y metodológicas*, Madrid: Editorial Universitas.
- OLAUSSON, U. (2009): "Global warming-global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty", en *Public Understand Science* 18, pp. 421-436.
- PIÑUEL, J.L. (2002): "Epistemología, Metodología y Técnicas del Análisis de Contenido", *Estudios de Sociolingüística* 3 (1), pp.1-42
- PIZARRO, M. (2008): *El 'mundo' de la prensa argentina: ¿Qué es noticia internacional para La Nación y Clarín?*, Buenos Aires: La Crujía.
- SCHEUFELE, D. A. (1999): "Framing as a theory of media effects", *Journal of Communication*, nº 49 (1), pp.103-122.
- SEMETKO, H.A. y VALKENBURG, P. M. (2000): "Framing european politics: analysis of press and TV news", en *Journal of Communication*, nº 50 (1), pp. 93-109.
- TANKARD, J. W. (2001): "The empirical approach to the study of media framing", en *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. S. D. Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy, y August E. Grant. (Eds), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-106.
- VICENTE, M. y LÓPEZ, P. (2009): "Resultados de la investigación en comunicación sobre framing: sólido avance y arranque de la especialidad en España", *ZER Revista de Estudios en Comunicación* 26, pp. 13-34.
- WEINGART, P.; ENGELS, A. y PANSEGARU, P. (2000): "Risks of Communication: Discourses on Climate Change in Science, Politics, and the Mass Media," *Public Understanding of Science* 9 (3), pp. 261-83.

## **PERIODISMO AMBIENTAL, UNA DE LAS CLAVES PARA AFRONTAR EL CAMBIO CLIMÁTICO**

HERNÁN SORHUET

### **1. INTRODUCCIÓN**

Desde hace muchos años se discute acerca de la importancia que tiene el periodismo ambiental en el *aggiornamento* de la profesión.

A nuestro entender, existe un nexo estrecho entre el periodismo de calidad que se necesita para impulsar el desarrollo sustentable de la sociedad –con equidad y espíritu democrático- y lo que de manera genérica se conoce como periodismo ambiental. Porque esta aparente especialización periodística trata de comprender y divulgar la realidad cotidiana con una visión muy amplia, sin dejar variables importantes sin considerar. Implica respetar la mayor objetividad posible pero al mismo tiempo asumir compromisos con la equidad, la justicia y el bien común. Por esa razón, ejercer el periodismo ambiental lleva implícita la dificultad de modificar algunos de los patrones clásicos -y muy arraigados- del ejercicio del periodismo.

Lo que a priori parece presentarse como una especialización en los medios de comunicación, en realidad es una concepción diferente de hacer periodismo, ya que le exige al profesional lo inverso. En una noticia, en un editorial, debe trabajar contenidos científicos, tecnológicos, culturales, políticos, sociales, ecológicos, y cuántos más le exija el asunto. Desde luego no estamos impulsando la absurda idea de que el periodista sea un experto en todas esas materias, sino que su trabajo intelectual está gobernado por una universalidad que le demanda estar lo mejor informado y formado posible, y contar con recursos genuinos (expertos y fuentes confiables) a los que recurrir según las circunstancias.

Quizás en ello radique la postergación permanente que experimenta de ser incluido en los contenidos curriculares de las carreras de periodismo.

Desde esta perspectiva el periodismo ambiental ayuda a formar ciudadanos ambientales o planetarios, muchas veces sin tener demasiada conciencia de ello. Este concepto resulta muy interesante porque introduce una variable que no se lleva nada bien con las percepciones y concepciones más características de los grupos humanos que pueblan el planeta. Cada comunidad, cada nacionalidad reivindica una pertenencia socio-histórico-cultural que induce a las visiones parciales. La realidad ecológica del planeta impone otra lógica por la vía de los hechos que solamente el periodismo ambiental encara. Lovelock<sup>1</sup> recoge de la declaración de la conferencia de Amsterdam (2001) lo siguiente: "La Tierra se comporta como un sistema único y autorregulado, formado por componentes físicos, químicos, biológicos y humanos." Esta afirmación significó un avance sustancial porque incorporó al pensamiento científico la idea de que los seres vivos son capaces de moldear y modificar el planeta.

¿Quién tiene esa visión cósmica incorporada? ¿Quién se siente ciudadano del mundo? ¿Quién reconoce su condición de habitante de un planeta único, acotado y dinámico, por encima de la mentalidad de lugareño? Nadie; o casi nadie.

Se podrá decir qué sentido tiene pensar de esa forma cuando tanto nos condiciona nuestro entorno inmediato. Sin embargo, a medida que se va democratizando el conocimiento, tomamos mayor conciencia de que existe una estructura y un funcionamiento planetario por encima de cualquier manifestación parcial local.

Para el periodismo ambiental la instalación del cambio climático como tema de primer nivel en la agenda mundial, es el mejor ejemplo de cómo la realidad se ha encargado de confirmar esa nueva percepción.

Al mismo tiempo su elevado estatus actual, ganado en el terreno político, económico y científico, demostró (como ningún tema lo consiguió antes) el acierto del periodismo ambiental conseguido hace varias décadas, al incluirlo entre los asuntos de abordaje habitual, por la urgencia y la preocupación que genera pensando en el futuro de los pueblos. Hoy casi nadie cuestiona o ignora el cambio climático.

Es un tema incorporado a la agenda de los gobiernos, de las agencias de Naciones Unidas, de los organismos internacionales, del sector empresarial, del académico, y de amplios estratos de la sociedad civil.

En otras palabras, su cada vez mayor importancia aumenta proporcionalmente la responsabilidad del periodista a la hora de informar y formar opinión.

---

<sup>1</sup> Lovelock, James (2007), página 51.

## **2. LA VERDAD**

Desde siempre, amplias mayorías incorporan en la definición de periodismo una idea central: la búsqueda de la verdad. Pero, en esta época existen más dudas que certezas acerca del alcance de esta premisa. Hasta se duda de qué es la verdad.

Sinopoli<sup>2</sup> plantea algo interesante cuando dice: “En rigor, para los medios de comunicación la verdad no necesita ser lo verdadero, sino aquello que parece verdadero, cimentado en lo verosímil, cuando es trascendental la dimensión enunciativa del discurso”.

En el terreno de la ciencia y la tecnología esta aparente ambigüedad suele alcanzar “la mayoría de edad” porque difícilmente sus referentes se ponen de acuerdo en los temas de interés público. En el tema que nos ocupa, la existencia del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) como organización incuestionablemente idónea y libre de sospecha de estar influenciadas por intereses sectoriales, transmite una marcada sensación de alivio y tranquilidad, especialmente para los profesionales de la comunicación. Porque es la fuente de información especializada y objetiva más confiable que existe y, por lo tanto, donde dirigimos la mirada cuando estamos en busca de la verdad.

## **3. ¿DEMASIADA INFORMACIÓN?**

Vivimos una especie de paradoja donde cada vez hay más información, cada vez el acceso a ella es más rápido y barato, pero al mismo tiempo, las personas están más rezagadas o desinformadas.

El gran reto del presente es disponer de la información pertinente y de calidad en el momento justo (en que la necesitemos), para que nos ayude a ser ciudadanos más proactivos, favorezca la gobernanza, incida en la solución de nuestros problemas y ayude a mejorar la calidad de vida de las personas.

Esa explosión de información que circula gracias al soporte que brinda la Internet y desborda todas las predicciones, necesita ser “depurada” en el sentido de saber diferenciar entre la información de calidad y con fundamento, de la otra. Pero, también es necesario ser capaces de hallar lo que necesitamos en el momento justo, dentro de ese inmenso océano de datos, documentos, artículos y opiniones.

---

<sup>2</sup> Sinopoli, Daniel (2006), página 34 y 35.

Cuando el público recurre al periodista para enterarse de algo determinado, está confiando en su capacidad profesional de seleccionar y comunicar información.

Como la vida moderna está cada vez más sustentada en el conocimiento científico y en la aplicación tecnológica del mismo, resulta casi inevitable que estos campos permeen la noticia, sustentien la información de manera silenciosa pero sostenida.

#### **4. FORMACIÓN DE PERIODISTAS**

El avance del conocimiento y la complejidad de la realidad significan un desafío creciente para los profesionales de la comunicación. Pero, por lo general, su formación y actualización no están contempladas en los esquemas formativos de recursos humanos de las empresas periodísticas; ni en los centros de formación profesional, a través de la actualización y el enriquecimiento curricular.

Lo concreto de la situación es que, si en un asunto tan complejo como el cambio climático el periodista está decidido a no ser un mero transmisor de información o un vocero de los especialistas y las autoridades de gobierno, debe encarar con responsabilidad y decisión un proceso de formación permanente. No puede esperar cruzado de brazos que algo ocurra y mejore sus conocimientos.

Es una necesidad esencial de nuestro tiempo comprender la complejidad de este fenómeno planetario y sus fuertes connotaciones e impactos sociales, económicos, ecológicos, políticos y culturales.

Poco sentido tendría para una comunidad planificar en el terreno de las estrategias de MITIGACIÓN y -muy especialmente para nuestros países- en la ADAPTACIÓN al cambio climático, si ni siquiera se comprende lo que está sucediendo, y lo que está por venir.

Se reivindica y reclama más participación social en las etapas de planificación y toma de decisiones del desarrollo de nuestros pueblos. Se insiste en destacar la importancia de fortalecer la gobernanza, que ayuda a los procesos de construcción de ciudadanía ambiental (o ciudadanía planetaria). Pero al mismo tiempo, en estos temas la comunidad cuenta casi exclusivamente con los medios de comunicación, como sus fuentes de información; con sus virtudes y defectos.

Recordemos que las grandes mayorías de la población, una vez terminada la educación básica, no vuelven más al sistema educativo. Lo que transforma a los medios de comunicación en su casi exclusivo proveedor de información de contenidos más o menos científicos y técnicos.

Ya en 1992, en oportunidad de la realización de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, más conocida por RIO'92, se enfatizó la importancia que tiene para la ciudadanía el acceso a la información.

Principio 10 de la Declaración de Río:

“El mejor modo de tratar las cuestiones ambientales es con la participación de todos los ciudadanos interesados, en el nivel que corresponda. En el plano nacional, toda persona deberá tener acceso adecuado a la información sobre el medio ambiente de que dispongan las autoridades públicas, incluida la información sobre los materiales y las actividades que encierran peligro en sus comunidades, así como la oportunidad de participar en los procesos de adopción de decisiones. Los Estados deberán facilitar y fomentar la sensibilización y la participación de la población poniendo la información a disposición de todos. Deberá proporcionarse acceso efectivo a los procedimientos judiciales y administrativos, entre éstos el resarcimiento de daños y los recursos pertinentes.”

Quién si no el periodismo está mejor capacitado para tender este puente entre el público y la información disponible.

Dice Sagan<sup>3</sup>: “No sé hasta qué punto la ignorancia de la ciencia y las matemáticas contribuyó al declive de la antigua Atenas, pero sé que las consecuencias del analfabetismo científico son mucho más peligrosas en nuestra época que en cualquier otra anterior. Es peligroso y temerario que el ciudadano medio mantenga su ignorancia sobre el calentamiento global, la reducción del ozono, la contaminación del aire, los residuos tóxicos y radiactivos, la lluvia ácida, la erosión del suelo, la deforestación tropical, el crecimiento exponencial de la población.”

Ante este panorama, ¿quién forma, capacita, actualiza a los periodistas?

Las empresas periodísticas no suelen invertir en sus recursos humanos, salvo en el terreno del periodismo económico y político.

Las instituciones de formación profesional normalmente no incluyen temas como el cambio climático en sus contenidos programáticos, por lo menos con el énfasis e importancia que el asunto tiene en la vida real de nuestros países.

La realidad es frustrante. No debe extrañar que el tratamiento periodístico de los temas vinculados al cambio climático suela ser superficial, confuso, incompleto, cuando no equivocado.

---

3 Sagan, Carl (1997), página 23.

Mantener esta situación significa correr un riesgo muy grande, pero pocos parecen advertirlo. Si aceptamos que el periodismo es formador de opinión y que para muchos es la principal fuente de información, es fácil concluir que estamos frente a un asunto delicado.

Veamos un ejemplo vinculado al cambio climático. Ante la noticia del hallazgo de un gran yacimiento de hidrocarburos en el país, ¿qué periodista se atrevería a decir que no es una buena noticia, porque en realidad el país no debería considerar su explotación si está abocado a impulsar una política de estado centrada en el cambio de la matriz energética hacia fuentes renovables?

¿Qué periodista está dispuesto a sostener una estrategia permanente de trabajo en la cual promueva cambios de conducta, modificación de estilos de vida y modalidades de consumo, que favorezcan la reducción del consumo de energía, especialmente las no renovables?

La sustentabilidad de la civilización global parece estar condenada, según los actuales patrones de comportamiento de los productores y consumidores de bienes y servicios. Cada vez hay más personas en el planeta demandando alimento, vestimenta, vivienda, educación, salud, trabajo, diversión, etc. Hoy son millones los que no lo consiguen... y la humanidad sigue creciendo en un planeta que es finito.

Desde los medios de comunicación, y las redes sociales se debería hacer un gran esfuerzo por colocar sobre la mesa de discusión pública, todos aquellos temas que inciden en la homeostasis de nuestros ecosistemas y en la calidad de vida de nuestra gente.

Ante ese panorama viene bien recordar que el trabajo periodístico procura estimular en la gente una búsqueda de soluciones. Restrepo<sup>4</sup> hablando de la función del periodista dice: "Él no es el que da las soluciones, es el que crea el ambiente propicio para que esa búsqueda sea una tarea común".

En particular, en los países latinoamericanos urge combatir implacablemente la pobreza y las grandes desigualdades. Pero hay que hacerlo sin comprometer la viabilidad ambiental, sin degradar el extraordinario patrimonio en diversidad biológica, y respetando las grandes diferencias culturales y étnicas que caracterizan y hacen tan valiosos a nuestros pueblos.

Poco avanzaremos si no existe un cambio significativo en la postura de los medios y en la formación de los periodistas en temas críticos como el cambio climático.

---

4 Restrepo, Javier (2004), página 234.

Ante este panorama resulta doblemente importante que los periodistas recurramos a las personas que más saben sobre el tema.

Si se pretende ser un buen periodista ambiental, a nuestro entender generar mutua confianza entre el comunicador y el científico es una estrategia inteligente y efectiva. Eso se logra solamente a través del conocimiento profesional y personal. Nuestro trabajo comunicacional permite difundir avances y logros conseguidos en “el laboratorio”. Mientras que el experto responde a nuestras preguntas, aclara las dudas, hace comprensible lo complicado. Sin estos insumos nuestro trabajo periodístico sería mucho más difícil en asuntos tan complejos como el calentamiento global o el comportamiento de los ecosistemas en la captura de carbono. Transitando este camino nos habituamos a manejar el léxico técnico y seremos capaces de decodificarlo correctamente, para asegurar la máxima comprensión posible del público de un trabajo periodístico pertinente, oportuno y con sustancia.

## **5. CAMINO RECORRIDO**

Desde luego ha habido avances. Recordemos que en la Cumbre de Río –hace ya 20 años- los países de la Organización de Países Exportadores de Petróleo<sup>5</sup> (OPEP) presionaron al resto y lograron que en los documentos oficiales de la recordada conferencia no quedara escrito en ninguno de ellos que la combustión de hidrocarburos provocaba el calentamiento global, a pesar de las irrefutables confirmaciones científicas que ya estaban disponibles. Hoy a nadie se le ocurriría plantear algo parecido.

En materia ambiental se nota un avance general en la sociedad en materia de conciencia sobre la importancia de estos temas, lo cual desde luego se refleja en el periodismo. Pero la mala noticia es que el avance de la complejidad de estos temas parece sacarle mayor ventaja a esa cierta madurez ambiental que se percibe en la sociedad. En otras palabras, las personas vamos rezagadas; existe un tiempo de latencia entre lo que está ocurriendo, lo que logran los avances científicos y tecnológicos, y lo que percibe y comprende la gente. El principal aliado que tiene la sociedad para acortar esta brecha es el periodismo.

Pero, queda claro que en la actualidad la urgencia condiciona la agenda y suele sacrificar la calidad periodística. Lo cual nos conduce nuevamente al valor que

---

5 OPEP: organización intergubernamental integrada por 12 estados miembros, fundada en 1960. Fue creada para proteger el precio del petróleo. Tiene gran incidencia en el mercado según decida reducir o aumentar la producción de petróleo.

tiene la formación profesional. Cuánto mejor formado este el comunicador más rápida y mejor será su respuesta ante un desafío profesional.

Esta afirmación nos sitúa en uno de los problemas que resultan recurrentes, por lo menos en América Latina. Nos referimos a qué cabida tienen en los medios los periodistas especializados en temas ambientales y científico-tecnológicos. Existe muy poca demanda de estos profesionales, al punto que es poco frecuente su presencia en los planteles de periodistas estables de los medios de comunicación. En todo caso, los temas de su competencia los abordan colegas, dentro de un abanico de asuntos asignados de muy diversa índole y naturaleza. Mediante esta estrategia laboral se hace difícil obtener un buen producto periodístico cuando se trata de informar sobre asuntos complicados como el cambio climático. El profesional de la comunicación no está bien formado para abordar el desafío, y normalmente lo condicionan los tiempos laborales para preparar la información, que en periodismo suelen ser muy breves.

Nuestro caso es singular. Hace treinta años que ejercemos el periodismo ambiental en la página editorial del diario *El País* de Montevideo. A lo largo de esta extensa trayectoria hemos establecido muy buenos relacionamientos con especialistas de diversas áreas del conocimiento, particularmente de cambio climático, tanto en el ámbito gubernamental como en el sector académico. Estas sinergias redundan en beneficio de ambas partes. Consideramos que gracias a esos vínculos –basados en la confianza y el respeto ganado mutuamente– hemos mejorado nuestro trabajo periodístico en temas de elevada complejidad, permitiéndonos conseguir, al mismo tiempo, actualidad, claridad y precisión en la información que se brinda al público.

La continuidad es otro de los factores que juega a favor o en contra con la calidad del trabajo periodístico. Si un medio no cuenta con un periodista con formación y conocimiento general de estos temas, si rota a su gente en forma permanente, le resultará difícil conseguir, en tiempo y forma, un buen producto para su público.

Echando una mirada al camino recorrido, estamos convencidos de que en la actualidad la sociedad necesita más que nunca acceder a un periodismo responsable y de calidad, que la ayude a enfrentar -con mayores posibilidades de éxito- los desafíos crecientes que nos impone el siglo XXI.

El periodismo ambiental le añade al periodismo tradicional más compromiso social y una visión sistémica –esencial para comprender el denso entramado que caracteriza el devenir de las comunidades–.

## **6. PERIODISTA O EDUCADOR**

No está de más recordar que no es función del periodismo educar al público. El periodista es periodista, no es docente. Esa es otra profesión. Sin embargo, permanentemente se le reclama al periodismo el ejercicio de tareas educativas. Incluso no son pocos los colegas que adhieren a esta postura, quizás dejándose llevar por los efectos que el periodismo (al igual que cualquier otra actividad que tiene contacto con mucha gente) tiene sobre la instrucción y formación de las personas. No cabe duda, de que el periodismo impacta en asuntos tan específicos como el buen o mal uso del idioma, que estimula la utilización de determinadas palabras y términos, que aumenta el bagaje de conocimientos generales de su público, que ofrece puntos de vista y análisis de temas de gran interés social. Pero el que pueda modificar conductas, el que eventualmente provoque la formación de opinión en un asunto específico (incluso contraria a la que desarrolló el periodista) simplemente son efectos colaterales; no deben responder a objetivos fijados. Si un periodista o un medio se plantean objetivos educativos, se equivocan. Porque están fuera de su jurisdicción laboral. Por esa razón no forma parte de su formación profesional.

Si el periodista no tiene clara la diferencia de responsabilidades es posible que lo invada una cierta confusión de roles, que sin duda perjudicará su desempeño. Si se traza objetivos educativos en su labor periodística, ¿de qué manera comprueba que los alcanzó; que realizó un buen trabajo? ¿Qué sistema de evaluación utilizó para comprobarlo?

Por lo tanto, no se le puede exigir a los medios de comunicación ni a sus profesionales que desempeñen una función que no le corresponde.

## **6. CIUDADANÍA AMBIENTAL**

La tarea informativa de los medios de comunicación y la de formación de opinión cada vez parece incidir más en la formación de ciudadanía ambiental (que el ciudadano conozca más sobre sus derechos y obligaciones socio-ambientales y que actúe en consecuencia).

En los hechos, estas tareas suelen ser una especie de atajo, un camino más directo que el que recorren otras organizaciones e instituciones, como las educativas, gubernamentales, académicas y sociales. Tienen a favor la velocidad y la capacidad amplificadora de sus mensajes.

Por eso estamos convencidos de que para favorecer la construcción de un futuro mejor de la sociedad, es importante mejorar y robustecer la formación de los profesionales de la información que se desempeñan en medios de comunicación.

Para tener una noción del actual estado de situación predominante entre los colegas, bastará realizar un simple sondeo formulando alguna pregunta básica como: ¿tienes idea lo que es el IPCC?; ¿sabes lo que significa la adaptación al cambio climático?

Si obtenemos malas respuestas alguien podrá intentar su justificación diciendo que no están especializados en el tema. Entonces, volvemos al punto de partida. Los medios no contratan periodistas con formación ambiental porque entienden que no se justifica el gasto, pero luego, en los hechos, queda demostrado que sus profesionales ni siquiera cuentan con la "cultura general ambiental básica" que se espera forme parte del acervo de la comunidad.

Mientras tanto, la velocidad con que avanza el conocimiento, con que se hacen más complejos los fenómenos socio-económico-ambientales de la sociedad moderna, está dejando retrasado el nivel periodístico que la ciudadanía necesita, para no perder pie en la comprensión de la realidad, de su entorno, y poder entonces actuar en consecuencia.

Qué sentido tiene realizar enormes esfuerzos en estrategias y medidas de adaptación y mitigación al cambio climático en nuestros países, si la gente ni siquiera entiende cual es el problema de fondo que los afecta y que debe enfrentar, entre otras razones, porque el periodismo que consume no satisface esa necesidad. Es imposible que alguien pueda tomar buenas decisiones para hallar la solución a sus problemas, si no comprende bien las causas de los mismos.

La función periodística es una función social por excelencia. Estamos para servir a los ciudadanos, brindándoles información de calidad y actualidad que los ayude a ser más libres, en todos los sentidos. Es tan singular nuestro trabajo -y tan diferente a la inmensa mayoría- que al realizarlo nos debemos a nuestro público y no a nuestro empleador.

Dice Restrepo<sup>6</sup>: "En efecto, la información –sea cultura, deportiva, económica, política o de cualquier otro carácter- no es propiedad del periodista ni del medio, sino de la sociedad. Es 'un bien social', como expresa la UNESCO en su *Código de ética periodística*, y se trata de un bien indispensable para la sociedad. Por eso las constituciones de los países democráticos la protegen contra la censura, con el libre acceso a las fuentes, con la consagración del secreto profesional y con las garantías

---

6 Restrepo, Javier (2004), página 172.

legales para el libre ejercicio de la profesión. No se trata de un bien cualquiera, del que se puede echar mano para convertirlo en negocio o instrumento al servicio de alguien o de alguna institución o empresa. Es un bien de la sociedad y como tal debe ser manejado”.

El dilema actual es asegurarle al público productos de calidad. Para transformarnos en buenos periodistas en una temática tan compleja como el cambio climático es menester priorizar la formación permanente en la materia, aprovechando toda oportunidad que se presente y, al mismo tiempo, buscando caminos alternativos complementarios.

Si el cambio climático está llamado a ser uno de los asuntos ejes en la construcción de la sociedad de los próximos decenios, deberá ser un tema de dominio elemental para cualquier periodista que pretenda ser un buen profesional.

## **8. REFERENCIAS**

LOVELOCK, J. (2007): *La venganza de la Tierra*, Barcelona: Planeta

Organización de las Naciones Unidas (1992): *Declaración de Rio de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*, Rio de Janeiro.

RESTREPO, J.D. (2004): *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*, México: Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.

SAGAN, C. (1997): *El mundo y sus demonios*, Barcelona: Planeta

SINOPOLI, D. (2006): *Ética Periodística. Ensayos sobre responsabilidad social*, Buenos Aires: Ugerman Editor.



## **EL CAMBIO GLOBAL Y LA CRISIS DEL PERIODISMO**

**JOSÉ MARÍA MONTERO SANDOVAL**

Director de "Espacio Protegido". Canal Sur Televisión

La información de calidad, sea de medio ambiente o de cualquier otro género noticioso, se apoya en múltiples elementos, pero hay dos columnas esenciales: la existencia de una audiencia crítica, capaz de modular la oferta mediante un consumo responsable, y el trabajo de informadores cualificados, capaces de hacer atractivo y comprensible lo complejo y árido. Si ambos apoyos fallan, como parece estar ocurriendo en el caso de la información ambiental (sobre todo en televisión), el resultado, como es lógico, no puede ser satisfactorio. El tratamiento de la información ambiental, en los medios generalistas, suele recordarnos a un péndulo que oscila entre el extremo de la banalidad (intrascendente) y el de la complejidad (indescifrable).

Si examinamos algunos de los muchos gráficos que muestran la cantidad de información que sobre cambio climático ha venido apareciendo a lo largo de los últimos años en medios de comunicación de todo el planeta<sup>1</sup> veremos cómo la línea que dibujan se parece a los clásicos dientes de sierra: momentos de mucha atención seguidos de periodos de absoluto olvido. ¿Cuándo nos acordamos del cambio climático, del cambio global? Cuando está asociado a algún espectáculo mediático (Al Gore), cuando está vinculado a una circunstancia política (cumbres internacionales) o cuando se manifiesta a través de un suceso o una catástrofe (fusión de las placas de hielo en la Antártida). Resulta desolador comprobar cómo la cantidad de información sobre cambio climático apenas ha evolucionado (salvando esos picos coyunturales) en la última década, aún cuando el problema, y sus consecuencias, no ha dejado de crecer.

---

1 Montero, José María. "Cambio climático en sepia" <http://elgatoeneljazmin.wordpress.com/2011/12/01/cambio-climatico-en-sepia/>

Las noticias de medio ambiente siguen siendo, con demasiada frecuencia, noticias de sucesos, sucesos en cuyo relato no cabe un análisis, más o menos sosegado y riguroso, de causas y consecuencias (procesos). Tan sólo es "rentable" el hecho inesperado y, casi siempre, dramático. Una queja frecuente en medios conservacionistas se refiere a la manera de abordar las informaciones de incendios forestales. Siendo uno de los problemas ambientales más graves de nuestro país los medios de comunicación, suelen quejarse desde estos colectivos, sólo se interesan por este problema durante la campaña de verano y, además, su única preocupación es saber el número de hectáreas quemadas y si se han producido víctimas. En muchos casos, señalan estas voces críticas, pasa inadvertida la compleja realidad socioeconómica que se vive en algunas de las comarcas afectadas por los incendios, realidad que constituye la raíz misma del problema, y tampoco interesa revelar (por incapacidad en el análisis o por simple desprecio) las funciones ambientales, los servicios ambientales (no cuantificados desde el punto de vista monetario), que los bosques, esos que arden, prestan a toda la sociedad. Este puede ser un buen ejemplo del suceso por encima del proceso. Una rutina, tóxica, que afecta a la calidad y comprensión de las informaciones.

Esta afirmación, que podría estar teñida con la subjetividad de aquellos colectivos particularmente vinculados a este tipo de noticias, se ve corroborada con la objetividad de los datos que aporta un muestreo tan completo como el realizado por el profesor Bienvenido León para las universidades de Navarra y Pompeu Fabra<sup>2</sup>. Precisamente son los incendios forestales los que lideran el cómputo de informaciones ambientales emitidas por las televisiones de cobertura nacional, seguidos por la gripe aviar, la sequía y las lluvias. Examinando la distribución de temas predominan, como advierte León, "los asuntos ambientales de naturaleza negativa (...), mientras que resulta significativa la escasez de informaciones sobre asuntos tan relevantes como el cambio climático o el Protocolo de Kyoto".

Dicho de otra manera, es frecuente una clara tendencia a la superficialidad cuando se trata de informar sobre medio ambiente. Es habitual que en estos casos se preste una atención desmesurada a elementos subalternos de la información, con grave descuido de los elementos principales. Básicamente, esta intrascendencia se manifiesta en ignorar las conexiones y efectos que determinados problemas ambientales tienen sobre el medio humano, quedando reducidos a conflictos más o menos coyunturales y, a veces, hasta anecdóticos. Un acontecimiento reciente puso de manifiesto este peculiar enfoque de los temas ambientales que nos

---

2 León, Bienvenido (2007). "El medio ambiente en las televisiones españolas". Cultura verde: ecología, cultura y comunicación. Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía.

recuerda a aquel viejo proverbio oriental que asegura que “cuando el sabio señala a la luna, sólo el tonto se fija en el dedo”. El tremendo impacto mediático de Al Gore y su lucha contra el cambio climático provocó en España, coincidiendo con su visita para recoger el Premio Príncipe de Asturias en el otoño de 2007, este llamativo fenómeno de confusión visual, alimentado, de forma interesada, por aquellos que todavía insisten en negar la existencia de esta alteración ambiental cuyas consecuencias pueden llegar a ser catastróficas e irreversibles. Durante meses el interés de este mensaje, necesario como pocos, convivió con la polémica que rodea al mensajero, de manera que en vez de hablar de cambio climático terminamos discutiendo a propósito de los honorarios de Al Gore, del balance energético de su domicilio en Nashville o de sus desplazamientos en jet privado. Un guirigay al que terminó por incorporarse la clase política, con pronunciamientos a favor y en contra, en los que no faltaron situaciones que rozaban la comicidad como aquella que tuvo por protagonista al ya famoso primo de Mariano Rajoy. Lo dicho, el dedo en vez de la luna...

En otros casos se apuesta, de forma descarada, por el catastrofismo. Y aquí podemos citar el clásico ejemplo del periodista que nos habla del cambio climático, nos ofrece las últimas y alarmantes mediciones sobre el deshielo en el Ártico y, a continuación, detalla los espeluznantes efectos que sobre la vida en la Tierra tendrá este fenómeno. Estoy seguro que la contemplación de este tipo de noticias no favorece el conocimiento real del problema por parte de los receptores. Sobrevalorar los efectos que determinadas acciones pueden tener sobre el medio ambiente, presentándolos como irremediables y de difícil, sino imposible, solución, sólo conduce a la angustia, el asombro o la indiferencia. Esto es particularmente grave cuando se convierte en una estrategia de la propia Administración o de los grupos ecologistas, fundada en la creencia errónea de que así se consigue una mejor respuesta social. Ninguna de las tres reacciones (asombro, angustia e indiferencia) invita a un mejor conocimiento del problema y, mucho menos, a la acción. Tan sólo el asombro puede provocar en algunos ciudadanos la necesidad de saber más, y seguramente recurrirán, para informarse mejor, a otros medios, porque difícilmente la televisión, la prensa o la radio, tal y como hoy están planteadas, le servirán para satisfacer su curiosidad.

Igualmente, los medios generalistas tienden a tratar aspectos muy generales de los problemas ambientales, o cuestiones que se desarrollan lejos del entorno próximo del receptor, con lo que es difícil que éste identifique como medio ambiente todo aquello que le rodea de forma cotidiana. De llevarse a cabo una encuesta en cualquiera de nuestras ciudades, la mayor parte de las personas interrogadas estarían familiarizadas con el problema de la deforestación de la Amazonia, pero

pocas sabrían precisar de qué forma se gestionan las basuras en su ciudad o cómo podrían aplicar fuentes de energía renovable a sus viviendas. No me tengo por persona pesimista, y menos aún por periodista sombrío, pero creo que son muchos, y contundentes, los indicadores que nos advierten de un momento de grave crisis en los medios de comunicación convencionales. Las demandas insatisfechas de los receptores no dejan de crecer, y este fenómeno ya se refleja, por ejemplo, en la prensa escrita que, en toda Europa, está perdiendo alrededor de un millón de lectores al año. La televisión, por mucho que sea el medio estrella, no termina de convencer a las audiencias más jóvenes y mejor formadas, que emplean cada vez más tiempo (el que le roban a la televisión) en navegar por otros canales más cercanos a sus intereses (la exitosa blogosfera y las omnipresentes redes sociales son buenos ejemplos de estos canales de última hora). Es curioso como algunos colegas critican la calidad informativa de estos novísimos soportes, aduciendo que en ellos la información no está contrastada o que las fuentes de que se alimentan son poco fiables. ¿Acaso se contrasta como debiera toda la información que ofrecemos desde los medios de comunicación convencionales? ¿Son algunas de nuestras fuentes tan fiables como queremos hacer creer? Nuestra dependencia, la de los periodistas, de la información convocada no es menor que la de un blogger, y nuestras fuentes no son más fiables que aquellas a las que puede acudir un webmaster. Y, desde luego, con triste frecuencia estamos más lejos de los intereses reales de nuestra audiencia, o del lenguaje asequible con el que nos podrían entender fácilmente, que ese blogger o ese webmaster. Cuando hoy vemos a un periodista por la calle, aseguran los colegas más ácidos, “o va a una rueda de prensa o no tiene trabajo”. Somos prisioneros de la crisis y de la información convocada.

La audiencia ya no quiere conferencias, discursos dictados desde un púlpito que no admiten contestación, ni debate. Los ciudadanos quieren conversaciones, y eso es justamente lo que ofrecen las redes sociales, donde la comunicación es real (emisor y receptor intercambian sus papeles), la credibilidad se alimenta a diario mediante un sistema que prima la reputación y, finalmente, la audiencia se convierte en una comunidad que comparte conectividad, proximidad y confianza. En un escenario de esa naturaleza el periodista es capaz de compartir experiencias, satisfacer las necesidades (reales) de sus receptores y detectar sus demandas. En ese escenario somos capaces de escuchar para interactuar (ahora, desde los medios convencionales y a pesar de todos los avances, estamos ciegos y sordos).

La crisis, en definitiva, no está en el lado de los consumidores de información, porque nunca hemos consumido más información que ahora, sino que se manifiesta en el lado de los productores de información cuya oferta no resulta del todo atractiva. Y aún cabe añadir otra paradoja: nuestra dependencia de los medios de

comunicación no deja de crecer, mientras la confianza en los mismos hace tiempo que está en horas bajas. Queremos estar informados, necesitamos estar informados, pero los medios de comunicación no terminan de convencernos. En el caso de la televisión el problema es evidente: parece decidida a convertirse en un simple vehículo para el entretenimiento, con un menú cuya elaboración está dictada por el mercado publicitario, ese que ha hecho de los análisis de audiencia una religión.

La información compleja, esa que debería atender a cuestiones como el cambio climático, se abandona porque no tenemos tiempo, ni capacidad (faltan especialistas), ni recursos para abordarla con garantías. "Si tengo que explicarlo, renuncio a contarlo" es la máxima que aplican, sin pudor alguno, en muchas redacciones. La atención de los medios al cambio global no es ni mucho menos proporcional a la gravedad del problema y, sobre todo, a sus consecuencias, inmediatas, en parcelas que tienen que ver con nuestro entorno cotidiano y nuestra calidad de vida. En el caso de Andalucía, por ejemplo, existen notables ejemplos del impacto del cambio climático en el turismo, la agricultura o la sanidad.

Los cerca de 3.000 científicos que integran el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático de Naciones Unidas han puesto sobre la mesa un volumen de información que deja poco margen a la incertidumbre y, sin embargo, los ciudadanos permanecen, en gran medida, ajenos a este problema. El cerebro está lanzando contundentes señales de alerta a propósito de un calentamiento anormal, y peligroso, del planeta. Pocos pueden ampararse, a estas alturas, en la escasa credibilidad que debe prestarse al corazón (el aviso mucho más temprano del movimiento ecologista) para despreciar los efectos de esta perturbación global. Pero lo cierto es que, visto el relajo con el que nos encaminamos al precipicio, ni los argumentos del corazón, ni tampoco los del cerebro, parecen convencer a gobiernos, empresas y ciudadanos. Quizá, como sucede en otros muchos órdenes de la vida, la verdadera conciencia del problema, aquella de la que nazcan soluciones realmente efectivas, venga de un órgano mucho más sensible, y resolutivo, que el corazón o el cerebro: el bolsillo.

El lenguaje de los euros es mucho más comprensible que el de los grados Celsius, así es que, para los que no son climatólogos, tal vez sea mejor hablar de lo que nos va a costar el cambio climático, aún sin considerar en esta cuenta el valor, a menudo intangible pero siempre insustituible, de lo que la naturaleza perderá en este tránsito.

Los trabajos de prospectiva colocan a Andalucía, por su situación geográfica, en una coyuntura más que delicada. Los fenómenos meteorológicos extremos, y en particular los veranos excesivamente calurosos, afectarán a nuestra principal

industria. El turismo estival, lo ha dicho hace bien poco la Comisión Europea, buscará otros destinos, abandonando las costas mediterráneas, y el coste de esta “migración” habrá que tratar de neutralizarlo potenciando las estancias de otoño y primavera.

La agricultura también tendrá que asumir este nuevo escenario. Al acortarse el periodo de crecimiento de los cultivos, aseguran las autoridades de Bruselas, la productividad agrícola puede llegar a descender más de un 20 %. De nuevo tendremos que enfrentarnos a una reconversión agraria, y no es difícil imaginar el coste, social y económico, de un ajuste de tal calibre.

Para ambos sectores, turístico y agrícola, el agua, que ya hoy es un elemento estratégico sometido a todo tipo de tensiones por su desigual reparto y demanda desmedida, se convertirá en un recurso todavía más disputado. Incluso el gasto sanitario podría multiplicarse a cuenta del aumento de ciertas dolencias (incremento de la mortalidad debida a las olas de calor), la aparición de nuevas enfermedades propias de estas latitudes (como el virus del Nilo), o el regreso de aquellas que creíamos erradicadas, como la malaria (que en Andalucía llamábamos paludismo hasta que desapareció, oficialmente, en 1964). Y esta última no es la previsión irresponsable de unos indocumentados, sino la sensata advertencia incluida en un informe del Ministerio de Medio Ambiente en el que han participado especialistas del Instituto de Salud Carlos III.

A este balance económico pueden incorporarse otros muchos elementos, algunos tan evidentes como los daños de todo tipo derivados de una mayor frecuencia de inundaciones y sequías, algo que comienzan a contemplar las compañías aseguradoras (excelentes termómetros para medir el verdadero alcance de estas previsiones).

La jerga administrativa dice mucho del momento en el que nos encontramos. Si hasta hace bien poco las estrategias que lanzaban los gobiernos, incluido el español, hablaban de “combatir el cambio climático”, ahora, sin abandonar esa lucha, aparecen los programas para “adaptarse al cambio climático”. A pesar de que el impacto económico acelera la toma de decisiones, la batalla, en parte, se da por perdida. El cambio climático ya está aquí, y ha venido para quedarse.

En estas circunstancias, y en lo que se refiere a la divulgación científica y ambiental de este y otros problemas similares, los medios y los periodistas no estamos a la altura de nuestra responsabilidad, entre otras cosas porque somos muy vulnerables a la ignorancia, el engaño y la manipulación. Podemos considerar trascendentes cuestiones absolutamente irrelevantes o despreciar noticias de importancia. El criterio escasea y, para colmo, somos prisioneros de informaciones remotas, infor-

maciones que vienen dictadas desde fuentes lejanas y que no podemos contrastar con facilidad ni situar en su contexto adecuado. Falta información de proximidad, información que realmente sea trascendente y comprensible para nuestros receptores, información contrastada y vinculada a su entorno inmediato.

Es justo citar otras circunstancias, ajenas al ejercicio del periodismo, que también inciden en la manera de abordar las informaciones sobre cambio climático. Por un lado está la incapacidad (casi genética, podríamos decir) de los humanos para enfrentar problemas cuyas consecuencias se van a manifestar en el largo plazo. La evolución nos ha hecho muy eficientes en el gobierno de problemas que se expresan en el corto plazo, y por eso lo urgente (la crisis, los desahucios, las elecciones catalanas...) nos distrae de lo importante (el cambio global) ignorando, incluso, que ambos elementos (crisis económica y cambio global) están íntimamente relacionados.

Y si queremos seguir profundizando en las razones que hipotecan la calidad de las noticias ambientales aún tendríamos que referirnos a un asunto que hasta hace bien poco se solía quedar al margen, por pudor o por miedo. Difícilmente se puede hacer un periodismo de calidad si las condiciones laborales y salariales del colectivo de informadores son, en nuestro país, las que son. Y la crisis sólo ha servido para empeorarlas. Los especialistas de saldo no existen, y la generación de periodistas españoles mejor formada está en modo supervivencia, y en estas circunstancias se dispara el miedo (no hay periodismo con miedo) y el cainismo (con frecuencia somos nuestros peores enemigos).

Sí, la crisis del periodismo es una crisis económica, de modelo de negocio, de soportes, de estructura laboral, pero también es una crisis de valores. Si queremos recuperar la confianza de nuestros receptores debemos volver a las señas de identidad de este oficio, debemos volver al compromiso, la cercanía, la implicación y la honestidad (el periodismo ambiental no puede prescindir de estos valores).

El periodismo ambiental, como periodismo especializado, es uno de los que más sufren la crisis, porque los medios abaratan costes recurriendo a profesionales muy jóvenes, aún en periodo de formación y con capacidades (aparentes) de todoterrero. Sin embargo, y aunque resulte contradictorio, los periodistas especializados también son los que mejor resisten la crisis porque son capaces de interpretar una realidad compleja y, por tanto, pueden otorgar un valor añadido a su trabajo que se convierte en único dentro de una oferta demasiado homogénea. El regreso a un periodismo artesano nos muestra una luz de esperanza. Un periodismo en donde cada profesional tenga un control real de la información que maneja, recurra a una agenda propia, mime la materia prima, teja una comunidad de fuentes

fiables, elabore productos únicos y de calidad, mantenga una relación directa con el receptor y sea capaz de elaborar, gracias a esa relación, informaciones a la carta. A veces la mejor manera de avanzar es volviendo a los orígenes.

# LA NEGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN ESPAÑA: PERCEPCIONES SOCIALES Y NUEVOS TRATAMIENTOS MEDIÁTICOS

FRANCISCO HERAS HERNÁNDEZ

“Si la comunidad de naciones es incapaz de estabilizar plenamente el cambio climático, los lugares donde siempre hemos vivido, los lugares donde siempre hemos cultivado alimentos y los lugares donde siempre hemos encontrado agua, podrían verse amenazados. En otras palabras, los cimientos básicos, la estabilidad misma sobre la que la humanidad ha basado su existencia, se verían amenazados”.

**Christiana Figueres.** *Secretaria Ejecutiva de la Convención Marco de Naciones Unidas para el Cambio Climático*

## 1. INTRODUCCIÓN

La comunidad científica y las organizaciones internacionales más relevantes, con el sistema de Naciones Unidas a la cabeza, llevan años alertando a las sociedades de todo el mundo de la gravedad del fenómeno del cambio climático y de la necesidad de actuar para evitar sus peores consecuencias. Sin embargo, las concentraciones atmosféricas de gases de efecto invernadero –motor del cambio– siguen aumentando cada año.

Una de las razones que explican la tibia reacción humana ante el cambio climático es la existencia de respuestas de negación<sup>1</sup> ante el fenómeno. Éstas se sustentan

---

1 Aquellos que defienden posiciones de negación en relación con el cambio climático se autodenominan habitualmente “escépticos”. Sin embargo, creemos necesario evitar esa denominación, ya que el escepticismo constituye una parte integral del método científico y, por ello, es una actitud compartida por el conjunto de la comunidad científica. El término alternativo de “contrarios climáticos”, defendido por O’Neil y Boykoff (2010) y utilizado en ocasiones en la literatura anglosajona, no es prácticamente utilizado ni conocido en castellano.

en un repertorio diverso de creencias, argumentaciones y valoraciones, en el que destacan:

1. Negar los hechos: “el cambio climático no está ocurriendo”
2. Negar las causas: “el cambio climático se debe a causas naturales”
3. Negar las consecuencias: “el cambio climático no constituye una amenaza seria”
4. Negar las implicaciones: “no deberíamos hacer nada”
5. Relativizar la gravedad o urgencia del problema: “hay problemas mucho más graves” o “aparecerá una solución”

En el presente escrito presentaremos algunos datos recientes sobre la dimensión del fenómeno en España. Para ello nos basaremos en los resultados del proyecto “La sociedad frente al cambio climático”<sup>2</sup>, que a partir de tres demoscopias de ámbito nacional realizadas en 2008, 2010 y 2012, ha proporcionado datos relevantes para reconocer mejor los rasgos específicos del fenómeno “escéptico” en nuestro país, así como su evolución en tiempos recientes<sup>3</sup>.

Finalmente se analizarán algunos ejemplos de los nuevos tratamientos y narrativas que se han abierto paso en los medios de comunicación con una orientación “desproblematizadora” del cambio climático.

## **2. LA NEGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA: ALGUNOS DATOS RECIENTES**

### **2.1. ¿Está ocurriendo?**

De acuerdo con la última demoscopia del proyecto “La sociedad ante el cambio climático”, realizada en junio de 2012, “la negación de los hechos” goza de un escaso respaldo social en nuestro país:

- Nueve de cada diez encuestados (90,1%) piensa que “el cambio climático está ocurriendo”, frente a un 4,6% que piensa que no.
- Sobre esta cuestión, los que “no saben” son relativamente pocos: un 5,3%.

---

2 Este proyecto está promovido por la Fundación Mapfre y dirigido por el profesor Pablo Meira, de la Universidad de Santiago de Compostela.

3 Los informes correspondientes a las dos primeras oleadas de la demoscopia pueden encontrarse en: MEIRA, ARTO, y MONTERO (2009) y MEIRA, ARTO, HERAS, y MONTERO (2011).

- No se aprecian diferencias estadísticamente significativas por razones de género. Tampoco en relación con la formación, la edad, las creencias religiosas o las tendencias políticas.

Analizando con mayor detalle las diferencias según los diversos factores mencionados, se aprecia que:

Entre los encuestados sin estudios se da un porcentaje de negación del fenómeno mayor de la media (9,2%) aunque los que consideran que el cambio climático está ocurriendo siguen siendo una abrumadora mayoría, también en este grupo (90,8%). Pero, como ya hemos indicado, no se aprecia una relación estadísticamente significativa entre la creencia de que el cambio climático esté ocurriendo y el nivel de estudios.

Entre los mayores de 65 años, los que no creen que el fenómeno sea real (8,3%) también constituyen un porcentaje mayor a la media. Pero, igual que en el caso anterior, no se detectan diferencias estadísticamente significativas entre edad y creencia en la realidad del fenómeno.

El porcentaje de los que niegan que el cambio climático esté ocurriendo es algo superior a la media entre los que se declaran de derechas e inferior entre los que se declaran de izquierdas. Con todo, en España la creencia en que el cambio climático es un fenómeno real no se encuentra asociada de forma significativa a la posición política. De hecho, si eliminamos los "no sabe", una abrumadora mayoría de las personas encuestadas que se consideran "de derechas" (nueve de cada diez) cree que el cambio climático está ocurriendo. Los que creen que no, apenas llegan a uno de cada diez.

Si comparamos estos resultados con los obtenidos en 2010 (la pregunta se realizó entonces en la misma época del año y se planteó exactamente en los mismos términos) se observa un importante aumento del porcentaje de encuestados que creen que "el cambio climático está ocurriendo": del 79,2% en 2010, al 90,1% en 2012.

Los que piensan que el cambio climático no está ocurriendo son ahora muchos menos (4,6% frente al 8,5% en 2010), mientras que el porcentaje de los que "no saben" se reduce a la mitad (del 10,7% al 5,3%).

En la demoscopia realizada en 2010 se detectaron algunas diferencias significativas de posicionamiento relacionadas con el perfil sociodemográfico de las personas encuestadas (diferencias asociadas al género o al nivel de ingresos del hogar) que no se aprecian en 2012. Da la impresión de que el incremento del acuerdo social en torno a la idea de que el cambio climático es un fenómeno tangible y real ha ido eliminando esos matices diferenciales. Los datos y su evolución parecen indicar

que la sociedad española es cada vez más homogénea en su identificación del cambio climático como un problema real.

Una encuesta hecha en 13 países<sup>4</sup>, también en 2012, por encargo de la compañía de seguros Axa, alcanzaba conclusiones similares, indicando que “la realidad del cambio climático está firmemente establecida en la opinión pública internacional: nueve de cada 10 personas encuestadas cree que el clima ha cambiado de forma significativa en los últimos 20 años” (Axa, 2012: 4).

Se observan, no obstante, diferencias entre países, que el estudio relaciona, básicamente, con dos factores:

El perfil económico del país: en las “economías maduras” el porcentaje medio de encuestados convencido de la realidad del cambio climático es del 84%, frente al 97% en el caso de las “nuevas economías”

La localización: en los países más cercanos a los trópicos, la existencia del cambio climático suscita una práctica unanimidad (98% de los encuestados en Hong Kong y México o 97% en Indonesia), siendo menor en los países de la Unión Europea, Japón y Turquía.

## **2.2. ¿Natural o de origen humano?**

De acuerdo con los datos de la última demoscopia del proyecto *La sociedad ante el cambio climático* (Meira, Arto, Heras, Montero & Iglesias, 2013, en prensa), apenas una de cada diez personas encuestadas cree que el cambio climático se debe “principalmente” o “exclusivamente” a causas naturales. Por el contrario, cerca de dos tercios de los españoles cree que el cambio climático es provocado “principalmente” o “exclusivamente” por causas humanas.

Los entrevistados que se sitúan en posiciones políticas de derechas tienden a respaldar la causalidad natural algo por encima de la media (13,5% de las respuesta válidas frente al 8,9% que marca la media). Lo mismo ocurre con las personas sin estudios (13,2%) y los mayores de 65 (13%). En todo caso, ni la posición política ni el nivel de estudios ni la edad marcan diferencias estadísticamente significativas.

Comparando los resultados obtenidos en las demoscopias realizadas en 2010 y 2012 (la cuestión se planteó en ambos casos de manera idéntica), se observan las siguientes tendencias:

---

4 Encuesta realizada por la consultora IPSOS en España, Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, Bélgica y Suiza en Europa; Estados Unidos y México, en Norteamérica; Japón, Hong Kong e Indonesia, en Asia, y en Turquía. En cada país fueron entrevistadas en torno a 1.000 personas.

- Disminuye el porcentaje de los que “no saben” (del 8,1 al 5%)
- Disminuye el porcentaje de los que creen que se debe “exclusivamente” o “principalmente” a causas naturales: del 9,9% (2010) al 8,4% (2012)
- Se mantiene el porcentaje de los que atribuyen el cambio climático “tanto a causas naturales como humanas” (respuesta espontánea): 22,9% (2010), 22,2% (2012)
- Consecuentemente, aumentan de forma clara los que atribuyen el fenómeno “principalmente” o “exclusivamente” a causas humanas: del 59,1% (2010) al 64,3% (2012)

El estudio internacional promovido por AXA, antes citado, planteó a los entrevistados dos únicas opciones, solicitando a las personas entrevistadas que indicaran cuál de ellas se correspondía mejor con su opinión: a) el cambio climático es principalmente el resultado de la actividad humana, y b) es principalmente el resultado de factores naturales. En España, un 14% de los encuestados se decantó por la causalidad natural, lo que nos sitúa por debajo de la media del conjunto del estudio, situada en un 18%. Los que atribuyen en mayor porcentaje el fenómeno a causas naturales son los norteamericanos (42%) y los ingleses (34%), mientras que los de Hong Kong (6%), Indonesia (6%) y México (8%) son los que marcan porcentajes menores.

### **2.3. Negar las consecuencias: “el cambio climático no constituye una amenaza”**

Otra de las fórmulas que facilita el distanciamiento respecto al cambio climático y justifica la inacción, es la minusvaloración del nivel de amenaza que conlleva el fenómeno.

Dado que los medios de comunicación difunden con frecuencia información relativa a los impactos del cambio climático y que los datos y valoraciones dibujan, en términos generales, un panorama alarmante, una de las fórmulas utilizadas para “rebajar” el nivel de amenaza percibido es el pensamiento “excepcionalista”. Es posible que el cambio climático conlleve peligros... pero “no ahora”, “no aquí”, “no a mí”.

Los datos obtenidos para España en la demoscopia efectuada en 2012 permiten apreciar con claridad cómo, a medida que el foco se sitúa más cerca del sujeto, las posibilidades de afección son estimadas como más leves:

Piensa que el cambio climático puede afectar a su comunidad...

“Nada” + “Poco”: 30,1% de las personas encuestadas.

Piensa que el cambio climático puede afectar a su familia...

"Nada" + "Poco": 36,2%

Piensa que el cambio climático le puede afectar personalmente...

"Nada" + "Poco": 40,9%

En cualquier caso, podemos destacar que el porcentaje de los que valoran como nula o escasa la posibilidad de afecciones derivadas del cambio climático en su entorno cercano es siempre inferior a la suma de aquellos que creen que puede afectarles "bastante" o "mucho".

## **2.4. Negar las implicaciones**

Otra modalidad de negación que analizaremos es lo que el sociólogo inglés Stanley Cohen (2005) caracteriza como "negación de las implicaciones". Se puede aceptar que el cambio climático está ocurriendo, que está siendo causado, esencialmente, por la acción humana y que puede significar una amenaza, pero negarse a sacar conclusiones prácticas, es decir, a traducir en decisiones y opciones (personales y colectivas) estas creencias.

En las demoscopias del proyecto *La sociedad ante el cambio climático*, se ha tratado de identificar la importancia de esta "negación de las implicaciones" indagando sobre el grado de acuerdo de la gente con afirmaciones del tipo "los españoles no deberíamos hacer nada" o "da igual lo que hagamos los españoles".

"Los españoles no deberíamos hacer nada"

- "Bastante acuerdo" + "Mucho acuerdo": 91,1% de encuestados (2010)
- "Bastante acuerdo" + "Mucho acuerdo": 4,1% de encuestados (2012)

"Da igual lo que hagamos los españoles":

- "Bastante acuerdo" + "Mucho acuerdo": 17,5% de encuestados (2010)
- "Bastante acuerdo" + "Mucho acuerdo": 17,9% de encuestados (2012)

Resumimos de forma sintética, los porcentajes de adhesión obtenidos por las posiciones que representan a cuatro variantes de negación analizadas:

- La negación del fenómeno: 4,6% (2012)
- La negación de la causalidad humana: 8,9% (2012)
- La negación de sus consecuencias (próximas): 30% - 41%
- La negación de las implicaciones: 4,2% - 18,5%

## 2.5. Relativizar la gravedad o urgencia del problema

Para defender la inacción en relación con el cambio climático es frecuente poner el énfasis en la necesidad de priorizar otros problemas considerados más graves o acuciantes, como el hambre o la pobreza, que deberían ser objeto central de nuestra atención. Se considera, implícita o explícitamente, que la focalización de nuestras preocupaciones o esfuerzos en la cuestión del cambio climático resta apoyo a otras causas que lo merecen más. La relativización de la importancia del cambio climático frente a otros problemas no conlleva necesariamente una posición de negación del cambio climático, pero es utilizada con frecuencia por personas y organizaciones de perfil negacionista para justificar la pasividad. Por ello, en las demoscopias del proyecto *La sociedad ante el cambio climático* se ha tratado de estimar el nivel de apoyo cosechado por este planteamiento, solicitando a las personas encuestadas su grado de acuerdo con la afirmación “Los españoles deberíamos preocuparnos por cosas más importantes que el cambio climático”. En 2012, un 29,1% de los encuestados se declara “bastante de acuerdo” con la afirmación (fue un 26,5% en 2010); y otro 17,9% “muy de acuerdo” (fue 12,5% en 2010). Esta posición ha ganado apoyo en los dos últimos años, lo que muy probablemente guarde relación con la relevancia creciente otorgada a los problemas económicos, los problemas políticos o los problemas laborales.

Recapitulando, de los datos obtenidos se desprende que:

- La negación “de raíz” del fenómeno (negar que está ocurriendo) es residual desde una perspectiva social.
- La negación de la causalidad humana es también muy minoritaria, aunque se abre un abanico de valoraciones sobre el “peso” de la influencia humana como agente causal.
- La minimización de su peligrosidad o potencial de amenaza está más extendida que las anteriores, aumentando a medida que la amenaza se focaliza en el entorno inmediato de la persona entrevistada. En cualquier caso, no alcanza mayorías.
- Aunque en el momento actual la lucha contra el cambio climático no se considera como una prioridad, los partidarios de la inacción son muy pocos.

Desde nuestro punto de vista, este conjunto de datos dibuja una “negación social” en materia de cambio climático claramente minoritaria, al menos en el campo de las ideas. Esto es compatible con el hecho de que el *negacionismo* organizado haya alcanzado una cierta relevancia, con presencia en ámbitos influyentes de la comunicación, la empresa y la política.

### **3. LA DESPROBLEMATIZACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO: NUEVOS ARGUMENTOS PARA NUEVOS TIEMPOS**

Como hemos visto, el cambio climático es reconocido de forma general como real, causado por la acción humana y como algo peligroso. Y, en consecuencia, la mayoría piensa que “hay que hacer algo al respecto”. En este sentido, coincidimos con diversos autores que señalan que el tema ha adquirido ya la categoría de “problema social” (McCright y Dunlap, 2000).

Los esfuerzos por socavar la percepción social de que el cambio climático es un problema serio que exige respuestas (propios de lo que podríamos denominar el “negacionismo organizado”) son antiguos. McCright y Dunlap identificaron, ya en el año 2000, los principales tipos de argumentos utilizados en Estados Unidos durante la década de los 90 para tratar de “desproblematizar” el cambio climático. Estos autores identificaron tres argumentos principales (McCright y Dunlap, 2000):

- Las evidencias del cambio climático son “débiles”
- En el caso de que tenga lugar, no resultaría peligroso (en todo caso, beneficioso)
- Las acciones propuestas para mitigar el CC producirían más daños que beneficios

Los consensos sociales antes descritos sobre el cambio climático hacen que, en la actualidad, los mensajes de negación abierta sean difícilmente aceptados en los medios con vocación generalista. De hecho, los argumentos de corte “radical” (por ejemplo, aquellos que insisten en negar la existencia del fenómeno y desacreditar a quienes la defienden) pueden resultar contraproducentes para quienes los difunden, produciendo descrédito a la fuente que los emite y socavando sus propios objetivos.

Pero, al tiempo que las dudas sobre la existencia del fenómeno o su causalidad se disuelven, van apareciendo en los medios nuevos tratamientos y mensajes de orientación “escéptica”, que parten de la evidencia de que el cambio climático ha alcanzado un estatus de “problema social” y que, en consecuencia, se orientan a la minimización del fenómeno. Para evitar que sean fácilmente refutables por la ciencia y la realidad, se plantean de forma que sean difícilmente criticables o verificables.

A continuación presentaremos dos ejemplos que nos servirán para ilustrar estos tratamientos “desproblematizadores”.

### 3.1. Las promesas de futuro

Ante unos escenarios de futuro que la ciencia describe como muy preocupantes, se popularizan las producciones mediáticas en las que:

- Se reconoce, de forma tibia y ambigua, la existencia de “retos” o “dificultades”.
- Se resalta el sentido de responsabilidad de las grandes organizaciones en relación con los citados “problemas”.
- Se resalta el ingenio, la creatividad y el tesón humanos y su capacidad para hacer frente a las dificultades.
- Se presentan ejemplos de cómo los problemas están siendo resueltos (sugiriendo a menudo generalizaciones a partir de casos que son de naturaleza puntual).
- Se dibujan futuros prometedores en los que los grandes retos (obtener fuentes de energía limpias, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, “rescatar” el exceso de CO<sub>2</sub> atmosférico, etc.) han sido resueltos.

En España, las “promesas de futuro” de carácter tranquilizador en relación con el clima han sido intensamente utilizadas, por ejemplo, en las campañas publicitarias de las grandes empresas energéticas. He aquí cuatro ejemplos de campañas desarrolladas en España en el año 2008. Hemos entresacado de las piezas publicitarias, con fines ilustrativos, el titular principal y un texto representativo del anuncio:

*Ejemplo 1. “Hacia una nueva conciencia” (2008)*

Querido ser humano: tenemos que volver a imaginarlo todo. [nombre de la compañía], como todo el mundo, se enfrenta al desafío más importante y estimulante de su historia: reinventar nuestra manera de estar y vivir en el planeta. Nosotros, como una de las compañías energéticas líderes en el mundo, tenemos una gran responsabilidad en este reto. (...)

*Ejemplo 2. “Inventemos el futuro” (2008)*

Inventamos la rueda, descubrimos el fuego, llegamos a la luna... ¿Cómo no vamos a ser capaces de proteger lo que más nos importa?

(El anuncio muestra una imagen del planeta Tierra)

*Ejemplo 3. “En cada uno la energía de todos” (2008)*

En cada uno de nosotros se encuentra la fuerza de toda una compañía, formada por miles de personas. Trabajadores, clientes y accionistas compartimos los mismos compromisos y contribuimos a que el esfuerzo individual

se vea recompensado, también en el ejercicio del consumo responsable, la preservación del entorno y la lucha contra el cambio climático.

*Ejemplo 4. “Lo hemos hecho bien, entre todos” (2008)*

(La imagen muestra un grupo de aerogeneradores. En primer plano, una chica muestra un cartel con el nombre de la compañía)

Estas campañas llevan implícitos varios mensajes íntimamente relacionados: a) “somos conscientes de que tenemos grandes retos” b) “nos estamos ocupando de abordarlos” y c) “en un futuro no muy lejano los problemas estarán resueltos”.

Mediante esta “nueva narrativa”, algunos de cuyos rasgos característicos son la expresión de responsabilidad corporativa, las promesas de futuro y el optimismo en relación con las respuestas frente al cambio climático (que casi nunca es citado de forma explícita), las empresas tranquilizan a las audiencias y, al tiempo, se auto-asignan una imagen de responsabilidad social y ambiental en relación con el problema. De hecho, esta fórmula ha permitido a la principal empresa petrolera española acometer en los últimos años un intenso esfuerzo publicitario de “desproblematización”, al tiempo que encabezaba los rankings de responsabilidad empresarial en materia de cambio climático.

Pero estas narraciones “eco-optimistas” no son patrimonio exclusivo de la publicidad: también se reflejan en las piezas periodísticas. En la prensa diaria se repiten con insistencia promesas como la generalización de los combustibles limpios o la aparición de productos milagrosos que, en el futuro, absorberán el exceso de CO<sub>2</sub> atmosférico. He aquí, a modo de ejemplo, algunos titulares publicados en diarios españoles este mismo año:

- El biodiesel que vino del mar (*El Mundo*<sup>5</sup>, 5 de noviembre de 2012)
- Gasolina de aire (*La Razón*<sup>6</sup>, 9 de noviembre de 2012)
- Audi E-Diesel y E-Etanol. Combustibles del futuro (*ABC*<sup>7</sup>, 12 de noviembre de 2012)

---

5 “Investigadores de Neiker Tecnalia estudian microalgas con lípidos para obtener un combustible más rentable y que reducirá emisiones de CO<sub>2</sub>”.

<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/11/05/paisvasco/1352139485.html>

6 “Air Fuel Synthesis es la primera empresa con intención de comercializar a partir de 2015 metanol, mezcla de dióxido de carbono atmosférico y el hidrógeno de la molécula del agua. La electricidad necesaria tanto para la captura del gas como para la electrólisis procederá de energías renovables”.

<http://www.larazon.es/noticia/6678-gasolina-de-aire>

7 “Agua, incluso salada o residual, luz solar y CO<sub>2</sub> constituyen la materia prima de los nuevos combustibles”

<http://www.abc.es/20121112/motor-reportajes/abci-audi-diesel-etanol-carburantes-201211111839.html>

- Coches limpios, sin emisiones, es el objetivo de los ingenieros del motor (*El País*<sup>8</sup>, 22 de octubre de 2012)
- Microalgas para la ciudad sostenible (*El Mundo*<sup>9</sup>, 29 de octubre de 2012)
- Una 'poción' a base de orina para capturar CO<sub>2</sub> (*El Mundo*<sup>10</sup>, 16 de agosto de 2012)
- Crean un nuevo material poroso capaz de absorber el CO<sub>2</sub> (*ABC*<sup>11</sup>, 12 de junio de 2012)

Los artículos citados contienen esencialmente "promesas de generalización" de lo que hoy en día son meras investigaciones o, en el mejor de los casos, iniciativas de muy pequeña escala.

La fuente principal de este tipo de mensajes no son los políticos o los expertos en economía, sino las empresas. Y su refugio natural, las páginas de economía o motor de diarios y revistas.

### **3.2. Del sarcasmo a la omisión: el tratamiento "escéptico" de los eventos meteorológicos extremos**

En el artículo que el climatólogo norteamericano James Hansen adjuntó a su célebre intervención ante el Congreso norteamericano, en 1988, afirmó que las

---

8 "El trabajo tiene como horizonte las cero emisiones, pero en el intermedio los ingenieros están reduciendo el impacto con avances en motores tradicionales y en la rápida implantación de los híbridos".

[http://economia.elpais.com/economia/2012/10/22/agencias/1350914660\\_769496.html](http://economia.elpais.com/economia/2012/10/22/agencias/1350914660_769496.html)

9 "Según las mismas fuentes, este proyecto "contribuye" y "enriquece" el concepto de ciudad sostenible, en el que las microalgas "no sólo serán utilizadas como fuente de energía limpia y renovable, sino también como materia prima para el abastecimiento de las necesidades y requerimientos básicos de sus habitantes".

<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/10/29/valencia/1351516074.html>

10 "La captura en grandes cantidades de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y otros gases de efecto invernadero en las ciudades exigiría una sustancia presente en la naturaleza en millones de toneladas. Un estudio publicado en 'Journal of Hazardous Materials' sugiere la orina como reactivo ya que, al ser un recurso disponible en todas las sociedades humanas, se produce de forma continua en grandes proporciones y está cerca de los focos de contaminación de las urbes".

<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/08/16/natura/1345109721.html>

11 "Científicos de la Universidad de Nottingham en Reino Unido han creado un material poroso capaz de absorber el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) de la atmósfera. El hallazgo, publicado en la prestigiosa revista científica Nature Materials, forma parte de los esfuerzos continuos de los investigadores para desarrollar nuevos materiales para almacenamiento de gases de efecto invernadero producidos por las actividades humanas, como la quema de combustibles fósiles y otros procesos".

<http://www.abc.es/20120612/ciencia/abci-nuevo-material-poroso-capaz-201206121550.html>

personas observadoras notarían que el clima está cambiando para principios del siglo XXI (Hansen, 1988).

El mismo Hansen afirmaba recientemente que “la percepción [directa] del cambio climático por parte de la gente puede ser el principal factor determinante de su predisposición a aceptar la conclusión científica de que los humanos estamos causando el cambio climático” (Hansen, 2011: 1).

En el ya citado estudio de opinión promovido por Axa (Axa, 2012), el 73% de los encuestados afirmó haber experimentado personalmente el cambio climático en la zona en la que viven<sup>12</sup>. Aunque es posible que esta percepción social sea debida, en parte, a un proceso de objetivación (la gente sabe que el cambio climático existe e interpreta su experiencia en el mundo real en función de dicha creencia), es innegable que los signos del cambio climático se multiplican con el paso del tiempo y que la constatación de esta realidad constituye una de las fuerzas que provocan cambios de creencias.

En Estados Unidos se acumulan las evidencias de que la ocurrencia de eventos como sequías o grandes tormentas está cambiando las percepciones sobre el cambio climático de una parte de la opinión pública norteamericana. En un estudio reciente, Borick y Rabe (2012: 5) resaltaban que un porcentaje cada vez menor de aquellos que no creen que el cambio climático esté ocurriendo, señalan la meteorología como factor clave en el que apoyan su creencia. Por el contrario, aquellos que creen que el cambio climático está ocurriendo, señalan cada vez más al tiempo como el principal factor que les ha llevado a pensar que las temperaturas planetarias están aumentando (15% en 2010, 17% en 2011, 20% en 2012).

En este sentido, el tratamiento informativo de eventos como olas de frío y calor, inundaciones, grandes tormentas o sequías constituye un elemento cada vez más relevante en la comunicación del cambio climático.

Durante años, una estrategia habitual de las piezas periodísticas negacionistas fue aprovechar las olas de frío y las grandes nevadas para ridiculizar las teorías científicas sobre el calentamiento global. Los chistes de nevadas que se mofan del cambio climático son todo un clásico en la prensa conservadora norteamericana. La inconsistencia inherente a este planteamiento ha sido puesta de manifiesto en los propios medios de comunicación. Por ejemplo, en un artículo notablemente irónico escrito con motivo de una fuerte ola de calor, el comentarista del diario *The Guardian* George Monbiot reclamaba de los escépticos una contribución mediática

---

12 El porcentaje es la suma de los que responden “sin duda” y “en alguna medida”.

equivalente a la realizada en el invierno previo cuando una ola de frío barrió las Islas Británicas (Monbiot, 2009).

En los últimos años, algunos divulgadores han defendido una especie de “neutralidad climática” en el tratamiento de los fenómenos extremos, argumentando que es inadecuado hablar de cambio climático a la hora de informar sobre estos eventos, dado que es imposible establecer una relación causa-efecto inequívoca entre el cambio del clima y un fenómeno concreto. Sin embargo, este planteamiento “omisivo”, ahora defendido también desde sectores “escépticos”, se fundamenta en una visión parcial de la cuestión.

Ciertamente, no es posible establecer relaciones directas causa-efecto entre cualquier evento meteorológico (unos días calurosos, una estación más seca de lo habitual, unas lluvias intensas, etc.) y el cambio climático. Sin embargo, pretender que no existe relación entre el clima y los eventos meteorológicos constituye un evidente contrasentido. De hecho, el clima es una generalización estadística de los datos meteorológicos. Y la ciencia del clima lleva años advirtiendo que una de las consecuencias del cambio climático antropogénico es, precisamente, el aumento, en frecuencia o intensidad, de los fenómenos climatológicos extremos (IPCC, 2012).

Tal y como argumentaron Stott, Stone y Allen (2004) en la revista *Nature*, tras la ola de calor que causó miles de muertos en Europa en el verano de 2003, no podemos saber con seguridad si aquel evento extremo fue causado por el cambio climático, pero sí sabemos que la ocurrencia y la intensidad de estos fenómenos está aumentando. Los autores citados plantean la analogía con una partida que se juega con dados trucados. Si hay un jugador tramposo, que ha modificado sus dados para que marquen el seis con mayor frecuencia y es descubierto tras ganar una serie de partidas, ¿qué sentido tendría debatir sobre si el seis con el que desplumó a sus compañeros de juego era el que habría correspondido de forma “natural” o era efecto de la manipulación de los dados? Igual que en el juego, lo importante es que hemos manipulado los dados del clima y ahora hay fenómenos cuya frecuencia e intensidad están aumentando peligrosamente.

Pero incluso la idea de que los fenómenos extremos no pueden ser asociados de forma inequívoca con el proceso en curso de cambio climático antropogénico está siendo revisada. El climatólogo James Hansen, que utilizó ya en los años ochenta la analogía de los dados trucados para ilustrar la relación entre el calentamiento global y las olas de calor, hacía recientemente una revisión de esa imagen de los “dados trucados”, haciendo notar que está empezando a observarse una nueva categoría de eventos extremos que sí pueden asociarse de forma inequívoca con el cambio climático, porque se trata de eventos que no ocurrían en las condicio-

nes climáticas anteriores al fenómeno del calentamiento global. Dicho con sus propias palabras (Hansen, Sato y Ruedy, 2012: 1): “concluimos que las olas de calor extremas, como las de Texas y Oklahoma en 2011 y la de Moscú en 2010 fueron “causadas” por el calentamiento global porque sus probabilidades de ocurrencia eran despreciables antes del reciente calentamiento global rápido”.

#### **4. ALGUNAS REFLEXIONES FINALES**

El denominado “escepticismo climático”, en su expresión mediática, parece estar abandonando sus clásicas posiciones de negación “de raíz” del fenómeno. La práctica de los medios de “equilibrar” el tratamiento del cambio climático, dando voz en pie de igualdad a científicos reconocidos y a negacionistas insolventes, puesta en entredicho en el clásico trabajo *El equilibrio como sesgo* (Boycoff, & Boycoff, 2004), está siendo desterrada. Y los artículos de opinión abiertamente negacionistas –que podían encontrarse con plena naturalidad en grandes medios españoles hace apenas unos años– son cada vez menos frecuentes<sup>13</sup>.

Sin embargo, ¿debemos interpretar que el “escepticismo” está desapareciendo de los medios o tan sólo está adaptándose a las nuevas percepciones, cambiando su expresión? Desde nuestro punto de vista, si tomamos una perspectiva amplia de la negación, incluyendo en ella la minusvaloración de los riesgos asociados al cambio climático y el rechazo de sus implicaciones en términos de respuestas humanas, más bien parece lo segundo.

Hay que destacar que algunos tratamientos “escépticos” tienen fronteras difusas: ¿Dónde acaba un atractivo artículo que describe “perspectivas tecnológicas de futuro” y donde empieza un publirreportaje tranquilizador sin base real? ¿La omisión de referencias al cambio climático en el tratamiento de fenómenos extremos trata de evitar una reiteración innecesaria o evade, conscientemente, una verdad inconveniente?

---

13 En todo caso, todavía existen analistas que defienden la “equidistancia” entre supuestas corrientes de pensamiento científico discrepantes. Un ejemplo reciente, el post titulado “cambio climático” publicado el 1 de octubre de 2012 en el blog de El País y titulado “Profesores EOI”:

“El hecho de que haya estudios que pongan en duda, cuando no nieguen, la influencia de la actividad humana sobre el clima no debe hacernos pensar que aquellos otros trabajos que defienden posturas contrarias deban de gozar de menor crédito.

En realidad nos desenvolvemos en un contexto definido por la incertidumbre y por lo tanto de momento no podemos alcanzar la certeza plena ni en un sentido ni en el otro y dependiendo de a quién nos arrimemos nos provereemos de argumentos a favor de una u otra corriente”.

Fuente: <http://blogs.elpais.com/green-jobs/2012/10/cambio-climático.html>

Hoy se acepta de forma general que los medios de comunicación constituyen agentes clave (entre otros) que dan forma a los discursos científicos y políticos sobre el cambio climático (Boykoff, 2010), contribuyendo a modelar las respuestas humanas ante el fenómeno. Por ello el tratamiento del cambio climático en los medios de comunicación seguirá siendo un campo rico en dilemas, con el reto permanente de aunar el rigor científico y la responsabilidad social.

## **5. REFERENCIAS**

- AXA-IPSOS (2012): Individual perceptions of climate risks. [http://www.axa.com/lib/axa/uploads/cahiersaxa/Survey-AXA-Ipsos\\_climate-risks.pdf](http://www.axa.com/lib/axa/uploads/cahiersaxa/Survey-AXA-Ipsos_climate-risks.pdf) (Consultado el 17 de noviembre de 2012)
- BORICK, C. y RABE, B. (2012): Continued Rebound in American Belief in Climate Change: Spring 2012 NSAPOCC Findings. Governance Studies at Brookings. [http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2012/6/11%20climate%20rabe%20borick/nsapocc\\_belief\\_spring%20formatted](http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2012/6/11%20climate%20rabe%20borick/nsapocc_belief_spring%20formatted) (Consultado en diciembre de 2012)
- BOYCOFF, M.T. y BOYCOFF, J.M. (2004): "Balance as bias: global warming and the US prestige press". *Global Environmental Change*, 14, 125-136.
- BOYCOFF, M.T (2010): "Carbon drums: the role of the media". En: Schneider, S.H., Rosencranz, A., Mastrandea, M.D. & Kuntz-Duriseti, K. (eds.) *Climate change: science and policy*. Págs. 397-404 Island Press, London.
- MCCRIGHT, A. M. y DUNLAP, R.E. (2000): "Challenging Global Warming as a Social Problem: An Analysis of the Conservative Movement's Counter-Claims". *Social Problems* 47:499-522
- COHEN, S. (2005): *Estados de negación. Ensayo sobre atrocidades y sufrimiento*. Departamento de Publicaciones. Facultad de Derecho. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. (Versión original: Cohen, S. 2001. *States of Denial: Knowing About Atrocities and Suffering*, Cambridge, Polity Press).
- HANSEN, J., *et al.* (1988): "Global climate changes as forecast by Goddard Institute for Space Studies three-dimensional model". *J. Geophys. Res.*, 93, 9341-9364.
- HANSEN, J. y SATO, M. (2011): Perceptions of climate change. [http://www.columbia.edu/~jeh1/mailings/2011/20110327\\_Perceptions.pdf](http://www.columbia.edu/~jeh1/mailings/2011/20110327_Perceptions.pdf) (Consultado en diciembre de 2012).

- HANSEN, J. SATO, M. y RUEDY, R. (2012): Perceptions of climate change. The new climate dice. [http://www.columbia.edu/~jeh1/mailings/2012/20120105\\_PerceptionsAndDice.pdf](http://www.columbia.edu/~jeh1/mailings/2012/20120105_PerceptionsAndDice.pdf) (Consultado en diciembre de 2012).
- IPCC (2012): Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate Change Adaptation. Special Report. [http://ipcc.ch/pdf/special-reports/srex/SREX\\_Full\\_Report.pdf](http://ipcc.ch/pdf/special-reports/srex/SREX_Full_Report.pdf) (Consultado en diciembre de 2012).
- MEIRA, P. A. (DIR.): ARTO, M. y MONTERO, P. (2009): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos de la población española*. Fundación Mapfre, Madrid.
- MEIRA, P. A. (DIR.): ARTO, M.; HERAS, F. y MONTERO, P. (2011): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos de la población española 2011*. Fundación Mapfre, Madrid.
- MEIRA, P. A. (DIR.): ARTO, M., HERAS, F., MONTERO, P. & IGLESIAS, L. (2013, en prensa): *La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española*. Madrid, Fundación Mapfre.
- MONBIOT, G. (2009): "Have the climate change deniers abandoned us during the heatwave?" *The Guardian*, 5 de julio de 2009. <http://www.guardian.co.uk/environment/georgemonbiot/2009/jun/29/climate-change-scepticism-heatwave> (Consultado en diciembre de 2012).
- O'NEIL, S.J. y BOYKOFF, M. (2010): "Climatic denier, skeptic or contrarian?" *Proc. Natl. Acad. Sci. U. S. A.* 107: E51. [www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1010507107](http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1010507107) (Consultado en diciembre de 2012)
- STOTT, P.A. STONE, D.A., y ALLEN, M.R. (2004): "Human Contribution to the European Heatwave of 2003". *Nature*, 432: 602-614 .

# EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

LUIS ALBERTO GALLEGOS

## 1. INTRODUCCIÓN

El tema que me corresponde presentar, *“El Cambio Climático en los Medios”*, junto a los distinguidos colegas de esta Mesa Redonda, tiene diversas aristas, variadas lecturas y varias opciones de desarrollo. Trataremos de abordar del modo más sencillo posible, las más relevantes.

Una primera lectura brota desde el corazón mismo de lo que se ha convertido en las últimas semanas en el tema recurrente de los medios de comunicación: el huracán Sandy en El Caribe y las costas de los EEUU. Desde América Latina no entendemos por qué los decisores de las políticas públicas de las potencias permiten desastres como el ocasionado por el huracán Sandy.

Salvo excepciones y a reacciones tardías, las medidas de prevención, mitigación y adaptación ante el cambio climático, no se han tomado oportunamente. El propio Secretario General de las Naciones Unidas lo ha señalado recientemente:

(<http://www.un.org/spanish/News/fullstorynews.asp?newsID=24942>)

“Los fenómenos meteorológicos extremos debidos al cambio climático son la nueva regla general. Esta puede ser una verdad incómoda, pero una verdad que ignoramos en nuestro propio riesgo. Los mejores científicos del mundo han estado sonando la alarma por muchos años y lo estamos viendo con nuestros propios ojos”.

A nuestro entender, quizá este sea la clave del asunto. Ban Ki-moon llama la atención de los oídos sordos que la clase política hace de las advertencias de los científicos, respecto al cambio climático.

En esa línea de argumentación, es terreno común admitir que la ciencia -desde que el racionalismo se instaló en nuestra cultura-, es un poderoso aliado estratégico de la política. Por tanto, no es posible aceptar que en las circunstancias actuales de la modernidad, los decidores de políticas públicas, obvien el soporte que les brinda la tecnología y la ciencia a su gestión.

Lo que al parecer ocurre efectivamente es un proceso selectivo del uso de determinados desarrollos tecnológicos y científicos. Aquella utilidad que es funcional a determinados intereses de poder y determinadas estrategias políticas, es aceptada y cooptada. Y, de otro lado, aquella utilidad de la ciencia que no concuerda con tales intereses y estrategias, es desechada. Es lo que ahora ha pasado a denominarse: "*verdades incómodas*".

## **2. PODERES FÁCTICOS**

Esta funcionalidad selectiva de la alianza entre ciencia y política, en realidad no necesariamente surge de la discrecionalidad de los decidores de las políticas públicas. Hay, tras bambalinas, quienes inciden en estos escenarios bajo el denominado *lobby* que afecta al mundo político y al de las comunicaciones globales.

En una encuesta realizada en marzo de 2000 a 287 periodistas y editores estadounidenses, el 41 por ciento afirmaba haber omitido publicar noticias para beneficiar los intereses de determinado grupo corporativo.

Las formas de incidencia de algunos medios de comunicación en silenciar las *verdades incómodas*, se da con la publicación de anuncios expresos, el ocultamiento de las emisiones contaminantes de las corporaciones, difundir el negacionismo del cambio climático y la omisión de las consecuencias del modelo neoliberal, entre otras variadas y sutiles formas.

Los grandes poderes fácticos de las corporaciones -particularmente las vinculadas a los combustibles fósiles-, dominan no solo las agendas mediáticas sobre la cobertura del cambio climático, sino también inciden poderosamente en el escenario de las cumbres globales y las decisiones relevantes de los gobiernos en materia ambiental.

En la reciente campaña electoral de los EEUU ninguno de los dos candidatos quiso o pudo incluir el tema del cambio climático en sus debates y programas. Y ello que ésta es la causa central de los desastres de Katrina en 2005 y de Sandy en 2012. La organización 350.org (<http://www.350.org/>) estima que el 94 por ciento de las

contribuciones de la Cámara de Comercio de Estados Unidos a los candidatos, eran negacionistas del cambio climático.

En este sentido, Greenpeace decía: (<http://www.greenpeace.org/international/en/>)

“La mayoría de las empresas responsables de contribuir a las emisiones que favorecen el cambio climático y que se benefician de estas actividades están intentando aumentar su presencia en las negociaciones internacionales y, al mismo tiempo, trabajan para que no se apruebe una legislación progresista en materia de cambio climático y la energía, en todo el mundo”.

La ONU ha debido pasar severos bochornos en su sistema democrático, cuando ha tenido que dar marcha atrás en procesos de decisiones globales sobre el calentamiento global, tal como se pudo apreciar en la fracasada Cumbre de Copenhague en 2009.

En aquella oportunidad, antes, durante y después de dicho evento, la ciudadanía ambiental global tuvo una extraordinaria movilización con expectativas y esperanzas de que los líderes mundiales adoptaran resoluciones que efectivamente redujeran las emisiones planetarias de dióxido de carbono.

Los medios de comunicación debieron otorgarle cobertura a un proceso participativo que, quizá muy a pesar suyo, se constituyó en uno de los movimientos ciudadanos ambientales más potentes en décadas.

La Cumbre de Copenhague en 2009 concitó tal interés ciudadana planetaria, que los medios abrieron sus páginas a las movilizaciones, diálogos, propuestas y eferescencia de la gente ante el calentamiento global.

### **3. MUTISMO COMUNICACIONAL**

No obstante, los medios de comunicación, han devenido a un mutismo creciente desde 2010 en adelante respecto al cambio climático. Ello no solo al compás del desencanto de la ciudadanía global frente a las cumbres internacionales, sino fundamentalmente debido a las presiones de las grandes corporaciones que buscan por todos los medios posibles silenciar, desacreditar o simplemente negar la existencia del fenómeno climático.

El Dr. Robert J. Brulle de la Universidad de Drexel dice: ([http://thinkprogress.org/climate/2011/10/16/345114/ny-times-asks-where-did-global-warming-go-while-ignoring-its-own-failed-coverage/?utm\\_medium=twitter&utm\\_source=twitterfeed&mobile=nc](http://thinkprogress.org/climate/2011/10/16/345114/ny-times-asks-where-did-global-warming-go-while-ignoring-its-own-failed-coverage/?utm_medium=twitter&utm_source=twitterfeed&mobile=nc))

“Se ha producido un enmudecimiento de cualquier cobertura significativa del cambio climático en los medios de comunicación. Si los medios de comunicación no llaman la atención sobre el tema, la opinión pública también la perderá”.

En las actuales circunstancias, las expectativas ciudadanas respecto a los esfuerzos por mitigar las emisiones y adaptarse a los efectos del cambio climático, se ha ido transfiriendo desde lo global hacia lo local.

Es más, lo local aparece como el escenario privilegiado para enfrentar el cambio climático y desarrollar una gestión ambiental más efectiva, más colectiva y más solidaria. Lo *global* se va convirtiendo en lo *local*. Hasta que el proceso nuevamente en algún momento se revierta y lo local pueda incidir con nueva fuerza en los procesos globales.

En este contexto, consideramos que los grandes medios de comunicación van dejando el paso a los medios locales, a la radio, a la prensa escrita, al arte, a la cultura, a la informática ciudadana. Del mismo modo que en otros procesos, lo local recupera su potencia y empoderamiento respecto al cambio climático. Estaríamos asistiendo hoy a un viraje del rol preponderante de lo global, hacia lo local.

#### **4. MOVIMIENTO CIUDADANO CLIMÁTICO LOCAL**

El *movimiento ciudadano global-local* estaría marcando una tendencia nueva. Ante la débil gobernabilidad global de la ONU frente al embate de las grandes corporaciones y las potencias, este movimiento irrumpe en el escenario de los países asumiendo las grandes tareas ante el cambio climático. Sus formas son diversas: las ecomununas, los ecobarrios, las ecomunicipalidades, las ecoescuelas y las organizaciones socio ambientales.

Este *movimiento ciudadano global-local* supone ejercer presiones ante sus respectivos gobiernos, desarrollar buenas prácticas de adaptación al cambio climático y propugnar la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, el impulso a las energías renovables no convencionales (ERNC) y la eficiencia energética.

En Chile, este movimiento se expresa en las manifestaciones de las regiones contra las termoeléctricas, HidroAysén, Pascua Lama, las empresas contaminantes; y por la defensa del agua, la tierra de los pueblos indígenas, el mar de los pescadores, los glaciares como reservas hídricas, por energías limpias, renovables y no emisoras de CO<sub>2</sub> y el aire limpio de las comunidades.

## **5. CUMBRE DE DOHA**

Este lunes 26 de noviembre al viernes 7 de diciembre de 2012, se desarrollará el 18º período de sesiones de la Conferencia de las Partes (CP) y el 8º período de sesiones de la Conferencia de las Partes en calidad de reunión de las Partes en el Protocolo de Kyoto, en Doha, Catar.

¿Qué medios de comunicación le han dado suficiente cobertura a este evento sobre el cambio climático? ¿Qué movilización ciudadana se ha visualizado en Europa, EEUU o América Latina, con ánimo de participar activamente en los debates con propuestas, del mismo modo que en 2009 con la Cumbre de Copenhague? Los hechos hablan por sí mismos.

La gente ya no cree en las cumbres globales como herramientas de avance a soluciones climáticas. Doha, al parecer, va a pasar y perecer, sin pena ni gloria.

Y en este desenlace mucho tiene que ver los medios de comunicación, las grandes potencias y los poderes fácticos de las corporaciones. Han logrado desactivar a una ciudadanía climática en su *accionar global*. La han paralizado.

Pero quizá sea una victoria a lo Pirro. Quizá la ciudadanía global climática, nuevamente, cual ave Fénix, renazca de sus cenizas. En ello estamos y a ello nos comprometemos.



# **LA CRISIS ECONÓMICA VERSUS EL CAMBIO CLIMÁTICO**

**MARIA JOSEP PICÓ GARCÉS**

Càtedra de Divulgació de la Ciència, UCC+i, Universitat de València.

## **1. INTRODUCCIÓN**

La información sobre cambio climático alcanzó su momento culminante en el año 2007, a raíz de la publicación del IV Informe sobre Cambio Climático del Panel Intergubernamental de las Naciones Unidas. Este documento advertía que con un 90% de certidumbre el actual proceso de calentamiento global del planeta es causado por emisiones de origen antrópico. Al auge de esta temática ambiental influyeron otros factores como el período de bonanza económica, la entrada en vigor del Protocolo de Kyoto y el mercado de derechos de emisión, el estreno del documental *An inconvenient truth* de Al Gore y el Informe Stern del gobierno Británico que advertía del impacto del cambio climático sobre la economía mundial y el gasto que se generaría de no articular políticas de prevención o mitigación. La crisis financiera mundial a partir de 2008 provocó un descenso de los contenidos informativos sobre el cambio climático, como también un descenso del impacto del periodismo ambiental debido, entre otros motivos, a la caída de ingresos por publicidad en los medios o al cambio de modelo de negocio de los periódicos por la popularización de las ediciones digitales.

## **2. CONTEXTO AMBIENTAL INTERNACIONAL**

El cambio climático se ha erigido como uno de los hitos mediáticos en materia ambiental más relevantes a nivel mundial. La magnitud del fenómeno, su afección económica y ecológica, la controversia ideológica suscitada a su alrededor y el empuje que ha implicado para despertar conciencias ambientales convirtieron el

calentamiento global en una estrella mediática, entre 2005 y 2007, cuando se registra un importante auge de la cobertura informativa. Esta explosión, sin embargo, decaerá con la llegada de la crisis económica y financiera internacional a partir de 2008.

El protagonismo del cambio climático en los medios de comunicación se puede fijar a lo largo de 2007, cuando el Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC) de las Naciones Unidas presentó las diversas partes del IV informe, el cual destacaba que con un 90% de certidumbre el calentamiento global actual es el resultado de las emisiones de gases de efecto invernadero provocadas por acciones antrópicas. La emergencia del cambio climático a las portadas de los diarios no surgió de la nada, sino que esta temática ya contaba con un dilatado recorrido.

En primer lugar, la mayor popularidad del cambio climático se produce en un momento de madurez de la sociedad española, junto a otros países desarrollados, en materia de medio ambiente. Por ejemplo, a nivel internacional, en 1972 se publica *Los límites al crecimiento*, informe encargado por el Club de Roma al MIT que advertía del incremento de la población mundial, la industrialización, la contaminación, la producción de alimentos y la explotación de los recursos naturales. Ese mismo año (previo a la gran crisis del petróleo), la ONU celebró la I Conferencia Mundial de Medio Ambiente. Los principios de esta cumbre, celebrada en Estocolmo, ya reconocen que es “esencial que los medios de comunicación de masas eviten contribuir al deterioro del medio ambiente humano y difundan, por el contrario, información de carácter educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo con el fin de que las personas puedan desarrollarse en todos los aspectos”. Y a finales de la pasada década de los ochenta se aprobó el Protocolo de Montreal (1987), con el fin de frenar las emisiones de gases CFC que provocan el estrechamiento de la capa de ozono) y nació el Panel Intergubernamental de Cambio Climático (1988), cuyo primer informe se publicó en 1990.

En el ámbito estatal, España entró en la Unión Europea en 1986, con lo que transpuso a su legislación una exigente normativa ambiental y, con ello, se avanzaba en exigencia ambiental de la ciudadanía. Aunque las primeras reivindicaciones ecologistas ya se habían producido en los años setenta, cuando las demandas de democracia también incluían la preservación del entorno o el rechazo a la energía nuclear.

Como antesala del boom del cambio climático tanto en los medios como en la esfera política, en los noventa tuvo lugar la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro (1992) que dio lugar a cuatro grandes acuerdos internacionales sobre: conservación de la biodiversidad biológica, la lucha contra la deforestación, el cambio climático y las Agendas 21. En 1997 se aprobó el Protocolo de Kyoto para frenar las

emisiones de efecto invernadero, que entró en vigor en 2005, junto con la puesta en marcha del Mercado de Derechos de Emisión. Además, en 2002 había tenido lugar otra gran Cumbre de la Tierra, la de Johannesburgo.

Además, la publicación del IV Informe sobre Cambio Climático de las Naciones Unidas en 2007 estuvo precedido por dos hechos fundamentales: el liderazgo en la difusión de los efectos del calentamiento global por parte de un personaje popular internacionalmente y una advertencia de tipo económico. En mayo de 2006, el candidato demócrata a presidente de los EEUU en 2000, Al Gore, presentó el documental *An inconvenient truth*, que se convirtió en el tercer documental más taquillero de su país al recaudar 23 millones de dólares en unos meses. Mientras que gracias a la difusión cinematográfica de la Paramount el cambio climático logró calar en todos los ámbitos sociales.

En cuanto al componente económico, el informe *Review on the Economics of Climate Change*, encargado por el gobierno Británico dirigido por Toni Blair al economista Nicholas Stern, y dado a conocer a finales de ese año, advertía que si no se invertía un 1% del PIB mundial en prevenir y mitigar el cambio climático, este fenómeno podría ocasionar pérdidas que alcanzarían un 20% del mismo PIB. Con ello, y junto a la política energética de la Unión Europea para impulsar las fuentes renovables, este fenómeno se comenzó a percibir, seriamente, no solo como un reto ambiental, sino como un problema económico de magnitud mundial.

### **3. UNA PREOCUPACIÓN CIENTÍFICA, SOCIAL E INSTITUCIONAL CON REFLEJO EN LOS MEDIOS**

El protagonismo del cambio climático, tanto en los medios de comunicación como en las políticas y en la preocupación de los ciudadanos impulsó la presencia de informaciones ambientales en medios generalistas. El cambio climático se convirtió en un catalizador de temas ambientales. De hecho, a menudo, se recurría al binomio cambio climático para llamar la atención sobre otras noticias de medio ambiente, ya que una gran parte de ellas puede vincularse, de algún modo, a los efectos u origen del calentamiento global. En contraposición, el calentamiento global también restó atención a otros temas ambientales.

El consenso científico alcanzado en 2007 con el IV Informe de Cambio Climático del IPCC, junto a un momento de bonanza económica, hizo posible ciertos compromisos políticos, al menos, teóricamente para elaborar planes de prevención y mitigación del cambio climático. A su vez, el enfrentamiento ideológico también saltó a la arena del cambio climático.

En consecuencia, más allá del posible tratamiento espectacular o sensacionalista, la controversia sobre el origen antropogénico del actual cambio climático o, incluso, sobre el acuerdo científico al respecto, ha sido abordada de forma diversa por los medios de comunicación: aquellos con una línea editorial más progresista (*El País*, *Público*) han publicado informaciones, opiniones y editoriales relativos al acuerdo científico sobre el cambio climático, mientras que los más conservadores (*ABC*, *El Mundo*) han tendido a aportar más dudas sobre las evidencias científicas en el ámbito de la información, mientras que en los géneros de opinión han planteado muchas más críticas y han asumido las tesis más escépticas o negacionistas.

Entre 2005 y 2007 se produce en período de mayor cantidad de contenidos informativos relativos al cambio climático en los medios españoles. A su vez, en estos años, confluye un interés creciente de la sociedad por temas de ecología y un incremento de la publicidad interesada en contenidos ambientales. Por ello, entre 2006 y 2007 nacieron tres suplementos de medio ambiente. El primero fue *Natura*, de *El Mundo*, que empezó a editarse en marzo de 2006, y en abril de 2007, nacieron *Tierra*, de *El País*, y *Natural*, de *ABC*. *Natura*, dejó de publicarse en diciembre de 2009 y *Tierra*, en enero de 2012, mientras *Natural* sigue en funcionamiento.

Ban Ki-moon, secretario general de las Naciones Unidas, aseguró en noviembre de 2007 en Valencia, tras la aprobación del resumen ejecutivo del IV informe sobre cambio climático: "Es la hora de los políticos", porque los científicos habían demostrado la magnitud y perspectivas del calentamiento global. Y, efectivamente, la planificación autonómica y estatal relativa al cambio climático fue una temática ambiental ampliamente tratada por los medios. La autoridad de los políticos en materia de declaraciones intensificó la presencia del cambio climático en la agenda mediática, mientras que el mantenimiento del interés también favoreció la presencia de más entrevistas de científicos sobre esta temática.

La preocupación sobre la información que se difunde sobre cambio climático también ha ocupado importantes reflexiones a nivel mundial. Por ejemplo, la Conferencia Internacional de Unesco Broadcast Media & Climate Change, celebrada en la capital francesa en septiembre de 2009, dio lugar a la Declaración de París que instaba, entre otras acciones, a transmitir a la sociedad la urgencia de mitigar los impactos negativos del cambio climático; a facilitar el acceso a información relevante sobre este fenómeno, como también la importancia social, económica y ambiental de los beneficios que reportaría realizar acciones para combatir los efectos del calentamiento global. Además, este documento reconocía que la información proporcionada por la radiodifusión –que se podría ampliar a todos los medios- ejerce un papel fundamental para estimular tanto el debate político como la movilización social para exigir opciones de mitigación y adaptación.

En 2010, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) publicó el informe *Comunicación para el Desarrollo ante desafíos como el cambio climático, manejo de recursos naturales, gestión del riesgo y Seguridad Alimentaria*, en colaboración con Onda Rural (integrada por la FAO, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y Caribe y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) y la Plataforma de Comunicación para el Desarrollo para Centroamérica y México. Este trabajo, sin embargo fue el resultado de una consulta virtual que se realizó entre junio y julio de 2008, enmarcada en la iniciativa conjunta de la FAO y el Ministerio de Medio Ambiente y Territorio de Italia para avanzar en la Iniciativa de Comunicación para el Desarrollo Sostenible. El objetivo de este proyecto era fortalecer los esfuerzos en la aplicación de estrategias y servicios de comunicación en el marco de las políticas de desarrollo y de gestión sostenible de los recursos naturales, con especial atención a la adaptación al cambio climático en los sectores agrícola, forestal y pesquero.

En cuanto a la opinión pública, 2007 fue un año clave en la percepción ciudadana del cambio climático, en el que fue muy relevante el papel de las organizaciones conservacionistas. Así, el Eurobarómetro de ese año, revelaba que entre las cinco principales cuestiones ambientales preocupantes para los europeos, el 57% de los encuestados destacaba el cambio climático, doce puntos más que en 2004. Y a nivel internacional, consideran que es preciso tomar decisiones importantes sobre el cambio climático el 93% españoles, el 85% franceses, el 70% de ciudadanos de Gran Bretaña o el 59% EEUU, según el GlobeScan, BBC World Service Poll de mayo-junio de 2007.

El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en su barómetro de noviembre de 2007 (estudio 2742) preguntaba: "¿Estaría usted dispuesto a modificar sus hábitos de consumo y estilo de vida para adaptarse al proceso de cambio climático?" Sí, con toda probabilidad, respondieron un 47,6% de españoles y Probablemente sí, 40%. En cuanto a la ideología, este estudio del CIS detectó que las personas de ideas progresistas estaban más dispuestas a modificar sus hábitos de consumo o estilos de vida para adaptarse al calentamiento global. Un 52,5% de votantes del PSOE, dicen que sí con toda seguridad modificarían sus hábitos, mientras que lo haría el 47,3% de los votantes del Partido Popular. El poder adquisitivo y la edad también eran fundamentales. Las clases media y media alta son más favorables a introducir cambios en modo de vida para combatir calentamiento global, como también el grupo de población entre 25 y 44 años, según el informe *Percepciones y Actitudes de los españoles hacia el calentamiento global* publicado por la Fundación BBVA en febrero de 2008.

A pesar de todo ello, el barómetro del CIS de noviembre de 2007, mostraba que los problemas medioambientales ocupaban el lugar número trece. El primero es el paro, seguido de la vivienda o los problemas de índole económica. En consecuencia, la posición en la escala de prioridades de los problemas ambientales en general y del cambio climático en particular no variaba en lo fundamental, pero sí aumentó considerablemente su visibilidad. Y la prioridad de problemas con la llegada de la crisis financiera mundial a partir de 2008 arreciará la jerarquía de la prioridades políticas, según O’Riordan: 1) Seguridad nacional; salud pública; crecimiento económico y empleo, 2) Desarrollo regional, redistribución de la renta; igualdad de oportunidades y 3) calidad ambiental, armonía ecológica (sostenibilidad).

#### **4. LOS EFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA**

La crisis financiera mundial no solo tendrá consecuencias para la difusión del cambio climático en los medios, también incide sobre los propios procesos de negociación climática internacional. Así, la COP-15 celebrada en Copenhague en diciembre de 2009 -ya con un sistema económico en decadencia- fue una muestra de las dificultades existentes para alcanzar un acuerdo que hiciera posible ampliar el Protocolo de Kioto más allá de 2012. Finalmente, se aprobó un texto –por primera vez con el apoyo de EEUU, aunque no se repetirá tres años después- pero no vinculante, sin objetivos cuantitativos y sin plazos.

En la cumbre de Copenhague tuvo lugar un hito periodístico en materia de cambio climático, una victoria para los escépticos. Fue el llamado Climategate. En fechas previas al inicio de la reunión se filtraron a la prensa mensajes de correo electrónico y documentos de científicos de la Unidad de Investigación del Clima de la Universidad de East Anglia (Gran Bretaña) que fueron interpretados por los negacionistas como pruebas de manipulación de los datos a favor de la teoría de un cambio climático de origen antropogénico. Sin embargo, una investigación independiente posterior no encontró ninguna evidencia de mala práctica científica en el caso. A pesar de ello, el Climategate tuvo una relevante incidencia sobre la opinión pública.

De este modo, se comienza a hablar de fracasos en estas conferencias de las partes, como la COP-16 que tuvo lugar en Cancún, la COP-17 de Durban o la reciente COP-18 celebrada en Doha, de diciembre de 2012, que ha logrado un acuerdo de mínimos para prolongar el Protocolo de Kyoto ocho años más, pero sin el compromiso de grandes emisores de gases de efecto invernadero como EEUU, China, Canadá, Japón o Rusia. Por su parte, la cumbre de Rio+20 celebrada en junio de

2012 tampoco logró el consenso espectacular de acuerdos de dos décadas anteriores.

Con la prolongación de la crisis económica, las posiciones escépticas ganan posiciones. En primer lugar, porque desciende la información sobre cambio climático y, por tanto, las exigencias de actuación. Y, además, porque en un contexto de recortes de gasto público, cualquier inversión en materia ambiental como el cambio climático puede ser interpretada como un gasto innecesario.

#### **4.1. Sombras en el periodismo ambiental**

La incidencia de la crisis económica en el periodismo ambiental se tradujo en un destacado descenso de contenidos sobre cambio climático y medio ambiente en general, junto con el cierre de cabeceras, como la revista mensual de naturaleza y ciencia *Nat*, de la editorial catalana *Sàpiens Publicacions*, tras 37 números; el despido de periodistas ambientales de larga trayectoria y prestigio consolidado de periódicos como fue el caso de Joaquim Elcacho del diario *El Punt/Avui*, el fin de los suplementos ambientales *Natura* y *La Tierra*, de *El Mundo* y *El País*, respectivamente, o la caída de la parrilla televisiva de programas como *Medi Ambient* en *Punt 2* de *Canal 9* y el peligro de desaparición de *Espacio Protegido* de *Canal Sur*.

En el ámbito internacional, en 2008, al principio del período de decadencia económica, la *CNN* anuló la sección de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, a la vez que despedía a su director de prestigio Miles O'Brien. A finales de 2009, el periodista científico y de medio ambiente Andrew C. Revkin fue despedido de *The New York Times* y para el curso académico 2009-2010, la Universidad de Columbia dejó de impartir la licenciatura de Periodismo Ambiental iniciada en 1995.

#### **4.2. La evolución de la cobertura mediática mundial**

Una de las imágenes que mejor ilustra la caída de la cobertura mediática sobre el cambio climático es la elaborada por los investigadores Maxwell Boykoff y Maria Mansfield, que en 2004 iniciaron el estudio de la cobertura mediática mundial del cambio climático desde la Universidad de Oxford. Boykoff, ahora desde la Universidad de Colorado-Boulder (EEUU), y Mansfield, en la Universidad de Exeter (Gran Bretaña).

La figura muestra la publicación de temas sobre cambio climático o calentamiento global en 50 periódicos de 20 países y seis continentes durante ocho años. En ella se percibe el auge del cambio climático en los diarios de 2006 a 2007, la caída de 2008 y el pico de 2009, sin duda, marcado por la Conferencia de Copenhague, en

la que confluyeron todo tipo de ingredientes: una enorme asistencia de ONG y activistas ambientalistas, la presencia por primera vez del presidente de los EEUU Barack Obama, la detención de miembros de Greenpeace, el caso del Climategate y los primeros intentos para pactar un compromiso post-Kyoto.

### 4.3. La huella de las ediciones digitales

La confluencia de dos tipos de crisis, la del modelo de negocio de la prensa escrita tradicional y la económica, iniciada a nivel mundial en 2008, ha favorecido que las ediciones digitales de los periódicos, tanto en España como en Europa, tiendan a convertirse en un espacio en auge para acoger, de una manera menos constreñida, noticias ambientales, contrariamente a la constante disminución de este tipo de contenidos en las páginas de papel. Y en el caso del cambio climático, la información periodística también puede ser sustituida por blogs de expertos, cuyo trabajo no suele ser remunerado. Un ejemplo de blog climático es Clima de Antonio Ruiz del Elvira, catedrático de Física Aplicada de la Universidad de Alcalá, la sección Ciencia de *El Mundo* en línea.

El aumento del seguimiento de la actualidad a través de las ediciones digitales de los periódicos convencionales ha ido mermando las ventas de periódicos en su edición en papel, un tipo de difusión también perjudicado por el impacto de las cabeceras gratuitas, especialmente activas en la primera década de este siglo (cabeceras también afectadas por el descenso del negocio publicitario en la prensa). Desde hace cinco años, la venta de prensa diaria va en descenso, una tendencia de ámbito mundial, y en 2011 la caída de la difusión fue del 7,45%, según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). En consecuencia, las ediciones son cada vez más escasas de papel, con lo que las informaciones ambientales han perdido espacio.

La Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) reveló en el Libro Blanco de la prensa diaria 2009 que 6,42 millones de personas, de promedio, conectan cada día con los diarios digitales, lo que supone el 47,5% de los lectores de prensa tradicional. Estas cifras representaban un incremento anual del 24% de lectores digitales en nuestro país. Por su parte, el Estudio General de Medios (EGM) muestra cómo se reduce la demanda de prensa en España frente al incremento del consumo de Internet.

La evolución de la penetración de los diarios, según el EGM, ha ido en descenso desde 2006 (41,8%) a 2011 (37,4%), mientras que Internet casi ha duplicado su audiencia en el mismo período al pasar del 22,2% al 42,5%. Y según el Centro de Investigaciones Sociológicas (abril, 2010), la prensa digital española ya consigue diez millones de lectores frecuentes (más de tres días a la semana) frente a los 8,3

millones de 2009. Mientras que 5,4 millones de usuarios visitan diariamente los diarios digitales, un 36,4% del total de los lectores de prensa en cualquiera de sus formatos. Los usuarios de Internet se informan en un 82,5% por los diarios digitales y en un 19,3% a través de los blogs. Según la OJD, las visitas a las cabeceras de diarios españoles crecieron un 36,3% en 2010. Como ejemplo del ascenso de la lectura on-line frente a la off-line, en septiembre de 2002 el tráfico diario de la edición del *New York Times* superó en número de visitantes únicos a la edición de papel por primera vez en su historia.

#### **4.4. La caída de los ingresos publicitarios**

El agotamiento del modelo de la prensa escrita tradicional se ha visto agravado, además, por la crisis económica mundial, iniciada en 2008, ya que ésta implicó un notable descenso de ingresos por publicidad, tanto privada como institucional. Y este descenso publicitario ha propiciado no sólo menos espacio para los contenidos ambientales, sino también menores requerimientos de profesionales de la comunicación de esta especialidad y, como hemos visto anteriormente, el cierre de suplementos semanales o mensuales. Es destacable en este punto remarcar la crisis de la profesión, ya que el descenso de rentabilidad periodista ha llevado al cierre de medios y al despido de periodistas. La Federación de Asociaciones de Prensa calcula que desde inicio crisis económica han perdido el trabajo alrededor de 5.000 periodistas en España.

La crisis económica ha favorecido la caída en picado de los ingresos por publicidad en los diarios. Se calcula, que desde el inicio de la crisis la inversión publicitaria ha bajado entre el un 40 y un 50%. La Asociación de Editores de Diarios Españoles, según datos recopilados por Deloitte, aseguraba que las principales cabeceras de ámbito estatal vendieron un 5,6% menos de ejemplares e ingresaron alrededor de 13% menos de publicidad que en 2010. En los 11 primeros meses del año, la rebaja de facturación fue de un 16,46% en *El Periódico de Cataluña*; de 16,3% en *Público*; de un 15,99% en *El País*; de un 14,65% en *El Mundo*; en *La Vanguardia*, de un 12,3% y en *ABC*, de un 10,82%. Sólo *La Razón* aumentó su facturación en anuncios, en concreto, en un 4,3%.

### **5. CONCLUSIONES**

La crisis económica mundial a partir de 2008 acabó con el protagonismo mediático del cambio climático, in crescendo desde 2005. Diversos componentes habían llevado el calentamiento global a tema ambiental estrella en los medios, entre ellos,

la publicación del IV Informe sobre Cambio Climático del Panel Intergubernamental de las Naciones Unidas, precedido por el documental *An inconvenient truth* de Al Gore, el informe Stern que advertía del impacto económico mundial del cambio climático o la entrada en vigor del Protocolo de Kyoto y el mercado de derechos de emisión.

La emergencia del cambio climático se fue retroalimentando por la puesta en marcha de políticas de prevención y mitigación del fenómeno, la actividad ecologista, las expectativas de la opinión pública o la prioridad ambiental en tiempos de bonanza. Y los periódicos, además de ofrecer información sobre el cambio climático –con una destacada influencia según el sesgo ideológico: los conservadores dan más protagonismo al escepticismo–, apostaron por publicar nuevos suplementos ambientales, como fue el caso de *El Mundo*, *El País* y *ABC*.

La llegada de la crisis en 2008 aportó un nuevo escenario: caída de los ingresos por publicidad (menos disponibilidad de papel, recorte en las redacciones, etc), unida al cambio de modelo de negocio de los diarios por la incidencia de las ediciones electrónicas y un cambio en las prioridades políticas y sociales. Se cierran suplementos medios especializados, se dejan de emitir programas ambientales, se despiden periodistas especializados y, por el contrario, se empieza a cubrir la información climática a través de blogs en las ediciones digitales. Incluso las cumbres climáticas muestran más debilidades. Los recortes en inversiones públicas, el incremento del desempleo, las privatizaciones de servicios públicos, incluso los casos de corrupción política, captan toda la atención de los medios y el interés por el cambio climático y el medio ambiente en general queda relegado tanto por los medios como por la ciudadanía.

## 6. REFERENCIAS

- CASTELLS, M. (2001): *La galaxia internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona: Editorial Areté.
- CERRILLO, A. (coord.) (2008): *El periodismo ambiental. Análisis de un cambio cultural en España*, Barcelona: Fundación Gas Natural.
- DE LA ROSA, R. (2001): *La revolución ecológica. La búsqueda de la libertad a través de la ecología*, Barcelona: Icaria Editorial.
- GARCÍA, E. (2004): *Medio Ambiente y sociedad. La civilización industrial y los límites del planeta*, Madrid: Alianza Editorial.

- MEADOWS, D.; RANDERS, J. (2004): *Los límites del crecimiento 30 años después*. Círculo de lectores. Barcelona..
- MCNEIL, J. R (2003): *Algo nuevo bajo el sol. Historia medioambiental del mundo en el siglo XX*. Madrid: Alianza.
- EFE: "La prensa confía en el papel pero busca rentabilizar internet", El Mundo. (11.12.11).
- Libro Blanco de la prensa diaria 2009. Asociación de Editores de Diarios Españoles, AEDE.
- Estudio General de Medios (EGM). En línea: [www.egm.es](http://www.egm.es)
- Oficina de Justificación de la Difusión. En línea: [www.ojd.es](http://www.ojd.es)
- El cambio climático y la salud humana. Riesgos y respuestas. Organización Mundial de la Salud. 2003.
- Impacts of Europe's changing climate. European Environmental Agency. 2004.
- Barómetro de noviembre de 2007 (estudio 2742). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Percepciones y Actitudes de los españoles hacia el calentamiento global. Fundación BBVA, febrero de 2008.
- [http://sciencepolicy.colorado.edu/media\\_coverage/](http://sciencepolicy.colorado.edu/media_coverage/)
- Portrayal of scientific controversy on climate change. A study of the coverage of the Copenhagen summit in the Spanish press. Bienvenido León, María Carmen Erviti. Observatorio (OBS\*) Journal, vol 5. Nº4 (2011), 045-063.
- Global climate change in the Spanish media: How the conservative press portrayed Al Gore's initiative. Stefania Gozzer, Martí Domínguez. Contributions of Science. Nº7 (2011).
- La divulgació científica dels problemes mediambientals a través dels mitjans de comunicació. El cas del documental-conferència An inconvenient truth. Nel·lo Pellisser. Quaderns del CAC. Consell Audiovisual de Catalunya. Nº30 (2008).



# **EL PERIODISMO AMBIENTAL EN EL TRABAJO DE LOS PERIODISTAS DE LOS DIARIOS IMPRESOS. RETOS ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO**

**GIOVANNI GOTOPO**

Universidad Rafael Bellosillo Chacín

## **1. INTRODUCCIÓN**

El ejercicio del Periodismo Ambiental tiene como punto focal el que los periodistas reflejen en el ejercicio de su trabajo la promoción -de manera efectiva y repetida- la defensa de la vida y la preservación del planeta. Según Carabaza (2005), la configuración de la opinión pública viene dada mediante una información adecuada. La información medioambiental se convertiría en uno de los canales a través del cual la sociedad tomaría conciencia de la situación del medio ambiente y de las acciones necesarias para lograr el desarrollo sustentable, generándose así un aporte educativo a la población.

En este rango de ideas, Elías (2011) sostiene que el periodista especializado debe tener los suficientes elementos de juicio para comprender lo dicho por las fuentes e interpretar el contexto en el que lo dicen. Se requiere entonces de periodistas especializados para recopilar, ordenar y analizar la información y poder establecer el estado del conocimiento, ofreciendo una explicación de las causas y circunstancias que concurren del evento interpretándolo con elementos de profundidad, pero con un lenguaje claro para las audiencias, no solo para resaltar los hechos de mayor relevancia y pertinencia, sino para formar y educar a la ciudadanía.

En Falcón el crecimiento urbano desordenado, las nuevas migraciones poblacionales, el incremento abrupto del turismo y el deterioro ambiental parecen avanzar en un orden exponencial y conjunto. Es urgente el uso de aportes como el Periodismo

Ambiental, una herramienta clave para propiciar el desarrollo sustentable y la cultura ambiental en una sociedad donde los medios son parte de su cotidianidad. Esta investigación destaca el oficio del periodista como modelador de su fuente asignada y su rol como intermediario activo en la construcción y fomento de una cultura ambiental a ser promovida en la audiencia de los medios donde le toca laborar, contribuyendo además a despertar en los periodistas el interés por especializarse en el Periodismo Ambiental, de manera sistemática y académica, en la formación de un escenario informativo para apuntalar el plan de Desarrollo Sustentable de la localidad y de la nación.

## **2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS SOBRE EL PERIODISMO AMBIENTAL**

Esta investigación se planteó como principal objetivo analizar la presencia del Periodismo Ambiental en el trabajo de los periodistas de los diarios impresos del estado Falcón, donde se tomó en cuenta las dimensiones de abordaje de la variable Periodismo Ambiental, la formación que en esta misma variable tienen los periodistas de los diarios impresos del estado del estado Falcón y la estructuración de esta variable en el trabajo de estos profesionales. Esta pesquisa está enmarcada dentro de la línea de investigación de la comunicación para la transformación social y humana.

Fernández (2010), explica la situación de extralimitación de la especie humana con respecto al resto de la naturaleza, lo cual genera la necesidad de abogar por la sostenibilidad considerando, dentro del cambio global, el cambio climático como principal motor de ese cambio global. El autor sostiene que esta realidad afecta al Periodismo Ambiental y al periodismo en general, por ser reflejo de la realidad biofísica y por ejercer el periodismo un papel importante en la construcción de la representación social de esta realidad.

En el trabajo de Quintas, et al. (2009), se precisa como objetivo principal investigar y analizar el nivel de tratamiento (cualitativo y cuantitativo) de los temas ambientales en la prensa nacional uruguaya, con énfasis en los asuntos costeros. Del estudio realizado en Uruguay surgió como resultado que no existe una correspondencia clara entre la importancia que los uruguayos le atribuyen al medio ambiente –incluso por encima de lo económico– y la jerarquización del tema en la prensa escrita nacional.

Carabaza (2005), analizó la cobertura ambiental que tres medios de comunicación de la ciudad de Saltillo, Coahuila, en México (Vanguardia, El Diario Coahuila

y Palabra), hicieron durante el primer trimestre de 2002 a la temática ambiental, concluyéndose que el análisis de la temática ambiental en la prensa, aunque no ofrece un panorama amplio sobre la problemática ambiental local, proporciona algunos indicadores importantes para quienes toman decisiones y diseñan estrategias para el mejoramiento de esta problemática biosocial.

En la investigación de Velásquez (2004) se evalúa la concepción del Periodismo Ambiental en los diarios impresos del estado Zulia, en Venezuela, y tuvo como principal objetivo evaluar la concepción del Periodismo Ambiental en los diarios impresos de esa región venezolana, apuntando como un objetivo específico el establecimiento del aporte del Periodismo Ambiental para el trabajo realizado por los periodistas de los diarios impresos de la región en estudio.

Fernández (2003) plantea que la especialización periodística es un fenómeno del periodismo actual y admite establecer una ruta para la conceptualización del tema del Periodismo Ambiental, a la par de permitir constituir una aproximación histórica y de forma a este género, consintiendo el instituir comparaciones teóricas con los conceptos desarrollados por otros autores en el devenir. Esta investigación tiene evidentes matices de revisión epistemológica y es también un importante aporte para precisar aspectos específicos sobre los orígenes del Periodismo Ambiental.

Bacchetta (2000) definió el Periodismo Ambiental como el tratamiento a través de los medios de comunicación de los temas relacionados con el medio ambiente, esto si se considera el medio ambiente como el conjunto de sistemas naturales y sociales en donde conviven el humano y los demás seres vivos presentes en el planeta, siendo este el caso planteado por el autor, se llegaría a un consenso donde se considere el Periodismo Ambiental como uno de los géneros más amplios y complejos del periodismo, capaz de generar un impacto como fuente.

Rastrear el perfil teórico del Periodismo Ambiental y el tratamiento que de este hacen los periodistas en los medios de comunicación, conlleva también a toparse con un espacio conceptual muy cercano a los temas referentes a la ética. Tourinho (citado en Bachetta, 2000) expone que dentro de un escenario tan complejo, la misión asumida por el Periodismo Ambiental adquiere alta relevancia dada la perspectiva de construir una ecología solidaria, saludable, afectiva y ética, señalando además que el periodista debe tener plena conciencia sobre su rol como agente activo para la transformación social, de allí la importancia de la cobertura de los temas ambientales y su presencia en la pauta informativa.

Para abordar la problemática relativa al tema ambiental en los medios venezolanos y reflejarla en el Periodismo Ambiental, es básico conocer el alcance de la legislación

ambiental venezolana, pues aparte de los elementos señalados en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, existe una 'Ley Orgánica del Ambiente', aparecida en Gaceta Oficial No 31.004 del 16 de junio de 1976, revisada luego en el 2006, y una 'Ley Penal del Ambiente', aparecida en la Gaceta Oficial No 4.358 del 3 de enero de 1992, esta última con régimen administrativo y sancionatorio y cuya última modificación se realizó el 5 de junio de 1994.

Por su parte la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, publicada en Gaceta oficial No 38081, con fecha del 7 de diciembre de 2004, en el Artículo 5, párrafo 1, sección C, habla acerca de la programación de los medios, la cual debe integrar a los usuarios y usuarias en todo lo concerniente a preservar, conservar, defender y mejorar el ambiente, promoviendo el desarrollo sustentable del hábitat, y al igual que otras ciencias integrarse en cooperación con el sistema educativo, haciéndose evidente que la cobertura de los temas ambientales debe ser una tarea permanente en los medios de comunicación.

Vásquez (2008) precisó que el paradigma del desarrollo sostenible ha sido incorporado y reconocido con mucho ímpetu en la Constitución de 1999 en el artículo 305 y contemplado en el actual proyecto de reforma de la Constitución afectado, no sólo por las declaraciones ambientalistas, de los protocolos de Montreal y de Kyoto, sino por una concurrencia paulatina a lo largo de los últimos 30 años en que los venezolanos han tenido una conciencia participativa importante.

En Quintas, et al. (2009), la mayoría de los periodistas extranjeros consultados para esa investigación opinaron sobre la inexistencia de temas excluyentes para el Periodismo Ambiental. También se precisan aspectos como la necesidad de la especialización en Periodismo Ambiental, un programa de formación académica que -salvo contadas excepciones- no se ofrece a los periodistas latinoamericanos con frecuencia. Son escasos los medios con periodistas especializados en el tema, la mayoría de los interesados debe efectuar su propia búsqueda y financiamiento.

El Periodismo Ambiental es mencionado por Bacchetta (2002) como género, pero los diversos géneros periodísticos pueden en sí mismos ser abordados a través del tratamiento informativo que involucre el ejercicio del Periodismo Ambiental. El autor plantea que cualquier periodista puede tratar una noticia de impacto ambiental, pero esto no es por sí solo Periodismo Ambiental, a menos que la información tenga una construcción más amplia. De las llamadas cinco preguntas clásicas a responder por todo periodista al construir la información (llamadas 5WH por sus siglas en inglés) ¿qué?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿cuándo? y ¿por qué?, la de mayor importancia es el ¿por qué?

### **3. METODOLOGÍA**

Esta investigación está enmarcada dentro del enfoque del paradigma positivista, puesto que el diseño de la investigación hace hincapié en la verificación, y la investigación reposa en su generalidad sobre el paradigma postmoderno, puesto que la ecología, y todos los temas que ella implica, es una discusión centrada específicamente dentro de ese paradigma. El enfoque de este trabajo es integrador y su Modelo Epistémico es el de la corriente Holística, con un enfoque transdisciplinario. Aunque parte de una visión antropocentrista, orienta la investigación hacia el biocentrismo, ampliando la defensa del medio ambiente, no sólo en función de lo que afecta al ser humano, sino todo lo que afecta la biodiversidad.

Esta es una investigación de campo y se usó como principales técnicas e instrumentos para la recolección de datos, la encuesta y la entrevista estructurada. Para determinar la confiabilidad del cuestionario se aplicó a la prueba piloto el coeficiente de confiabilidad KR – 20 de Kuder Richardson por ser el más apropiado para el tipo de respuestas de dicho instrumento.

En este caso no aplican las medidas de tendencia central pues, como sostienen Palella y Martins (2006), aquí se trata de un nivel de medición ordinal para un censo poblacional, por lo tanto no se estableció el cálculo de mediana, desviación estándar, ni promedios. Los resultados se presentan en función de la frecuencia acumulada (fa) y de la frecuencia relativa (fr), estructurando la discusión con los porcentajes acumulados para indicar la tendencia del comportamiento de las unidades de análisis.

### **4. RESULTADOS**

Los resultados obtenidos se presentan en tablas donde se describe la variable, la dimensión, el indicador que se busca en la aplicación del instrumento, el ítem consultado en el censo, las alternativas ofrecidas, las mediciones de frecuencia acumulada y relativa y los totales de la frecuencia en número acumulado y en porcentaje relativo. Se incluye las tablas de la entrevista estructurada a expertos. A continuación las tablas de resultados.

La mayoría, representada aquí por el 44%, expuso que elegía su propia pauta, por encima de un 41% que manifestó que le era asignada, mientras que sólo un 15% expresó que la pauta era discutida en equipo. La forma tradicional de trabajar en los medios de comunicación es la asignación de la pauta. La mayoría de los periodistas

Tabla 1. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:	Dimensión:	Indicador: Presencia en la pauta informativa		
		Ítem: La pauta en el periódico es:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	ABORDAJE	Asignada	16	41%
		Elección propia	17	44%
		Discutida en equipo	6	15%
		Total	39	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2012*

en Falcón, tienen cierta libertad para escoger sus pautas, por lo que se deduce que algunos medios carecen de línea editorial.

En Falcón los tres diarios impresos mayores empleadores de periodistas presentan marcadas polarizaciones de carácter político, aspecto no necesariamente traducido como una línea editorial, aunque forma parte de la misma. Se infiere que los periodistas –dependiendo cuál sea la tendencia del medio– minimizan, ignoran o magnifican los problemas ambientales que se presentan en la región.

Sólo un 5% manifestó haber cubierto alguna vez la fuente de Periodismo Ambiental. La mayoría (13% para cada caso) dijo haber cubierto en alguna oportunidad Comunidad y Sucesos. La tendencia es lógica si evaluamos el perfil mercantilista de los diarios impresos, donde las informaciones de sucesos son ofertadas con mayor frecuencia a las audiencias puesto que se recurre al morbo para estimular la venta del producto. Sería ideal que el Periodismo Ambiental tuviese una presencia como fuente que se equiparara al de las fuentes tradicionales, como es el caso de Educación (11% en el estudio), Salud (10%) y Política (9%).

Algunos periodistas consideran ciertas fuentes como de menor categoría que otras, viéndolas con desdén. Esto ocurrió por décadas con la fuente de sucesos, hasta que publicaciones de género sensacionalistas y producciones de televisión fundamentadas en historias policiales, dieron un sitio a la fuente de sucesos de primer orden y a sus periodistas el status de estrella, aspecto que mejoró enormemente la percepción de la fuente, respecto al profesional del periodismo.

Un aspecto, expuesto por Quiñónez (2009), es que en Venezuela la situación no se diferencia de lo que ocurre en el resto de Latinoamérica, donde la información ambiental recibe diferente tratamiento periodístico, al chocar con la realidad de

Tabla 2. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:	Dimensión:	Indicador: Cobertura de los temas ambientales		
		Ítem: Ejerciendo como periodista me he desempeñado en las fuentes de:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	ABORDAJE	Salud	12	
		Deporte	10	8%
		Economía	4	3%
		Cultura	9	7%
		Espectáculos	6	5%
		Educación	14	11%
		Turismo	5	5%
		Internacionales	1	1%
		Comunidad	17	13%
		Sucesos	17	13%
		Arte	4	3%
		Farándula	6	5%
		Periodismo Ambiental	6	5%
		Tecnología	3	2%
		Política	11	9%
		Ninguna de las anteriores	1	1%
			Total	116

*Fuente: Elaboración propia, 2012.*

enfrentarse a la rapidez propia del periodismo que se hace día a día, y lógicamente a las carencias que los mismos medios tienen.

Un 31% de los periodistas opinó que el interés por las informaciones ambientales en los medios donde laboran es mayor si la noticia es de impacto. Un grupo ligeramente mayor, 33%, expresó que se interesan en el tema si afecta la localidad, es decir, que sigue siendo preponderante el factor noticioso sobre el carácter informativo del tema, esto convierte la información ambiental en algo circunstancial, sin ser parte del trabajo cotidiano de los diarios. Definir el criterio de publicación o el interés por los temas ambientales, sólo si causan impacto en la localidad, es remitir estos temas a un contexto más simple. Los problemas ambientales suelen estar asociados a grandes problemas, a menudo conectados con contenidos más ilustrativos para las audiencias.

Carabaza (2005) argumenta que la comunicación, debe entenderse como un proceso cultural y dialéctico donde los componentes del sistema se encuentran

Tabla 3. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:                PERIODISMO AMBIENTAL	Dimensión:                ABORDAJE	Indicador: Frecuencia de cobertura			
		Ítem: El medio donde trabajo se interesa en los temas ambientales:			
		Alternativa	Fa	Fr	
		Si la noticia es de impacto	12	31%	
		Solo si afecta al país	1	2%	
		Si refleja grandes pérdidas económicas	2	5%	
		Si tiene características de sucesos	1	2%	
		Si afecta la localidad	13	33%	
		Si es de trascendencia internacional	1	3%	
		Si involucra daños humanos	3	8%	
		No se interesa en estos temas	1	3%	
		No contestó	5	13%	
	Total	39	100%		

*Fuente: elaboración propia, 2012*

en relación con los objetos de referencia, conllevando a que estos componentes y objetos deben ser considerados como un elemento fundamental para contribuir al desarrollo de la cultura ambiental. Ya Fernández (2004) había explicado que el Periodismo Ambiental, como disciplina dentro del periodismo, está vinculado al Periodismo Científico y nació en el seno de las culturas alternativas, estableciendo así una ruta epistemológica para la variable.

Se explicó a través de Mota y Pérez (1999, citadas en Velásquez, 2004, p.13), en la Tabla 3 que en Venezuela la información ambiental se publica cuando adquiere ribetes de suceso, es decir, que alcanza una situación límite, a esto no escapa el escenario local en el estado Falcón, de acuerdo a la concepción que tienen los mismos periodistas sobre este tipo de informaciones, lo crítico de la situación es que cuando la información ambiental es publicada en un marco como ese, pareciera perder su dimensión como parte del Periodismo Ambiental.

En algunos casos la información sobre temas ambientales puede estar sesgada y provenir sólo del sector oficial, de las organizaciones no gubernamentales, de los científicos o del conocimiento enciclopédico, separándose de la realidad de la investigación de campo, de los casos puntuales que ocurren en las localidades y sus comunidades o de aquellos temas que puedan resultar espinosos para los organismos oficiales y para el mismo medio donde se publica la información.

Tabla 4. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:	Dimensión:	Indicador: Identificación de los temas		
		Ítem: De los siguientes temas conozco:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	FORMACIÓN	Desechos sólidos	15	6,5%
		Educación Ambiental	19	9%
		Reciclaje	15	6,5%
		Revolución verde	6	3%
		Ahorro energético	15	6,5%
		Saneamiento ambiental	15	6,5%
		Turismo ecológico	13	6%
		Vertederos de desechos	8	3,5%
		Tecnología verde	8	3,5%
		Invierno nuclear	1	0%
		Desechos tóxicos	7	3%
		Cambio climático	14	6%
		Eco deporte	4	2%
		Arte ecológico	4	2%
		Ecología urbana	6	3%
		Crisis alimentaria	7	3%
		Ecología	11	5%
		Efecto invernadero	8	3,5%
		Calentamiento Global	10	5%
		Reforestación	12	5%
		Áreas Protegidas	6	3%
		Desechos quirúrgicos	4	2%
Áreas Protectoras	6	3%		
Políticas Ambientales	8	3,5%		
		Total	222	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2012*

Un 9% de los periodistas consultados para esta investigación dijo conocer el tema de la Educación Ambiental, mientras que el 6,5% se decantó por conocer temas como los Desechos Sólidos, Reciclaje, Ahorro Energético y Saneamiento Ambiental. El tema de la basura, el racionamiento del agua y los constantes apagones por fallas del sistema eléctrico forman parte del día a día en Falcón, el periodista incluye siempre estos elementos como parte de su pauta tradicional.

Rubros como Vertederos de desechos, Tecnología verde, Ecología urbana, Eco deporte, Arte ecológico, Áreas Protegidas y Áreas Protectoras, apenas oscilan en

el conocimiento por parte de los periodistas entre un 3 y 3,5%, lo que es traducido como el seguimiento del esquema de denuncia por parte del periodista, mientras que los temas a considerarse como parte de las soluciones a ser expuestas dentro de la temática ambiental ofrecida a la audiencia, son relativamente desconocidos.

Llama la atención que para el Cambio Climático, sólo un 6% de los periodistas de los diarios impresos en Falcón asegure conocerlo, pues fue a consecuencia de este fenómeno el origen de la emergencia por las lluvias presentadas en la zona desde finales del año 2010. En Quintas, et al. (2009), se concluyó que no existen temas excluyentes para el periodismo ambiental. Uno de los aspectos considerados de vital importancia en el Periodismo Ambiental es la formación, lo que se interpreta como el conocimiento de temas relevantes y el manejo del lenguaje o de la terminología perteneciente a este campo, un punto básico puesto que suele presentarse con frecuencia tergiversaciones de términos, uso equivocado de conceptos y confusión de definiciones.

Tabla 5. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:	Dimensión:	Indicador: Formación en Periodismo Ambiental		
		Ítem: He realizado estudios relacionados con el Periodismo Ambiental a nivel de:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	FORMACIÓN	Post Doctorado	0	0%
		Doctorado	0	0%
		Maestría	0	0%
		Especialización	0	0%
		Diplomado	2	5%
		Curso presencial	2	5%
		Curso a distancia	0	0%
		Taller	6	16%
		Investigación propia	5	13%
		Seminario	4	10%
		Otros	0	0%
		Ninguno	20	51%
		Total	39	100%

Fuente: Elaboración propia, 2012

El 51% de los consultados dijo no haber realizado ningún tipo de estudio relacionado con el Periodismo Ambiental. Un segundo grupo, 16%, respondió haber realizado talleres, mientras que un 13% expresó haber realizado investigaciones

propias, que puede interpretarse como estudios empíricos. Sólo un 5% expresó haber realizado estudios de Diplomado que tocaran el tema del Periodismo Ambiental, esto corresponde según la frecuencia absoluta, a un total de 2 periodistas. Igual un 5% dijo haber estado en cursos presenciales.

El 10% dijo haber estado en Seminarios. En el cuaderno de notas se recogió la información de que fue en el 2010 cuando se efectuó el último seminario en el estado Falcón, donde el Periodismo Ambiental fue parte de la temática ofertada a los participantes, con 8 horas de duración. Esto revela aspectos relacionados con el desconocimiento del gremio periodístico sobre su responsabilidad en la construcción de una cultura local que favorezca el desarrollo sustentable.

Tabla 6. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:  PERIODISMO AMBIENTAL	Dimensión:	Indicador: Formación en Periodismo Ambiental		
		Ítem: Estoy interesado(a) en realizar estudios formales que involucren el tema ambiental:		
		Alternativa	Fa	Fr
		Definitivamente si	26	67%
		Sí, pero mi trabajo no me lo permite	13	33%
		No me atrae el tema	0	0%
		No quiero seguir estudiando	0	0%
	FORMACIÓN	Total	39	100%

Fuente: Elaboración propia, 2012

El 100% de los periodistas consultados expresó tener interés en cursar estudios formales que involucren el tema ambiental. El 67% expresó definitivamente tener interés en realizar estudios formales donde se involucre el tema ambiental, esto significa la existencia de una abrumadora mayoría de profesionales de la comunicación laborando en los medios impresos, que si se les ofertan estudios cuyo eje sea el Periodismo Ambiental, como mínimo se inscribirían para cursarla.

El restante 33% expresó también tener interés, pero su trabajo no les permite dedicarse a este tipo de estudios. En este rubro se debe analizar si el trabajo incide en el tiempo que demanda de ellos el ejecutar sus tareas dentro de los periódicos o si los horarios no les favorecen. Los estudios de Periodismo Ambiental, a nivel de postgrado, no existen en Venezuela. De acuerdo con Quintas, et al. (2009), al no existir una oferta de cursos de capacitación de buen nivel se esta desperdiciando

el tiempo para avanzar en la construcción de la llamada ciudadanía ambiental, aspecto básico para el diseño y ejecución del modelo de desarrollo sostenible.

Tabla 7. Descripción de la frecuencia del Indicador.

Variable:	Dimensión:	Indicador: Relación con otras fuentes		
		Ítem: Las fuentes relacionadas con el Periodismo Ambiental son:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	ESTRUCTURACIÓN	Comunidad	20	20%
		Sucesos	0	0%
		Salud	14	14%
		Internacionales	2	2%
		Turismo	17	17%
		Sociales	1	1%
		Educación	17	17%
		Deportes	2	2%
		Economía	4	4%
		Farándula	0	0%
		Arte y Espectáculos	3	3%
		Tecnología	6	6%
		Política	6	6%
		Cultura	6	6%
		Todas las anteriores	1	1%
		Ninguna de las anteriores	1	1%
		Total	100	100%

Fuente: elaboración propia, 2012

El 20% de los periodistas consultados indicó la fuente de Comunidad como la considerada por ellos con más relación con la variable. Luego se encuentra un 17% señalando la variable relacionada con la fuente de Turismo y otro 17% la fuente de Educación, mientras un 14% con el tema de Salud. La relación Periodismo Ambiental-Turismo, puede explicarse al considerarse la variable en forma generalizada relacionada con el rubro naturaleza, una concepción frecuente, que aglutina además todo lo concerniente a los espacios naturales y paisajes estelares, provistos de gran biodiversidad, considerados escenarios primarios para el turismo.

El tema de la disposición de desechos sólidos y el saneamiento ambiental son parte del día a día en la cobertura de los diarios en la región. Un 6% lo relacionó con la fuente de Política, otro 6% con Tecnología, y otro 6% con cultura. Sólo un 1%, un solo periodista, manifestó que el Periodismo Ambiental está relacionado con todas las fuentes expuestas en el Ítem, precisamente la respuesta correcta. Bacchetta (2000), explica que se puede llegar a un consenso donde se considere el Periodismo Ambiental como uno de los géneros más amplios y complejos del periodismo, capaz de generar un impacto como fuente.

Tabla 8. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:	Dimensión:	Indicador: Carácter noticioso de la información		
		Ítem: Desde el punto de vista periodístico la temática ambiental me parece:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	ESTRUCTURACIÓN	De mucho impacto	15	39%
		Entretenida	4	10%
		Importante	20	51%
		Caliche	0	0%
		Aburrida	0	0%
		De poco impacto	0	0%
		Total	39	100%

Fuente: Elaboración propia, 2012

Un 51% de periodistas consultados considera importante la temática ambiental desde el punto de vista periodístico, mientras el 39% señaló considerarla de mucho impacto, una apreciación interesante si se aclara el hecho de que una información de alto impacto dentro del trabajo periodístico, puede ser considerada por la mesa de pauta como 'gancho' para las audiencias que compran los diarios impresos.

El 10% considera las temáticas ambientales entretenidas. Ninguno de los consultados las calificó de aburridas, de poco impacto o caliche. Bacchetta (2000) plantea que cualquier periodista puede tratar una noticia de impacto ambiental, como un derrame de petróleo en una refinería, pero a su juicio esto no es por sí solo Periodismo Ambiental, a menos que la información conjugue el carácter noticioso con el interés por el tema que tenga el periodista.

El 15% del censo poblacional señaló ser seguidores de organizaciones ambientales, habría que revisar si ser seguidores significa hacerlo por redes sociales como Facebook y Twitter, por ejemplo, donde las personas se hacen seguidoras de una

Tabla 9. Descripción de la frecuencia del Indicador

Variable:	Dimensión:	Indicador: Interés por el tema		
		Ítem: Me relaciono con organizaciones ambientales como:		
		Alternativa	Fa	Fr
PERIODISMO AMBIENTAL	ESTRUCTURACIÓN	Activista	3	8%
		Seguidor	6	15%
		Simpatizante	2	5%
		Miembro potencial	4	10%
		Opositor	0	0%
		Observador	10	26%
		No contesto	14	36%
			Total	39

*Fuente: Elaboración propia, 2012*

determinada fundación o grupo, sin que haya un contacto directo con el grupo al cual se sigue. El estudio no abarcó este aspecto. El 36% se abstuvo de contestar, el 26% dijo ser observador de estas organizaciones, el 5% simpatizante, el 10% miembro potencial y el 8% (3 periodistas) se declaró activista de organizaciones ambientales.

En Fernández (2010) se acota que el tema de la ecología puede resultar más conflictivo, al asociarse otros aspectos como dogma, lucha, ideología, compromiso, adoctrinamiento y militancia, entre otros. Eso da una idea de por qué un tema como éste y el término ecología está cargado de intencionalidad y hasta de repercusiones revolucionarias para algunas esferas de pensamiento, dándole un matiz político a un asunto que es de primer orden para apoyar el desarrollo de una cultura de la sostenibilidad, y que puede generar una matriz de opinión negativa respecto al ejercicio del Periodismo Ambiental.

Una de las situaciones generadoras de conflicto para la labor que realizan los periodistas cuando hacen Periodismo Ambiental y también son activistas, es la tipificación que de ellos hacen algunos sectores de la sociedad de pertenecer a un grupo ideológico determinado, aspecto tradicionalmente generador de fricciones, no sólo con las fuentes de donde se obtiene la información, sino incluso con los dueños de los mismos medios, quienes pueden ver en el Periodista Ambiental un foco potencial de perturbación o generador de conflictos.

Larena (citado en Fernández, 2010), al hablar sobre la independencia y el rigor del trabajo periodístico señaló que a veces estos aspectos son puestos en sospecha

por grupos industriales y políticos, usando el término de ecomilitantes, para referirse a la forma en como estos mismos grupos catalogan al Periodista Ambiental, recibiendo en algunos casos quienes cubren estas fuentes, la denominación de izquierdistas.

Un punto interesante del estudio realizado sería definir si este 8% de los periodistas consultados de los diarios impresos, que expresó ser activistas ambientales, se mantiene en el ejercicio de su trabajo en el margen de los criterios de objetividad que deben privar en todo periodista, o si por el contrario esa misma militancia puede influir en una mejor preparación del periodista para tratar los contenidos ambientales y estructurar un producto impreso de alta calidad, dado el compromiso implícito en la relación entre el periodista y su militancia ecológica.

En cualquiera de los casos, se agradece la generación de un trabajo óptimo, bien sustentado, con consulta de fuentes vivas y con visión transdisciplinaria, que abarque un ejercicio del periodismo equilibrado, donde el fin último sea ofertar a las audiencias información que contribuya al desarrollo de la ciudadanía ambiental y promover una conciencia ecológica entre la población objetivo del medio impreso.

Al revisar los resultados obtenidos de la Entrevista Estructurada a Expertos reflejados en la Tabla 10, se aprecia que el reflejo de lo que ocurre con el Periodismo Ambiental y la forma como es tratado en los medios de comunicación impresos –de acuerdo a la experiencia de cada uno de los entrevistados- puede dar también una referencia de la realidad del trabajo periodístico a nivel general, así como los criterios que imperan a la hora de publicar informaciones.

El uruguayo Hernán Sorhuet en la Viñeta 1 trató la variable como una especialización periodística, agregando que es la más amplia y compleja que existe en los medios de comunicación, estableciendo en su definición la relación de la misma con los aspectos (fuentes) sociales, políticas, económicas, científicas, culturales, y los aspectos éticos de la información y la noticia. En el censo poblacional aplicado a los periodistas se evidenció cierta dispersión respecto al conocimiento de la relación del Periodismo Ambiental con el resto de las fuentes.

El español Rogelio Fernández en la Viñeta 3 también define la variable como periodismo especializado, pero introduce además el tema de la sostenibilidad, como parte de los objetivos del Periodismo Ambiental. A la consideración de Fernández se agrega lo explicado por el venezolano Henderson Colina en la Viñeta 4, cuando se refiere al Periodismo Ambiental como una forma de hacer conservacionismo.

Carabaza (2005), precisa que para entender el rol de los medios y el trabajo realizado por los periodistas en el desarrollo y elaboración de los temas referidos al

Tabla 10. Entrevista Estructurada a Expertos.

	Pregunta 1	Pregunta 2
Nombre Experto País	¿Cómo define usted el Periodismo Ambiental?	¿Cuáles cree usted son las funciones del Periodismo Ambiental?
Hernán Sorhuet, URUGUAY	Viñeta 1 “...la especialización periodística más amplia y compleja que existe en los medios de comunicación, pues abarca con igual énfasis los aspectos sociales, políticos, académico-científicos, económicos, culturales, ecológicos y éticos de la información y la noticia...”	Viñeta 5 “...Despertar conciencia ambiental... Promover y estimular la capacidad de las personas para participar y decidir sobre su forma y estilo de vida, y sobre su inserción e incidencia en la comunidad (ciudadanía planetaria) Comunicar de manera sencilla, clara y comprensible temas y asuntos de complejidad...”
Víctor Bacchetta, URUGUAY	Viñeta 2 “...Los “problemas ambientales” hoy son problemas económicos, sociales, políticos y culturales, a la vez, en la medida que su análisis y solución cuestiona los paradigmas de desarrollo y bienestar de esta civilización...”	Viñeta 6 “...hacer pensar”, o sea, dar los elementos para que el lector pueda entender el tema y forjarse una opinión propia...”
Rogelio Fernández, ESPAÑA	Viñeta 3 “...el ejercicio periodístico o periodismo especializado que atiende la información que genera la interacción del ser humano o de los seres vivos con su entorno, o del entorno en sí, participando activamente en el logro de la sostenibilidad...”	Viñeta 7 “...Informar a la ciudadanía la trasgresión ambiental...” “...Incorporar en la agenda más espacio para la información y reflexión sobre los efectos del crecimiento de la población y del consumo...” “... favorecer una cultura de la sostenibilidad...”
Henderson Colina, VENEZUELA	Viñeta 4 “...Una forma de proteger y conservar el patrimonio natural, dando a conocer la biodiversidad...” “...es una de las formas de conservacionismo más eficientes, ya que la información se ordena, se lleva a un lenguaje comprensible por la población y se masifica a través de radio, prensa escrita y televisión ...”	Viñeta 8 “...en primer lugar dar a conocer la importancia del ambiente, la interdependencia y enfoque sistémico del medio natural, así mismo su vínculo con la política y los riesgos a los cuales se expone la sociedad al generar desequilibrios en los ecosistemas...”

ambiente, debe trasladarse la pesquisa hacia un marco constructivista, donde se reconozca la preeminencia cultural sobre la privilegiación que hacen los dueños de los medios de algunos temas sobre otros, es decir, la consideración primaria de la superioridad de una fuente sobre otra, tal vez también obedeciendo a los intereses económicos, sociales, religiosos o políticos que el mismo medio maneja.

En la Viñeta 8 Henderson Colina se inclina por dar a conocer un enfoque sistémico del medio natural, planteando además la importancia de que la sociedad sepa los vínculos del tema con la política y los riesgos al desequilibrar los ecosistemas. En la Viñeta 10, el uruguayo Víctor Bacchetta puntualiza que los grandes medios de

**Medios de comunicación y cambio climático**

	Pregunta 3	Pregunta 4
Nombre Experto País	¿Cómo ha evolucionado el Periodismo Ambiental en los medios de comunicación impresos a nivel mundial?	¿Cuáles han sido los avances del Periodismo Ambiental en los medios impresos de América Latina?
Hernán Sorhuet, URUGUAY	Viñeta 9 “...Los temas ambientales han ido ganando espacios en los medios de comunicación de todas partes, producto de la imposición ejercida por la propia fuerza de los hechos y la realidad...”	Viñeta 13 “...siguen siendo una rareza la presencia de periodistas ambientales en los medios latinoamericanos...”, “...cada vez más colegas se preocupan por enriquecer sus trabajos informativos...”
Víctor Bacchetta, URUGUAY	Viñeta 10 “...en la medida que estos temas tienen implicaciones económicas, políticas y sociales de gran importancia, los poderes constituidos y dentro de ellos los grandes medios de comunicación buscan determinar el enfoque y controlar la información al respecto para no afectar sus intereses...”	Viñeta 14 “...ha habido un retroceso con respecto al momento de la realización de la Cumbre de la Tierra, en Río en 1992, que hizo que se abrieran nuevos espacios para el tratamiento de los temas ambientales...” “...esos espacios se redujeron o incluso desaparecieron por el peso decisivo de la agenda política...”
Rogelio Fernández, ESPAÑA	Viñeta 11 “...Periodismo Ambiental español. Tras un auge en los 80, se ha producido un retroceso de la información ambiental en el número de publicaciones ambientales nacionales especializadas...” “...está creciendo la información ambiental en el ámbito local...”	Viñeta 15 “...La existencia de asociaciones de Periodismo Ambiental, sobre todo la RBJA y la REDCALC...” “...Se puede afirmar que Brasil es el país referente en el Periodismo Ambiental iberoamericano (incluido España)...”
Henderson Colina, VENEZUELA	Viñeta 12 “...se ha centrado en la cobertura de los grandes eventos y cumbres sobre ambiente y desarrollo...” “... se cuenta con una agencia EFE Verde que agrupa a comunicadores especializados en temas ambientales, algunas universidades ofertan estudios de alto nivel sobre el periodismo ambiental...”	Viñeta 16 “...El contexto político latinoamericano, ha dado paso al establecimiento de redes entre periodistas...” “...La participación de ONG's en el debate ambientalista ha sido una de las razones que más ha impulsado la creación de espacios verdes en los medios...”

comunicación buscan el control de la información para no afectar sus intereses, apreciación reafirmada con los resultados del censo reflejados en la Tabla 3 donde un 31%, opinó que el medio donde trabajan se interesan en los temas ambientales sólo si la noticia es de impacto.

Víctor Bacchetta, en la Viñeta 14, dice que hay un retroceso con respecto al significado de la cumbre de Río en 1992, fundamentalmente porque considera la presencia de un peso decisivo de la agenda política. La visión de Rogelio Fernández, reflejada en la Viñeta 15 coincide con la de Hernán Sorhuet, midiendo el avance en el tema por la presencia creciente de asociaciones de periodistas ambientales en la actualidad.

**Medios de comunicación y cambio climático**

	Pregunta 5	Pregunta 6
Nombre Experto País	¿Cuáles han sido las deficiencias del Periodismo Ambiental en los medios impresos de América Latina?	¿Cuál es el análisis crítico que usted hace sobre el manejo del Periodismo Ambiental en los medios impresos de su país de origen o de residencia?
Hernán Sorhuet, URUGUAY	Viñeta 17 “...experimentamos en la región un atraso significativo en materia del tratamiento de los temas ambientales en los medios de comunicación...” “...esos medios no tienen incorporado una estrategia de capacitación y actualización de sus recursos humanos (periodista), con lo cual los avances que se registren en ese sentido, quedan librados exclusivamente al interés individual y deseos de actualización de cada periodista...”	Viñeta 21 “...Lo siguen viendo como una especialidad más...” “...la riqueza conceptual que caracteriza al Periodismo Ambiental ya no puede considerarse más una especialización periodística, sino un camino hacia el ejercicio de un periodismo de excelencia...”
Víctor Bacchetta, URUGUAY	Viñeta 18 SIN RESPUESTA DIRECTA	Viñeta 22 SIN RESPUESTA DIRECTA
Rogelio Fernández, ESPAÑA	Viñeta 19 “...escasez de información ambiental en la agenda mediática y escasez de medios especializados en información ambiental...” “...Escasez de formación para la especialización de periodistas ambientales...” “...La información ambiental interesa más como suceso que como proceso...”	Viñeta 23 “...la virtualidad mediática está alejada de la realidad biofísica. El Periodismo Ambiental trata de acercarla pero su labor aún es poco reconocida y valorada...”
Henderson Colina, VENEZUELA	Viñeta 20 “...muestra deficiencia en la dependencia de muchos medios...” “...existe maquillaje de muchas informaciones...” “...se carece en muchos casos de datos provenientes de fuentes confiables, ya que existe distancia con el sector académico por la propia naturaleza de los investigadores científicos...”	Viñeta 24 “...los comunicadores han comenzado a adiestrarse en temas como periodismo en eventos adversos, cambio climático y educación ambiental, más que periodismo ambiental como tal, existen son campañas informativas y de educación, lo cual no debe confundirse con lo que propiamente se define periodismo verde. ..”

Henderson Colina en la Viñeta 16, defiende las alianzas entre medios y organismos internacionales como elemento enriquecedor del Periodismo Ambiental, destacando el rol de las ONGs. Estas apreciaciones pueden compararse con lo reflejado en la Tabla 9 de los resultados de la encuesta aplicada a los periodistas, donde el 36% (la mayoría) se abstuvo de responder sobre sus relaciones con organizaciones ambientales, el 26% dijo ser sólo observadores y 8% reconoció ser activistas.

Hernán Sorhuet en la Viñeta 17, dilucida la inexistencia en los medios de un plan o estrategia de capacitación del periodista, mientras en la Viñeta 19, Rogelio Fernández afirma que hay un interés mayor en la información ambiental como suceso que como proceso en sí mismo. Lo dicho por Sorhuet en la Viñeta 17, se

	Pregunta 7	Pregunta 8
Nombre Experto País	¿Cómo cree usted se está usando el periodismo ambiental en los medios impresos de las localidades?	¿Cómo estructuraría usted un plan de acción para que los medios de comunicación impresos posicionen el tema ambiental dentro de su línea editorial, Agenda Setting o en su pauta regular?
Hernán Sorhuet, URUGUAY	Viñeta 25 “...detecto un grave problema en la formación de los periodistas...” “...el periodista trabaja con la información. Y la información es un bien social...” “...si los medios de comunicación no realizan el mejor trabajo posible, la sociedad no estará en las mejores condiciones para desarrollarse...”	Viñeta 29 “...el plan de acción más conveniente para los medios de comunicación impresos de todo el continente, debe basarse en la formación permanente de los periodistas...” “...la batalla la ganarán los que apuesten a la capacidad y la calidad del producto...”
Víctor Bacchetta, URUGUAY	Viñeta 26 “...No puedo extenderme en detalles, en más o en menos es aplicable como regla general la situación que reseñamos anteriormente...”	Viñeta 30 “...hay que decir quiénes (personas, entidades, etc.) serían sus impulsores y/o desde dónde lo intentaría implementar, con qué enfoque, con qué medios...”
Rogelio Fernández, ESPAÑA	Viñeta 27 “... se está haciendo es un buen trabajo. Otro debate es de si el espacio que se le dedica es bastante, si está inserto suficientemente en otras secciones, si es coherente con el resto del medio, etc...”	Viñeta 31 “...en el plan de acción incluiría formación sobre la extralimitación en la que nos encontramos y sobre la necesidad de una nueva cultura que apunte hacia la sostenibilidad...”
Henderson Colina, VENEZUELA	Viñeta 28 “...la calidad de la información y temas abordados obedecen a la tendencia o intereses de quienes dirigen los medios de comunicación...” “...programas dedicados de forma especial al periodismo ambiental, han tomado mayor fuerza en estos últimos años...”	Viñeta 32 “...mantener alianza y comunicación permanente con los movimientos sociales, líderes y autoridades que trabajan por el ambiente...” “...organizar conversatorios, tener periodistas especializados en el tema, pero a su vez rotar...”

*Fuente: Gotopo (2012)*

refleja en la Tabla 6 donde, aunque el 67% manifestó su interés en realizar estudios formales en el tema ambiental, 33% dijo interesarle, pero su trabajo no se lo permite.

Henderson Colina en la Viñeta 24 dice que en Venezuela falta adiestramiento de los periodistas, agregando que aunque existen campañas, el Periodismo Ambiental sólo surge en situaciones adversas, apreciación conectada con Larena (2005), cuando dijo que el Periodismo Ambiental de denuncia se hizo espacio en los medios, y la imagen de catastrofismo ha acompañado esta especialidad. Hernán Sorhuet explicó en la Viñeta 29 que todo plan de acción destinado a

incluir el tema ambiental en la línea editorial de los medios debe basarse en la formación permanente de los periodistas. En la Viñeta 30 Víctor Bacchetta opina que este plan debe definir dónde se va a implementar, cuál sería el enfoque y los medios a utilizar.

La visión de un periodismo integrador como característica fundamental del Periodismo Ambiental, es coincidente en el grupo, aspecto que conecta estos resultados con la corriente Holística, asunto relevante en el Desmontaje Epistemológico establecido para esta investigación. Asimismo, la ausencia total o parcial de programas efectivos de capacitación para los periodistas en materia ambiental es coincidente no sólo en la apreciación de los expertos, sino también en los resultados obtenidos de la aplicación del censo poblacional.

Dada la variedad de conceptos que se manejan dentro del Periodismo Ambiental, los autores convergen en una propuesta tácita como lo es un proceso de formación permanente para permitir que el periodista estructure un trabajo acabado, con material informativo argumentado, tratado con profundidad, pero que a la vez llegue a las masas sin generar barreras por el uso de un lenguaje científicista.

Sería oportuno revisar también qué tipo de periodista se está formando en el área ambiental, si se apunta a la formación de un periodista crítico, capaz de planificar y ejecutar una investigación fundamentada en un trabajo periodístico donde el asunto ambiental sea el tema central, o si por el contrario, el tratamiento dado a la información se estructura en función de los intereses del medio, donde la temática ambiental es sólo el marco referencial para validar estos mismos intereses.

#### **4. CONCLUSIONES**

Los temas ambientales no son una política establecida de estos diarios. La manera en cómo son tratados estos temas, está muy lejos de contextualizar la problemática ambiental y reflejarla de forma efectiva en el trabajo de los periodistas publicado en los diarios impresos. Para el caso de los diarios con menos de 3 periodistas, al repartir la pauta diaria en varias fuentes para cada periodista, se limita –por razones de tiempo y espacio- el abordaje a profundidad del tema ambiental.

La mayoría de los periodistas dijo estar interesados en el tema ambiental, pero la información aparece si afecta a la localidad o si es de impacto, evidenciándose la preeminencia del carácter noticioso de la información ambiental por encima de la importancia que la misma información tiene. Parece no entenderse que está surgiendo un nuevo periodismo con mayor compromiso por parte de los periodistas y los medios de comunicación, ante los retos del mundo actual, por el

advenimiento de un ambiente terrestre cada vez más hostil, aspectos climáticos evidenciados en la región geográfica donde se realizó el estudio.

Los expertos consultados coinciden en que el tema de la formación de los periodistas y su capacitación es fundamental, sin embargo el ejercicio del Periodismo Ambiental debe enfrentarse a la agenda política de los medios. A esto se suman los intereses económicos y la preponderancia de otras fuentes, asuntos que en conjunto disminuyen las posibilidades para los periodistas de reflejar en su trabajo diario, o en forma permanente, la variable Periodismo Ambiental. Hay una formación precaria de los periodistas en materia ambiental, aparte de no recibir ningún incentivo de los diarios impresos donde laboran para la cobertura de esta fuente.

Desde el punto de vista de la Epistemología, la revisión hecha en esta investigación puede proporcionar al diarismo impreso, en primer lugar, un cambio de paradigma en el ejercicio del periodismo para posicionar la variable Periodismo Ambiental como fuente permanente de información en los medios impresos, en segundo término, potenciar y evidenciar el valor axiológico del Periodismo Ambiental, y como tercer aspecto ofrecer los fundamentos para la creación definitiva de una ruta epistemológica circunscrita a esta variable. El estudio arrojó que los periodistas de los diarios impresos de Falcón carecen de información para identificar los temas relacionados con la variable estudiada y su relación con otras fuentes.

El Periodismo Ambiental tendría como funciones: a- promover los procesos de transformación Social; b- facilitar la construcción de la ciudadanía ambiental; c- motivar la participación social; d- incentivar los programas de construcción de la realidad ambiental en la sociedad; e- saber más acerca de las formas de cuidar y mantener el medio ambiente de las localidades; f- revalorizar la riqueza ambiental de las regiones para potenciarla en otras instancias de la actividad humana.

Esta especialidad periodística debería ser portadora, distribuidora y moderadora del conocimiento de las temáticas referentes al ambiente, promoviendo que los periodistas gestionen su trabajo a través del Periodismo Ambiental. La revisión permanente del tema ambiental, como fuente estructurada, redundaría en una cobertura de frecuencia diaria para estos contenidos, constituyéndolo en un factor decisivo para la creación y establecimiento de una cultura de la prevención en la sociedad del estado Falcón. El criterio ético del periodista debe prevalecer para posicionar el tema ambiental atendiendo a las demandas de los grupos sociales, así como movimientos y organizaciones generados en estos, sin desmedro de la fuente.

## **5. RECOMENDACIONES**

En función de los resultados y de las conclusiones obtenidas, se estructuró la formulación de lineamientos estratégicos. Estos lineamientos están concebidos como planteamientos o cuerpo de recomendaciones que enmarcan a su vez estrategias, con el fin fundamental de ofrecer un aporte que permita a los periodistas de los diarios impresos abordar, formarse y estructurar la variable Periodismo Ambiental en el trabajo realizado cotidianamente.

### **5.1. Estructurar Programas de Formación Académica para Periodistas**

La formación académica del periodista tendría dos funciones elementales: por un lado se estructuraría un producto editorial de mayor calidad, y por el otro el periodista evoluciona en la edificación de su propio compromiso con el ambiente, enarbolándose con un rol de liderazgo comunicacional, que tendría en el medio de comunicación un vehículo ideal para proporcionar educación no formal a las audiencias, mientras contribuye de forma directa a mejorar las condiciones de habitabilidad de su comunidad, de su estado y del país.

Los programas de formación estarían integrados en primera instancia por cursos de capacitación, que permitan al periodista conocer las líneas gruesas del tema ambiental y le conecten de inmediato con un tema cargado de aristas particulares, si bien complejas, también con un amplio contenido de situaciones cotidianas, a las que el ciudadano común se enfrenta a diario.

La participación en talleres de formación puede dar herramientas puntuales sobre temas específicos de la materia ambiental. La organización de congresos sobre Periodismo Ambiental, aupados por las organizaciones gremiales, vendría a ser un espacio ideal para el contacto con diversos especialistas, el intercambio de ideas y el abordaje de diversas líneas de investigación emparentadas con el tema del ambiente.

Los estudios de diplomados, especializaciones, maestrías, doctorados y postdoctorados, ofrecen un mayor rango académico y un espacio de discusión, actualización y formación sostenida. Una acción semejante mostrará al Periodismo Ambiental como un espacio gnoseológico, donde su fortalecimiento lo convertirá en objeto de estudio del periodismo moderno. Para sustentar este plan, se debe apoyar a los periodistas en el financiamiento de su formación académica, invirtiéndose en un recurso humano que genere un producto editorial de alta factura.

## **5.2. Establecimiento de una Visión Estratégica**

Se debe plantear un cambio de paradigma en el periodismo tradicional, buscando el posicionamiento de el Periodismo Ambiental como fuente permanente de información en los medios impresos, con asignaciones y tareas específicas, donde además los espacios publicitarios aborden las temáticas ambientales como parte de la plataforma estratégica de los medios de comunicación, en función de establecer en el medio una visión estratégica que tenga como eje el Periodismo Ambiental.

Una asociación entre medios de comunicación y las asociaciones gremiales puede permitir el diseño y ejecución de un plan de acción y financiamiento para financiar investigaciones que permitan elaborar un producto periodístico de primera línea, donde la proyección económica del medio esté a la par del compromiso social establecido.

El plan debe asegurar a los medios la construcción de una agenda donde se inserten los temas de ambiente como parte de esa plataforma, donde el primer objetivo sea contribuir al fomento de mejores y adecuadas conductas ambientalistas, que no es más que la construcción de la ciudadanía ambiental. Es así como el axioma del Periodismo Ambiental pasaría a ser un instrumento que permite brindarle a los lectores (comunidad) herramientas para la reconstrucción de los espacios naturales ya deteriorados, fomentando a la vez una mejor relación hombre-ambiente.

## **5.3. Incluir el Periodismo Ambiental como fuente permanente**

Para el establecimiento del Periodismo Ambiental como fuente permanente en los diarios impresos del estado Falcón, es importante el establecimiento de un plan de acción donde se modifiquen las prioridades de la Agenda Setting, acercando el Periodismo Ambiental al quehacer académico, la disminución del uso del lenguaje cientificista, el conocimiento exhaustivo de los estamentos legales que rigen el tema ambiental y el ejercicio responsable y equilibrado del periodismo, así como la inclusión de los temas ambientales como punto de discusión en la agenda política, donde los actores sociales, generadores de opinión pública, incluyan en su discurso los temas ambientales como parte de su oferta dialéctica.

## **5.4. Fortalecer la fuente**

Se debe promover la formación de asociaciones gremiales relacionadas al Periodismo Ambiental. El trabajo de estas organizaciones crearía propuestas de acción para la inclusión de temas y desarrollo de eventos, donde se involucre a los medios. Estas organizaciones gremiales estarían llamadas a establecer planes

y proyectos, donde el periodista ambiental pueda obtener financiamiento para formarse dentro y fuera del país, asistiendo a eventos regionales, nacionales e internacionales, donde se aborde la temática ambiental y se generen discusiones de alto nivel que contribuyan a un mejor abordaje y estructuración de la fuente.

El Periodismo Ambiental debe proporcionar al trabajo periodístico funciones básicas, primero la promoción de los procesos de transformación social, en segunda instancia la facilitación para la construcción de la ciudadanía ambiental, como tercer aspecto la promoción de la participación social, como cuarto elemento el incentivo de los procesos de construcción de la realidad ambiental en la sociedad y en quinto término daría a la ciudadanía la oportunidad de conocer y saber más acerca de las formas de cuidar y mantener el medio ambiente de su localidad.

## **6. REFERENCIAS**

- American Psychological Association. (2002): Manual de Estilo de Publicaciones (2a ed.). Bogotá, Colombia. Editorial El Manual Moderno.
- ARIAS, F. (2006): El proyecto de investigación. (5ta ed.). Caracas, Venezuela. Editorial Episteme
- BACCHETTA, V. y otros. (2000): Ciudadanía Planetaria. Temas y Desafíos del periodismo ambiental. Argentina. Federación Internacional de Periodistas Ambientales. Fundación Friedrich Ebert.
- BALESTRINI, M. (2006): Cómo se Elabora el Proyecto de investigación. Caracas, Venezuela. Consultores Asociados, BL, Servicio Editorial.
- BARRERA, M. (1999): Holística, Comunicación y Cosmovisión. Caracas, Venezuela. SYPAL, FUNDACITE Anzoátegui.
- BARRERA, Marcos. (2008): Modelos epistémicos en investigación y educación. Caracas, Venezuela. SYPAL, Quirón Ediciones.
- BUNGE, M. (2001): La ciencia, su método y su filosofía. Buenos Aires, Argentina. Editorial Sudamericana.
- CHÁVEZ, N. (2007): Introducción a la Investigación Educativa. Maracaibo, Venezuela. Editorial Gráfica S.A. Venezuela.
- ENKERLIN, E. y otros. (1997): Ciencia Ambiental y Desarrollo Sostenible. (1ra. Edición). México, Puerto Rico y Chile. Thomson Editores.

- FERNÁNDEZ del Moral, J. (2004): Periodismo Especializado. Barcelona, España. Editorial Ariel.
- FERRER, A. (2003): Periodismo Científico y Desarrollo. Una mirada desde América Latina. Mérida-Venezuela. ULA. Ediciones del Rectorado.
- FINOL, M. y CAMACHO, H. (2008): El proceso de Investigación científica. (2da edición), Maracaibo, Venezuela. EDILUZ. Editorial de la Universidad del Zulia
- HERNÁNDEZ, F. y BATISTA. (2008): Metodología de la investigación (4ta. Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Ley Orgánica del Ambiente. (2006): Textos Legales. Gaceta Oficial No 31.004. Eduven.
- Ley Penal del Ambiente. (1994): Textos Legales. Gaceta Oficial No. 4.358. Eduven.
- MAZPARROTE, S. y PADILLA DE POLANCO, L. (2005): Diccionario de Ecología. (2da edición). Caracas, Venezuela. Editorial Biósfera.
- MÉNDEZ, C. (2006): Metodología. Editorial Mc Graw Hill. Colombia.
- MONTES PONCE DE LEÓN, J. (2001): Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Madrid, España. Universidad Pontificia ICAI-ICADE. Editorial Comillas.
- NÚÑEZ, L. (2002): Encuentro entre teoría y práctica del periodismo desde un enfoque interdisciplinario. Análisi 28. Brasil. Universidad San Pablo-CEU.
- PALELLA, S y MARTINS, F (2006): Metodología de la investigación cuantitativa. (2da. Ed.).Caracas: Editorial FEDUPEL.
- QUINTAS, C. y otros. (2009): Análisis de tratamiento de temas ambientales en la prensa nacional, con énfasis en los asuntos costeros. Montevideo, Uruguay. Editorial Ecoplata.
- SABINO, C. (2007): El Proceso de Investigación. Caracas, Venezuela. Edición Actualizada. Editorial PANAPO de Venezuela.
- SIERRA, R. (1999): Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicio. (13a. Ed.). Madrid, España: editorial Paraninfo.
- STRACUZZI, S. y PESTANA, F. (2004): Metodología de la investigación cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador FEDUPEL. Venezuela.
- VAN YPERSELE, J. y otros. (2007): El Clima. Cambios, peligros y perspectivas. España. Editorial Popular.

## **Tesis de Grado**

FERNÁNDEZ, R. (2001): Periodismo Ambiental y Ecologismo: Tratamiento Informativo del Vertido de Aznalcollar en El País, Edición de Andalucía. (1998-1999). Tesis Doctoral. Departamento de Periodismo. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Sevilla.

VELÁSQUEZ, L. (2004): Concepción del Periodismo Ambiental en los diarios impresos de la Región Zuliana. Maracaibo. URBE

## **Artículos Revistas**

CARABAZA, J. (2005): La temática Ambiental en la prensa escrita. El caso de los periódicos de Saltillo, Coahuila. México. Documentación en Ciencias de la Comunicación, CC-DOC ITESO-CONACYT. ENTIDAD: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

ELÍAS, C. (2011): Revista Latina de Comunicación Social. Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820 Año 2º España. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/58elias.htm>

FERNÁNDEZ, R. (2003): En torno al debate sobre la definición del Periodismo Ambiental. Ámbitos. No especial 9-10. Sevilla, España. Universidad de Sevilla.

FERNÁNDEZ, R. (2010): La sostenibilidad: Una nueva etapa en el Periodismo Ambiental y en el Periodismo en general. DELOS. Revista Desarrollo Local Sostenible. Vol 3, No 8. Sevilla, España. Grupo Eumed.net y Red Académica Iberoamericana Local Global

FERNÁNDEZ-CRISPÍN, A. (2009): La Construcción de una Cultura Ambiental mediante la Educación Formal en Puebla (México). Notas y Debates de Actualidad. Utopía y Práxis Latinoamericana. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social. Año 14, No. 44. Maracaibo, Venezuela. CESA-FCES. LUZ.

LARENA, A. (2005): El Periodismo Ambiental, Una apuesta de futuro. Opinión. Revista Ambienta. Julio-Agosto. España

MUNÉVAR, G. (2003): Conocimiento Radical, una investigación filosófica de la naturaleza y límites de la ciencia. Ediciones Uninorte. Barranquilla, Colombia.

MUSSET, S. y DÍAZ, M. (2001): Establecimiento de Agave cocui Trelease en Zonas Semiáridas de Falcón: Efecto de la Densidad de Siembra y Asociación con Eritrina velutinawilld. Croizatia. UNEFM. Coro. Venezuela.

- POSSO, F. (2004): Estudio del Desarrollo de las Energías Alternativas en Venezuela. ANALES. Volumen 4, No. 1 (Nueva Serie). Universidad Metropolitana. Caracas, Venezuela.
- RAMOS, Sonia. (2008): Buscando a un Periodista Ambiental. CUICYT. Año 5, No. 28. Septiembre – Octubre. Lima, Perú.
- TROTTI, R. y GONZÁLEZ, S. (2010): Periodismo Ambiental Riesgos y oportunidades en la cobertura Informativa. Sociedad Interamericana de Prensa. SMASHWORDS EDITION. San José, Costa Rica.
- VÁSQUEZ, G. (2008): Aspectos Legales del “Protocolo de Kioto” en la Legislación Venezolana. Valencia, Venezuela. Escuela de Relaciones Industriales Universidad de Carabobo.

### **Artículos Web**

- FERNÁNDEZ, S. (2006): La Información Ambiental en los Medios de Comunicación. Red de iniciativa de la Comunicación. <http://www.comminit.com/es/node/268496/37>,
- NAUMAN, T. (2008): Mejoran su cobertura los periodistas ambientales Mejicanos. Programa de Las Américas. <http://www.ircamericas.org/esp/5572>,
- QUIÑÓNEZ, H. (2009): La cultura ambiental en la prensa venezolana. (2009). Universidad de Los Andes. ULA. [http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/quinonez\\_h.pdf](http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/quinonez_h.pdf).



# **MEDIATIZAR EL AMBIENTE; AMBIENTALIZAR LOS MEDIOS. TENSIONES EN TORNO AL DISCURSO PERIODÍSTICO SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO**

PABLO GAVIRATI

## **1. INTRODUCCIÓN**

La mediatización y la ambientalización corresponden a dos procesos culturales emergentes que parecen converger en el periodismo ambiental. No obstante ello, es necesario reflexionar acerca de estos dos fenómenos para considerar si tienen un carácter complementario o existen también tensiones entre ambas perspectivas. Incluso, indagar la posibilidad de que sobrevengan contradicciones entre ambas corrientes, pues todo ello tiene gran importancia a la hora de decir si el periodismo puede tener algún grado de influencia para enfrentar una problemática tan compleja y acuciante como el cambio climático global.

Por tal motivo, resulta fundamental efectuar dos distinciones en relación con la definición misma del periodismo ambiental. La primera está basada en una investigación realizada justamente sobre la cobertura de tres diarios argentinos de la COP-15 de Copenhague, en diciembre de 2009, pero es también una apreciación necesaria como supuesto de toda investigación. Es decir, que se hace relevante explicitar dos tipos de categorías que pueden utilizarse:

1. El periodismo ambiental empírico.
2. El periodismo ambiental conceptual.

Es decir, nos estamos refiriendo en principio a dos fenómenos diferentes, aunque es necesario matizar la división puesto que esto no significa que actualmente no exista ningún periodismo ambiental que pueda ser considerado tal también desde

el punto de vista conceptual. Sin embargo, nos referimos a esto como un supuesto de la investigación, especialmente desde el punto de vista epistemológico. En un caso, proponemos, se trata del estudio dentro del discurso periodístico actual, y en el otro puede ser analizado desde el discurso de los movimientos sociales ambientalistas, desde el discurso político y, claro está, desde el propio discurso académico.

Por su parte, la segunda distinción apunta al centro del debate de la definición del periodismo ambiental. No obstante ello, también puede definirse como un supuesto de la investigación académica, en tanto toda teoría tiene cierto carácter normativo o valorativo. De tal modo, que puede entenderse al periodismo ambiental de dos maneras distintas, a saber:

1. El periodismo ambiental como especialización profesional,
2. El periodismo ambiental como renovación del periodismo.

En este punto, vale preguntarse por la relación entre ambas distinciones. Y en efecto, de modo hipotético postulamos que tal vinculación existe. Es decir, que pensar en el periodismo ambiental realmente existente o el conceptual influye a su vez en su tratamiento como una especialización del periodismo actual o como una potencial renovación integral del periodismo.

Para finalizar esta introducción, proponemos que esta doble diferenciación nos permite abordar de manera más específica aquella cuestión del rol del periodismo como agente clave en la generación de una “conciencia ecológica”. Por lo tanto, para establecer alguna conclusión en este sentido, se hace necesario recorrer aquel camino analítico. En la argumentación, el caso del tratamiento periodístico del cambio climático como problemática ambiental será otro de los ejes principales de este trabajo.

## **2. PUNTO DE PARTIDA: EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL**

Para Stella Martini (2000), el campo de la comunicación se ubica en un lugar intermedio: entre los fenómenos culturales –más amplios- y la institución concreta del periodismo. En continuidad con esta apreciación, nos referiremos en este trabajo de manera general a la comunicación ambiental y de modo particular al periodismo ambiental.

La comunicación ambiental es tanto un ámbito de reflexión teórica como de intervención práctica. En tanto lo último, se la suele entender como una forma de generar una mayor “conciencia ecológica”, una manera de educación no formal en una

sociedad mediatizada. En tanto lo primero, puede considerarse una transdisciplina emergente, que parte desde el encuentro de las ciencias de la comunicación con otras ciencias ambientales.

Así, dentro de la denominación de comunicación ambiental encontramos tanto a los productores como los analistas. Esto, en ámbitos diversos que van desde las industrias culturales, como el cine, pasando por los medios masivos de difusión, hasta nuevas expresiones de internet como las redes sociales. Sin olvidar, tampoco, el rol imprescindible de las políticas de comunicación, así como los fenómenos de comunicación interpersonal.

Por lo tanto, el enfoque en el periodismo implica profundizar en sus particularidades, ponderándolo a su vez como uno de los productos más importantes en la esfera de la comunicación. En sociedades mediatizadas como las que encontramos desde la Modernidad, y en especial a partir de la segunda mitad del Siglo XX, el lugar de “los medios” es relevante (Ford, 1985).

En este contexto, por lo dicho hasta ahora, planteamos que la investigación académica sobre el periodismo ambiental todavía no es un campo consolidado. Esto es, que aún no existen conocimientos sólidos acerca de su especificidad, como en el aspecto del lenguaje utilizado, las fuentes autorizadas y especialmente el registro del largo plazo de los procesos socioambientales.

Es en este sentido que planteamos la primera distinción, entre designar como periodismo ambiental a aquel “realmente existente” de otro enfoque de carácter más conceptual. En realidad, todo ello sirve para aclarar un punto que debe ser supuesto de la investigación. ¿Cómo podemos distinguir entre una noticia que habla sobre un tema ambiental de una noticia que es comunicada desde una perspectiva ambiental?

La cuestión tiene diferentes aristas, pero aquí interesa enfocar que la palabra “ambiental” ya está cargada de múltiples interpretaciones. Es decir, se convierte en un objeto de la lucha ideológica, como podría entenderse desde las perspectivas de Bajtin / Voloshinov, entre otros. Ya lo dijo también Enrique Leff para el caso específico de los discursos ambientales.

“El saber ambiental no conforma una doctrina homogénea, cerrada y acabada; emerge y se despliega en un campo de formaciones ideológicas heterogéneas y dispersas, constituidas por una multiplicidad de intereses y prácticas sociales (...). Desde allí es posible aprehender el saber ambiental que se va configurando en el tejido discursivo del cambio global, en la disputa de sentidos y los intereses en conflicto que atraviesan el campo ambiental y las políticas de desarrollo sostenible...”. (Leff, 2004:233).

De esta apreciación tomamos dos elementos importantes. Por un lado, este “saber ambiental” en términos de Leff no es una “doctrina homogénea”. Sin embargo, tampoco podemos decir que lo ambiental sea cualquier cosa, puesto que existe también una cierta “configuración” del saber ambiental. Por lo tanto, es necesario primero identificar los discursos que hablan de temas ambientales, de aquellos discursos que hablan desde un punto de vista ambientalista.

Solamente de este modo es que podemos responder a la pregunta anterior. Es decir, que debemos distinguir de las noticias que hablan de un tema ambiental desde la perspectiva del periodismo “estándar” o “predominante”, con las secciones clásicas como los periodismos económico, político y generalista, sobre todo. Desde este punto de vista se puede realizar una crítica al valioso trabajo de Federico Sangalli, cuando afirma en un estudio realizado sobre Argentina:

“La cobertura que hicieron los medios de la COP15 de Copenhague estuvo a la altura de las circunstancias. La Cumbre se llevó a cabo del 7 al 18 de diciembre, y durante esos días los tres medios sacaron una noticia por día con las novedades que iban surgiendo de las negociaciones que se llevaban adelante. El 14% del total de las noticias ambientales que se publicaron durante 2009 correspondieron a la Cumbre de Copenhague...” (Sangalli, 2010:646).

Si bien en el trabajo del año subsiguiente matiza esta posición, algo que retomaremos luego, desde este punto de vista se considera que son “noticias ambientales” aquellas que hablan del cambio climático. Y además a esto se lo considera positivo ya que la cobertura “estuvo a la altura de las circunstancias”.

Por lo tanto, la distinción anterior no resulta ociosa, sino que adopta un carácter explicativo. ¿Cómo es posible que cada vez haya más noticias que hablen sobre cambio climático, entre tantos otros temas, pero no se produzcan los cambios necesarios para revertir la crisis ambiental? La respuesta precisa una explicación compleja, pero una cuestión relevante tiene que ver con esta distinción, que ya trabajamos en un artículo reciente sobre el mismo caso argentino:

“Podrían establecerse dos maneras de entender el periodismo ambiental. La definición empírica habla del “periodismo realmente existente”. Es decir, aquel que se refiere a temas ambientales, como lo es el cambio climático. Si fuera así, la COP-15 tuvo una gran cobertura. La definición conceptual del periodismo ambiental se refiere a que esté fundada, sino sobre una sección, en una gramática discursiva o formación ideológica ambiental(ista). Adoptando esta última posición, uno de los resultados más evidentes del análisis es que el periodismo ambiental estuvo totalmente relegado, sino inexistente.” (Gavirati, 2012).

Por supuesto, como se discutirá más adelante, tampoco que el periodismo tenga una perspectiva “ambientalista” garantiza que haya una mayor formación de conciencia ecológica. Sin embargo, mucho antes de llegar a esta apreciación, desde el punto de vista del campo académico de la comunicación debemos señalar que no puede resultar indiferente para hablar de periodismo ambiental aquel discurso periodístico que incorpora el tema del cambio climático de forma similar que hablaría de cualquier otro tema, de otro discurso periodístico que señala al cambio climático como un problema complejo, que debe ser abordado desde los saberes ambientales.

En este sentido, el primer caso es el más usual, y define la forma en que el periodismo estándar incorpora dentro de su lógica a las temáticas ambientales, es decir, lo mediatiza. Mientras que el segundo significaría la ambientalización de las instituciones mediáticas, que daría paso al emergente “periodismo ambiental” strictu sensu, esto es, desde un punto de vista conceptual - ideológico. Entre lo que es y lo que puede ser existe una gran brecha, que consideramos fundamental en el abordaje de la crisis ambiental, dado que su resolución implica una clara intervención en el futuro (mediato o inmediato).

Llegados a este punto, una confusión puede surgir: ¿La definición empírica apunta a una investigación académica, mientras que la definición conceptual tiene un objetivo ideológico? Asumimos que no es así, y aclararlo es de relevancia. A primera vista, podría tratarse de dos agendas académicas. Sin embargo, nuestra perspectiva sobre el tema es que el propio concepto de “periodismo ambiental” implica una categorización que contiene cierto carácter ideológico, aunque sea implícito. Pero esto es así por el carácter valorativo de toda teorización.

Más importante aún, la tarea del investigador justamente es indagar correspondencias entre el plano conceptual, que es la dimensión teórica, con el plano empírico, donde se indaga en el corpus de trabajo. Es decir, como ya hemos visto se ha llegado a dos conclusiones diferentes trabajando el mismo caso de la cobertura de los diarios argentinos sobre la COP-15, y en este sentido la diferencia fue que la definición empírica estuvo fundada en una metodología básicamente cuantitativa, mientras que mi trabajo que dio paso a una definición conceptual se fundamentó en un análisis cualitativo del discurso.

A través de remarcar esta diferenciación, a la manera de la vigilancia epistemológica que propone Pierre Bourdieu, habrá diferentes posiciones posibles acerca de cuál es el fundamento para hablar de periodismo ambiental. Y, en este sentido, esto es un trabajo teórico, que no deja de tener también un trasfondo ideológico, porque la práctica científica está atravesada por la politicidad, como ya señalamos.

Para analizar a fondo esta cuestión, precisamos continuar con el siguiente punto, en donde también se pondrán en discusión las nociones de ciencia e ideología, en relación con el periodismo.

### **3. PERIODISMO AMBIENTAL: ¿ESPECIALIZACIÓN O RENOVACIÓN INTEGRAL?**

Hasta aquí, hemos fundamentado que es importante diferenciar entre una aproximación del periodismo ambiental como el “realmente existente”, que hemos categorizado mejor para el caso argentino como aquellas noticias que hablan sobre un tema ambiental. Y, por el otro lado, un periodismo ambiental definido conceptualmente, es decir, que se corresponda con cierta visión ideológica del ambientalismo. Es posible que esta posición será considerada polémica, pero en este punto buscaremos argumentar mejor lo enunciado.

Tal vez la primera observación que puede realizarse, y que ya hemos adelantado en la introducción, es que puede existir hoy en día un periodismo ambiental que también pueda definirse como tal desde el punto de vista conceptual. Esto es cierto, porque como bien aclaramos nuestra diferenciación se hizo sobre todo estudiando el caso argentino, a través de los tres diarios más influyentes en la opinión pública. En este sentido, seguramente puede ser de otra manera en otros países, comenzando por España.

Sin embargo, lo que aquí justamente proponemos considerar es que esta aseveración (“hay países donde existe periodismo ambiental, conceptualmente hablando”), y que matiza la primera distinción señalada más arriba, está a su vez fundamentada en otra categorización sobre el periodismo ambiental. Con ello, nos referiremos a que el periodismo ambiental es una especialización del periodismo, lo cual nos proponemos discutir a continuación.

Como ya hemos mencionado, la misma definición de “periodismo ambiental” resulta aún polisémica, porque el término de “ambiente” se encuentra en el centro de una disputa ideológica. Aquí expondremos la segunda diferenciación de dos líneas principales entre las diferentes conceptualizaciones que circulan, ya sea desde trabajos académicos o de los propios periodistas.

Para una corriente de autores, la primera en aparición y en número, el periodismo ambiental es una especialización ocupacional, que podría manifestarse en una sección dentro de un medio. Esta definición es más frecuente en el ámbito profesional del periodismo, que incluso puede generar diferentes cursos de capacitación o servir como distintivo en el mercado laboral. De este modo:

“El periodismo ambiental es un tipo de comunicación especializada que requiere una preparación específica desde el momento en que debe lidiar con una gran variedad de conocimientos, muchos de los cuales exigen el dominio de informaciones de diversas ciencias y teorías, desde las físicas y naturales hasta las sociales y culturales” (ILC, 2010).

De hecho, este es el matiz que adopta el trabajo de Sangalli en un trabajo posterior, cuando se analiza justamente la COP-16, en donde pareciera que el “periodismo ambiental” se hubiera extinguido de un año para el otro. Aquí la explicación propuesta nos dice dice: “La falta de una sección ‘ambiental’ dentro del diario impide que los periodistas se dediquen exclusivamente a trabajar dichos temas”, y se realice un “seguimiento de las noticias” (Sangalli, 2011: 636).

Por su parte, una segunda corriente señala que el periodismo ambiental es una perspectiva distinta –más amplia- que atraviesa todas las secciones, y por ello puede fundamentar la creación de medios nuevos o la reformulación de los actuales. Esto queda claro al hablar de una visión integral:

“El Periodismo Ambiental es multidimensional y transversal, por lo cual más que una ‘especialización’ se puede entender como una ‘adecuación’ del periodismo, en contraposición a la palabra ‘especialidad’ que sugiere el desarrollo solo de una parte determinada de los procesos. Su amplitud se manifiesta en la interdependencia del conjunto de factores que abarca.

Al contrario de lo que muchos creen, este no es un periodismo enfocado en temas ecológicos solamente. La misma designación de ‘ambiental’ lo coloca frente a una extensa gama de múltiples referencias interrelacionadas, cuya interpretación no es posible si los datos son tomados por sí solos” (Flores Mora, 2010:39).

Lo interesante a señalar aquí, por otra parte, es que para la primera corriente el término de “periodismo ambiental” se habría elegido como forma de distinción del periodismo “ecológico”, ya que éste remitiría a una intención ideológica, que de por sí pareciera tener un sentido negativo. De este modo: “Los profesionales de la especialidad se desvinculaban de las confusiones que podía acarrear el nombre ‘ecológico’ por su carga ideológica y se reafirmaban en lo ambiental como un ejercicio profesional” (Fernández Reyes, 2002:148). Señalar esta caracterización del periodismo como un “ejercicio profesional”, fuera de todo contacto con las “cargas ideológicas”, constituye parte central de este trabajo.

Así, es preciso indicar que la disyuntiva que se señala está relacionada con otro debate: ¿el periodismo ambiental tiene un rol en la formación de una conciencia

ecológica? Este tema es abordado también por Rogelio Fernández Reyes en un trabajo más reciente (2011), y compartimos con él con una apreciación fundamental. Es “desde el exterior” del campo profesional periodístico que se promueve la responsabilidad de los medios en este sentido; mientras que en los propios periodistas existen posturas encontradas, que van desde el rechazo hasta el apoyo.

La cuestión, por supuesto, tiene posibles interpretaciones y puntos a considerar. Por un lado, el discurso que sostiene la “objetividad periodística” está presente, al mismo tiempo que se privilegia la función de “informar” como el rol de los comunicadores, sin considerar la influencia real de los medios a nivel político y social. Desde otro punto de vista, las noticias son mercancías para los medios masivos, que necesitan ir en la misma dirección que la corriente de ideas hegemónica para contar con un público amplio. Es decir, un mercado de consumidores para la pauta publicitaria de las empresas auspiciantes.

Por otra parte, desde las asociaciones de periodistas ambientalistas es más probable considerar el rol profesional de la formación de opinión pública. En el caso del periodismo ambiental, se trata de estimular la formación de una conciencia ecológica, como una extensión de la responsabilidad o la ética profesionales. La limitación que encontramos aquí puede ser una lectura idealista ingenua sobre la lucha de poderes que implica el debate ambiental. Pero aporta como gran contribución, explicitar que no existe tal objetividad, sino que siempre el periodista escribe desde un punto de vista subjetivo, que debe negociar con la línea editorial de su medio.

Otro facto a considerar es que la sociedad actual no es necesariamente una “sociedad de masas”, sino que la heterogeneidad también implica, para la práctica periodística, la existencia de diversos “segmentos del mercado”. En este contexto, se alimenta la idea de que el periodismo ambiental es más bien una especialización profesional que se dirige a un público específico. La paradoja consiste así en que el periodista le habla a un lector que ya está interesado, y eventualmente “concientizado” sobre la problemática ambiental. Por lo cual, es un camino que también vuelve a hacer posible la visión aséptica del periodista como mero informador.

Es por ello que, desde los autores que sostienen la segunda visión sobre el periodismo ambiental, consideran que no debe restringirse a una sección, o un segmento del mercado. Por el contrario, lo ambiental debe incorporarse al periodismo tradicional, y así al “gran público” que lo consume. Se trata de que sea un movimiento cultural que transforme el periodismo, aunque sin dudas el límite aquí está en la dificultad estructural de que esto suceda. En una reflexión muy certera, la periodista Marcela Valente de la agencia IPS reflexiona sobre el boom del periodismo ambiental luego de la Cumbre Eco 92, y su posterior crisis:

“Cuando los anunciantes advirtieron el tenor de los cuestionamientos al sistema que trae consigo la mirada ambiental, retiraron sus apoyos y con ellos desaparecieron las páginas específicas y los programas “ecológicos” de televisión y radio pasaron a ocupar espacios marginales.

(...) pienso si el “periodismo ambiental” no habrá sido una trampa. Eliminadas las secciones verdes, los periodistas ambientales se sientan a esperar la catástrofe y nada cambia porque la redacción no se enverdeció. Sigue con las anteojerías puestas.

Me pregunto ¿por qué solo algunos periodistas deberíamos tener la perspectiva ambiental para analizar con mayor corrección el fragmento de realidad que nos toca en el reparto diario de tareas? ¿No será mejor que toda la redacción haga la necesaria –urgente, diría- actualización, capacitación, “upgrade” o como quieran llamarla?” (Valente, 2011).

Por supuesto, la postura de esta autora se inscribe dentro de la que denominamos segunda corriente, e incluso critica la misma etiqueta de periodismo ambiental. Pero el punto fuerte de todo ello es que diferenciar un “periodismo ambiental” como una sección específica implica al menos pensar en las relaciones que establece con otras secciones o géneros del periodismo actual.

En este punto, un caso de interacción que tiene particular relevancia es el que se establece con el periodismo científico. Si bien no se trata de una sección privilegiada del periodismo, e incluso los medios pueden tenerla o no, sí está mucho más presente en el imaginario, así como se emparenta con el género de la divulgación científica, presente también en revistas especializadas. En este punto, algunos autores dentro de la primera corriente señalan que el periodismo ambiental se trataría de un “sub-género”, una sub-especialización, del periodismo científico. De esta manera, por ejemplo:

- “La complejidad de los procesos de educación e información ambiental han exigido cada vez más, la especialización de los que se encargan de la divulgación ambiental, de ahí que se considere al Periodismo Ambiental una nueva rama del periodismo científico” (Padrón y Roselló, 2006).

Sin embargo, debemos considerar que esta inclusión de lo ambiental dentro de lo científico puede entenderse como una forma de subordinación propia del paradigma moderno. Esto nos vuelve a colocar en la discusión planteada por la posmodernidad o la modernidad reflexiva. Puesto que la crisis ambiental es en buena parte resultado de la propia institución científica – tecnológica, en combinación con el sistema económico capitalista.

En una línea similar, es interesante considerar los aportes de Stella Martini acerca de los (sub)géneros periodísticos –las secciones- en el libro *Periodismo, noticia y noticiabilidad*:

“Las secciones de los diarios remiten al sistema clasificatorio de la modernidad: con espacios que responden a los ámbitos de las actividades de las instituciones públicas, casi coinciden con las áreas en que se organiza la tarea gubernamental, privilegian los campos de la política (nacional e internacional) y la economía. Las noticias que tematizan problemas de la sociedad, la salud, la educación, el medio ambiente, etcétera, suelen incluirse en ‘información general’ o ‘sociedad’” (Martini, 2000:34).

Aquí, se puede en juego la apertura discursiva de esta época que, por otra parte, es inherente al paradigma ambiental que señala los límites del cientificismo moderno. Aquí, las menciones están realizadas dentro de una enumeración de los issues de la nueva agenda de la sección “Información General”. Entendiendo por supuesto que el periodismo construye a través del discurso buena parte de lo que la sociedad entiende como realidad social, es necesario preguntarse cuáles son las modalidades con la que los medios hablan de la temática. Esto, implica consolidar una visión crítica sobre la des-jerarquización de la noticia ambiental en el actual sistema mediático:

“Frente a la información económica o la política, la información ambiental parece que quieren que siga siendo de ‘segunda división’, como lo son también la información sobre asuntos sociales, ciencia y cultura. Y eso a pesar de que serán los problemas ambientales que ahora se vislumbran los que obligarán a frenar el actual sistema de desarrollo y a buscar políticas más sostenibles para garantizar la supervivencia sobre el planeta” (Guijarro, 2008:72).

Esta consideración también es asumida por los propios periodistas, como el caso de Mariana Aizen, quien trabaja en el diario *Clarín*. Refiriéndose en su trabajo a la deforestación, la contaminación y otros “temas ambientales”, señala: “Rara vez, estos temas ingresan a las ‘páginas de adelante’ del diario, que son las que marcan la agenda política, y se relegan a las de atrás, que tienen menos peso” (Aizen, 2011:609). También afirma que “no hay periodistas especializados en la cuestión” y los que lo hacen no tienen “reconocimiento profesional”.

En este sentido, resulta importante efectuar una observación metodológica en torno al análisis del discurso de la textualidad periodística, entendido dentro del marco de las ciencias de la comunicación. Así, podremos volver a considerar la cobertura periodística del cambio climático.

#### **4. A MODO DE DISCUSIÓN: EL ABORDAJE DISCURSIVO – IDEOLÓGICO Y LA COP-15**

Para la teoría de los discursos sociales, no existe estrictamente hablando “discursos ideológicos” sino que lo ideológico es una dimensión fundamental de todo discurso. Como aclara Eliseo Verón, se trata de que todo discurso enunciado elabora relaciones a nivel de las operaciones culturales con otros discursos, que actúan como condicionamiento productivo.

Esto último también está muy relacionado con el concepto de “contrato de lectura”, que es clave en el modo en que Verón analiza el discurso periodístico. Esto es, que el periódico busca establecer una relación de confianza, que se basa en compartir aspectos, asumibles a las mismas condiciones discursivas, tanto entre los temas de los que se escribe como especialmente por la forma en la que se encara el desarrollo de la información. Como ya hemos dicho, esto tiene un claro componente ideológico. Así lo analiza Martini: “Las modalidades que se usan y reconocen como adecuadas y legítimas para decir la noticia responden a una visión del mundo, por lo que el contrato se sustenta en una coincidencia (en diferentes grados) ideológica” (2000:106).

Este “contrato de lectura”, por lo tanto, estructura la relación entre un medio y su público. Una relación que es discursiva, pero también social de una manera más amplia. Es decir, que el discurso periodístico está asentado en un soporte institucional, con ciertos condicionamientos sociales que corresponden a la prensa moderna. Héctor Borrat, escribe: “Entiendo por periódico independiente a todo aquel que (...) se define y actúa en función de sus objetivos permanentes de lucrar e influir, excluyendo toda relación de dependencia estructural respecto de cualquier otro actor que no sea su empresa editorial” (1989:9).

Es así que esta influencia será tomada por nosotros a través del concepto de línea política editorial, desde la que señalaremos a la gramática discursiva de cada diario, en referencia a las formaciones ideológicas de las que se nutre. En este punto, como aplicación operativa, será muy importante la identificación de las fuentes utilizadas, así como la valoración que se les da. También será importante la descripción de las secciones utilizadas para la cobertura y el modo en que se desarrolla la tematización del cambio climático en los distintos diarios.

En este sentido, debemos recordar que la identidad de un medio no está tan solo en el qué dice, ponderando allí las operaciones de inclusión, exclusión y jerarquización mencionadas por Borrat, sino también en el cómo lo dice: la modalización habla también de cierta jerarquización pero nos presenta otras características

importantes. Por ello, entonces, estamos de acuerdo con Martini, como ya hemos citado, que el contrato de lectura tiene que ver con la participación en un mismo verosímil que habla de una coincidencia ideológica.

Así, la sección actúa como gramática productiva del discurso periodístico. Es decir, que no resulta lo mismo escribir una noticia para la sección de "Sociedad" que para la de "Política". Sin embargo, esto no significa que sea el único condicionamiento ni el más importante, ya que existen también otros factores a considerar. En primer lugar, la línea editorial del diario, que puede representar cierta formación ideológica particular.

Por lo tanto, es posible también considerar que cada sección responda a una cierta formación ideológica diferente. Aquí, deben hacerse dos consideraciones. Por un lado, que el discurso de la sección difícilmente pueda escaparse de las orientaciones generales de la línea editorial del medio. Y, por otro, que estas diferencias pueden contemplarse, bajo la fórmula del pluralismo, pero siempre puede mediar una jerarquización de las distintas secciones.

Si consideramos todo esto, la primera corriente del periodismo ambiental como especialización, como una sección del periodismo actual, significaría que debe analizarse su relación con las otras secciones, que depende de la línea editorial global del medio. Por la otra parte, la segunda corriente implica que el periodismo ambiental es justamente esta línea editorial, es decir, el propio contrato de lectura, que como ya vimos estructura ideológicamente el medio.

Volvemos, entonces, al caso concreto de Copenhague 2009. Los estudios previos nos señalan la siguiente situación:

"...nos encontramos con diferencias marcadas en distintos medios de comunicación en el tratamiento informativo del cambio climático. Mientras que unos medios le otorgan una importancia relevante, otros minimizan sus consecuencias. Estas diferencias están presentes en el panorama internacional y tienen mucho que ver con la construcción que la ciudadanía se está haciendo de este reto ambiental. Su conocimiento es vital a la hora de abordar dicho reto". (Fernández Reyes, 2010:3).

Desde nuestro punto de vista, estas apreciaciones tienen que ver justamente con el contrato de lectura de los medios, que se corresponde con su visión ideológica. Y por ello el trabajo de Fernández Reyes elabora muy bien este punto, puesto que se explicita la elección de los diarios elegidos:

"...porque se acercan a los modelos de cosmovisión sociopolítica de los cuatro principales partidos europeos: *El Mundo*, *El País*, *Libertad Digital*, y *El*

*Ecologista* son, ideológicamente, referentes del conservadurismo, la social-democracia, el liberalismo y el ecologismo". (Fernández Reyes, 2010:3 y 4).

Como ya hemos sostenido, entonces el diario *El Ecologista*, justamente, es el único medio que trabaja desde la perspectiva del periodismo ambiental, desde una visión conceptual integral. En un nivel más amplio, Anabela Carvalho, citada por Fernández Reyes, insiste también en estar alertas acerca de la relación entre los medios y sus fuentes, así como la noción en general de "autoridad" en el relato periodístico. Aquí se vuelve a poner en juego el rol de la ciencia, que entre los especialistas de cambio climático tienen una gran influencia. En sus palabras:

"...la ideología está presente a la hora de interpretar los hechos, reconocer agentes científicos, o proponer unos objetivos. Igualmente es clave para interpretar la ciencia como una fuente de conocimiento con autoridad o rechazable" (2010: 17 y 18).

Para nosotros, los condicionantes ideológicos también subyacen al contrato de lectura de un medio, aunque esto se encuentra también atravesado por otras variables. Una de ellas, justamente, es la organización de un periódico entre las distintas secciones que lo componen. Otra posible, por supuesto, es también la propia subjetividad del periodista, que tiene el deber, en gran parte, de seguir la línea editorial del medio en el que trabaja, pero esto no siempre es así ni se cumple de manera uniforme.

## **5. ALGUNAS CONCLUSIONES PROSPECTIVAS**

Queremos destacar aquí el hecho de que las distinciones realizadas en torno al periodismo ambiental se articulan en una reflexión común. El periodismo ambiental entendido como la incorporación del tema ecológico en la lógica mediática, como una especialización, está más cerca de lo que sucede en la actualidad. Por lo tanto, de la definición del periodismo "realmente existente". Y, desde este punto de vista, las demandas sociales, sobre todo de los ambientalistas, de que los medios generen una conciencia ecológica, enfrenta un claro límite. Esto se explica por la consideración del diario como actor político, y económico, según menciona Borrat.

Por supuesto, esta distinción que proponemos no deja de ser arbitraria. Por todo ello, resulta factible sugerir una línea de investigación que indague sobre las ventajas comparativas de que se desarrollen una sección propia, o bien que lo ambiental atraviese a todo el medio. A su vez, tampoco la diferenciación entre dos corrientes es "pura", sino que desde un pensamiento que tome en cuenta la praxis, puede considerarse que se trata de etapas históricas. Es decir, que una puede ser el origen

de otra (desde lo diacrónico), o que las dos se retroalimenten (desde lo sincrónico). Mi postura, en su momento, fue cercana a este enfoque dialéctico:

“La sección en sí puede contener con mayor consistencia una formación ideológica definida no solo por la temática, sino por su retórica y sobre todo por una enunciación especial. Así también, es desde este lugar que se puede incorporar la conciencia ambiental a todo el medio, con el desafío de que la política editorial permita el crecimiento de una especialidad que por se implica la denuncia de poder económico concentrado” (Gavirati, 2008).

Esto significa, justamente, que en el actual contexto histórico, el periodismo ambiental surge primero como un tema más, que puede consolidarse a través de una sección. No obstante, la propia dinámica social y los cambios culturales que exceden a las instituciones denominadas “medios de comunicación” pueden permitir que, a partir del impulso de esta sección, el medio se “ambientalice”. Todavía es temprano para denominar a esto una tercera corriente, pero implica reconocer al menos el carácter histórico de toda definición.

Este matiz que incorpora de modo mayor la historicidad de los procesos, nos permite a su vez considerar desde una perspectiva sociológica una mirada sobre el cambio cultural emergente en las últimas décadas. Así, la actual etapa histórica que algunos denominan “posmodernidad” y otros “modernidad reflexiva” (sobre todo nos interesan los trabajos de Ulrich Beck), implica el fin de los “grandes relatos”. Llevado al ámbito periodístico, esto significa la apertura hacia una diversidad de discursos que, por supuesto, aún está por definirse si se trata de una tendencia fuerte, o simplemente un reajuste coyuntural. Podemos seguir, en este punto, la reflexión de Stella Martini:

“Las nuevas tendencias o nuevos problemas (new issues) en las agendas públicas se constituyen en temas que se resisten a los encasillamientos tradicionales. Algunos comienzan a constituir zonas fijas en la agenda de los diarios [...] y de la televisión [...], y de la sociedad (así sucede con el conjunto formado por la ciudad, la seguridad, el tránsito, la calidad de vida, la ecología, o también con el de género [...]). Esto se corresponde con nuevas necesidades de la opinión pública” (Martini, 2000:39).

Pensamos, entonces, que el periodismo ambiental se entiende actualmente como un tema (issue) dentro de los medios. Esto significa, sobre todo, que la temática ambiental está incorporada de manera subordinada dentro de diferentes secciones. Es por ello que puede estar tratada, o no, desde la perspectiva del “periodismo ambiental”, según lo entendería la segunda corriente. Es decir, lo importante es analizar cómo se realiza la integración de una temática o incluso una sección

ambiental con las “secciones tradicionales”, como el periodismo político, económico o generalista.

Así, el análisis del periodismo realmente existente es posible, pero no debe dejar de tener en claro que se trata del estado actual en que se incorpora la temática ambiental a la lógica mediática. Por la otra parte, la ambientalización de los medios puede comenzar con una sección. Para ser completa, debe llegar a ser la línea editorial de un medio.

## **6. REFERENCIAS**

- BORRAT, Héctor (1989): *El periódico actor político*, GG Comunicación, Barcelona.
- DIRIK, A. y GELDERS, D. (2010): “Ideologies overruled? An explorative study of the link between ideology and climate change reporting in dutch and French newspapers”, *Environmental Communication*, Vol. 4, N° 2, junio de 2010.
- ESTEINOU MADRID, Javier (2000, mayo - julio): “Ecología, medios de comunicación y cambio de conciencia humana”, *Razón y Palabra*.
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2002): “En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental”, *Ámbitos*, N° especial 9-10, 2° semestre 2002- Año 2003. Pp. 143- 151.
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2010, octubre): “Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España”, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 15 de septiembre de 2011 de [www.eumed.net/rev/cccss/10/](http://www.eumed.net/rev/cccss/10/)
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2011, marzo): “La función formativa o educativa en el periodismo ambiental”, *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Sevilla. Recuperado el 21 de septiembre de 2011 de [www.eumed.net/rev/cccss/11/](http://www.eumed.net/rev/cccss/11/)
- FERRETTI, Edmundo (2009): “Periodismo, Comunicación y Ambiente”, en Ferretti, E., González, L. y Useglio, P. (comp.) (2009): *Comunicar el Ambiente. Una nueva experiencia pedagógica*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.
- FLORES MORA, Cinthya (2010): “Una aproximación al Periodismo Ambiental: tendencias regionales y claves para un mejor ejercicio de la profesión” en Trotti y González Rodríguez, *Periodismo ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura periodística*, SIP.
- FORD, Aníbal (1985): “Literatura, crónica y periodismo”, en Ford, , Rivera y Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

- GAVIRATI, Pablo (2008): "La Comunicación Ambiental: desafío de las Ciencias Sociales", Actas de las Jornadas Académicas 2008 de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA), Facultad de Ciencias Sociales - UBA, 30 y 31 de octubre y 1º de noviembre de 2008.
- GAVIRATI, Pablo (2012): "Periodismo local y cambio climático global. Análisis discursivo de la COP-15 en la prensa argentina", Revista Razón y Palabra, N° 79, mayo - julio de 2012.
- LEFF, Enrique (2004): "Ecología política y saber ambiental", en LEFF, Racionalidad ambiental. La reapropiación social de la naturaleza, Siglo XXI, México. PP. 232 a 297.
- MARTINI, Stella (2000): Periodismo, noticia y noticiabilidad, Norma, Buenos Aires.
- MARTINI, Stella (2007): "Agenda de la sociedad y agenda de los medios", en Luchessi y Rodríguez (comp.): Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación, La Crujía, Buenos Aires.
- PECHEUX, M. (2003): "El mecanismo del reconocimiento ideológico", en ZIZEK, (comp.), Ideología, un mapa de la cuestión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- VALENTE, Marcela (2011): "Periodismo ambiental como mirada de la realidad", Jornadas Interjurisdiccionales de Comunicación Ambiental, Fundación Patagonia Natural.
- VERÓN, Eliseo (1985): "El análisis del `contrato de lectura´, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media", en Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications, IREP; París, Edición del Centro de Estudiantes de Ciencias Sociales, UBA.
- VERON, Eliseo (1984): La semiosis social, Editorial Gedisa, México, 2004.

# **EL SILENCIO MEDIÁTICO. REFLEXIÓN EN TORNO A LAS RAZONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA NO HABLAR DEL CAMBIO CLIMÁTICO**

ROSALBA MANCINAS CHÁVEZ

## **1. INTRODUCCIÓN**

En diciembre de 2012 se llevó a cabo en Doha, Qatar, la Cumbre Mundial del Clima que organiza anualmente la ONU desde que 189 representantes de distintos países se reunieran por primera vez en Buenos Aires, Argentina, en diciembre de 2004, un poco antes de la entrada en vigor del Protocolo de Kioto.

El acontecimiento debiera ser altamente cubierto por los medios de comunicación, por la importancia y el alcance que implica una reunión de representantes de una gran cantidad de países que discuten el futuro del planeta. Después de que científicamente fuera probada la mano del hombre en el cambio climático, el evento debiera estar en todos los medios de comunicación. Sin embargo, tuvo una exigua cobertura, se habló de ello, claro, pero las pocas noticias que se publicaron al respecto fueron borradas por el mar de información que se genera continuamente en la dinámica de sobreinformación (Ramonet, 1998) que padecemos en la actualidad.

En este sentido, en la idea viciada de que los acontecimientos que no están en los medios de comunicación no existen (Ramonet, 1998), la inclusión o no de un tema dentro de la agenda mediática implica la presencia del mismo en la agenda pública, es decir, en los diferentes espacios de discusión social.

La telaraña de intereses que se teje por detrás de los medios de comunicación provoca que el cambio climático -al igual que otros problemas esenciales en el devenir del ser humano- sea silenciado en la agenda mediática o al menos que no sea abordado con la asiduidad de otros temas que incluso poseen mucho menor calado para los intereses vitales de los seres humanos.

En este capítulo elaboramos una breve reflexión que pretende hacer una aproximación a las razones por las cuales los medios de comunicación incluyen o no un tema dentro de su agenda. Damos una pincelada al tratamiento de la temática en general y nos centramos en el abordaje del cambio climático en los medios de comunicación.

## **2. RECORDANDO EL ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA MEDIÁTICA**

En los sistemas democráticos que dicen caracterizarse por tener un sistema político y mediático abierto, el flujo de la opinión pública se encuentra en continua evolución. A lo largo del tiempo la relevancia de los temas sube y baja en función de la atención que recibe por parte de los medios y de los públicos (McCombs, 2004: 85). Esa atención es limitada, se ha demostrado que la agenda pública sólo es capaz de asumir un número limitado de temas.

También se ha demostrado que la agenda mediática tiene una fuerte influencia en la conformación de la agenda pública, por eso se da una continua competencia entre las diferentes instituciones públicas y privadas para colocar sus temas de interés en la agenda mediática, como única vía posible para acceder a los espacios públicos de discusión. McCombs (2006) afirma al respecto:

... En cualquier momento se dan cita docenas de temas en contienda por la atención pública. Pero ninguna sociedad, con sus instituciones, puede atender a más de un puñado de temas a la vez. El recurso de la atención en los medios informativos, entre el público, y en nuestras diversas instituciones públicas, es muy escaso.

El establecimiento de la agenda mediática nos lleva a la cuestión de la opinión pública y la opinión publicada. Es cierto que entre los públicos existen aún resortes para resistir la influencia mediática, es decir, los públicos no son totalmente manipulables pero sí están muy determinados por los mensajes publicados. Hace años, en 2000, el viñetista y dibujante El Roto (en Reig, 2008) veía así el fenómeno desde las páginas de *El País*:

EL PAÍS, sábado 29 de julio de 2000

EL ROTO



Mark Weisbrot, miembro del Center for Economic and Policy Research, ha reconocido abiertamente que en la agenda de temas internacionales, sobre todo, proyectada a los ciudadanos por distinguidos rotativos como *The Washington Post* o *The New York Times* tienen mucho que ver las consignas emanadas desde el Departamento de Estado de la administración estadounidense<sup>1</sup>. No es de extrañar, por tanto que, en un primer momento, ambos diarios sostuvieran la tesis de que, en efecto, en Irak, Sadam Husein poseía armas de destrucción masiva, abriendo así el paso a una intensificación de la intervención armada de Estados Unidos.

Después de comprender la importancia de la agenda mediática en el establecimiento de la agenda pública, el siguiente paso es preguntarse por la forma en que un medio de comunicación o el sistema mediático en general establece la agenda diaria de información. ¿Saltan a la primera página los temas más relevantes de cada

<sup>1</sup> Véase: <http://www.youtube.com/watch?v=V1bqbpjg18E>, consultado, 26/12/2012.

día? ¿A qué intereses obedecen? ¿Quién y cómo define cuáles temas son relevantes y cuáles no?

En el siglo XXI los medios de información no mienten –o raramente lo hacen-, no necesitan hacerlo, la omisión es el peor castigo para temas y personajes que no encajan en la dinámica política y social en la que están inmersos y a la cual obedecen.

Otras veces ni siquiera es necesario omitir los temas incómodos, se aplica la nueva censura de la que nos habla Ramonet (1998, 40):

En los sistemas en los que nos encontramos, que son aparentemente democráticos, existen pocos ejemplos de funcionamiento de la censura en los que, de una manera palmaria, se dediquen a ocultar, cortar, suprimir, prohibir los hechos. No se prohíbe a los periodistas decir lo que quieran. No se prohíben los periódicos en los países democráticos europeos. La censura no funciona así. [...] La censura no funciona hoy suprimiendo, amputando, prohibiendo, cortando. Funciona al contrario: funciona por demasía, por acumulación, por asfixia.

Podemos afirmar que la agenda pública depende en parte de la agenda mediática que, a su vez, depende de los intereses de los medios masivos de comunicación.

No pretendemos de manera alguna establecer una dicotomía simplona de buenos y malos, no vamos a afirmar en este capítulo que los medios de comunicación son entes malévolos que continuamente están buscando la forma de hacernos daño. El asunto es más complejo, funciona de manera orquestada en una dinámica de acuerdos escritos y no escritos, donde cada elemento cumple una función dentro de un sistema y los medios se convierten en los brazos ejecutores de ese sistema (Schiller, en Mosco, 1993). A estas alturas no podemos hablar del “poder” de los medios de comunicación, cuando se ha demostrado (Reig, 2004) que son la cara visible de un entramado complejo de relaciones políticas y –sobre todo- económicas (Reig, 2011). Comprendemos que los medios de comunicación forman parte del poder económico, el primer poder, que a estas alturas del Siglo XXI ha quedado muy por encima de los clásicos tres poderes del Estado.

### **3. LAS 5 P QUE CONDICIONAN EL TRABAJO DEL PERIODISTA (REIG, 2010)**

Herbert Schiller afirmaba en la entrevista que le realizara Viçent Mosco (1993): “si los medios practican algo vagamente parecido a la responsabilidad social, se producirá alarma, cólera y una represalia inmediata en los centros neurálgicos del

sistema". Es una de las principales contradicciones del sistema mediático. Por un lado, tienen la obligación de aparentar responsabilidad social, y por otro lado, no pueden dejar de defender su posición dentro del sistema que los sustenta.

No es culpa del periodismo y mucho menos del periodista. En algo que nosotros entendemos como una defensa hacia la labor del periodista, Ramón Reig (2010) propone cinco condicionantes principales en la labor del periodismo en el siglo XXI. Se trata de **p**ublicidad, **p**olítica, **p**roducción, **p**úblicos, **p**ropiedad.

La publicidad es la base de los medios de comunicación privados y es también la base del consumo, si nos remitimos a los principios más esenciales de mercadotecnia. El éxito de la publicidad consiste en conseguir que las personas compren productos que no necesitan. Cuando las máquinas producen más de lo que se vende, es necesario implementar estrategias para convencer al consumidor de comprar artículos. Es la esencia del capitalismo. Si sólo nos atuviéramos a esta primera p, ya no podríamos pedirle al periodismo una información veraz con relación al cambio climático. Por ejemplo, si resulta que los coches son emisores de gases y conviene al planeta que busquemos otro estilo de movilidad pero las empresas de coches entran en los primeros veinte anunciantes que más invierten en publicidad ¿qué hacemos? ¿Rechazamos esa publicidad y hacemos reportajes que expliquen a la población la necesidad de utilizar fuentes alternativas de transporte o salvamos la empresa?

En efecto, entre las empresas que más invierten en publicidad siempre suelen estar las marcas de automóviles. Ver gráfico 1.

En los medios, apenas se dan reportajes críticos en relación con este sector de la producción, muy al contrario, la crisis de 2007 ha provocado que, sólo en España, la venta de autos disminuya casi un 40 por ciento en determinadas zona (Sevilla) y casi un 18% a nivel nacional<sup>2</sup> pero, desde el punto de vista de la economía mercantil, en la que los medios están inmersos, se trata de una mala noticia porque destruye puestos de trabajo, sólo eso se esconde detrás de noticias de este tipo. Nada o apenas nada se indica ni se defiende sobre cómo esos puestos de trabajo perdidos podrían ser reconducidos hacia tareas productivas alternativas (I+D+I en general y otros aplicables a la sanidad, a la enseñanza, a las energías alternativas o renovables, a los transportes públicos, al ejercicio profesional en estos sectores, por ejemplo).

---

2 Véase Tiziana Trotta: La venta de coches cae un 17,2% y obliga a revisar a la baja la previsión para el año", en: [http://economia.elpais.com/economia/2012/08/01/actualidad/1343813691\\_013702.html](http://economia.elpais.com/economia/2012/08/01/actualidad/1343813691_013702.html), consultado, 26/12/2012.

## 20 principales anunciantes en 2011 (España)

Empresas	Inversión (millones de euros)
1. Procter & Gamble S.A.	123,8
2. Telefónica S.A.	113,3
3. El Corte Inglés S.A.	99,8
4. L'Oréal España S.A.	92,1
5. Volkswagen-Audi España S.A.	65,7
6. Vodafone España S.A.	59,7
7. ING Direct	56,8
8. France Telecom España S.A.	48,9
9. Viajes El Corte Inglés	48,9
10. Danone S.A.	46,9
11. Línea Directa Aseguradora	46,8
12. ONCE	42,6
13. Coca Cola	36,1
14. Renault España S.A.	34,5
15. Unilever España S.A.	30,8
16. Antonio Puig S.A.	30,7
17. Citroën España S.A.	30
18. Peugeot España S.A.	30
19. Nestlé España S.A.	29,5
20. Ford España S.A.	28,8

Fuente: Infoadex y Noticias de la Comunicación, marzo de 2012.

Gráfico 1. Principales anunciantes 2011 en España

La política es otra presión que tiene el periodismo, la democracia capitalista sólo puede funcionar si unos pocos son quienes toman las decisiones, con una participación superficial de la "masa". En este sentido, la despolitización, apatía y cinismo que provocan los medios de comunicación en el ciudadano son muy útiles e imprescindibles para el funcionamiento del sistema. Cuando la gente abandona la esperanza de que el cambio social puede ser factible y beneficioso, se aleja de la vida pública, dejando en manos del vértice de la pirámide de poder toda la responsabilidad.

La tercera, la **p** de **producción** se refiere a los cambios que ha supuesto la implementación de la tecnología de la información en los hábitos de consumo que han obligado a los medios de comunicación a plantearse la producción como un condicionante más de su trabajo. El periodista actual no sólo debe estar preparado como periodista, además debe conocer una serie de herramientas informáticas que le

permitan generar sus propias piezas de información sin la ayuda que representaba antes el corrector de estilo, el diseñador gráfico, el fotógrafo, etc. El periodismo debe adaptarse a una época de cambio vertiginoso donde el modelo de negocio tradicional está en crisis y aún no se encuentra un nuevo modelo que lo sustituya. La crisis económica afectando el modelo tradicional de negocio de los medios de comunicación, los periodistas viviendo situaciones de precariedad laboral mientras las empresas intentan sobrevivir a los vertiginosos cambios tecnológicos que ponen a disposición del ciudadano tal cantidad de información de forma gratuita que los medios masivos de información parecen prescindibles.

En cuarto lugar, el trabajo del periodista está condicionado por la demanda del público, está –por tanto- obligado a realizar su trabajo de forma creativa para que el público lo acepte. Es la tiranía de las audiencias en la sociedad del espectáculo, la lucha continua por captar receptores a cualquier precio. Así, el periodismo se ve entre la necesidad de informar y la obligación de mantener los niveles de audiencia para justificar su existencia. La responsabilidad del usuario de la información juega un papel importante, pero ese es un asunto demasiado complejo para ser tratado en este capítulo, la pregunta es ¿la gente consume lo que se le ofrece o demanda y los medios obedecen? En otras palabras nos preguntamos si la sociedad es un reflejo de sus medios de comunicación o, al revés, los medios de comunicación reflejan la realidad. En cuanto al cambio climático, ¿está dispuesto el ciudadano occidental a enfrentarse a la realidad del planeta? ¿Le interesa que los medios de comunicación le informen de lo que está pasando en la Tierra y le exijan un cambio en su modelo de vida? ¿Está dispuesto a asumir un cambio cultural? No es eso lo que dicen los resultados de audiencias.

Finalmente, la **p** de propiedad. Ya no es novedad hablar de los intereses económicos que tienen los medios de comunicación, el acuerdo no escrito entre ellos para defenderse mutuamente cuando se ataca el sistema que los sustenta, esa aparente competencia que no es tal cuando se abordan temas esenciales para el sistema de mercado. Se puede presentar una apariencia de pluralidad, pueden existir medios con tendencias de derecha, izquierda o centro, siempre y cuando sus temáticas aborden cuestiones superficiales que no afecten las entrañas del sistema.

En este sentido, en el tema del cambio climático la postura es unánime, medios como *El País*, en España, que presume de postura progresista de izquierda socialdemócrata puede tener la misma postura que el monárquico *ABC*. Rogelio Fernández Reyes (2010), después de un análisis de editoriales de prensa entre 1992 y 2008, concluye “Hemos observado que el cambio climático se aborda de similar manera en los discursos de *El País* y *El Mundo*. Ambos diarios proponen alternativas ambien-

talistas análogas, (...) Surge la pregunta: ¿ideológicamente son tan diferentes ante el cambio climático? Nuestra conclusión es que, hasta el momento, no”.

La cuestión es que los medios de comunicación son empresas privadas y, como tales, tienen dueños. El dato más oculto en las sociedades democráticas es precisamente la propiedad de los medios de comunicación. Podemos intuir o deducir que hay un entramado empresarial complejo, pero demostrarlo es mucho más complicado (Segovia, 2001). Pascual Serrano (2010) afirma:

Los que se supone que tienen la función social de informar de lo que menos informan es precisamente de ellos, de quiénes son los dueños de las empresas de comunicación en qué otras empresas participan, qué bancos les prestan el dinero, cuánto cobran sus directivos, cómo explotan a sus trabajadores, a qué se dedican esas mismas empresas en otros países, a qué se dedicaron hace años....

Repetimos, los medios de comunicación tienen dueños (Serrano, 2010; Reig, 2011), el mensaje, por tanto, también lo tiene. En los primeros estudios críticos de comunicación las sospechas recaían sobre la publicidad como condicionante primordial de los contenidos mediáticos. Ahora sabemos que además de la publicidad, los propietarios de los medios de comunicación son determinantes en el listado de temas que se abordan, sin dejar de lado –por supuesto- la publicidad, que entendemos como la base para la existencia de un medio privado y en muchas ocasiones público.

Si un medio es una empresa y tiene como finalidad la obtención de ganancias, ¿dónde queda la información?, ¿qué papel le corresponde desempeñar a los contenidos? Habremos de recordar que William Randolph Hearst, el gran magnate de los negocios en la primera mitad del siglo XX en los Estados Unidos definía las noticias como aquellos “textos que iban mezclados entre los anuncios”.

En la propiedad de los medios de comunicación hay un elemento que complica aún más el entramado. Las empresas mediáticas no compiten entre sí, en palabras de Serrano (2010) “el sacrosanto principio neoliberal de la competitividad como garantía del buen hacer profesional, no se cumple en los grupos de comunicación”. Lo habitual es encontrar acuerdos y colaboraciones entre corporaciones aparentemente con competencia entre sí. La relación es de complicidad y el receptor es el más perjudicado. La pluralidad no existe, es una apariencia, existen diversos mensajes dentro de un mismo sistema (Mancinas Chávez, R., Zurbano Berenguer, B. y Domínguez Martín, S., 2011).

#### **4. EL SECTOR ENERGÉTICO Y LA COMUNICACIÓN**

Para comprender las razones por las cuales los medios no informan adecuadamente del cambio climático, después de repasar las 5 p's que propone Ramón Reig como condicionantes del periodismo en la actualidad, me interesa centrarme en este apartado en la quinta p, la p de **p**ropietarios.

Quizá la parte más peligrosa del sistema de medios de comunicación es que los propietarios ya no son especialistas en información sino en finanzas y lo mismo invierten en industria del armamento o del sector automovilístico que en medios de comunicación.

El análisis pormenorizado de los dueños de los medios de comunicación (Reig, 2011; Serrano, 2010) nos llevaría a una diversidad de sectores económicos y encontraríamos participación de actores financieros internacionales.

Un elemento fundamental es comprender que el sistema mediático actual tiene una fuerte dependencia de los EEUU. De los seis principales conglomerados mundiales de la comunicación, tres son de nacionalidad estadounidense y los otros tres son europeos, pero también con una fuerte presencia en Norteamérica.

Otro factor elemental es que los principales emisores de gases de efecto invernadero (sector industrial y sector energético) tienen intereses en los medios de comunicación.

Con el fin de aportar datos para fundamentar la afirmación anterior, en esta sección hacemos un repaso por algunos vínculos entre las empresas del sector energético con medios de comunicación en España. Los datos son coyunturales, cambian, se ajustan, siguen la dinámica del mercado. El mensaje es el mismo, las empresas tienen una misma filosofía, como empresas que son, la defensa de la economía de mercado como único sistema posible.

En el siguiente cuadro de Ramón Reig (2012) se muestran algunos de los vínculos:

Como podemos ver, Endesa tuvo participación en Antena 3 TV desde 1995 hasta 1998, que pasó a ser una alianza con el BCH en la empresa conocida como Airtel (8,14% Endesa, 14,9% BCH) en febrero de 1998, donde tenían participación además Unión Fenosa, Cepsa y Retevisión.

En el año 2000 Iberdrola tenía el 20% de las acciones de la cadena de televisión Veo TV junto con Unedisa del grupo italiano FIAT Rizzolli Corriere de la Sera (Reig, 2011).

Endesa apostó fuerte por la puesta en marcha del primer experimento de plataforma de televisión digital en España, con un 49% de participación en Quiero TV, al

Empresa	Conectada a...	Años
Endesa	Antena 3 TV	1995-1998
Endesa-BCH (alianza estratégica)	A-3 TV, Airtel (8,14% Endesa, 14,9% BCH), Unión Fenosa (7,5 + 7,5%), Cepsa (7,9+8,1%), Retevisión (21,7+5%).	Febrero 1998
BBV-Sevillana	Grupo Correo (Familia Ybarra)	1998. En 2001 Correo y Prensa Española crean Vocento
Iberdrola	Veo TV (20% de las acciones, 25,5 Unedisa)	2000
Endesa	Auna (28%), Quiero TV (49%)	2001
Unión Fenosa	Auna (17%)	2001
General Electric	NBC-Comcast	2012
General Electric	Disney y Hearst, los tres dueños de History Channel	2012
E.ON España, filial de E.ON Alemania (gas, luz...) de capital público.	Accionista de Vocento	2012

Cuadro 1. Algunos vínculos entre el sector energético y la comunicación, de Ramón Reig (2012)

mismo tiempo que participaba también con un 28% en AUNA, compartiendo con Unión Fenosa que tenía el 17%.

Una de las grandes compañías de energía en el mundo, que además tiene una amplia variedad de productos que van desde electrodomésticos hasta industria de armamento se ha hecho accionista mayoritario de NBC-Comcast, uno de los principales grupos de medios de comunicación en Estados Unidos, que tiene además vínculos con la francesa Vivendi, dueña a su vez de Universal y con ello todo lo que implica, desde parques de atracciones hasta bebidas alcohólicas, pasando por el liderazgo de la industria musical.

Seguir la pista a los propietarios y a los consejos de administración de las empresas energéticas puede aportar datos interesantes que resuelvan la incertidumbre del silencio informativo con relación a un tema de tal trascendencia como el cambio climático.

En las empresas españolas de energía existe casi un común denominador en la propiedad de las empresas energéticas: el fondo de inversión Chase Nominees, la filial dedicada al negocio de custodia del banco americano JP Morgan Chase, que preside William B. Harrison y que aparece como accionista de gran relevancia en nada más y nada menos que 14 de las 35 empresas del Ibex. Chase Nominees no se sienta en ningún Consejo de Administración, pero su presencia accionarial en España no es despreciable. Es el primer accionista en compañías como Altadis, BBVA, Endesa y Telefónica; segundo accionista en Acciona, Iberdrola, Indra, Repsol YPF y SCH y tercer accionista en Gas Natural, Inditex, Telecinco, Banco Popular y Enagas. Sólo con su nombre encontramos una primera telaraña de intereses que irremediablemente llega hasta el aspecto mediático a través de BBVA, SCH y Telefónica.

En Gas Natural los principales accionistas son Repsol YPF (30,8%), La Caixa (30%), Chase Nominees (5%). En el consejo de administración de esta empresa, además de empresas como Adeslas y Nestlé (con fuerte presencia en publicidad en los medios de comunicación) encontramos al presidente de Prensa Española (ABC), ahora Vocento junto con el Grupo Correo del País Vasco.

En Repsol tenemos a CaixaBank con un 12,97%; Sacyr Vallehermoso con un 10,01%; PEMEX con 9,49 %; BBVA 3,92%; BNP Paribas con 3,32%; BlackRock con 3,07 % y, finalmente, un 57,22% controlado por "otros", la parte más "peligrosa" y misteriosa de las grandes empresas, unos otros que pueden incluir multitud de empresas y sectores.



Además de los porcentajes de propiedad de los medios de comunicación, encontramos enlaces en los Consejos de Administración. Por ejemplo D. Matías Cortés Domínguez, Consejero de Prisa desde 1977, uno de los hombres fuertes del grupo desde sus orígenes y miembro de su Comisión Delegada y de su Comité de Gobierno Corporativo<sup>3</sup>. Actualmente es miembro del Consejo de Administración de Sacyr Vallehermoso, S.A., accionista fuerte en Repsol. El Grupo Prisa puede ponerse la careta de socialdemócrata y hacer propaganda a favor de mujeres, inmigrantes y homosexuales como estrategia de ventas, pero jamás ofrecerá una postura que ponga en peligro a sus propietarios. Esa podría ser una de las razones del silencio informativo con relación al cambio climático en un diario de referencia como *El País*, con tanta credibilidad en el mundo hispanohablante. Es cierto que en este diario escriben periodistas de la talla de Méndez y Rivera, que abordan el tema del cambio climático de forma seria y con calidad. El problema no es la falta de periodistas que conozcan el tema y lo trabajen con seriedad, el problema es la omisión en la agenda mediática. Ni siquiera es omisión, porque algunas veces el medio permite que se publiquen piezas serias y de calidad informativa con tal de sostener una imagen de libertad de expresión y pluralismo informativo, sabiendo que luego la cantidad de información con otro discurso "asfixia" la información referente al cambio climático.

## **5. LAS CONTRADICCIONES DEL SISTEMA**

Finalmente, comprendemos que las razones de los medios de comunicación para no informar adecuadamente del cambio climático tienen que ver con las contradicciones del sistema económico de mercado. Un sistema que presume de democracia y que aceptamos los ciudadanos como democrático, pero que tiene dueños que no son precisamente los electores, el demos. Y esos dueños no quieren democracia, no les interesa, quieren ganancias. Si la democracia genera ingresos, entonces sí, pero si no, no interesa. Las afirmaciones que se acaban de anotar parecen demasiado tajantes y ortodoxas pero animamos al lector a que lleve a cabo un repaso por la historia reciente (el apoyo del Poder al Sha Reza Pahlevi, en Persia -hoy Irán-, a Pinochet, a Franco o al mismo Sadam Husein cuando era aliado de Occidente) y, si no tiene tiempo para ello, que reflexione sobre cómo se está construyendo la Unión Europea: primero, se colocan las bases financieras y monetarias,

---

<sup>3</sup> En octubre de este año corrió el rumor de que había dejado su puesto en el Consejo del Grupo Prisa (<http://www.vozpopuli.com/buscon/16258-cebrian-desaloja-a-matias-cortes-del-consejo-de-prisa-si-polanco-levantara-la-cabeza>), no tenemos confirmación del dato, cuando escribimos estas líneas (diciembre 2012, aún aparece en la información institucional del grupo).

y ya veremos cuándo un basamento político que, de manera efectiva, represente a la ciudadanía.

La principal y más cínica contradicción es la libertad de expresión. Con demasiada ligereza se habla de regímenes donde el gobierno no permite la libertad de expresión y se presume de amplio margen de libertad mientras se cuidan escrupulosamente las cuentas de resultados.

Y es lógico, según Ramón Reig (2004)

Toda estructura de Poder precisa de un discurso, de unos mensajes, que la consoliden. La misión del poder es no dejar de serlo. Para ello el concurso y la complicidad mediáticas son imprescindibles.

Las civilizaciones humanas siempre se han estructurado de manera jerárquica, siempre ha existido una clase poderosa y unos cuantos entre la masa que luchan para invertir los papeles. La diferencia ahora es que el poder se ejerce desde las sombras, mientras se presume de “transparencia”, de “libertad de expresión”. Y para ello tenemos a la clase política que da la cara ante la ciudadanía mientras los que verdaderamente ejercen el Poder están tranquilos, lejos del devenir “democrático”. En este sentido, la democracia es un engaño, nos obligan a pasar por procesos electorales para elegir gobiernos que luego no tendrán poder, estarán supeditados a las dinámicas de mercado, a los dictados de instituciones superiores como el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el Banco Mundial (BM). Y los medios callan, alaban el sistema democrático y presumen de libertad de expresión. Porque, en efecto, son las voces de sus amos.

El país que más presume de democracia y que se pone a menudo como ejemplo de libertad de expresión puede ser un buen ejemplo para entender estas contradicciones del sistema. La mayoría de los sectores de la economía americana están dominados por prácticamente un puñado de grandes corporaciones. Estas corporaciones, a su vez, están unidas de diversas formas para crear una comunidad corporativa. En el nivel económico, las conexiones entre la comunidad corporativa se manifiestan en la propiedad de acciones compartidas entre familias y otras corporaciones, así como en *joint ventures* entre corporaciones o en las fuentes comunes de créditos bancarios que la mayoría de las corporaciones comparten. La vieja Europa, con su larga tradición de Estado, sucumbe poco a poco ante la antorcha de la “libertad” estadounidense y se adapta al sistema de mercado más salvaje, debilitando cada vez más las instituciones estatales, privatizando los servicios más elementales para sostener el estado del bienestar.

Los medios de comunicación son una pieza más dentro de un entramado complejo de dominio global. Desde los acuerdos de Bretton Woods, después de la Segunda Guerra Mundial, el factor financiero y económico es organizado por el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI); en el factor empresarial tenemos el entramado de corporaciones a nivel global del que hablábamos anteriormente, donde también se incluyen los grandes grupos de comunicación; finalmente, el sistema tiene un factor militar y político, el factor militar es la OTAN y el político la ONU (Reig, 2011).

Seis elementos divididos en tres niveles para defender el mismo sistema de organización política y económica, el sistema de mercado. Si en las cumbres anuales que organiza la ONU se llegara a la conclusión de que el problema es el consumo y la solución es un cambio en el modelo de vida que pase por la revisión del sistema de mercado; si le hiciéramos caso a José Luis Sampedro que desde hace tiempo está diciendo que el sistema de mercado está agotado y nos está llevando a un modelo de desarrollo equivocado, destructivo con nuestro medio ambiente y con la subsistencia de la propia especie ¿quién se encargaría de darle difusión para que llegara a un gran sector de la población? Estoy segura que el sistema mediático actual no.

## **6. A MODO DE CONCLUSIÓN**

El periodismo atraviesa por una situación crítica. En este capítulo hemos hablado del sistema privado de medios de comunicación y no hemos abordado el sistema público de medios.

Defendemos con ahínco la necesidad de mantener un sistema de medios públicos fortalecido. Es la única esperanza para mantenernos informados. Aceptamos que los sistemas públicos obedecen al vaivén de los partidos políticos en el gobierno, pero es preferible a obedecer a los vaivenes empresariales donde el ciudadano no tiene nada que decir porque se trata de “negocios privados”. La discusión debiera ser cómo mejorar los sistemas públicos, qué medidas tomar para evitar las posturas partidistas.

En cuanto al silencio informativo de los medios de comunicación con relación al cambio climático, por nuestra parte lo tenemos claro, se conjugan las 5 P's de Ramón Reig, la publicidad con su urgencia por estimular el consumo, la política como cómplice de las grandes corporaciones globales, la producción poniendo en jaque el modelo actual de negocio del periodismo, los públicos que no exigen información veraz, se conforman con los programas de espectáculos que ofrecen diversión y emociones más que información; y finalmente la propiedad de los

medios, que muchas de las veces coincide con las empresas más reacias a tomar decisiones para evitar el cambio climático.

## 7. REFERENCIAS

- FERNÁNDEZ REYES, R. (2010): Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España, *Contribuciones a las ciencias sociales*, octubre de 2010, <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr.htm>.
- MANCINAS CHÁVEZ, R., ZURBANO BERENGUER, B. y DOMÍNGUEZ MARTÍN, S. (2011): La segmentación del mercado como estrategia de venta en España: el caso del diario Público, *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, EPTIC*, Vol. XIII, No. 2.
- McCOMBS, M. (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Madrid: Paidós Comunicación.
- MOSCO, V. (1993): "Las verdades ideológicas e institucionales dominantes deben ser reexaminadas". Entrevista a Herbert I. Schiller. *Telos* 34, Madrid, junio-agosto, pp. 117-134. Disponible en [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num\\_034/index\\_034.html?inves\\_entrevistas0.html](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_034/index_034.html?inves_entrevistas0.html)
- MONTÓN, Raquel (2006): Quién controla la energía en España. Informe sobre las compañías eléctricas en España. Estudio de los flujos financieros de las compañías eléctricas españolas en activos eléctricos durante el periodo 1998/2005, Greenpeace España, Disponible en <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/quien-controla-la-energ-a-en-e.pdf>.
- NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL y MARTÍN DÍEZ, Ma. Antonia (1996): *Estructura de la comunicación mundial*, Madrid: Universitat.
- RAMONET, Ignacio (1998): *La tiranía de la comunicación*, Madrid: Temas de debate.
- REIG, Ramón (2004): *Dioses y diablos mediáticos. Como manipula el Poder a través de los medios de comunicación*, Barcelona: Urano.
- (2008): "El poder del humor y el humor bajo el poder", en *Revista Latina de Comunicación Social*. Disponible en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/humor/Ramon\\_Reig.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/humor/Ramon_Reig.html), consultado, 26/12/2012.
- (2010): "Condicionantes estructurales del trabajo del periodista: las causas de una sociedad desinformada", *Global Media Journal*, Volumen 7, Número 14 Pp. 39-59. Disponible en: [http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ\\_EI/article/view/302/256](http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ_EI/article/view/302/256), consultado, 26/12/2012.

- (2011): *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*, Barcelona: Gedisa.
- SEGOVIA ALONSO, Ana I. (2001): *La estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos: análisis crítico del proceso de concentración multimedia*, Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- SERRANO, Pascual (2010): *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*, Madrid: Ediciones Akal.

## **REFLEXIONES SOBRE UN PERIODISMO EN TRANSICIÓN**

ROGELIO FERNÁNDEZ REYES

Nos encontramos en un territorio de extralimitación<sup>1</sup> de varios umbrales ambientales, con la posibilidad de colapso en el horizonte. ¿Hacia qué tipo de Cambio es oportuno que se encamine la humanidad?, ¿hacia qué tipo de sostenibilidad?, ¿qué papel pueden jugar los medios de comunicación?

En torno a la sostenibilidad se encuentran: una postura inmovilista, una postura reformista y una postura que defiende un cambio de sistema. Siguiendo la teoría de sistemas, el inmovilismo se puede identificar con lo que denominaríamos Cambio 0, el reformismo con Cambio 1 y la propuesta de otro sistema con Cambio 2.

En este ensayo se aborda la necesidad de un cambio cultural, que se puede decantar por favorecer un Cambio 2 desde el ámbito informativo, sin renunciar al rigor y al intento de objetividad. Se reflexiona sobre un periodismo en transición, cuyo eje de referencia es la sostenibilidad.

### **1. ANTE EL CAMBIO GLOBAL**

Se pueden diferenciar dos dinámicas de obtención de conocimientos complementarias: la investigación básica y la investigación aplicada. Mientras que la primera progresa con el objetivo de construir un conocimiento seguro, más allá de cualquier interés por aplicaciones concretas, la investigación aplicada prospera

---

<sup>1</sup> Por extralimitación se entiende rebasar los límites biofísicos

a medida que existen intereses por conseguir resultados concretos para poner en práctica (Piñuel, 2008: pp. 15-16). La vertiente básica, hasta el momento, parece estar predominando en la incipiente investigación sobre el tratamiento mediático del cambio climático en España, lo cual es lógico en un primer estadio.

El presente artículo se ubica en la reflexión aplicada ante el cambio global. Lo justifica la necesidad imperiosa de una reacción de buena parte de la especie humana ante la extralimitación y la dinámica de forzamiento que ejercemos sobre la ecosfera.

Decía Calvo Hernando que las sociedades del tercer milenio iban a necesitar un nuevo tipo de comunicador que, sin dejar su papel fundamental de informar, “fuese capaz de valorar, analizar, comprender y explicar lo que está pasando y, dentro de lo posible, lo que puede pasar, especialmente en aquellos campos que, hasta donde puede preverse hoy, serán los escenarios decisivos de la transición a la nueva sociedad” (1997: p. 207). Todo apunta a que los escenarios previstos en materia ambiental, bien sea del cambio climático en particular o del cambio global en general, forman -y formarán- parte, de los campos perentorios. Lo mismo ocurre con el escenario comunicativo. Además, las palabras de Calvo Hernando adquieren más fuerza ante la consolidación de un nuevo escenario digital, donde fluye una ingente cantidad de información no contrastada, y donde el papel del periodista cobra valor.

Partimos de la base de que la especie humana estamos asistiendo y provocando un cambio global<sup>2</sup>. Las transformaciones que estamos ejerciendo, en el antropoceno<sup>3</sup>, supondrán una transición<sup>4</sup> por los forzamientos efectuados en el sistema Tierra. Como contrapunto a la extralimitación que estamos ejerciendo se encuentra la apuesta por la sostenibilidad, como una manera de evitar cruzar los umbrales de no retorno, retroceder en los límites atravesados o minimizar los efectos de ese cruce de umbral, que permita a las nuevas generaciones poder disfrutar del sistema Tierra lo menos trastocado posible.

---

2 Por cambio global se entiende “el conjunto de cambios ambientales afectados por la actividad humana, con especial referencia a cambios en los procesos que determinan el funcionamiento del sistema Tierra”, en DUARTE (2006: p. 23)

3 Se entiende por antropoceno la etapa geológica en la que la humanidad ha irrumpido como una nueva fuerza capaz de intervenir en los procesos fundamentales de la biosfera, en CRUTZEN, P. J. y STOERMER, E. F. (2000)

4 El término transición ha sido usado por numerosos autores, como CAPRA (1982) y MEADOWS et al. (2006). Recientemente ha sido abordado por HOPKINS (2008) y se ha generado un movimiento social en torno al término

Numerosos ecólogos se basan en una fórmula IPAT para ver los factores que influyen en la huella ecológica<sup>5</sup>: Impacto = Población x Abundancia x Tecnología. El impacto es el resultado del nivel de población multiplicado por el nivel de abundancia (en el que son determinantes el modelo de producción y consumo) y el daño que supone el uso de las tecnologías. Cada país cuenta con un margen de mejora en alguno de los factores. Sin embargo, la reacción global, con responsabilidades bien diferenciadas, sigue sin afrontar la crisis ambiental de manera eficaz. Se precisa de una reducción del crecimiento, realidad compleja en cuanto a la distribución de los recursos disponibles y a la responsabilidad de la situación actual. ¿Cómo pueden interactuar la población mundial y la economía material en expansión con la capacidad de carga limitada de la Tierra y adaptarse a ella sin generar un deterioro que pueda ser irreversible? El ser humano ya se encuentra por encima del umbral de la insostenibilidad (Wackernagel et al, 2002), por lo que tiene dos opciones: una oscilación amortiguada en torno al umbral del límite; o la extralimitación y colapso, siguiendo con el rebase de los límites, causando daños graves y permanentes (Meadows et al, 2006: p. 234)<sup>6</sup>. Lo razonable sería enfocar el cambio a la oscilación amortiguada, pero ni las políticas actuales ni la ciudadanía planetaria<sup>7</sup> tenemos intención de una reducción ordenada, aunque drástica, de la población ni del modelo de producción y consumo<sup>8</sup>.

Al reflexionar sobre las posturas ante la sostenibilidad nos encontramos con una primera realidad: la sostenibilidad es construida de diferentes maneras en distintas regiones y por distintos sectores de la sociedad. E incluso en el ámbito individual.

---

5 Por huella ecológica se entiende “una herramienta que sirve para determinar el área de tierra y mar ecológicamente productiva que se requiere para proveer todos los recursos materiales y toda la energía consumidos, y también para poder absorber todos los residuos producidos por una población determinada y con el actual nivel tecnológico, sea donde sea que se encuentre esta área”, en REES y WACKERNAGEL, 1996: 2001

6 Meadows y sus colaboradores se plantean “Si el colapso es más probable, ¿cuándo ocurrirá?, ¿qué política podría aplicarse ahora para reducir el ritmo, la magnitud y los costes sociales y ecológicos del declive? (p. 235)”

7 Término que tomamos de BACHETTA, 2000

8 Cada vez más informes proponen un cambio radical. Por ejemplo, en el campo del modelo energético: “El escenario deseable presentado permite diseñar un futuro energético económicamente viable en el que las emisiones energéticas se reducirían el 30% en 2020 y el 50% en 2030 de forma que puedan reducirse el 80% en 2050 (...) Pero para poder lograr estos objetivos no es posible mantener el status quo político e institucional (...) es necesario un cambio radical en la forma en que se produce y utiliza la energía, y esto sólo vendrá de un conjunto coherente de políticas públicas e iniciativas privadas, consensuadas a largo plazo por todas las fuerzas políticas en un proceso ampliamente compartido con la sociedad civil”, en *Cambio Global en España 2020/2050. Energía, Economía y Sociedad*, 2011, pp. 244 - 247

Como respuesta a esta variedad nos detendremos en dos propuestas de análisis: una diferenciación entre sostenibilidad moderada y sostenibilidad fuerte (Norton, 1992: pp. 97-111); y otra diferenciación que recoge Linz del Instituto alemán Wuppertal (2007: pp.6-7), quien plantea tres caminos imprescindibles para la sostenibilidad: eficiencia, coherencia (o biomímesis) y suficiencia<sup>9</sup>. En esta segunda diferenciación, ninguna de las vías, sin las otras dos, conduciría al objetivo.

El paradigma productivista y el sistema socioeconómico preponderante pueden encajar con la sostenibilidad moderada y con avanzar en eficiencia y biomímesis. Sin embargo, ni la sostenibilidad fuerte ni la suficiencia les resulta asumible, dado que choca con la pretensión de crecimiento lineal ilimitado en la que se basan.

Si la situación del planeta requiere una nueva cultura de la sostenibilidad, ¿cómo avanzar hacia ella?, ¿cómo interactuará con otras prioridades humanas?<sup>10</sup>, ¿será la próxima revolución de la especie humana, como lo fue la revolución agrícola y la industrial, o será un elemento secundario mientras que los límites no los ponga el sistema Tierra?, ¿es un elemento con el que está familiarizada la especie humana o es un nuevo aprendizaje?, ¿es posible o es pretencioso evitar cruzar umbrales de no retorno?, ¿lo hemos cruzado ya?, ¿hemos de intentar transformar el mundo o hemos de crear uno nuevo?, ¿tiene el ser humano poca o mucha capacidad para actuar sobre la extralimitación? Son algunos de los numerosos interrogantes que laten en el debate sobre este término.

Hay un relato budista, "El loro del Himalaya", que dice así: "Un día, un gran incendio comenzó a consumir el bosque. Los animales corrían confundidos, huyendo de las llamas. Un loro que veía todo desde la rama alta de un árbol sintió que tenía que hacer algo. Se sumergió en un lago y con sus pequeñas alas empapadas empezó a regar el fuego. Sabía que su esfuerzo podía ser inútil, pero no estaba dispuesto a quedarse quieto ante lo que sucedía".

Ante tantas preguntas, cargadas de incertidumbre, cabe la posibilidad de mirar para otro sitio desde los intereses particulares o desde la disonancia cognitiva (Riechmann, 2000: p. 84) o, por el contrario, defender que todas las iniciativas que se dediquen a cuidar el entorno, a apostar por la sostenibilidad, tienen un amplio

---

9 La eficiencia se orienta al mejor aprovechamiento de la materia y la energía, esto es, una mayor productividad de los recursos naturales. La coherencia se orienta hacia tecnologías compatibles con la naturaleza, que aprovechen los ecosistemas sin destruirlos. La suficiencia trata de lograr un menor consumo de los recursos a través de una demanda de bienes menor

10 Los escenarios hipotéticos con los que trabaja el PNUMA (GEO 4, 2007: p. 398), de la ONU, son: los mercados primero, las políticas primero, la seguridad primero o la sostenibilidad primero. Serían como fuerzas básicas desde donde se plantean posibilidades de futuro

valor<sup>11</sup>. Es posible que las mencionadas iniciativas se conviertan en referentes cuando caigan los modelos insostenibles en los que nos hemos instalado. Por eso no son sólo gotas de agua, es un caudal que muy probablemente tenderá a agrandarse. Se trata de un cambio cultural por el que se puede optar a través de una gran transición<sup>12</sup>. Transición que hoy tiene un cierto margen de voluntariedad que quizás se torne en obligatoriedad por el rebasamiento de los límites naturales.

## **2. CAMBIO 0, CAMBIO 1, CAMBIO 2**

La obra *Cambio* (Watlwich et al, 1995) aborda la persistencia y cambio de los problemas humanos basándose en dos teorías pertenecientes a la lógica matemática: a) La teoría de los grupos, que trata de un modelo de cambio que no trasciende de un determinado sistema o trama de referencia, esto es, se producen dentro del sistema, por lo tanto permanece inmodificado (Cambio 1); y b) La teoría de los tipos lógicos, en la que el cambio implica un nivel inmediatamente superior, por lo tanto fuera del sistema, esto es, cambios en cuanto a las reglas que gobiernan su estructura o su orden interno (Cambio 2). La teoría de grupos y la teoría de los tipos lógicos se revelan como compatibles, como complementarias y también se pueden encontrar como posturas antagónicas. Por ejemplo, en el lenguaje es preciso tener en cuenta que el Cambio 2 no puede ser expresado en el lenguaje apropiado al Cambio 1 o realizado con los métodos aplicables al nivel de Cambio 1. Supone otro lenguaje u otras connotaciones, es decir, precisa una redefinición que vaya de acuerdo con el modo de pensar y de considerar la realidad por parte del sujeto. Esto no quiere decir que no coincidan en algunos conceptos. Koestler (1964), en *Act of Creation*, aborda el concepto de bisociación considerándolo el hecho de percibir una situación o una idea en dos sistemas de referencia, consistentes en sí mismos pero habitualmente incompatibles. En conclusión: no se puede usar de la misma manera el concepto de sostenibilidad desde el Cambio 1 que desde el Cambio 2.

Ante la crisis ambiental podríamos añadir un tercero: c) el Cambio 0, esto es, la postura que niega la existencia o la importancia del cambio global, por tanto considera que no hay que modificar nada. Por tanto, siguiendo la teoría de sistemas, el

---

11 Como afirman Meadows y colaboradores, "un sistema sostenible podría ofrecer niveles de consumo atractivos para muchos habitantes del mundo actual. (...) Sería más seguro, y probablemente preferible también por otras razones, aprender a vivir una vida satisfactoria a cierta distancia segura de los límites estimados del planeta, en vez de aspirar siempre a alcanzar el máximo físicamente posible" (2006: p. 397)

12 Concebir la transición requiere, "experimentación, humildad, espíritu abierto ante toda información sobre eventuales errores y la voluntad de ajustar el rumbo durante el proceso (MEADOWS et al, 2006: p.396)"

inmovilismo se puede identificar con lo que denominaríamos Cambio 0, el reformismo con Cambio 1 y la propuesta de cambio en el sistema o de otro sistema con Cambio 2.

El clásico juego de los 9 puntos es ilustrativo para comprender un Cambio 2: consiste en unir los nueve puntos, usando sólo cuatro líneas rectas, sin levantar el lápiz de la hoja ni repasar ninguna línea.



La solución consiste en abandonar el campo en que se intenta la solución. Como exponen Watzlawick, Weakland y Fisch, desde dentro de la perspectiva del Cambio 1 la solución nos aparece como un sorprendente rayo de inspiración que está más allá de nuestro control. Desde la perspectiva del Cambio 2 se trata de un simple cambio desde una serie de premisas hasta otra serie del mismo tipo lógico: "Una serie implica la norma de que el problema ha de resolverse dentro del ámbito en que se cree ha de encontrarse la solución; la otra serie no implica tal premisa. Es decir: la solución se descubre como resultado de examinar los supuestos acerca de los puntos y no los puntos en sí (pp. 45-46)".

¿Qué respuesta humana requiere el cambio global? El actual sistema humano aborda el crecimiento de la población y el sistema económico con una estructura invariable, sin conseguir generar desde su propio interior las condiciones para su propio cambio. No puede producir las normas para el cambio a partir de sus propias normas<sup>13</sup>. Ello no quiere decir que sean inútiles las iniciativas de Cambio 1, pero son insuficientes.

El Cambio 2 es un cambio a otra referencia de sistema, a otro sistema. Y en esta nueva referencia, la sostenibilidad es clave. El Cambio 2 supone una creatividad abierta a lo inesperado, a fórmulas contrarias, en ocasiones, a las actuales. El Cambio 2 no resulta familiar o inteligible en términos de las vicisitudes de Cambio

---

13 "No podemos resolver los problemas usando el mismo tipo de pensamiento que usamos cuando se crearon" es una cita atribuida a Albert Einstein

1. Pero visto desde fuera del sistema, supone meramente un cambio de premisas que rigen al sistema como totalidad (p. 44).

La extralimitación y la posibilidad de colapso ambiental en el horizonte, visto desde el análisis sistémico, requieren un reajuste que se puede traducir en un cambio cultural<sup>14</sup>. El ritmo del impacto humano no cesa de aumentar. Unos cambios del sistema planetario<sup>15</sup> generados por el crecimiento de la población y, sobre todo, por el modelo de producción y consumo imperante en parte del planeta. Ante esta difícil realidad se impone una reacción<sup>16</sup>. La complejidad de la resolución de los problemas que lo originan impide saber en qué dirección y en que grado se tomarán medidas. Pero frenar el cambio global, y concretamente el cambio climático, con otro cambio se convierte, probablemente, en uno de los principales retos de la especie humana en este contexto histórico. Cabe, por tanto, valorar la posibilidad de una necesidad de reestructuración del sistema o de un cambio de sistema.

En el ámbito ambiental, un Cambio 1 sería el cambio de un comportamiento dentro de un modo de comportarse; un Cambio 2 sería un cambio en el modo de compor-

---

14 Como expone Capra, "La crisis actual no sólo es una crisis de individuos, de gobiernos o de instituciones sociales sino también un periodo transitorio de dimensiones universales. Como individuos, como miembros de una civilización y como ecosistema planetario hemos llegado a un momento crucial, a un punto decisivo... A fin de prepararnos para la gran transición inminente, debemos reexaminar en profundidad las premisas y los valores más importantes de nuestra cultura, rechazando los modelos conceptuales anticuados e inútiles y recuperando otros valores que fueron descartados en los periodos precedentes de nuestra historia cultural" (1982: pp. 35-36)

15 Por ejemplo, las tasas de extinción estimadas son actualmente mil veces mayores que las que habría sin el impacto humano según Species Survival Comisión, IUCN Red List

16 Este modo de impacto insostenible ha motivado llamamientos cada vez más frecuentes. Ya en 1992, cerca de mil seiscientos destacados científicos de todo el mundo, entre ellos 102 premios Nobel en ciencias, suscribieron lo que se denominó "Advertencia de científicos del mundo a la humanidad": "La manipulación masiva a que sometemos la red interdependiente de la vida en el planeta -combinado con el daño ambiental infligido por la deforestación, la pérdida de especies y el cambio climático- podría desencadenar amplios efectos adversos, incluso colapsos impredecibles de sistemas biológicos críticos cuyas interacciones y cuya dinámica sólo comprendemos imperfectamente. La incertidumbre en torno a la amplitud de estos efectos no puede ser una excusa para la complacencia o la demora en hacer frente a las amenazas" ("World Scientist's Warning to Humanity" (1992), distribuido por Union of Concerned Scientists, 26 Church Street, Cambridge, MA 02238, Estados Unidos, cit. por MEADOWS et al, pp. 162-163).

tarse<sup>17</sup>. La mayoría de los impactos ambientales se pueden resolver aplicando lo contrario que produjo, esto es, con un Cambio 1. Ante el agujero de la capa de ozono, el prohibir la emisión de CFC ha encarrilado el problema. Se ha modificado un comportamiento. Esto sería un Cambio 1, permaneciendo inalterada la estructura del sistema humano. El Cambio 1 alivia las presiones con medidas necesarias, pero no aborda las causas de dichas presiones. Por ello, en unos casos resuelve el problema, en otros los pospone.<sup>18</sup>

No obstante, ante el reto del cambio global hay, al menos, cuatro riesgos en el enfoque: uno es el que denominábamos Cambio 0, que es considerar que no existe un problema; otro puede ser plantearse sólo las soluciones de problemas desde el Cambio 1; otro puede ser el exceso de utopía en el Cambio 2, dificultando el cambio deseado; y un cuarto es el no identificar bien el tipo de Cambio preciso<sup>19</sup>.

---

Esta realidad es la que, a nuestro juicio, demanda el Cambio 2 en el plano general. Optar por el Cambio 1 en esta situación aumenta el problema, resulta incapaz de efectuar el cambio deseado, aun creando enormes estructuras físicas y administrativas e industrias enteras especializadas en ello. Es la estructura del sistema la que ha de experimentar el cambio. Veinte años después de la Cumbre de la Tierra, Río+20 ha concluido con un perfil bajo, apostando por el Cambio 1: la economía verde

17 Como expone Víctor Toledo, "Muy lejos de lo que suele pensarse, la crisis ecológica del planeta no logrará resolverse mediante un simple pase de nuevas tecnologías, audaces acuerdos internacionales, o aun un reajuste en los patrones de producción y consumo. La nueva crisis global penetra y sacude todos y cada uno de los fundamentos sobre los que se asienta la actual civilización y exige una re-configuración radical del modelo civilizatorio", en TOLEDO (s/f)

18 Otras realidades o impactos ambientales, tales como el pico del petróleo, el cambio climático, la extinción de especies, el ciclo del nitrógeno, el uso del agua dulce, la conversión de bosques en cultivos, la acidificación de los océanos o el ciclo del fósforo no logran solucionarse con normas que modifiquen el comportamiento ni con aplicaciones de la tecnología o de la economía. Hasta el punto, que muchos de estos impactos están destrozando ecosistemas locales y afectando en el equilibrio del ecosistema global. La reducción de las existencias de recursos renovables y no renovables y el aumento de contaminación en los sumideros no pueden mantenerse, conllevando una larga cadena de reacciones

19 La postura del Cambio 0 no reconoce el problema o lo disimula, y tiende a considerar a los que sí lo reconocen que actúan de mala fe. Por lo tanto, la negación o minimización del problema del cambio global y el ataque a quienes lo reconocen van de la mano, con un discurso de simplificaciones de la complejidad. Esta postura intensifica el problema, mientras trata de mantener la estructura del sistema. En el caso del cambio global, confía la solución de los problemas exclusivamente en el mercado y la tecnología, y trata de frenar los cambios profundos debido a los intereses creados. La postura del Cambio 1 es eficaz en numerosos problemas cuya solución depende de una reacción válida. Sin embargo, tratar de solucionar un problema cuyos intentos de solución no son eficaces con las mismas propuestas de soluciones retrasa el problema, lo mantiene e incluso lo intensifica. Es posible abordar elementos o ámbitos del cambio global desde el Cambio 1. Pero en su total dimensión, el cambio global definiendo que precisa, principalmente, un Cambio 2, complementado con el Cambio 1. El Cambio 2, el cambio de sistema, tiene numerosas propuestas, unas de ellas más realistas que otras de llevar a

Este ensayo se suma a la hipótesis de que es preciso un cambio de modelo civilizatorio a través de una transición, esto es, perseguir un cambio de sistema (Cambio 2) apoyándonos, cuando sea oportuno, en la experiencia de la postura reformista (Cambio 1) para abordar el cambio global. “Es evidente que lo que se necesita a comienzos del siglo XXI son cambios sistemáticos (Adams, 2006, p. 10)”. Y la sostenibilidad es una referencia sólida en este cambio.

El siguiente paso será preguntarnos ¿qué tipo de Cambio supone la sostenibilidad?

### **3. LA REVOLUCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD**

En el informe de la Comisión Brundtland de la ONU (1987) sobre el estado de la Tierra se denunciaba que muchos esfuerzos presentes para conservar o mantener el progreso humano, para hacer frente a las necesidades humanas eran simplemente insustentables, tanto en las naciones ricas como en las pobres. Según la Comisión, sorbían en exceso, y demasiado rápido, de las cuentas de recursos ambientales que ya están en descubierto. En *Nuestro futuro común* (1988) advertía que podían mostrar beneficios en los balances de nuestra generación, pero “nuestros hijos heredarán las pérdidas”. Como alternativa, proponía abogar por el desarrollo sostenible: satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

El significado de desarrollo sostenible (traducido como sustentable en América Latina) puede ser radical, reformista, o aguantar un contenido prostituido, según quien lo aplique. Tiene, por tanto, varias acepciones. Abarca una compleja gama de ideas y significados (Adams, 2006). Como expone Naredo, la mayor parte de la indefinición vigente procede del empeño de conciliar el crecimiento (o desarrollo) económico con la idea de sostenibilidad: “Cada uno de estos dos conceptos se refieren a niveles de abstracción y sistemas de razonamientos diferentes: las nociones de crecimiento (y de desarrollo) económico encuentran su definición en los agregados monetarios homogéneos de “producción” y sus derivados que segrega la idea usual de sistema económico, mientras que la preocupación por la sostenibilidad recae sobre procesos físicos singulares y heterogéneos” (1997).

---

la práctica. El exceso de utopía puede conllevar propuestas de cambios despegados de la realidad, acompañados de cierta rigidez. También puede ir acompañado de un discurso de simplificaciones. El cuarto riesgo es el no identificar bien el tipo de Cambio preciso. Se puede cometer el error de querer aplicar el mismo Cambio en realidades distintas o en países distintos. Las características del Cambio pueden ser diferentes en cada situación, en cada cultura

Florit y Olivieri concluyen que la lucha por una significación legítima del desarrollo sustentable expresa diversas categorizaciones ligadas a múltiples cosmovisiones provenientes de una pluralidad de puntos de vista esencialmente conflictivos: "Se puede afirmar que las diversas posiciones del ambientalismo acerca de qué significa la transición hacia una sociedad sustentable implican, en cierto sentido, luchas simbólicas por el poder de producir y de imponer una visión de sustentabilidad legítima (1995, p. 85)". Este terreno de frecuente fricción, se configura así como un espacio propicio para el debate, que suele alcanzar mayores dimensiones cuantos mayores son los intereses que se ponen en juego (Toledano, 2010, pp. 51-70).

Entre los autores contrarios al término desarrollo sustentable se encuentra el brasileño Leonardo Boff quien considera que la expresión "enmascara el paradigma moderno que se realiza tanto en el capitalismo como en el socialismo, aun en su versión verde, pero que conserva siempre su lógica voraz (1996, p. 89)". Hay autores que consideran el desarrollo sustentable como un término mediador diseñado para tender un puente entre los desarrollistas y los ambientalistas. Como explica José Manuel Naredo, es su controlada dosis de ambigüedad lo que explica la buena acogida que tuvo el propósito del "desarrollo sostenible", acogida que no dispusieron conceptos como ecodesarrollo. Citando a Malthus subraya que el éxito de nuevos términos está especialmente marcado, en las ciencias sociales, por su conexión con el propio statu quo mental, institucional, y terminológico ya establecidos en la sociedad en la que han de tomar cuerpo. El éxito del término "sostenible" no es ajeno a esta regla. "Sin embargo -expone-, la falta de resultados inherente a la ambigüedad que exige el uso meramente retórico del término se está prolongando demasiado, hasta el punto de minar el éxito político que acompañó a su aplicación inicial" (Naredo, 1997). Existe, pues, una demanda de una precisión conceptual haga operativo su uso.

A la hora de seguir avanzando, considero más propicio hablar de sostenibilidad que de desarrollo sostenible. Hay una diferencia cualitativa: el término sostenible es adjetivo, y sostenibilidad es sustantivo. Norton (1992) diferencia dos tipos de nociones de sostenibilidad que responden a dos paradigmas diferentes: una sostenibilidad débil (formulada desde la racionalidad propia de la economía estándar) y otra fuerte (formulada desde la racionalidad de esa economía de la física que es la termodinámica y de esa economía de la naturaleza que es la ecología)<sup>20</sup>. En la

---

<sup>20</sup> Naredo aboga por la sostenibilidad fuerte, por preocuparse directamente por la salud de los ecosistemas en los que se inserta la vida y la economía de los hombres, sin ignorar la incidencia que sobre los procesos del mundo físico tiene el razonamiento monetario (1997)

cultura de la sostenibilidad quizás sea mejor diferenciar entre sostenibilidad fuerte y sostenibilidad moderada.

A continuación nos plantearemos las posibilidades de relación entre ambas. ¿Sostenibilidad moderada (tomada como Cambio 1) o sostenibilidad fuerte (tomada como Cambio 2)?<sup>21</sup> La sostenibilidad puede conformarse, de manera simplificada, por dos posturas, unas veces complementarias y otras antagónicas. ¿Prima la complementariedad o el antagonismo?<sup>22</sup> Según desde qué perspectiva se analice:

- a) Prevalece una *función complementaria* cuando ambas posturas se reconocen mutuamente, esto es, la sostenibilidad fuerte (la denominaremos "B") valora la sostenibilidad moderada (la denominaremos "A") como una etapa transitoria que, en ocasiones, hay que atravesar, y la sostenibilidad moderada se marca como directriz, como cuadro utópico, la sostenibilidad fuerte. En esta vía de encuentro, la "B" supone una fuente de inspiración que vela por la dirección del "A", y "A" supone una práctica real, una experiencia pragmática en el caminar hacia el "B".
- b) Prevalece una *función antagónica* cuando recelan mutuamente. En este desencuentro, la postura "A" puede considerar que la postura "B" genera un rechazo social a todo el ámbito ambiental. Y desde la postura "B" considera que la postura "A" es insostenible en sí.
- c) Otra posibilidad en esta dialéctica es la de un *beneficio mutuo* aun manteniendo sus diferencias. En esta dinámica, el "B" le abre el camino al "A" por ser más moderado, y el "A" abona el terreno para que tenga más espacio la propuesta de cambio cultural del "B". Puede haber puntos de unión en el objetivo final de proteger el ámbito ambiental y en los resultados normativos, aun cuando los motivos de fondo son dispares.

Concluyendo, si nos encontramos en una etapa de serios efectos y consecuencias ambientales y nos acercamos a umbrales de no retorno (o lo hemos cruzado ya), con muchas incertidumbres, de un cambio desestabilizador del equilibrio ambiental, más nos valdría priorizar el principio de precaución. En este sentido, en mi opinión, la realidad ambiental está demandando un cambio cultural hacia la sostenibilidad fuerte cuya relación con la sostenibilidad moderada es complementaria

---

21 Es importante no ceñir con exclusividad el Cambio 2 a la sostenibilidad fuerte, ni el Cambio 1 a la sostenibilidad moderada. Los cambios no atienden a las ideologías (el término cambio fue usado como slogan tanto por el PSOE en 1982, como por el PP en 2011, para ganar sendas elecciones generales al Parlamento español) sino a las transformaciones.

22 Reflexión a partir de DOBSON, 1997, p. 250

en los términos que se exponían anteriormente<sup>23</sup>. En esta vía de encuentro, la “B” supone una fuente de inspiración que vela por la dirección del “A”, y “A” supone una práctica real, una experiencia pragmática en el caminar hacia el “B”<sup>24</sup>. Las demandas de cambio actuales pueden discurrir en una transición, donde confluyen momentos de rupturas y transformaciones con permanencias (Gudynas, 2011, p. 18).

Desde las acepciones de la sostenibilidad que recoge Linz (2007: pp.6 y 7), se pueden considerar la eficiencia y la biomímesis desde el Cambio 1; pero la suficiencia, pilar de movimientos sociales alternativos, tales como el decrecimiento<sup>25</sup> (Latouche, 2009) y Transition Towns (Hopkins, 2008), sólo se puede abordar desde el Cambio 2. Desde esta perspectiva volvemos a considerar que la sostenibilidad supone un Cambio 2 complementada con un Cambio 1.

El ritmo de cambio cultural a través una transición que se decanta por un Cambio 2 posiblemente vendrá directamente influenciado por el ritmo de cambio ambiental (bien sea por la escasez de recursos o por exceso de contaminación) y viceversa<sup>26</sup>. El cambio cultural o la transición no conllevan la seguridad de evitar el colapso o la

---

23 Capra, refiriéndose a los principales problemas de nuestro tiempo, exponía: “Estos problemas son intrínsecos al sistema, lo que significa que están íntimamente vinculados y que son interdependientes; no es posible entenderlos dentro de la metodología fragmentada que caracteriza a nuestras disciplinas académicas y a nuestras agencias gubernamentales. Enfocando el problema de esta manera jamás podremos resolver nuestras dificultades y no haremos sino cambiarlas de sitio dentro de la compleja red de nuestras relaciones sociales y ecológicas. Sólo será posible encontrar la solución cambiando la estructura misma de la red, y esto exige una profunda transformación de nuestras instituciones sociales, de nuestros valores y de nuestras ideas” (1982: pp. 26-27)

24 En este sentido, suscribo la reflexión de Leonardo Boff acerca del colapso del sistema neoliberal, que en este artículo es extrapolable al ámbito del cambio global:

- “1.- Para salvar el Titanic que se hunde no bastan correcciones y regulaciones del sistema que naufraga. Se necesita otra ruta que evite el choque con el iceberg: una producción que no se rija solamente por la ganancia ni por un consumo ilimitado y excluyente; 2.- No valen rupturas bruscas con la ilusión de que nos transportarían a otro mundo posible, pues seguramente implicarían el colapso total del sistema de convivencia con incontables víctimas, sin tener la seguridad de que de las ruinas fuera a nacer un orden mejor; 3.- La categoría sostenibilidad es el eje de cualquier intento de solución”, en BOFF, s/f

25 Coincido con José Vicente Barcia en que para que la sociedad pueda dimensionar la crisis global y sus posibles soluciones, es necesario aplicar criterios decrecentistas en la infocomunicación del sistema (2010)

26 ¿Cómo puede influir la realidad biofísica de extralimitación en los medios de comunicación y cómo pueden éstos influir en el discurrir de cambio cultural? A mayor desequilibrio ambiental, social y económico, o escasez de recursos cabe esperar una mayor atención mediática hacia un cambio cultural y mayor reacción proactiva mediática; a menor inestabilidad de estos ámbitos es previsible menor intensidad de cambio cultural y menor reacción proactiva mediática. Probablemente será la realidad biofísica y sus efectos en los ámbitos sociales y económicos la que marque la reacción cultural

extralimitación, pero sí camina por el sendero de una mayor armonía con el sistema Tierra y de un menor impacto. Por tanto, es deseable ante ambos escenarios.

#### **4. PERIODISMO EN TRANSICIÓN**

Un periodismo en transición puede estar basado en un periodismo de la sostenibilidad (Fernández, 2010a)<sup>27</sup>. ¿Cómo participar en la reestructuración del sistema humano desde los medios de comunicación? Jim Merkel (2005) se hace eco de cuatro fases en torno a la sostenibilidad: Insostenibilidad inconsciente, Insostenibilidad consciente, Sostenibilidad consciente y Sostenibilidad inconsciente. En la actualidad, la especie humana se encuentra, mayormente, entre la Insostenibilidad inconsciente y la Insostenibilidad consciente. ¿Admitimos que los medios de comunicación han de promover el avance en la conciencia de la Insostenibilidad e incitar a la Sostenibilidad consciente? ¿Aceptamos colaborar, desde la función social del ejercicio periodístico, en el reto de un cambio cultural<sup>28</sup>? Optar por un periodismo en transición supone aceptar el desafío, el cual se puede basar en las siguientes premisas:

1. Una definición del problema: el impacto del ser humano está generando un cambio global que tiende al desequilibrio estructural de la ecoesfera. El consumo y la explosión demográfica son apuntados como principales causas<sup>29</sup>.

---

27 BACCHETA (2008) aborda el periodismo de la sustentabilidad. El profesor Díaz Nosty, también se hace eco del desarrollo de una corriente, sobre todo en lengua anglosajona, orientada a la comunicación periodística y la innovación sostenible (2009)

28 El cambio cultural o un cambio en el sistema pueden tener connotaciones amenazantes para el status quo mediático: pueden dar la idea de procesos revolucionarios que tratan de derrocar el poder establecido, cambios en las estructuras, o modificaciones en la jerarquía. Sin embargo, como exponen Meadows y sus colaboradores, el lenguaje de sistemas tiene poco que ver con ello. Tiene que ver con cambiar la estructura de realimentación, los vínculos de información dentro de un sistema, es decir, "el contenido y la actualidad de los datos con que han de operar los agentes del sistema, y las ideas, objetivos, incentivos, costes y señales de realimentación que motivan o condicionan el comportamiento". Una nueva estructura de un sistema o un nuevo sistema conlleva nueva normativa, nuevos conocimientos, mayor eficiencia, mejor gestión, una distribución más equitativa, otras ideas imperantes, nuevas organizaciones y tecnologías

29 En un documento rubricado en Río+20 por Global Network of Science Academies (IAP), un *think tank* de la comunidad científica con sede en Trieste (Italia) que engloba a 105 academias de todo el mundo, se alerta de los riesgos del consumo en los países del primer mundo y de la falta de control demográfico, principalmente en las naciones en vías de desarrollo: "Si los habitantes de la Tierra no

2. Una investigación de las soluciones hasta ahora intentadas: las mayorías de los problemas ambientales globales no se han abordado (Cambios 0), o se abordan desde el Cambio 1.
3. Una definición del cambio concreto a realizar: para abordar el cambio global, y concretamente el cambio climático, es oportuno perseguir un Cambio 2, con la complementariedad del Cambio 1.
4. La formulación y puesta en marcha de un plan para producir dicho Cambio: la búsqueda de la sostenibilidad a través de la triada mencionada: eficiencia, coherencia (o biomímesis) y suficiencia<sup>30</sup>. Si bien esto requiere, de manera natural, décadas -quizás siglos-, la especie humana va a contrarreloj. Es previsible que se tope con los límites antes de un cambio optativo. Pero mientras antes avance, menor desequilibrio<sup>31</sup>.
5. Los medios de comunicación son uno de los pilares fundamentales en la influencia y el tipo de Cambio que se propone. Tienen la posibilidad de abordar la información del cambio global y a la par de facilitar un lenguaje apropiado para colaborar con un Cambio 2. O al contrario: puede dificultar el Cambio 2. Una aportación concreta puede ser aceptar la función social de transición<sup>32</sup>.

---

modifican radicalmente sus hábitos de consumo voraz y la población mundial continúa creciendo de manera descontrolada, las consecuencias para la naturaleza y, consecuentemente, para las generaciones venideras, serán nefastas”.

30 El crecimiento ha sido el baluarte del sistema socioeconómico mundial desde la revolución industrial. Hoy día buena parte de la humanidad necesitan el crecimiento, precisan alimentos y una infraestructura mínima para poder sobrevivir. Pero otra parte trata de aprovechar el crecimiento material para satisfacer otras necesidades, que son igualmente reales pero inmateriales: necesidades de reconocimiento, autoestima, pertenencia, identidad. En este sentido, no tiene sentido hablar del crecimiento con aprobación absoluta o desaprobación absoluta: “En vez de ello es necesario formular preguntas: ¿Crecimiento de qué? ¿Para quién? ¿A qué coste? ¿Pagado por quién? ¿Cuál es la necesidad real y cuál es la vía más directa y eficiente para satisfacer esa necesidad? ¿Cuánto es suficiente? ¿Cuáles son las obligaciones comunes? (...) ¿Cuántas personas pueden satisfacer con un caudal productivo dado dentro de una huella ecológica determinada? ¿En qué nivel de consumo material? ¿Durante cuánto tiempo? ¿Hasta qué punto está explotado el sistema físico que sostiene a la población humana, la economía y a todas las demás especies? ¿Cuánto es demasiado?” (MEADOWS et al, 2006: pp. 108 y 109).

31 “El cambio no ocurre en un instante. Más bien se produce en pasos o etapas. Esto lo puedes aplicar a cualquier tipo de cambio”, expone Chris Johnstone (HOPKINS, 2008), refiriéndose al “enfoque transteórico del modelo de las Etapas del Cambio, desarrollado por los psicólogos Carlo DiClemente y James Proschaska a principios de la década de 1980

32 En este sentido, los datos científicos del IPCC están demandando una dialéctica y un debate informativo a la hora de afrontar el cambio climático entre la postura reformista y el cambio de sistema (Cambio 1 y Cambio 2), no entre el negacionismo y el reformismo (Cambio 0 y Cambio 1) (FERNANDEZ, 2010 b: p. 12)

En el actual contexto histórico, el cambio global está construyéndose tímidamente en los medios de comunicación. A día de hoy se puede afirmar que la virtualidad mediática está alejada de la realidad biofísica<sup>33</sup>. Los medios de comunicación pueden recortar esta lejanía o fomentarla.

Un periodismo en transición se puede basar en que el cambio global, y el cambio climático, requieren un Cambio 2 complementado con Cambio 1, que la sostenibilidad es el eje de una nueva cultura<sup>34</sup>, y que los medios de comunicación o la práctica periodística optan por ejercer una función social en el proceso de cambio cultural.

Hay elementos de debate que un periodismo en transición puede abrir:

1. Uno de ellos es si el ejercicio informativo ha de elegir la pura asepsia o no. La asepsia es cuestionada por multitud de elementos, entre otros: el paradigma en el que se enmarca el relato (no es lo mismo un discurso desde el paradigma productivista que desde el ecológico), una mayor o menor cobertura, selección de actores (instituciones, expertos y contra-expertos), los argumentos (en los que se interpretan y construyen la realidad), la propuesta de tomas de medidas (campos de acción o de inacción), la atribución de responsabilidades, el reconocimiento de las consecuencias, o el grado de reconocimiento o cuestionamiento de las afirmaciones científicas o de las distintas fuentes (Fernández, 2010 c, p. 16). La opción por la asepsia no es símil de rigor informativo. Por lo tanto, es oportuno cuestionar la asepsia desde el cambio cultural, sin olvidar que el descarte de la asepsia tiene también sus riesgos.

Por otro lado, la teoría del framing niega los postulados del objetivismo ya que todo relato periodístico viene enmarcado por el periodista y/o el medio.

---

33 Llama la atención los avisos científicos e institucionales ante el riesgo de que las temperaturas suban 2° C y el limitado eco mediático que despierta. La Agencia Internacional de Energía advirtió el 9/11/2011 de un cambio climático irreversible y que la sociedad humana perdería la oportunidad de limitar el calentamiento si no actúa expeditivamente en los próximos cinco años. Las reacciones reflejadas en los medios fueron mínimas. Los avances de las cumbres de Durban y Doha muy pobres. Por otro lado, el abordaje del cambio climático en los grandes partidos políticos ante las elecciones generales españolas del 20 N de 2011 fue marginal

34 "Tras un tiempo de decadencia llega el punto crucial (...) Existe un movimiento, pero no se pone de manifiesto a través de la fuerza... El movimiento es natural, elevándose espontáneamente. Esa es la razón por la cual la transformación de lo viejo deviene fácil y simple. Lo viejo se descarta y lo nuevo se introduce" I Ching, recogido por CAPRA, 1982, p. 9

2. Otra cuestión es si los periodistas hemos de asumir ser *perros guardianes* que salvaguarden lo común. Nos hemos acostumbrado a los perros guardianes de los grandes intereses, inmiscuidos dentro de las grandes estructuras mediáticas<sup>35</sup>. Estructuras que, como expone el profesor Reig, mientras más fuertes son, más limitan a los medios de comunicación por presiones que reciben y por las autocensuras que se imponen a tenor de los intereses que guardan en su parte trasera, invisible para casi todos<sup>36</sup>. El poder político y económico busca portavoces y propagandistas para su práctica comunicativa. En este contexto de la globalización mercantil, el periodista comprometido parece un anacronismo. En la sociedad del "*gran espectáculo*" la invitación es a conectarse y consumir (Berenguer, 2002: pp. 7-8). Mientras, los países pobres pagan ya el precio más brutal por el cambio climático<sup>37</sup>.

Y de lo común, ¿quién cuida? A pesar de la dificultad de desafiar el status quo o los intereses empresariales de medios de comunicación, sobre todo, en los de capital privado<sup>38</sup>, son numerosas las experiencias de un ejercicio independiente que atestiguan que esta realidad no es una batalla perdida en la globalidad de la profesión.

3. Hay numerosas referencias en el debate sobre si los periodistas hemos de tener un componente activista o no (Fernández, 2010a: pp. 6-8). Los medios de comunicación juegan un papel importante cuando asumen la función de mostrar la realidad ambiental y de alentar el debate informativo para recortar esa lejanía entre la virtualidad mediática y la realidad biofísica que hoy prevalece. Y cuando favorecen el cambio cultural a través de un compromiso con la sostenibilidad dentro de la práctica comunicativa. No obstante, al igual que con las dinámicas de investigación, es oportuno un equilibrio entre el ejercicio del periodismo básico y el aplicado.
4. El estilo de vida medio de cualquier ciudadano español, puede tener una huella ecológica media de 3,5 planetas, según el informe Planeta Vivo

---

35 Coincido con Ferrán Puig cuando concluye que las estructuras del sistema mediático actual y del sistema socioeconómico imperante son incapaces de afrontar el reto del cambio climático con eficacia (2010)

36 "Es preciso conocer quién nos habla a través de los mensajes informativos y el poder que respalda a los medios de comunicación que nos acompañan a diario, y en los que depositamos en muchas ocasiones nuestra confianza, ya que esta estructura de poder influye decisivamente para que los mensajes tengan un contenido u otro, una intención u otra" (REIG, 1998: p. 11)

37 Kumi Naidoo, Director de Greenpeace en *El País*, 16 de noviembre de 2009

38 Como defiende Pascual Serrano, la comunicación, al igual que puede suceder con la sanidad o con la educación, requiere de una participación pública (2010)

de 2010 de WWF, y las estructuras empresariales donde trabajamos y la cultura donde nos desarrollamos, parten de una situación de extralimitación que suponen importantes retos para superar. Optar por un periodismo en transición puede ir acompañado por la opción de recortar la huella de carbono por cuestión ética, tanto en el ámbito personal, como social, económico y laboral. Pero no es fácil modificar las estructuras. Nicolás Sosa (1996: p. 173), reflexionaba que si analizamos quién y desde dónde se controla la producción de la información tal vez tengamos que concluir que a lo que asistimos es a un reforzamiento de “lo que hay” (en todos los sentidos), es decir, *“el mantenimiento de la estructura de poder material -nacional e internacional-, estructuras cuyas “realizaciones” son, precisamente, la causa del grave desequilibrio ecosistémico (...) ¿Se va a cambiar el ethos de la “maximización de la ganancia”, de la obtención del beneficio material a cualquier precio, etc.? Y, si se va a cambiar, ¿contribuye la información ambiental a ese cambio? Una posible respuesta: si los medios de comunicación pretenden -como parece lógico- “vivir” dentro del contexto de “lo que hay”, parece evidente que hemos de responder que no”*. Si los/as periodistas pretendemos -como es lógico- “vivir” dentro del contexto de “lo que hay”, es evidente que no es fácil apostar por modificar la estructura del sistema, tal como requiere la apuesta por la sostenibilidad ante la extralimitación de la especie humana.

5. El papel del consumo. Si nos detenemos en la agenda setting, la teoría que más ha investigado la influencia mediática (McCombs y Bell, 1996), los medios de comunicación pueden reproducir modelos y hábitos que fomentan la extralimitación ambiental y, por otro lado, pueden jugar un importante papel facilitando la resolución de los retos que genera la extralimitación (Fernández, 2010a: p. 15). Esto es, pueden incentivar un patrón cultural consumista sin límites o bien otro que cuestione el consumismo y promueva la sostenibilidad. En la actualidad, en un ambiente donde el consumo es un reclamo clave del sistema financiero internacional para salir de las crisis financieras que el mismo sistema ha generado, los medios de comunicación, ¿están afianzando o desafiando el status quo del sistema de producción y consumo?, ¿están facilitando u obstaculizando una nueva cultura con el eje de la sostenibilidad? Según el Worldwatch Institute, la inmensa mayoría de los medios de comunicación refuerzan

actualmente un patrón cultural consumista -a través de la publicidad<sup>39</sup>, la venta de productos y gran parte de sus contenidos<sup>40</sup>-, aunque se están realizando esfuerzos en todo el mundo para aprovechar su extraordinario alcance y potencial para promover culturas sostenibles (2010: p. 285). ¿Nos hemos de extrañar desde el ámbito periodístico que sectores de la sociedad aconsejen encender menos las pantallas de televisión y recomienden revisar los mensajes de dichas pantallas?... ¿o hemos de darle buena parte de la razón e incluso defenderlo en numerosas ocasiones?

6. Alfabetización mediática. La UNESCO considera la alfabetización mediática una herramienta indispensable para la ciudadanía global, el desarrollo social, el compromiso cívico y para caminar hacia sociedades sostenibles (Andersen y Miller 2010: p. 303). Introducir un cambio de saber<sup>41</sup> no es fácil. Como expone el periodista ambiental uruguayo Hernán Sorhuet (2008), los cambios culturales siempre han sido difíciles de conseguir: “No debemos desesperar ante la sucesión de dificultades que se presentan, a cada paso, en el camino que estamos recorriendo para construir una cultura ambiental... en última instancia la crisis ambiental es un problema de culturas, de confrontación de distintas visiones del mundo y de la vida. Por eso la solución de esa crisis requiere de un saber nuevo, de un saber ambiental capaz de abrir la educación y la ciencia a todos los saberes existentes”. Uno de los grandes desafíos para los periodistas es incorporar una visión sistémica (Tourinho y Schwaab, 2008: p. 16) en su labor.

---

39 Como expone el mencionado informe sobre *Cambio Global en España*, “un poderoso mecanismo de conformación del comportamiento social a considerar es la publicidad que fomenta unas pautas consumistas directas, con sus derivaciones energéticas indirectas, muy lejos del comportamiento responsable. Por su presencia, persistencia e intensidad la influencia de la publicidad consumista tiene una enorme capacidad para contrarrestar los mensajes hacia el ahorro energético que eventualmente aparecen. Sería necesario un cambio muy drástico y profundo en este campo para neutralizar su influencia en el fomento del consumismo” (2011: p. 223)

40 Tal como apunta el profesor Reig, “lo realmente preocupante de la Información en general y periodística en particular, es que, a diferencia de la información publicitaria, persuade y construye realidades en el receptor sin decirlo, sin reconocerlo” (1994: p. 16)

41 Coincido con Medina Estrada cuando afirma que la problemática ambiental, más que una crisis ecológica, es una crisis cultural y de conocimiento que evidencia una desarmonía entre el ser humano y naturaleza bajo el escudo del “progreso humano”. A su juicio, “el periodismo, como disciplina mediadora y constructora de sociedades, debido a su gran influencia y poder en la esfera pública, ocupa un lugar muy importante en la tarea de proponer cambios para la solución de la crisis ambiental (...) El periodismo ambiental puede contribuir a la formación de un saber (saber ambiental) que revolucione y promueva un cambio en la forma de concebir el mundo en relación con la naturaleza y el espacio que lo conforma (2008: pp. 5-6)”

7. La inclusión de determinados contenidos en la agenda mediática y un determinado tratamiento de la información pueden favorecer un cambio cultural. Decantarse por un periodismo en transición en la agenda temática puede conllevar dos acciones: un cambio en el tratamiento informativo y una consideración en la elección de temas. Se trata de dos actuaciones que no siempre se pueden llevar a cabo por los condicionamientos estructurales de la empresa o del ejercicio periodístico.

En cuanto al tratamiento informativo se puede afirmar que facilitar el tránsito de una cultura consumista sin límites, en el marco de una realidad finita, a una cultura de la sostenibilidad supone subrayar la idea-fuerza de la sostenibilidad, y del necesario cambio cultural como referente transversal en la labor informativa. Es preciso “cambiar de gafas para mirar al mundo” y tratar desde otro prisma, el de la sostenibilidad y la equidad, temas como la energía, la economía, la tecnología, la propia información, la realidad virtual, la movilidad, el crecimiento, las necesidades humanas, el mundo laboral, la educación, el género, la publicidad, etc. (Herrero et al, 2011).

En cuanto a la agenda temática es importante la disposición del periodista. Normalmente los periodistas ambientales son los que introducen la sensibilidad por esta materia, a pesar de la reticencia de las estructuras comunicativas. En cierta manera son, muchas veces sin pretenderlo, pioneros culturales<sup>42</sup>.

Existen temas referentes que incitan a una transición, como lo suponen los 40 capítulos del programa de la Agenda 21, aprobado en 1992 por la Asamblea General de Naciones Unidas en Río de Janeiro (Hernández, 2010: pp. 58-60). Por otro lado, la sostenibilidad, como Objetivo de Desarrollo del Milenio, conlleva asociados 18 metas y 48 indicadores, que suponen otra lista de temas de interés. Pero igualmente hay temas que abordan directamente la transición, tales como los referentes a los **límites** biofísicos y a las **alternativas** que conlleva la eficiencia, la biomimesis y la suficiencia: consumo, huella ecológica, huella de carbono, extralimitación, colapso, vivir (bien) con menos<sup>43</sup>, buen vivir<sup>44</sup>, energías y tecno-

---

42 A modo de ejemplo, los periodistas especializados en información ambiental mostraron estar a la vanguardia en cuanto a la posible vinculación con el cambio climático, como lo muestran los artículos de Gustavo Catalán (*El Mundo*), Rafael Méndez (*El País*) y Antonio Cerrillo (*La Vanguardia*) durante la ola de calor de 2003

43 Ver RIECHMANN et al, 2007

44 Ver GUDYNAS, 2011

logías limpias, decrecimiento, iniciativas de transición, la Tierra como sujeto de derecho, resiliencia, pico del petróleo, entre otros muchos. Un estudio sobre bibliografía sobre periodismo ambiental iberoamericano (Fernández, 2011) evidenciaba aún la escasa existencia o la inexistencia de investigaciones sobre la mayoría de estos temas<sup>45</sup>.

La huella de carbono, por ejemplo –al igual que la huella ecológica-, ayuda a redefinir la realidad y, por tanto a reestructurar el sistema<sup>46</sup>. Puede ser un tema referente en los países que más impacto tienen sobre la Tierra. Expone, con una claridad casi cegadora, el impacto de las sociedades y el impacto humano. Es un “espejo feo de mirar”, aunque muy interesante para que pudiera disponer de espacio en la agenda mediática, donde hoy es marginal.

Desde los medios de comunicación, y desde un periodismo en transición se puede fomentar el abordaje de estos conceptos. En todo caso, no se puede ignorar el papel crucial, la función social que, queramos o no, tienen los medios de comunicación en una dirección o en otra, favoreciendo o frenando una transición clave para la vida de la especie humana, de otras muchas especies y para el equilibrio actual de la ecosfera.

Concluyendo, un periodismo en transición aspira a tomar forma en multitud de escenarios distintos, motivando una continua y creativa reelaboración de conceptos y de prácticas. Aun así, no es nada nuevo. De hecho, se viene fraguando desde hace tiempo con periodistas que avanzan en la reconciliación de la profesionalidad con la apuesta por la sostenibilidad en su práctica comunicativa. Si hay algo nuevo bajo el sol es el grado de emergencia planetaria que nos señalan los procesos de

---

45 El estudio incluye referencias que abordan el protagonismo del periodismo ambiental y no de temas ambientales. Por ejemplo, no incluye artículos periodísticos sobre biodiversidad pero sí artículos periodísticos que abordan cómo se trata la biodiversidad en los medios. De las 781 referencias, la palabra consumo aparece 5 veces en portugués y 1 en español. Tan sólo había una sobre cambio global y una sobre decrecimiento. Y ninguna referencia sobre límites, huella ecológica, huella de carbono, colapso, vivir bien, buen vivir, madre Tierra, transición, resiliencia o sobre el pico del petróleo, en FERNANDEZ 2011

46 Como exponen Watzlawick et al, reestructurar significa “cambiar el propio marco conceptual o emocional, en el cual se experimenta una situación, y situarla dentro de otra estructura, que aborde los “hechos” correspondientes a la misma situación concreta igualmente bien o incluso mejor, cambiando así por completo el sentido de los mismos” (1995: p. 120)

extralimitación (en particular el del cambio climático), los cuales motivan a que esté más justificado avanzar por este tipo de ejercicio periodístico<sup>47</sup>.

Sería oportuno profundizar en la investigación sobre este tema.

## **5. REFERENCIAS**

- ADAMS, W. M. (2006): "El Futuro de la Sostenibilidad: Repensando el Medio Ambiente y el Desarrollo en el siglo XXI" Informe de la reunión de UICN pensadores de renombre, 29-31 de enero de 2006, consultado el 15/12/2011.
- ANDERSEN, Robin y MILLER, Pamela (2010): "Alfabetización mediática, compromiso ciudadano y sostenibilidad", en WORLDWATCH INSTITUTE, *La situación del mundo 2010: Cambio cultural. Del consumismo hacia la sostenibilidad*, Icaria, Barcelona.
- BERENGUER Jané, Mariano (2002): *Introducción al Periodismo Científico*. Padilla Libro Editores & Libreros, Sevilla.
- BACCHETA, Víctor (org.) (2000): *Ciudadanía Planetaria. Temas y desafíos del periodismo ambiental*, International Federation of Environmental Journalists, Montevideo.
- (2008): "El periodismo de la sustentabilidad", en TOURINHO, Ilza y SCHWAAB, Reges: *Jornalismo Ambiental. Desafios e Reflexões*, Ed. Dom Quixote, Porto Alegre.
- BARCIA, José Vicente (2010): "La información y la comunicación vista desde el decrecimiento", en TAIBO, *Decrecimientos. Sobre lo que hay que cambiar en la vida cotidiana*, Libros de la Catarata, Madrid.
- BOFF, Leonardo (1996): *Ecología: Grito de: Grito de la Tierra, Grito de los Pobres*. Trotta, Madrid.

---

47 Hay una gran diversidad de maneras de percibir la realidad ambiental y el ejercicio periodístico. Cada periodista tiene una propia, basada en su experiencia, intuición y contexto en el que ejerza. Exponer que el periodismo ha de ser de una manera determinada tiene poca autoridad. Cada mirada aporta algo específico a la gran sinfonía del periodismo. La mirada de este ensayo es muy específica, en torno a un periodismo en transición. Entiendo que no sea compartida por profesionales y que no sea viable en numerosas estructuras mediáticas actuales por determinados condicionamientos. Es lógico. Es normal que miradas sobre una nueva cultura emergente no resulten familiares y generen reparos desde una mirada de la cultura actual. Si no fuese así sería un indicador de "más de lo mismo", en el ámbito de un Cambio 0 o un Cambio 1

- (s/f): "El camino más corto hacia el fracaso", en <http://www.redcalc.org/info.asp?Ob=1&Id=311>, consultado el 26 de julio de 2010.
- CALVO Hernando, Manuel (1992): *Periodismo científico*. Editorial Paraninfo, Madrid (1997): *Manual de Periodismo científico*. Bosch, Barcelona.
- CAMBIO GLOBAL EN ESPAÑA 2020/2050. Energía, Economía y Sociedad (2011): Ed. CCEIM y Fundación Conama, Asturias.
- CAPRA, F. (1982): *El punto crucial. Ciencia, sociedad y cultura naciente*, Integral, Barcelona.
- CRUTZEN, P. J. y STOERMER, E. F. (2000): "The Antropocene" en Global Change Newsletter, 41.
- DIAZ Nosty, Bernardo (2009): "Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad", *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 99 a 119. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 17 de diciembre de 2012, [http://www.revistalatinacs.org/09/art/09\\_808\\_15\\_climático/Bernardo\\_Diaz\\_Nosty.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/09_808_15_climático/Bernardo_Diaz_Nosty.html).
- DOBSON, Andrew (1997): *Pensamiento Político Verde. Una nueva ideología para el siglo XX*. Paidós, Madrid, 1997.
- DUARTE, Carlos M. (coord.): (2006): *Cambio global*. CICS, Madrid
- FARRE, Adela y MASLLORENS, Xavier (2007): *Los objetivos del milenio. No valen excusas*, Intermón Oxfam, Barcelona.
- FERNANDEZ Reyes, Rogelio (2010a): "La sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general", en *DELOS*, Vol 3, Nº 8, disponible en [www.eumed.net/rev/delos/08/rfr.pdf](http://www.eumed.net/rev/delos/08/rfr.pdf).
- (2010b): "Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España", en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, disponible en [www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr.pdf](http://www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr.pdf).
- (2010c): "Reconocimiento y cuestionamiento mediático del cambio climático en España", en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, diciembre 2010. Disponible en [www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr2.pdf](http://www.eumed.net/rev/cccss/10/rfr2.pdf).
- (2011): "Aproximación a la bibliografía del Periodismo Ambiental iberoamericano", en *Razón y Palabra* nº 77, 2011, disponible en [http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%20a%20parte/12\\_Fernandez\\_V77.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%20a%20parte/12_Fernandez_V77.pdf).
- FLORIT, Luciano y OLIVIERI, Alejandro (1995): "Ambientalismos latinoamericanos" en *Ecología Política* nº 10. Icaria, Barcelona.

- GUDYNAS, Eduardo (2011): "Buen vivir: Germinando alternativas al desarrollo", en *América Latina en movimiento*, nº 462, Alai, Ecuador.
- HERNANDEZ Hernández, T.B., (2010): "*La función estratégica de la comunicación en el desarrollo sustentable. Xico, Veracruz un ejemplo de aplicación*". Texto completo en [www.eumed.net/tesis/2010/tbhh/](http://www.eumed.net/tesis/2010/tbhh/), pp. 58 a 60.
- HERRERO, Y., CEMBRANOS, F. y PASCUAL, M. (coords.) (2011): *Cambiar las gafas para mirar el mundo. Una nueva cultura de la sostenibilidad*. Libros en Acción, Madrid.
- HOPKINS, Rob, (2008): *The Transition Handbook. From oil dependency to local resilience*. Green Books, Totnes.
- KOESTLER, Arthur (1964): *The Act of Creation*, Penguin Books, New York.
- LATOUCHE, Serge (2009): *Pequeño tratado del decrecimiento sereno*, Icaria, Barcelona.
- LINZ, Manfred, Riechmann, Jorge y Sempere, Joaquim (2007): *Vivir (bien) con menos. Sobre Suficiencia y Sostenibilidad*, Icaria, Barcelona.
- MEADOWS, Donella y Randers, Jorgen y Meadows, Dennis (2006): *Los límites del crecimiento: 30 años después*. Galaxia Gutenberg, Barcelona.
- McCOMBS, M. E. y BELL, T. (1996): "The agenda-setting role of mass communication", in Salwen, M and Stacks, D, *An integrated approach to communication theory and research*, Mahwan, NJ, Erlbaum, pp. 93-110.
- MEDINA Estrada, Lina María (2008): *El Periodismo Ambiental como fuente necesaria para la Educación Periodística*. Trabajo de Grado de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- MERKEL, Jim (2005): *Simplicidad radical. Huellas pequeñas en una Tierra finita*. Fundació Francesc Ferrer i Guàrdia, Barcelona.
- NAREDO, José Manuel (1997): *Sobre el origen, el uso y el contenido del término "sostenible"*, en <http://habitat.aq.upm.es/cs/p2/a004.html>, consultado el 17 de julio de 2005.
- NORTON, B. G. (1992): "Sustainability, human welfare and ecosistema Elath", *Environmental Values*, 1.
- NUESTRO FUTURO COMUN (1988): Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo, Alianza, Madrid.
- PIÑUEL, José Luís (2008): "Comunicación, cambio social e incertidumbres", *Prisma Social, Revista de ciencias sociales* nº 1, pp. 1-34.

- PUIG Vilar, Ferrán (2010): en <http://ustednoselocree.com/about/>, consultado el 19 de noviembre de 2010.
- REES, W. y WACKERNAGEL, M. (1996): *Our Ecological Footprint. Reducing Human Impact on Earth*. New Society Publishers, Canada, traducido al español en Rees, W. y Wackernagel, M. (2001): *Nuestra huella ecológica. Reduciendo el impacto humano sobre la Tierra*. LOM ediciones, Santiago de Chile.
- RIECHMANN, Jorge (2000): *Un mundo vulnerable*, Los libros de la Catarata, Madrid.
- REIG, Ramón (1994): *La mente global. Un estudio sobre estructura y análisis de la información*. Libertarias/Prodhufi, Madrid.
- (1998) *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Paidós Papeles de Comunicación 21, Barcelona.
- RIECHMANN, J, LINZ, M y SEMPERE, J (2007): *Vivir (bien) con menos. Sobre suficiencia y sostenibilidad*. Icaria, Barcelona.
- SERRANO, Pascual (2010): *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*, Akal, Madrid.
- SORHUET, Hernán (2008): "Saber ambiental" en [http://www.elpais.com.uy/08/01/30/predit\\_327136.asp](http://www.elpais.com.uy/08/01/30/predit_327136.asp).
- SOSA, Nicolás (1996): "Impacto de la información ambiental en la opinión pública" Mesa redonda en *I Congreso Nacional de Periodismo Ambiental*, 1995. APIA, Madrid.
- TOLEDANO Buendía, S. (2010): "Prensa local e infraestructuras. La interesada marginación del periodismo medioambiental", en *Revista Mediterránea de comunicación*, 1, pp. 51-70, <http://www.rmedcom.org/2010/04Toledano.pdf>, consultado el 22 de diciembre de 2010.
- TOLEDO, Víctor (S/F): "Latinoamérica: crisis de civilización y ecología política" [www.ine.gob.mx/ueajei/publicaciones/gacetas/gaceta38/pma12.html#\\*](http://www.ine.gob.mx/ueajei/publicaciones/gacetas/gaceta38/pma12.html#*), consultado el 24 de agosto de 2005.
- TOURINHO, Ilza y SCHWAAB, Reges (2008): "As razões de um conceito", em *Jornalismo Ambiental. Desafios e Reflexões*, Ed. Dom Quixote, Porto Alegre.
- WACKERNAGEL, M. y cols., (2002): "Tracking the ecological overshoot of the human economy", *Proceedings of the Academy of Science*, 99, nº 14, Washington, pp. 9266-9271.
- WATZLAWICK, Paul, WEAKLAND, John H. y FISCH, Richard (1995): *Cambio. Formación y solución de los problemas humanos*. Herder, Barcelona.

## SEMBLANZAS

**JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA.** Doctor en Psicología por la Universidad Louis Pasteur de Estrasburgo y Doctor en Filosofía por la Universidad de Salamanca, es Catedrático en la Facultad de CC. de la Información de la Universidad Complutense donde dirige el Grupo de Investigación MDCS (Mediación Dialéctica de la Comunicación Social) entre cuyos proyectos más recientes destacan “Los jóvenes frente al Cambio Climático” (MECD, PR41/11-18352) y el Proyecto I+D titulado “El discurso hegemónico de los Media sobre el “Cambio Climático” (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes”. (MICINN, ref. CSO2010-16936COMU).

**ILZA MARIA TOURINHO GIRARDI.** Jornalista, mestre em Comunicação Científica e Tecnológica pela Universidade Metodista de São Paulo, doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, professora na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil.

**CLÁUDIA HERTE DE MORAES.** Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), doutoranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus de Frederico Westphalen, Brasil.

**PABLO ÁNGEL MEIRA CARTEA.** Doctor en Ciencias de la Educación y Profesor Titular de Educación Ambiental en la Universidad de Santiago de Compostela (Galicia-España). Sus líneas de investigación se centran en los fundamentos teóricos y éticos de la Educación Ambiental, el desarrollo institucional de este campo, las representaciones sociales del ambiente y la educación y la comunicación sobre el cambio climático. Desde el año 2008 dirige la serie bianual de informes sobre La sociedad española ante el cambio climático, patrocinados por la Fundación MAPFRE. Premio María Barbeito de Investigación Pedagógica en 2009.

**BIENVENIDO LEÓN.** Periodista y doctor en Ciencias de la Información, es profesor titular de Producción Televisiva y Divulgación Científica Audiovisual, en la Universidad de Navarra. Ha impartido cursos en otras universidades y centros

educativos de España y otros países, como Portugal, Grecia, Argentina, Costa Rica, Ecuador y República Dominicana. Sus líneas de investigación se centran en la comunicación de la ciencia y en el documental televisivo. Es director de los festivales TeleNatura. ([www.unav.es/telenatura](http://www.unav.es/telenatura)) y Urban TV ([www.urbantvfestival.org](http://www.urbantvfestival.org)). Anteriormente fue director de informativos de la agencia Editmedia TV, coordinador de reportajes informativos de Tele 5 y director de la productora Euroview. Es autor de varios libros, así como de numerosos artículos científicos y divulgativos sobre comunicación.

**ALICIA DE LARA.** Es doctora en Periodismo (2011) por la Universidad Miguel Hernández (UMH), adscrita al Departamento de Ciencias Sociales y Humanas. Se licenció en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Alicante (2003) y en Periodismo por la Universidad de Murcia (2005). Ayudante Doctor en la UMH imparte docencia en las asignaturas Comunicación e Información Escrita y Lenguaje y Técnicas de Periodismo Escrito. También es ladirectora de la revista sobre divulgación de la investigación de la UMH: UMH Sapiens [www.umhsapiens.com](http://www.umhsapiens.com)

**FERRÁN P. VILAR.** Ingeniero Superior de Telecomunicaciones. Ha dedicado su vida profesional a la dirección y edición de revistas especializadas, técnicas y profesionales, y otros soportes de información. Fue presidente de la Asociación de Prensa Profesional (1989-1997). Desde 2004, y desde 2008 con dedicación exclusiva, es un estudioso independiente del cambio climático en sus vertientes científica, social y comunicativa. Forma parte del grupo "Comunicación y educación en cambio climático" del CENEAM y participa en el Grupo de Expertos en Cambio Climático de Cataluña. Ha impartido conferencias en diversos organismos y universidades españolas. Edita el bloque "Usted no se lo cree" y es emisor activo de información sobre distintos aspectos del cambio climático por Facebook y Twitter.

**MARÍA TERESA MERCADO.** Profesora de Periodismo en la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia y directora del Instituto de Investigación CEU de Disciplinas Económicas, Ambientales y Sociales (IDEAS). Doctora en Ciencias de la Información, licenciada en Periodismo y en Humanidades, y Máster en Gestión Cultural, sus investigaciones se enmarcan en el área del periodismo especializado, especialmente en información sobre energía y cambio climático. Investigadora Principal del proyecto I+D 'Análisis del tratamiento informativo de las políticas energéticas en España, procesos de recepción y participación de organizaciones sociales' y miembro del Grupo de Investigación en Discapacidad y Comunicación de la UCH desde sus orígenes.

**HERNÁN SORHUET.** Periodista Ambiental, Columnista en la página editorial de *EL PAÍS* de Montevideo ininterrumpidamente desde 1982. Punto Focal de la Comisión de Educación y Comunicación (CEC) de Uruguay, perteneciente a la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). Miembro de la Red de Comunicación Ambiental para América Latina y el Caribe (RedCalc). Ejerce la docencia en periodismo ambiental en talleres y cursos que organiza o coorganiza.

**JOSÉ MARÍA MONTERO.** Licenciado en Ciencias de la Información. Periodista ambiental desde 1981. Ha trabajado en prensa diaria, radio y televisión. Desde 1989 trabaja en los Servicios Informativos de la Radio Televisión de Andalucía. Responsable del área de Medio Ambiente en Canal Sur Televisión. Director y presentador de "Espacio Protegido" (Canal Sur TV), informativo semanal de medio ambiente, desde 1998. Autor (1992-2007) de "Crónica en verde" en *El País-Andalucía*. Director académico del Seminario Internacional de Periodismo y Medio Ambiente. Colabora, como docente, en varias universidades españolas y extranjeras. Ha recibido más de 30 galardones relacionados con su labor profesional, entre otros el Premio Nacional de Medio Ambiente y el Premio Internacional de la Fundación BBVA a la Difusión de la Biodiversidad

**FRANCISCO HERAS HERNÁNDEZ.** Biólogo ambiental por la Universidad Autónoma de Madrid (1985). Ha desarrollado su actividad profesional en el Servicio de Educación del Ayuntamiento de Madrid (1987-1989), Departamento de Ecología de la Universidad Autónoma de Madrid (1990-1991), en el Comité Español del Programa "Hombre y Biosfera" (1992) y, a partir de 1993, en el Centro Nacional de Educación Ambiental (Organismo Autónomo Parques Nacionales).

**LUÍS ALBERTO GALLEGOS MENDOZA.** Peruano, Periodista y Comunicador Social, residente en Chile. Cuenta con estudios en Economía en Universidad Nacional San Luis Gonzaga y en Comunicación Social en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Con experiencia de Coordinador y Consultor de Proyectos del Ministerio del Medio Ambiente, Fundación Instituto de Ecología Política, Consultora Paradigmas y el Centro de Formación Técnica Ambiental, IDMA; Docente de la Asignatura de Educación Ambiental en la Facultad de Medicina Veterinaria y Agronomía, Universidad de Las Américas, Chile; y Consultor Ambiental de la Comisión de Medio Ambiente de la Asociación Chilena de Municipalidades.

**MARIA JOSEP PICÓ GARCÉS.** Periodista ambiental, escritora y divulgadora científica. Puso en marcha la revista *Nat* y es Premio Nacional de Periodismo Ambiental 2005.

Trabaja en la Càtedra de Divulgació de la Ciència UCC+i e imparte clases de Periodismo de Ciencia y Tecnología en de la Universitat de València. Colabora en el diario Levante-EMV, con la columna y blog Ecosistemas y las revistas Mètode, L'Espill y Saó. También coordina el módulo de Periodismo Ambiental del Máster de Comunicación Científica, Sanitaria y Ambiental de la Universitat Pompeu Fabra. Entre sus obras se encuentra *El canvi climàtic a casa nostra* (Bromera, 2007).

**GIOVANNI GOTOPO.** Es Licenciado en Periodismo y tiene el grado de Magister en Ciencias de la Comunicación y Magister en Museología, actualmente cursando un doctorado en Ciencias Políticas. Ha ejercido como periodista de diarios impresos, periodista digital, radio y televisión. Tiene una larga trayectoria como periodista institucional y en su país ha ganado importantes premios como el Premio Nacional de Periodismo 2006, y el Premio de Ciencia y Tecnología en las ediciones de 2001 y 2004. Es experto en el tema de periodismo ambiental, científico y patrimonial.

**PABLO GAVIRATI.** Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Ha realizado su Especialización en Comunicación y Medio Ambiente en la Universidad Nacional de La Plata, con un trabajo final sobre la cobertura argentina de la COP-15 de Copenhague. En la actualidad, es becario de posgrado en el CONICET, dependiente del Ministerio de Ciencia de Argentina. Desempeña sus tareas en el Instituto de Investigaciones "Gino Germani" de la UBA. Y realiza sus estudios en el Doctorado de Ciencias Sociales, enfocado en el tema de las negociaciones climáticas.

**ROSALBA MANCINAS CHÁVEZ.** Profesora en la Universidad de Sevilla y en el Centro Universitario EUSA. Autora de *El poder mediático en México. Relaciones entre economía, política y medios de comunicación* y *La palpitante historia de la comunicación en Chihuahua: prensa, radio, televisión e Internet*. Su experiencia en medios de comunicación es más intensa en radio, donde ha sido productora y conductora del programa *Nosotras, nuestro tiempo, nuestro espacio*, magacín especializado en temas de género. Tiene diversos capítulos en libros y artículos en revistas científicas, encaminados al análisis de los grupos vulnerables y medios de comunicación, especialmente niños y mujeres.

**ROGELIO FERNÁNDEZ REYES.** Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla y Doctor por la Universidad Pablo de Olavide. Diploma de Estudios Avanzados por la Universidad Internacional de Andalucía. Premio Extraordinario de doctorado por la Universidad Pablo de Olavide 2009/2010. Socio de la RedCalc (Red de Comunicación Ambiental para América Latina y el Caribe) y APIA (Asociación

de Periodistas de Información Ambiental). Interesando en la investigación sobre las alternativas socioambientales y su presencia mediática. Miembro del grupo de investigación GREHCCO (Universidad de Sevilla) y del grupo de investigación MDCS (Universidad Complutense de Madrid).





