

EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA PRENSA NACIONAL: VULNERABILIDAD AMBIENTAL Y COMUNICACIÓN EDUCATIVA

FRANCISCO JAVIER REYES RUIZ / ELBA AURORA CASTRO ROSALES

Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Universidad de Guadalajara

JUAN LARROSA FUENTES

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

RESUMEN: La presente ponencia refiere a uno de los subproyectos del proyecto de investigación “Análisis de la producción comunicativa sobre cambio climático”, el cual está en proceso. Este esfuerzo, se realiza de manera conjunta entre la Maestría en Educación Ambiental de la Universidad de Guadalajara y Quid el Observatorio de Medios del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

En el presente documento se abordan algunas de las reflexiones que le dan sustento teórico y metodológico al subproyecto “Análisis del encuadre sobre cambio climático en la prensa escrita de circulación nacional”, con el cual se está haciendo un abordaje cuantitativo y cualitativo de las notas periodísticas publicadas en los diarios El Universal, Excélsior, La Jornada, Milenio Diario y Reforma, entre el 26 de

mayo y el 16 de junio del presente año. Así, este estudio de encuadre sobre el tratamiento que recibe el cambio climático (CC) en la prensa mexicana permite reflexionar acerca de la vinculación entre educación ambiental y la formación de una opinión pública favorable a la protección de la naturaleza. En este momento, noviembre de 2010, se tienen identificadas y clasificadas las notas de los cinco periódicos, capturados en un programa electrónico los datos referentes a los principales criterios periodísticos y se está a punto de iniciar la etapa de análisis cualitativo, por lo que para el XI CNIE se podrán presentar los resultados finales y las conclusiones definitivas de la investigación.

PALABRAS CLAVE: análisis de medios, análisis de encuadre, comunicación ambiental, educación ambiental, prensa y cambio climático.

Introducción

Recientemente la prensa nacional e internacional refleja una preocupación creciente sobre el cambio climático (CC) planetario, inscribiéndolo como un tema de gran interés público e influyendo en las percepciones que al respecto se hace un mayor número de personas y sectores. El poder de la prensa para moldear la opinión pública y generar sentido sobre ciertos asuntos poco considerados, como algunos ambientales y entre ellos

específicamente el CC, es un objeto relevante de análisis. Si estimamos la evidente influencia que la prensa escrita ejerce, por atención o por omisión en sus páginas, en la interpretación de la realidad entre importantes sectores sociales y, por tanto, en la postura política o ideológica que éstos toman frente al tema del CC, podemos entender la relevancia del tema que aborda la presente investigación.

El análisis de la prensa exige tomar en cuenta críticamente al menos dos condicionantes presentes en la producción mediática en el contexto actual: i) las inherentes al funcionamiento de los medios y su rentabilidad (en el marco de una sociedad de consumo) y ii) las pertinentes al tratamiento especializado que requiere el CC. Las primeras están relacionadas con reconocer que la construcción de las agendas públicas, así como la presentación y manejo de información, es un proceso complejo que se ve poderosamente influido por los criterios de un mercado incesante que condiciona estilos y tratamientos informativos; la segunda tiene que ver con el reconocimiento de que en la búsqueda de fuentes de información o generación de datos, los medios no quedan exentos de legitimar actores y discursos dominantes, articulados al *status quo*.

Probablemente el efecto más sigiloso y por tanto preocupante de la influencia mediática que ejerce la prensa se dé en la formación de un imaginario colectivo que carece de marcos para interpretar críticamente el desastre y promover una ciudadanía creativa capaz de abatir el desconcierto sobre el futuro y de articular su propia acción con el fin de abrir espacios democráticos y de corresponsabilidad frente a los efectos previsibles del cambio climático. En esta línea, la prensa, lo pretenda o no, termina ejerciendo una labor formativa, y en el manejo del tema del CC también lo viene haciendo.

II. Planteamiento de la investigación y metodología

En función de lo planteado anteriormente, se conformó un equipo con profesores investigadores de la Maestría en Educación Ambiental de la Universidad de Guadalajara (UdeG) y de *Quid*, el Observatorio de Medios del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), además de estudiantes de ambas instituciones para impulsar el subproyecto “Análisis del encuadre sobre cambio climático en la prensa escrita nacional”, el cual es parte de un proyecto más amplio intitulado: “Análisis de la producción comunicativa sobre cambio climático”. La investigación aquí presentada combina el enfoque cuantitativo con el cualitativo para monitorear los periódicos *El Universal*, *Excélsior*, *La*

Jornada, Milenio Diario y Reforma, durante el periodo que fue del 25 de mayo al 16 de junio de 2010, es decir un período que gira alrededor del “Día del medio ambiente”, que se conmemora el 5 de junio.

Con este esfuerzo investigativo se trata de dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿qué frecuencia y qué espacios le dedican los medios analizados al tema ambiental y en específico al del cambio climático?, ¿cuáles son los actores sociales a los que los diarios le dan espacio y cuánto a cada uno?, ¿cuál es el enfoque, en términos de causalidad y tipo de solución, sobre el cambio climático que asume cada actor social al que se le da espacio?, ¿cuál es la posición predominante sobre el cambio climático en cada diario y cuál el perfil profesional de los periodistas que cubren dicho tema? Por lo tanto, en la investigación se establece un doble análisis: i) de la agenda mediática ambiental que en general presenta la prensa nacional y ii) del contenido, tratamiento, actores, tendencias y enfoques del abordaje del CC.

La metodología empleada para esta investigación, se basa en el modelo desarrollado por el Observatorio de Medios del ITESO, la cual implica la elaboración de una hoja de observación en la que se consideran las siguientes categorías: fuente, ubicación, página, tamaño, sección, tipo de información, nivel, origen, y autor que escribe la nota. Además, la hoja de observación tenía un apartado para contabilizar a los actores que aparecían en las notas, su sexo y su cargo, también se contaron a las instituciones. En la hoja de observación también se registraron los siguientes temas: recursos naturales, actividades productivas, modelo de desarrollo, cambio climático, fenómenos naturales y legislación ambiental.

A partir de lo anterior, se elaboró una base de datos, con la cual se construyeron tablas y gráficas, y que arroja información relevante sobre el comportamiento del objeto de estudio de esta investigación (diarios de circulación nacional) y permite conocer cómo es que la prensa está cubriendo el tema del medio ambiente y particularmente del cambio climático.

III. Elementos del marco teórico del proyecto

3.1 Encubriendo lo inocultable: el modelo de desarrollo como depredador

Este subproyecto parte de la premisa de que el enfoque predominante en el abordaje sobre el cambio climático en los actores sociales que tienen presencia en la prensa escrita

del país se caracteriza por un débil señalamiento sobre la causa central del problema: el modelo de desarrollo urbano-industrial.

La afectación humana sobre la atmósfera se pensaba, al menos hasta mediados del siglo XX, que tenía un carácter local o regional, pero el descubrimiento del hoyo de ozono y luego del fenómeno global del calentamiento climático dejó ver el carácter planetario que ésta tiene, pero sin perder su manifestación local y transfronteriza (Fernández, 2010). En períodos históricos anteriores a los últimos años del siglo pasado sólo en la ciencia ficción se podía imaginar que el humano estuviera en capacidad de afectar al clima. Hoy sabemos que la ecuación que planteaba que la contaminación era una consecuencia menor del progreso se ha hecho pedazos. Existe una preocupación generalizada porque este fenómeno global está incidiendo profundamente en el presente de la humanidad, como lo hará también en el futuro, aunque todavía es muy incierto saber cuál será su evolución.

La imperante racionalidad económico/productivista, que tiene como uno de sus cimientos el consumo de energéticos fósiles baratos, se ha convertido en el factor central para la modificación de las condiciones atmosféricas. Además, resulta inocultable que los grandes beneficios económicos que deja el progreso quedan concentrados en pocas manos, pero los impactos negativos, tanto ambientales como sociales, se distribuyen entre toda la población y es ésta, a través de los esfuerzos de los Estados nacionales, quien hace frente en términos económicos a los efectos negativos.

En dicho contexto, se considera que el investigador, el político o algún otro actor social que explica el fenómeno del cambio climático, pero no ahonda críticamente en la causa, se convierte en un engrane de la posición ideológica del modelo de desarrollo dominante. De ahí la necesidad de no quedarse en la crítica al contenido de las políticas por ser éste insuficiente, sino que se requiere revisar la forma de la política misma y enfrentar el poder intergubernamental y el poder corporativo empresarial, así como los estilos de vida de los sectores dominantes (Brand, 2009).

3.2 La comunicación educativa ambiental

La comunicación como fenómeno sociocultural juega un papel importante en la vinculación entre opinión pública y cambio social, pues dota a ambos procesos de significación y sentido de la realidad. Así, la creación de una cultura ambiental se ve influida, y también puede verse transformada, por alguna práctica comunicacional, provenga ésta de: i) discursos mediáticos que influyen en la percepción, ii) interacciones sociales que le dan sen-

tido a la realidad, iii) el consumo de un producto cultural o entretenimiento, o iv) la producción de discursos y prácticas disidentes a los modelos dominantes, es decir, de la resistencia al establecimiento común de sentido.

A partir de estas prácticas se elaboran y se socializan códigos de percepción, valoración y acción, en este caso de la relación sociedad-naturaleza, que expresan el nivel de adaptación o desadaptación de una cultura a sus ecosistemas. Así, uno de los resortes por los cuales la cultura crea/recrea, refuerza o se resiste a ciertos significados y sus prácticas, consiste en la exposición de las novedades o informaciones en cualquiera de los medios masivos.

En este contexto, nadie le restaría importancia al papel que tiene la comunicación en el establecimiento de una cultura profundamente distinta en términos de la relación sociedad/naturaleza; por el contrario, en México prácticamente todo documento estratégico ambiental considera el papel educativo que juegan los medios. Sin embargo, esta investigación toma como una de sus premisas que las formas en las que se ha difundido la información ambiental están más cerca del espectáculo y de la superficialidad, que de la explicación y de las virtudes del periodismo.

De esta manera, la última novedad en el abordaje mediático de lo ambiental es ahora el CC, que vuelve secundario a cualquier otro problema ambiental, cuando aún no se ha logrado la significación y/o la producción de sentido en torno a la importancia de cada problema y de su vinculación entre sí.

En el discurso masivo, en general, no se tocan las condiciones paradigmáticas del modelo de desarrollo predominante, lo que termina enmascarando la verdadera fuerza transformadora del discurso ambiental.

Como señala Ana María Sánchez (2009: 105):

la divulgación de los problemas ambientales y su solución no será efectiva si no se explica libremente que se requiere una transformación de los modos de producción y consumo, así como de nuestra organización social y hábitos personales. Es necesario aprovechar la creciente conciencia ecologista del público para mostrar que la solución de los problemas se dará en la medida en que las políticas y las instituciones se reorienten hacia sistemas socioeconómicos menos agresivos contra el ambiente. Es labor de los divulgadores reforzar esa conciencia hablando de las causas profundas de los problemas.

En la prensa nacional, los problemas ambientales llegan a tener un espacio permanente, aunque no prioritario, a cambio de que su abordaje se reduzca a las escenas efectistas y

confusas de sus causas, antes que explicar su naturaleza relacional con la raíz de otros problemas puestos en la agenda mediática, como la ciudadanización de la política y la necesaria conquista de la ética en todas las acciones humanas.

IV. Resultados parciales

4.1 Primer corte: abordaje de los temas ambientales

Entre los muchos resultados estadísticos obtenidos, destacamos los siguientes:

El análisis realizado de los cinco diarios referidos refleja que el tema del medio ambiente está presente en la prensa, pero tiene una frecuencia de aparición baja y un abordaje con escasa profundidad. Se identificaron 1,621 notas (entre textos, fotografías e infográficos). El periódico que más notas de medio ambiente tuvo durante el periodo revisado fue *Excélsior*, con un total de 533 apariciones (33%) de las notas encontradas. Con una diferencia de 41, le siguió *Reforma* (30%). *El Universal* publicó 346 notas (21%). Los periódicos que menos publicaron fueron *Milenio Diario* con 177 notas (11%) y *La Jornada* con 73 (5%).

De las 1,621 notas 50% (811) fueron meramente informativas. Le siguieron las fotografías con 615, en tercer lugar se encuentra la Infografía, con 71 notas, y hay sólo 80 notas de mayor profundidad (54 de opinión y 26 reportajes). Por otra parte, el tamaño de las notas, elemento visual para llamar la atención del lector, es un indicador de qué tan informativo, profundo o completo llega a ser el abordaje. El análisis realizado encontró que la mayoría de las notas tiene el menor tamaño posible, que es menor a un cuarto de plana, pues del total de las 1,089 notas, 67%, entra en esta categoría. Los datos anteriores evidencian la mala comunicación del tema, pues el espacio que se le brinda es mínimo y no hay análisis por parte de los reporteros, ni de la redacción; y se refleja la poca significación que tiene entre los líderes de opinión que colaboran en dichos medios.

Al analizar los autores de las notas ambientales, quienes tienen mayores porcentajes de aparición son las agencias (respectivamente, Agente France-Presse, Associated Press y Reuters). En el décimo lugar se encuentra el primer reportero con mayor frecuencia de aparición (29 notas de su autoría) y al final de la lista se aprecia que son más de 200 las autorías que tienen sólo una nota publicada. Esto último refleja que los diarios analizados manifiestan un bajo interés por destinar a reporteros a especializarse en el tema medio ambiente y/o cambio climático, al igual que un desapego de los periodistas por el tema.

Con ello se pierde experiencia, bagaje cultural y habilidades para cubrir la fuente, lo que se traduce al público en dispersión de información, que provoca falta de interés y seguimiento en el tema.

Cabe destacar también que el contexto y la coyuntura, la exclusiva, la nota del momento, afectan el comportamiento de los diarios. Así, resultó que el tema más mencionado fue el de “Actividades Productivas” (46%), esto influido por el derrame de petróleo en el Golfo de México. El segundo tema fue el de “Recursos Naturales” (24%), el tercero “Modelo de Desarrollo” (16%), los “Fenómenos naturales” quedó en cuarto lugar con 8%, **el quinto lugar lo obtuvo el “Cambio Climático” con 104 notas o 6% del total** y el último fue la “Legislación Ambiental”, con sólo una nota.

4.2 Segundo corte: Abordaje sobre el tema del cambio climático

De acuerdo con los resultados obtenidos es posible afirmar que el cambio climático es un tema aún desconocido para la prensa mexicana. Se habla de él, pero escasamente y las variables indican que hay ciertos niveles de información relacionada a este fenómeno que no están siendo cubiertos por los diarios. Lo anterior se afirma en razón de que se publicó, sumando los cinco periódicos, un promedio de cuatro notas y media por día. Conforme a las variables estudiadas, se mantiene la tendencia observada en los temas del medio ambiente en general (abundan las notas pequeñas, de poca profundidad y poca relevancia editorial). El tema del CC tiene poca significación aún en las efemérides ambientales.

Un porcentaje importante (44%) de las notas aparecidas sobre el tema revelan el interés por solucionar o disminuir el cambio climático. Aunque resulta incoherente no encontrar notas que expliquen cuáles son las causas de fondo que ocasionan el problema (sólo 5% se refieren a lo que lo origina). Lo que indica que los periódicos de circulación nacional no están informando a sus lectores sobre todas las dimensiones y la complejidad del fenómeno.

V. Algunas conclusiones preliminares o apuntes para el debate

- La marginalidad del tema del CC en la prensa dificulta, por un lado, el desarrollo de un pensamiento social sosegado, colectivo y profundo sobre dicho fenómeno y sus posibles soluciones y, por otro, la necesaria vinculación entre el impacto del CC como pro-

blema global y las soluciones que a nivel local deben surgir desde una ciudadanía crítica y propositiva.

- La prensa escrita nacional aborda el tema del cambio climático con superficialidad y marcada insuficiencia, pues no contextualiza este fenómeno global en el marco del modelo de desarrollo, le da un tratamiento desconectado con otras dimensiones y problemas ambientales, no le abre espacio a posiciones críticas de quienes no comparten las vías remediales o convencionales de solución.

Bibliografía citada

- Brand, U. (2009) En pos de una crítica y acción radical en torno a las políticas sobre el cambio climático y Copenhague 2009. Documento consultado en mayo del 2010 en: <http://www.nodo50.org/cepid/spip.php?article381>
- Esteinou, M. J. (2000). Ecología de Medios de Comunicación y Cambios de Conciencia Humana. *Razón y Palabra* [Revista electrónica], 18. Documento consultado el 8 de agosto del 2010 en: <http://www.razonypalabra.org.mx>.
- Fernández, R. (2010) El Antropoceno: La crisis ecológica se hace mundial. Documento consultado en julio del 2010 en: www.ecologistasenaccion.org
- Lorente, J. I. (2009). Los Medios de Comunicación Tienden al Catastrofismo al Hablar de Medio Ambiente [Reseña de investigación]. *Revista Latina de Comunicación Social*. Documento consultado el 7 de julio del 2010 en: <http://www.plataformasinc.es>
- Sánchez, A. M. (2009) Libertad y responsabilidad en la divulgación de problemas ambientales. En: *Investigación ambiental*. 1(1): 101-106. Documento consultado el 20 de agosto en: <http://www2.ine.gob.mx/publicaciones/gacetas/604/libertad.pdf>