

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/263090736>

Análisis del encuadre sobre cambio climático en la prensa escrita nacional

Article · January 2011

CITATIONS

3

READS

47

3 authors, including:



[Juan S. Larrosa-Fuentes](#)

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

56 PUBLICATIONS 83 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Observatorios de medios [View project](#)



Political Communication and Mexican Local Elections [View project](#)

Latapí

REVISTA DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN PARA LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE

Latapí Año 2, No. 3, Mayo de 2011, Publicación Semestral



Educación Ambiental y
Universidad

Análisis del Encuadre sobre Cambio Climático en la Prensa Escrita Nacional

Javier Reyes Ruíz

Miembro del Centro de Estudios Sociales y Ecológicos A.C.
Profesor de la Maestría en Educación Ambiental de la Universidad de Guadalajara

Elba Aurora Castro Rosales

Coordinadora de la Maestría en Educación Ambiental de la Universidad de Guadalajara

Juan Larrosa

Centro Universitario de Ciencias
Biológicas y Agropecuarias (CUCBA)

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 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 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 y Reforma, entre el 26 de mayo y el 16 de junio de 2010. 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. Para noviembre del 2010, ya se habían identificado y clasificado las notas de los cinco periódicos antes mencionados, capturados en un programa electrónico los datos referentes a los principales criterios periodísticos y se efectuó la etapa de análisis cualitativo, por lo que en el II CNEIAS efectuado en el mes de marzo fueron presentados los resultados finales y las conclusiones definitivas de esta investigación.

Palabras clave: *Análisis de Medios, Comunicación Ambiental, Educación Ambiental, Prensa, 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 en la interpretación de la realidad entre importantes sectores sociales, por lo tanto, en la postura política o ideológica que 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. La primera está relacionada 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.

La prensa, lo pretenda o no, termina ejerciendo una labor formativa, y en el manejo del tema del CC lo viene haciendo, ¿en qué sentido?, ese es una de las líneas de reflexión que se pretende impulsar con este trabajo investigativo.

Elementos del marco teórico del proyecto. 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. Sin embargo, como es normal, hay sectores (sobre todo vinculados a la industria petrolera, a posiciones más conservadoras, algunos grupos de científicos y académicos escépticos) que han negado sistemáticamente, y siguen haciéndolo, la existencia o al menos la gravedad del problema (Alcalde, 2007).

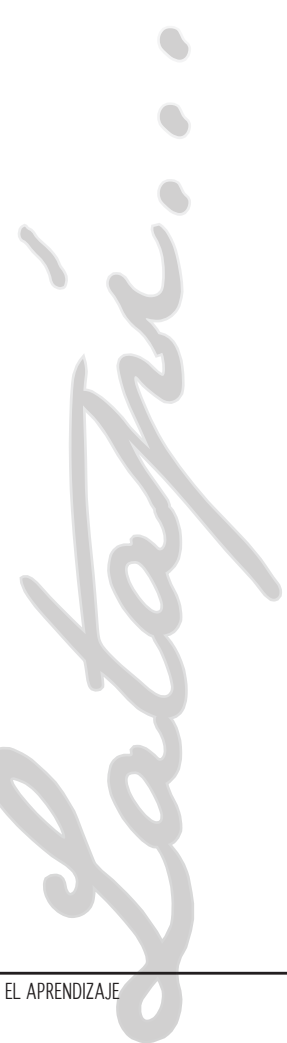


La imperante racionalidad económico-productivista, que tiene como uno de sus cimientos el consumo de energéticos fósiles baratos, se ha convertido en el factor central para la modificación de las condiciones atmosféricas. Además, cabe destacar que resulta inocultable que los grandes beneficios económicos 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 debe hacer 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 insuficiente, sino ir hasta 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).

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: 1) discursos mediáticos



que influyen en la percepción, II) interacciones sociales que le dan sentido 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.

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. Pero lo anterior está íntimamente relacionado con la competencia por conseguir uno de los cinco asuntos que están inscritos en la agenda pública y que perduran en la memoria de los lectores. Y parece que el manejo del CC es un tema carismático para el periodismo dada su capacidad de incidir en un gran número de factores de interés público (actualidad, novedad, trascendencia, magnitud, notoriedad, proximidad, conflicto, progreso, suspenso, hazaña, drama y rareza) (De Dios y Núñez, 2005), determinando la nota que “vende”.

Este interés comercial es transformado en criterios editoriales, que ahora, influidos por la cultura de la imagen, se supeditan las palabras a las imágenes. Con esta característica del espectáculo, el tratamiento mediático del CC se vuelve el “protagonista” de todos los males, en explicación reduccionista de los escenarios adversos y en la consecuencia porque la sociedad, especialmente los individuos, se ha comportado de manera incorrecta en términos ambientales, lo cual parece expiable si se pagan las cuotas y los impuestos para favorecer el saneamiento ambiental. Pero en el discurso masivo no se tocan las condiciones paradigmáticas de la comodidad y el consumo en el avasallador modelo de desarrollo prevaleciente; se enmascara 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, entre los temas ambientales, el CC goza de tener el “estelar” (Caminante, 2007) 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.

Planteamiento de la investigación y nivel de avance

En función de lo anterior, se conformó un equipo con profesores investigadores de la Maestría en Educación Ambiental de la Universidad de Guadalajara (UdeG) y del 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 analizar las notas ambientales aparecidas del 26 de mayo al 16 de junio de 2010 en cinco periódicos seleccionados por su circulación nacional: El Universal, Excélsior, La Jornada, Milenio Diario y Reforma.

Con este esfuerzo investigativo se trata de dar respuesta a preguntas tales como: ¿Qué frecuencia y qué espacios le dedican los medios analizados al tema 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, especialmente el de los discursos institucionales del gobierno federal y de las universidades?, ¿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; así como las valoraciones y recomendaciones que haremos sobre este tema. Lo que en conjunto se conoce como análisis de encuadre de medios. Se trata, pues, de una observación crítica de la influencia que ejercen estos mensajes y su lógica de producción para la generación u obstaculización de una cultura ambiental impulsada desde la prensa mexicana.

La metodología empleada para esta investigación, se basa en el modelo desarrollado por el Observatorio de Medios del ITESO y consiste en:

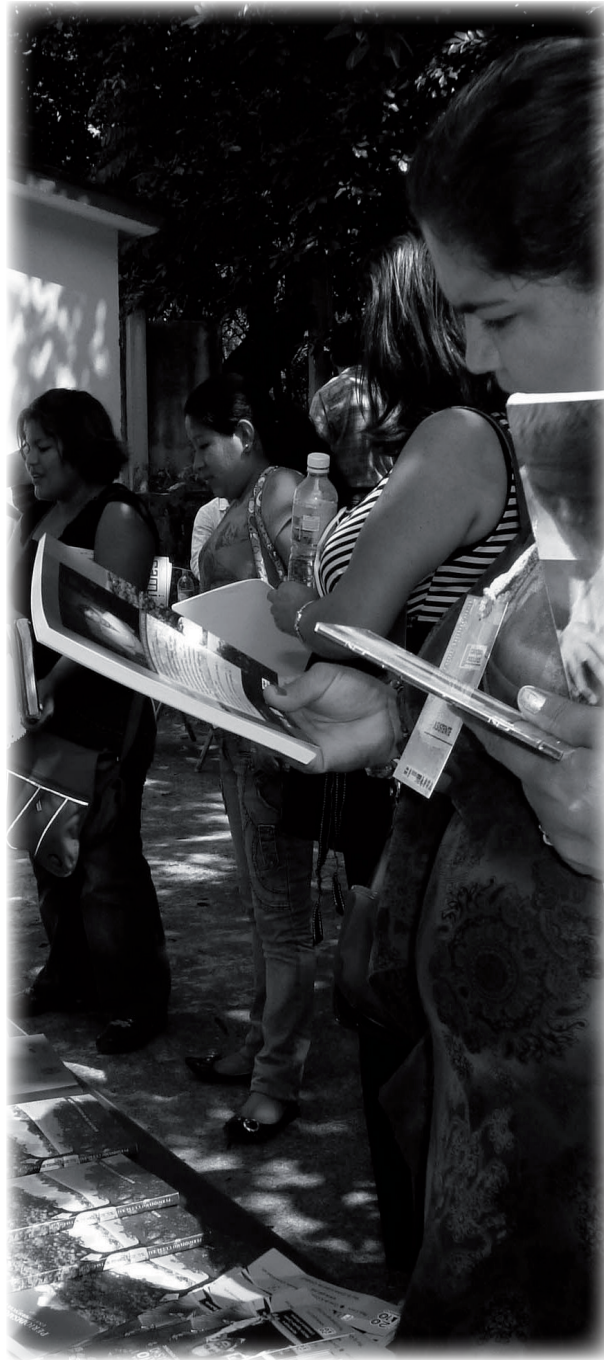
- Un análisis de la agenda ambiental de la prensa escrita, por medio de 102 criterios construidos por el equipo del presente subproyecto (21 corresponden al análisis ambiental y 81 al periodístico).
- Un análisis de discurso de las notas de CC (para reconocer actores, contenidos, tendencias y enfoques dominantes). Los resultados arrojados están siendo procesados en un análisis de encuadre (para determinar, la relevancia desde el punto de vista periodístico, la promoción del CC en la prensa nacional, así como la evaluación moral o recomendación para el tratamiento del asunto .

En este momento, noviembre del 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 II CNEAS se podrán presentar los resultados finales y las conclusiones definitivas de la investigación.

Conclusiones preliminares y apuntes para el debate

La presente investigación está aún en una etapa de construcción de datos, por lo que en este momento las siguientes conclusiones poseen carácter preliminar y están acompañadas de algunas ideas que abonarán el debate sobre este tema:

- La prensa escrita nacional aborda el tema del cambio climático con cierta superficialidad, pues no contextualiza este fenómeno global en el marco del modelo de desarrollo, le da un tratamiento desconectado con otras dimensiones y problemas ambientales y no le abre espacio de

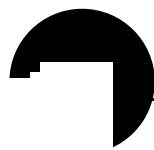


manera equitativa a posiciones críticas de quienes no comparten las vías remediales o convencionales de solución.

- El abordaje casi catastrofista sobre las consecuencias propiciadas por el cambio climático, realizado por los actores sociales que tienen voz en la prensa escrita, dificulta, por un lado, el desarrollo de un pensamiento social sosegado, colectivo y profundo sobre el tema y sus posibles soluciones, por otro, la necesaria vinculación entre el impacto del CC como fenómeno global y las soluciones que a nivel local deben surgir desde una ciudadanía crítica y propositiva.
- El vínculo entre prensa escrita y movimientos sociales es un elemento clave que resultará fundamental en el futuro para generar procesos de presión política que propicien cambios en el modelo de desarrollo favorables a la sustentabilidad.
- Un abordaje comunicacional del CC debe verse enmarcado en una lógica dinamizante de la producción de mensajes. Consciente de su carácter ético (contracultural), haciendo prevalecer un discurso crítico y relacional de los problemas, con enfoques esperanzadores.

En síntesis, el cambio climático no es una sombra que acosa el futuro, es una presencia que ya está aquí. No de un problema referido sólo al promedio de la temperatura del planeta, sino que tiene que ver con lo que somos, con lo que nos hemos convertido las sociedades contemporáneas. Si nos anclamos en la idea de que el problema radica en que el calor está penetrando a todas las estaciones del año, estamos viendo el afuera e ignorando el adentro.

Requerimos disminuir la emisión de gases invernadero, sin duda; pero es más urgente y profundo rastrear y entender los lazos sutiles en los que se cimenta la vida y sus fortalezas, y esto debe reflejarse en los medios de comunicación como un reto que enfrenta la humanidad.



Bibliografía

- Alcalde, J. (2007) *Las mentiras del cambio climático*. Libros Libres. España, Madrid
- 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>
- De Dios, S. y Núñez, J.C. (2005) *Ser noticia*. Prensa y sociedad civil. CEAAL, IMDEC y Taller editorial La Casa del Mago. Colección Casa Abierta. Guadalajara, México.
- Caminante, M. (2007) "El uso del cambio climático en los medios de comunicación". Documento consultado en julio de 2010 en: http://www.ecoportal.net/Contenido/Temas_Especiales/Cambio_Climatico/El_uso_del_Cambio_Climatico_en_los_medios_de_comunicacion
- 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.razónypalabra.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>