

Agenda periodística y criterios de noticiabilidad en la producción de noticias ambientales. Un estudio en la prensa local.

Luis González Alcaraz.

Cita:

Luis González Alcaraz (2013). *Agenda periodística y criterios de noticiabilidad en la producción de noticias ambientales. Un estudio en la prensa local*. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/630>

IX Jornadas de sociología de la UBA.

20 años de pensar y repensar la sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI. 1 al 6 de Julio de 2013

Mesa 66, Estudios sociales sobre los medios de comunicación y el periodismo

Título de la ponencia:

Agenda periodística y criterios de noticiabilidad en la producción de noticias ambientales. Un estudio en la prensa local.

Autor: González Alcaraz, Luis. Alumno del Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA); Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).
gonzalezalcaraz@yahoo.com

Introducción

Autores como Anders Hansen (1991) y John Hannigan (2002) subrayan que, en los países industrializados, la cobertura mediática sobre el ambiente creció de forma relevante hacia finales de los sesenta y principios de los setenta. Desde entonces, la presencia de los temas ambientales en los contenidos noticiosos ha tenido un desarrollo errático. Generalmente se han registrado picos de gran cobertura durante la ocurrencia de catástrofes, grandes movilizaciones sociales o eventos políticos de resonancia internacional; y por otro lado, la temática ha permanecido estancada durante lapsos en los que no ocurre nada “extraordinario”. En ese sentido, suele haber cierto consenso académico en que las cuestiones ambientales han estado presentes en los contenidos informativos de forma esporádica y fragmentada, fuertemente apegadas a la agenda política, científica y a los reclamos y denuncias de los grupos y movimientos ambientalistas; así como relegadas a un segundo plano respecto de otros asuntos que podrían considerarse menos prioritarios para la vida humana (Hannigan, 2002; González Cruz, Alcoceba Hernando).

En Argentina, la situación no ha sido tan diferente. Inclusive, “los suplementos verdes tendieron a desaparecer de los diarios nacionales” hacia el año 2000, así como los medios especializados en temas ambientales. González y Manasanch (2009:100-101) apuntan que de 47 periódicos analizados en un estudio reciente, sólo cinco producían un suplemento de ecología con una frecuencia semanal y un sexto producía un suplemento mensual. “A diferencia de los grandes diarios del mundo”, agregan, “que cuentan con secciones específicas y permanentes, la problemática ambiental no aparece hoy en la Argentina con una presencia estructurada en los medios gráficos, radiales y televisivos”.

No obstante, en términos de socialización y problematización de las cuestiones ambientales, los últimos años han sido particularmente prolíficos en el contexto

argentino (Merlinsky, 2009). Los debates generados en Argentina en torno a las explotaciones mineras en las provincias de Chubut, Río Negro, Catamarca, La Rioja, San Juan, Mendoza y Tucumán; o por la disposición de residuos en la Región Metropolitana de Buenos Aires; acontecimientos como la realización de juicios demandados por “pueblos fumigados” con agrotóxicos en la provincia de Córdoba, las inundaciones con resultados catastróficos en las provincias de Buenos Aires y Santa Fe, el conflicto entre los gobiernos de Uruguay y Argentina por la instalación de plantas de celulosa en los márgenes del Río Uruguay, así como el debate vinculado al cultivo de soja transgénica, entre otros fenómenos vinculados a la ocurrencia de desastres y conflictos con impactos sociales, económicos y políticos, han contribuido a que la cuestión ambiental entre con mayor frecuencia en la agenda de los medios de comunicación tradicionales.

Así, en un contexto en el que lo ambiental parece vislumbrar un relativo protagonismo mediático mientras es acompañado de una cierta conflictividad social o de determinados eventos dramáticos, cabe preguntarse ¿cuál es la relevancia que los periodistas de los medios tradicionales otorgan a las cuestiones ambientales en la agenda periodística?, ¿cuáles son sus representaciones sobre el interés del público y del lugar que ocupan los temas ambientales en la agenda política?, ¿qué factores obstruyen y cuáles posibilitan la producción de noticias ambientales?

Los avances de investigación que aquí se presentan exploran esas interrogantes con el objetivo de dar cuenta de la prominencia que las cuestiones ambientales -según las percepciones de periodistas locales- poseen en la agenda mediática, pública y política; al mismo tiempo que se busca indagar cuáles son los factores que intervienen para que los temas ambientales ingresen al universo informativo, o sea, cuáles son los *criterios de noticiabilidad* que los periodistas manifiestan en su quehacer profesional. El trabajo procura también contribuir a la construcción de conocimiento sobre las relaciones periodismo y ambiente en las sociedades latinoamericanas contemporáneas. Así, interesa aportar elementos a la comprensión de los procesos de producción de noticias ambientales, un área de estudio con muchas posibilidades de exploración.

Tradicionalmente, los trabajos que analizan las relaciones entre medios de comunicación/periodismo-medio ambiente, suelen tomar como objeto de estudio a los productos resultantes de la actividad periodística, esto es, los textos noticiosos que se producen en el marco de los aparatos informativos. En este caso, se buscó observar las percepciones que los periodistas, entendidos como actores claves en la construcción de noticias (Rodrigo Alsina, 1993), manifiestan sobre el interés y relevancia de los temas ambientales en sus rutinas productivas. Es decir, el análisis se enfoca, no en la percepción de determinados temas o problemas ambientales, sino en las percepciones sobre la relevancia del tema ambiental en el contexto del quehacer periodístico.

Se ha propuesto indagar a los periodistas porque estos resultan actores clave en la construcción y percepción social de los problemas y cuestiones ambientales (Hannigan, 2002). Ellos poseen el poder simbólico para producir y

reproducir una diversidad de discursos en torno al ambiente, es decir, construyen representaciones que son puestas en circulación en el espacio público. Y es a través de los productos que los periodistas elaboran que la mayoría de las personas logra conocer mucho de lo que sucede más allá de su entorno inmediato. Se asume que aproximarse a las percepciones de dichos actores puede aportar elementos para comprender algunos mecanismos que intervienen en la producción de noticias vinculadas a lo ambiental.

Empíricamente, se ha tomado como caso de estudio a periodistas locales de los diarios *La Capital* y *El Ciudadano*, ambos de la ciudad argentina de Rosario. Ello porque la investigación se inscribe en un proyecto mucho más amplio sobre la política ambiental en dicha ciudad¹. Además, porque *La Capital* es de entre los diarios locales en el país, uno de los más prestigiosos. También, porque existe en la ciudad de Rosario una activa participación de organizaciones de la sociedad civil que constantemente promueven la discusión de los temas ambientales y la construcción de políticas en la materia. Igualmente, porque el gobierno local ha emprendido en los últimos años algunas políticas que pretenden posicionar a la ciudad con la etiqueta de “verde”, por ejemplo, en materia de construcción, tratamiento de residuos o movilidad urbana, entre otros. Lo que supone una cierta visibilidad de las cuestiones ambientales en la agenda pública.

Sobre la agenda mediática y los criterios noticiosos

El rol que los medios de comunicación desempeñan ante las cuestiones ambientales no debe interpretarse como un proceso lineal mediante el que un problema “emerge” y simplemente es reflejado en los contenidos de la prensa (Hansen, 1991). Más bien, puede decirse que los medios de comunicación participan en complejos procesos en los que intervienen múltiples factores socioculturales, económicos o políticos que intervienen en la producción de noticias ambientales. Es decir, los acontecimientos y las cuestiones ambientales no se transforman en noticia solamente por sus características objetivas, sino que son atravesados por las relaciones sociales que les otorgan sentido. Los procesos productivos de la actividad periodística forman parte de esas dinámicas sociales.

En los antecedentes sobre los estudios de los imaginarios sociales sobre el ambiente y su articulación con los medios de información masiva sobresalen dos líneas de investigación complementarias; por un lado, la que analiza los vínculos entre agenda mediática y agenda pública; por el otro, la que indaga sobre los procesos de construcción de la noticia, focalizando sobre las rutinas productivas y los procesos de selección de información (Cimadevilla, 2003: 108).

La primera se refiere a la hipótesis de la *agenda setting* (Wolf, 1987), la cual subraya que los aparatos informativos tienen una influencia relevante para

¹ El proyecto se titula: “Política ambiental y cambio climático: La tensión entre la problemática global y las estrategias de acción locales. El caso Rosario”. Acreditado en la Secretaría de Ciencia y Técnica y radicado en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR y dirigido por la Dra. Mirta Geary.

definir los temas que se consideran más relevantes en el espacio público. Desde dicha perspectiva se sostiene que los medios de comunicación tienen la capacidad de instalar en el público la idea de que aquellos asuntos que incluyen en sus contenidos noticiosos son los más relevantes de la vida social. En efecto, dado que la experiencia directa es limitada, gran parte de aquello que las personas conocen sobre el “mundo natural y social” está definido por la información que reciben a través de los medios de información (Wolf, 1987; Rodrigo Alsina, 1993; McCombs y Evatt, 1995).

En ese contexto, los periodistas no sólo son actores clave en los procesos de producción de las noticias, sino que, siguiendo a Peter Berger y Thomas Luckmann (2001), son actores relevantes en *la construcción social de la realidad*. Mediante el ejercicio de su profesión los periodistas construyen relatos noticiosos que a su vez construyen sentidos en el espacio público, es por ello que sus percepciones y valoraciones sobre las cuestiones ambientales resultan relevantes como objeto de estudio.

La segunda línea se refiere a los aportes de la sociología de las noticias, representada por la corriente del *newsmaking*, la cual subrayan que la noticia es una construcción fuertemente condicionada por las rutinas productivas y la cultura profesional de los periodistas. Ello, porque recabar “la información, seleccionarla y presentarla de determinada manera “involucra rutinas y procesos de trabajo articulados que se vuelven significativos para la maquinaria industrial mediática” (Cimadevilla, 2003:109). Entender a la noticia como una construcción social, implica, siguiendo a Pamela Shoemaker (2007), reconocer que son las decisiones humanas las que determinan si un evento o asunto es noticiable o no y qué se puede hacer con él. Así, la noticia es ante todo el resultado de la toma de decisiones, de procesos sociales de negociación.

En esa línea, para que un acontecimiento se transforme en noticia debe pasar por una “cadena de montaje” que incluye la intervención de una serie de criterios y rutinas de producción que pueden estar definidos por las características atribuidas al acontecimiento o asunto, por la calidad y disponibilidad de la información, los formatos técnicos de los medios, por las percepciones y creencias del propio periodista, los valores profesionales compartidos, los intereses editoriales del medio informativo, las visiones o presiones de las fuentes, y en última instancia, por una mezcla de todos estos y otros factores políticos, económicos, sociales y culturales.

Desde dicho marco, un componente relevante para el análisis de los procesos de producción de la noticia es el concepto de *noticiabilidad* (*newsworthiness*). Para Mauro Wolf la noticiabilidad funciona como una especie de instrumento a través del que “los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias” (1987: 216). Desde esta perspectiva, los *criterios de noticiabilidad* resultan un conjunto de elementos indispensables por medio de los cuales los aparatos informativos “controlan y gestionan” la cantidad y el tipo de acontecimientos –o asuntos- de los que serán producidas las noticias (Wolf, 1987: 222).

Tales criterios tendrían la función de simplificar la producción informativa, pues funcionarían como guías o pautas que permiten orientar el trabajo periodístico para definir qué cuestiones son más o menos susceptibles de interés noticioso y cuál es el tratamiento que se les dará en el contexto del medio de comunicación para el que se producen.

En esa línea, Martini (2000:85) señala que los “*criterios de noticiabilidad* constituyen un conjunto de *condiciones y valores* que se atribuyen a los acontecimientos, que tienen que ver con órdenes diversos”, y que en el contexto de la organización del trabajo representan formulaciones prácticas que facilitan la producción de noticias.

En síntesis, la noticiabilidad se refiere aquí a *un universo amplio de criterios en el que se incluyen todos aquellos aspectos que, desde la óptica del quehacer periodístico, intervienen a lo largo del proceso de producción de la noticia*. Dichos criterios funcionarían tanto durante el proceso de recolección de los acontecimientos o asuntos, así como durante las etapas de selección y presentación de la información periodística. En este caso, el análisis se centra en la observación de los criterios que intervienen en la recolección de aquellos asuntos que podrían convertirse en noticia.

En términos operativos se entiende por *agenda mediática* al conjunto de cuestiones que son incluidas en los contenidos noticiosos. Mientras que las rutinas productivas hacen referencia a las múltiples operaciones de producción de información periodística desarrolladas de forma cotidiana que permiten recoger la información, seleccionarla y presentarla de una determinada manera, las mismas contribuyen a construir la agenda. Así, teóricamente se asume que las percepciones de los periodistas sobre la relevancia del tema ambiental, forman parte de los criterios de noticiabilidad e intervienen en los procesos rutinarios con los que se construyen las noticias que ingresan a la agenda mediática.

Notas metodológicas

Los avances de investigación que aquí se presentan, se obtuvieron tomando como caso de estudio a un conjunto de periodistas de los diarios locales *La Capital*² y *El Ciudadano*³, ambos de la ciudad de Rosario, provincia de Santa

² Aunque su zona de influencia radica en la ciudad de Rosario, el diario *La Capital* es uno de los periódicos locales más prestigiosos del país. De acuerdo al Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) en la Argentina, tiene un promedio de circulación diaria de lunes a domingo de 38.404 ejemplares². Por otra parte, su página web² es el sitio de Internet más visitado en la ciudad de Rosario². Además, es el primer periódico de extensa trayectoria que se mantiene vigente hasta hoy en Argentina; su puesta en circulación data de un 15 de noviembre de 1867.

³ El nombre completo del diario es *El Ciudadano & La Gente*, aunque se le conoce e identifica con la primera parte del nombre. Este es un diario de reciente fundación. Surge en octubre de 1998 con la idea de competir con *La Capital* para llegar a ser el “diario de cabecera” en la ciudad de Rosario, misma que en el contexto de inicios del siglo XXI aspiraba a convertirse en un polo distintivo para la atracción de inversiones en el marco del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Su influencia como medio de comunicación puede suponerse menor a la del que considera su principal competidor, de hecho ni siquiera aparecía en la base de datos del Instituto Verificador de Circulaciones. Pero como tirada inicial se anunciaba en fechas previas a

Fe, Argentina. Se entiende aquí que la selección de un caso de estudio corresponde a un “siempre subjetivo y parcial, recorte empírico y conceptual de la realidad social, que conforma un tema y/o problema de investigación” (Neiman y Quaranta, 2006:218). Así, la selección del caso de estudio ha sido intencionada, dado que a nivel local los medios en los que ejercen su profesión los entrevistados, son dos instituciones referentes en materia de periodismo gráfico.

Cómo estrategia de recolección de datos se recurrió al uso de *entrevistas cualitativas* (Taylor y Bogdan, 1987). Estas se utilizan “cuando se busca acceder a la perspectiva de los actores, para conocer cómo ellos interpretan sus experiencias en sus propios términos” (Piovani, 2010: 220). Además, dado que la investigación no busca realizar generalizaciones estadísticas, sino describir valoraciones sobre la relevancia y los criterios de producción informativa de los temas ambientales en el quehacer periodístico, se consideró la opción metodológica más apropiada.

A diferencia de técnicas cuantitativas como el sondeo o la encuesta, en las que es posible utilizar una selección de la muestra mediante operaciones probabilísticas, se recurrió a un muestreo de tipo intencional. Los entrevistados han sido seleccionados en base a criterios de heterogeneidad y representatividad en relación al tema de estudio. Es decir, se entrevistó a *actores clave* (Piovani, 2010) dentro de las redacciones. Así, se buscó que la población a entrevistar estuviese integrada por reporteros que usualmente hayan cubierto temáticas ambientales, así como por periodistas con diferentes niveles jerárquicos, incluyendo jefes de redacción, editores o jefes de sección. La selección de entrevistados se vio limitada debido a que son muy pocos los periodistas que suelen escribir sobre cuestiones ambientales. En total se realizaron durante el mes de marzo de 2011 siete entrevistas.

La sistematización y análisis de los datos obtenidos en las entrevistas se siguió utilizando el proceso de *codificación abierta*, como sugieren Strauss y Corbin (2002) para la *teoría fundamentada en datos* (*grounded theory*). Ello implica codificar el texto sometido al análisis a partir de las propiedades del mismo, para posteriormente agrupar los códigos en categorías.

Como se verá, la identidad de los periodistas entrevistados ha sido reservada, incluso hemos preferido no incluir nombres ficticios ni referencias a los cargos específicos de los entrevistados dentro de las empresas mediáticas. A todos ellos nos referimos con la categoría periodista. Los extractos de las entrevistas que se citan en el trabajo se encuentran entre comillas y en letra cursiva, en los casos que ha sido necesario complementar alguna cita textual con la idea de clarificarla, el autor ha colocado los añadidos entre paréntesis.

Si bien los criterios de noticiabilidad mediante los que se construyen las noticias no funcionan de forma aislada, y todos se encuentran interrelacionados, por motivos analíticos y de presentación del trabajo, el mismo se subdividió en cinco categorías principales surgidas a partir de las

su lanzamiento que tendría una circulación diaria de 25 mil ejemplares (*La Nación*, 05.10.1998).

entrevistas: a) Criterios vinculados al quehacer periodístico; b) Criterios vinculados a los acontecimientos; c) Criterios vinculados al interés del público; d) Criterios vinculados a la agenda política; e) Criterios vinculados al poder económico. En cada una se observará, a veces implícitamente, a veces explícitamente, aspectos que tiene que ver con alguna de las otras. Los resultados obtenidos, se describen en los siguientes apartados.

Criterios vinculados al quehacer periodístico

Aprehender la totalidad de acontecimientos de la vida social para plasmarlos en los contenidos mediáticos es una tarea que resulta imposible; de ahí que en los aparatos periodísticos se vuelve necesario que unos asuntos se consideren más importantes que otros para ser convertidos en noticia. En lo que respecta a los temas ambientales, estos suelen tener una baja presencia en los contenidos noticiosos (Alcoceba Hernando, 2004; González Alcaraz, 2012). De los múltiples factores para tal situación, sobresale en el caso de estudio, la idea de que estos resultan de menor interés y urgencia frente a otros problemas caracterizados como de tipo económico, político o social.

Entre los periodistas entrevistados existe la noción de que su trabajo se define por un alto grado de imprevisibilidad; es decir, la labor del periodista se concibe como una actividad altamente cargada de dinamismo e incertidumbre, por tanto, este debe ser capaz de estar siempre alerta, atento al acontecer de la comunidad para poder detectar y captar aquellas cuestiones que resulten de interés del público y que son potencialmente convertibles en noticias. Tiende a existir un cierto consenso respecto a que en la práctica cotidiana *“cada día es un día distinto”* y por tanto no se puede determinar con *absoluta certeza* cuáles serán exactamente los temas que ese día serán considerados para incluir en la agenda mediática. No obstante, se reconoce que existen temas generales que suelen acaparar la atención, no sólo del periodista, sino de los distintos actores sociales y el público en general.

En ese entramado de prioridades las cuestiones ambientales se observan entre las menos relevantes y prioritarios, de ahí que cuando se incluyen en la agenda es *“porque la coyuntura así lo requiere”*. Puede decirse en ese sentido que *“hay otros temas, de la agenda diaria que superan (al tema ambiental)”*. Uno de los entrevistados lo subraya de la siguiente forma: *“el tema ambiental, no es que la gente lo desconozca, o los medios de comunicación [...] pero me parece que hay una prioridad todavía de temas más urgentes”*. Los mismos podrían sintetizarse en cuestiones vinculadas a problemáticas urbanas (principalmente seguridad pública, aunque también temas relacionados al transporte y otros servicios públicos); aspectos económicos (alza de precios en el consumo, desempleo, etcétera); y temas ligados con el deporte (prioritariamente fútbol); así como cuestiones sobre la actividad político-gubernamental desde la escala local hasta la nacional.

Los acontecimientos que poseen mayor grado de *proximidad*, ya sea geográfica o cultural, así como aquellos cargados de *significatividad*, es decir, que son fácilmente interpretables y cargados de sentido para el público, tienen una alta carga de noticiabilidad (Galtung y Ruge, 1965; Wolf, 1987), de ahí que

todos aquellos temas que se vinculan directa y evidentemente con la vida cotidiana y las prácticas de las personas puedan ser más fácilmente noticiables. En cambio, si las cuestiones ambientales se observan como asuntos abstractos, lejanos, con impactos localizados en algún momento del futuro, y por tanto difíciles de experimentar y de comprender, estas poseen menor valor noticioso.

Es decir, asuntos vinculados al aumento de precios de algún producto o servicio, por ejemplo, suelen ser prioritarios como noticia porque se considera que afectarán de forma directa la economía y el bolsillo de las personas. De modo que se percibe que los problemas ambientales, en tanto no emerjan como una cuestión de “*alto impacto*” que pueda considerarse como una especie de ruptura que altere la cotidianeidad, o que afecte de forma directa a determinados grupos sociales, o que se manifieste mediante la forma de conflicto, difícilmente serán cuestiones más relevantes que merezcan la atención pública.

En dicha lógica, los temas ambientales son potencialmente susceptibles de recibir un tratamiento periodístico cuando son fáciles de simplificar, lo que implicaría también operaciones de *fragmentación y descontextualización*, en el sentido de “noticiar” episodios concretos antes que procesos que ofrezcan representaciones más integrales de las cuestiones abordadas. Además, puede señalarse que existe como parte de las rutinas productivas de la noticia en el caso estudiado, una racionalidad fuertemente antropocéntrica en la cobertura de temas ambientales; es decir, estos entran más fácilmente a la agenda periodística cuando se visualiza su impacto en relación a los intereses o necesidades humanas. No obstante, existen procesos de degradación ambiental cuyos impactos sobre los sistemas humanos podrían ser perceptibles solamente en el futuro, o bien podrían resultar difícilmente observados a través de la experiencia directa, por ejemplo, el cambio climático.

Criterios vinculados a los acontecimientos

En las nociones expuestas en los párrafos anteriores, puede observarse una labor de “apaga fuegos” que muchos periodistas suelen desarrollar al cubrir los temas ambientales; es decir, tales temas suelen ser objeto de tratamiento periodístico hasta que la denuncia, los impactos de la degradación o la catástrofe ya han ocurrido (Alcoceba Hernando, 2002); ahí, la labor del periodista se limitaría a reportar los “*hechos concretos*”, antes que a observar el entramado de causas y razones que paulatinamente han contribuido a que se presente dicha situación problemática.

De entre los principales aspectos que facilitan la cobertura periodística de los temas ambientales, entre los entrevistados sobresalen dos tipos genéricos de asuntos: a) la conflictividad o presión social y b) la ocurrencia de fenómenos naturales y desastres.

El conflicto y la presión social

Cuando una determinada situación social es conflictiva, esta parece tener más oportunidad de convertirse en noticia (Galtung y Ruge, 1965). Es decir, el

conflicto indica la existencia de diversas partes que se encuentran en disputa, lo que implica posibilidades de acusaciones y demandas entre grupos sociales, o de un determinado grupo social hacia instituciones de gobierno, a las que suele acusársele de haber incurrido en algún tipo de falla. Igualmente la realización de protestas sociales en la vía pública ofrecen una serie de elementos sumamente ricos para la producción de noticias, por ejemplo, la posibilidad de imágenes e historias polémicas, el señalamiento de que se ha alterado el “normal orden de las cosas”, y en caso de las movilizaciones o protestas vinculadas a cuestiones ambientales, se manifiesta también la posibilidad de que existan riesgos que amenacen la integridad física y la salud de las personas, lo que implica también un alto grado de *negatividad*, aspecto que se considera también un factor noticioso de gran relevancia.

Desde el punto de vista del quehacer periodístico los conflictos sociales reúnen además una serie de *factores* o *valores noticiosos* considerados importantes para la producción de textos informativos. Galtung y Ruge (1965) subrayan que la *cantidad de personas involucradas* suele ser un factor decisivo para que un acontecimiento se transforme en noticia, y las denuncias, movilizaciones y protestas sociales suelen ser eventos que involucran mucho más que a un individuo. Igualmente, el *interés humano* es otro factor de noticiabilidad, especialmente cuando implica el involucramiento de personas en situaciones que escapan de la rutina; y la realización de protestas o movimientos de grupos de ciudadanos por cuestiones ambientales, no son una cuestión de rutina o bien suelen alterar la rutina, por ejemplo, mediante el bloqueo de avenidas o sitios de la vía pública.

Así, para los periodistas “... *hasta que no haya una gran noticia, motivada por la movilización de la gente, o por un hecho natural [...] (lo ambiental) no integra la agenda del diario, ni de la ciudad, me animaría a decir, ni la agenda informativa, ni la agenda de la ciudad*⁴”. Desde esta mirada, si no hay reclamos sociales, si no hay presión de grupos afectados, menos posibilidades de agenda periodística ambiental. Habría que anotar que esta no sería una característica exclusiva de los temas ambientales, sino que ocurre igual con otro tipo de problemáticas que son visibilizadas por distintos grupos sociales. O sea, se manifiesta una representación acerca de que las situaciones socialmente conflictivas son intrínsecamente noticiables. La presión social, se indica, es útil no solamente para atraer la atención mediática, sino para demandar atención política a los problemas ambientales.

Ocurrencia de fenómenos naturales y desastres

Para los periodistas, los fenómenos naturales -principalmente los de tipo meteorológico- se encuentran cargados de un potencial de peligro, es decir, se considera que su presencia puede resultar dañina para determinados grupos sociales, sobre todo aquellos que habitan en zonas carenciadas. Y por otro lado, se les asume como acontecimientos que “*tienen que ver con todos*”, en el sentido de que una intensa lluvia o una onda gélida son de interés general porque todos pueden experimentarlos o verse expuestos a ellos; factores ambos que impulsan su valor noticioso. En ese contexto las cuestiones

⁴ Con *agenda de la ciudad*, el periodista hace referencia a la agenda de las autoridades del gobierno e instituciones locales.

vinculadas al estado del tiempo, se indica, adquieren cada vez mayor valor porque se tiene la idea de que *“cada vez el clima está más loco”* y el público desea estar más informado sobre el clima.

Si los fenómenos naturales en sí son potencialmente noticiables, cuando estos causan afectaciones a determinadas personas o grupos sociales, su nivel de noticiabilidad aumenta. Dichas afectaciones pueden relacionarse con daños o pérdidas de bienes materiales o bien con perjuicios a la integridad física de las personas. De modo que desastres generados, por ejemplo, por inundaciones, son casi siempre objeto de atención periodística. Ellos involucran personas afectadas y una diversidad de actores e instituciones de distintas áreas que deben gestionar la catástrofe.

En síntesis, los desastres involucran la idea de que *“son de alto impacto”* porque *“todo mundo quiere saber qué pasó”*, especialmente si hay pérdidas materiales evidentes o personas heridas, e inclusive muertas. Siguiendo a Johan Galtung y Marie H. Ruge (1965), en tanto más negativas o dramáticas sean las consecuencias vinculadas a un determinado acontecimiento, su valor noticioso se ve en aumento, y un desastre tiene siempre una fuerte carga negativa que potencia la posibilidad de obtener imágenes e historias impactantes que facilitan la producción de noticias. De hecho, durante la ocurrencia de catástrofes es posible que los problemas ambientales se configuren bajo el modelo de “dramas sociales” que suelen funcionar como un gancho muy efectivo para atraer la atención del público (Hannigan, 2002).

Alcoceba Hernando (2004:41) señala que “ha habido desde los medios una tendencia a reducir las cuestiones ambientales únicamente a las noticias sobre las denuncias y catástrofes”; en parte, porque ellos permiten también eventos concretos y descripciones relativamente simples de aquello que se ha inscripto bajo la categoría de problema o tema ambiental.

Criterios vinculados al interés del público

Las nociones que los periodistas poseen sobre el público, y sobre lo que a éste le interesa, suelen ser fundamentales en la producción de noticias (Wolf, 1987). En el caso que aquí se presenta, los periodistas señalan que en la realidad inmediata y la vida cotidiana de las personas se encuentra presente la necesidad de satisfacer demandas más urgentes vinculadas con el empleo, la seguridad económica, física y social, entre otras, por lo que la preocupación por lo ambiental pasaría a un segundo plano.

“Si bien hay conciencia de que no hay que contaminar el medio ambiente, que este mundo se está destruyendo por los propios humanos más que por alguna invasión extraterrestre, yo veo como que se ve como algo lejano, la gente dice ‘esto no va a ocurrir, o falta mucho’, ‘primero necesito el colectivo que pase por la calle de mí casa, que esté limpio, que pase en horario y que no me roben a la vuelta de la esquina’, esas son las prioridades de la gente”, subraya uno de los entrevistados.

Así, se tiende a reiterar que los problemas ambientales son del interés del público cuando ocurren desastres o cuando se ven afectados directa o indirectamente por un determinado evento, ya sea provocado o iniciado por fenómenos naturales, ya sea que se trate de cuestiones vinculadas a actividades humanas generadoras de contaminación y riesgos para la salud física. En ese sentido, se insiste en que en lo inmediato *“hay otras prioridades de la gente”*, y en tanto no se materialicen ciertos eventos de forma concreta, las cuestiones ambientales se vinculan con efectos o impactos en el futuro.

No obstante, aparece en las percepciones sobre el interés del público, un reconocimiento de que *“cada vez más hay una demanda de la gente por estos temas”*, pero no como una cuestión de primer orden, sino porque se han ido imponiendo como *“una especie de moda”*, en el sentido de que *“todo mundo habla del medio ambiente”* y por eso es imposible ignorarlo; lo mismo lo hacen las estrellas del cine *hollywoodense*, que los anuncios publicitarios de la industria o la propaganda de las empresas. Esta preocupación por lo ambiental se concibe, por tanto, como un asunto superficial que no implica reflexiones profundas o transformaciones colectivas hacia conductas ecológicamente responsables.

Estas preocupaciones, se insiste, se convierten en noticia cuando “los afectados” reclaman al gobierno o realizan algún tipo de protesta pública, o cuando se da a conocer algún informe científico sobre potenciales daños a la salud. Es entonces cuando las cuestiones planteadas se suponen de interés para el público. La percepción sobre el interés de los lectores, no obstante, parece provenir más de una lógica de sentido común, de algunas cartas o comentarios recibidos en las redacciones, o de charlas informales entre colegas y personas conocidas, que de un estudio sistemático sobre los intereses del público. En ese sentido, parece ser que desde los medios de comunicación se está decidiendo por el público -antes que preguntarle a él- si le interesa o no el tema ambiental (Martínez Valdez ,2003).

Alcoceba Hernando señala que los temas ambientales suelen recibir un tratamiento deficiente en los medios de comunicación, para ello los aparatos mediáticos justifican esta característica en el escaso interés que tales cuestiones despiertan en el público. Sin embargo, agrega, la “falta de compromiso de las instituciones comunicativas con el tratamiento adecuado de la información ambiental ha fomentado sin duda la apatía en las audiencias” (Alcoceba Hernando, 2004: 41). Desde perspectivas como la *agenda setting*, se sostiene justamente que aquellas cuestiones que se privilegien en la agenda mediática serán las que el público considere como más relevantes de atención en la vida social (McCombs y Evatt, 1995). Ello supondría que si los lectores de los diarios o el público de la televisión y la radio tienen poco interés en los temas ambientales obedece -en parte- a la escasa cobertura informativa que estos les brindan.

Por otro lado, la cobertura periodística centrada en periodos de conflictividad social, desastres, o ante manifestaciones evidentes de la degradación ambiental, puede contribuir a la construcción fragmentada y simplificada de representaciones sociales sobre los problemas ambientales.

Criterios vinculados a la agenda política

Los aparatos informativos suelen dar un considerable valor noticioso a las cuestiones que son abordadas por las élites gubernamentales y políticas, ellas son fuentes privilegiadas de información (Wolf, 1987). De hecho, la lógica productiva de las noticias ambientales en el caso estudiado, manifiesta una atribución de responsabilidad a las élites políticas para colocar la temática en agenda.

La idea de que los actores político-gubernamentales son las que deben introducir la cuestión ambiental en la agenda del debate público, es el denominador común entre los periodistas entrevistados. La responsabilidad para atender las problemáticas vinculadas al ambiente, pero también para visibilizarlas y ponerlas en discusión pública, se atribuye fundamentalmente a los actores y las instituciones gubernamentales, desde la escala nacional hasta la local. Estas nociones se relacionan con el supuesto de que los actores de la esfera y la gestión política deben atender las cuestiones que más importan para la vida social.

En una lógica patriarcal que legitima las jerarquías, al mismo tiempo que implícitamente deslinda algunas responsabilidades, los entrevistados subrayan que la discusión de lo ambiental debería descender de las altas esferas de gobierno hacia la sociedad, pues se asume que *“la cosa viene de arriba para abajo”*.

“Yo creo que primero las autoridades, digamos, tendrían que bajar esa discusión y ponerla más al alcance de la gente [...] las autoridades son las que tendrían que, también de alguna forma, impulsar para que esos temas ingresen a la agenda, eh, por ahí pasaría. Yo, de hecho veo que a nivel Estado no se hace nada, no hay políticas de cuidado del medio ambiente, más allá de algunos arrestos individuales, cuestiones así muy esporádicas; no hay una política marcada, definida, eh... el común de la gente no conoce que es la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. No, no, por eso digo, no es un tema que esté (en la agenda)”, subraya un periodista.

Esta representación, sobre la ausencia de preocupación de los actores políticos por las problemáticas ambientales, se vincula también a una noción antes expuesta, es decir, a la idea de que la sociedad demanda la atención a otros problemas de carácter urgente que tienen más impacto en la vida social y cotidiana; mientras que los problemas ambientales se ubicarían en una escala menor de prioridades, en parte, porque sus soluciones son de largo plazo y porque se les visualiza como cuestiones cuyo *“impacto real”* se concretizaría solamente en algún momento del futuro. Así, se asume también que los problemas ambientales se convierten en objeto de discusión y acción política en la medida en que determinados sectores o grupos sociales demandan acciones de gobierno.

Desde la óptica del quehacer periodístico, el relativo bajo perfil o desinterés político atribuido a las cuestiones ambientales, se manifiesta como un criterio

relevante de su baja noticiabilidad, pues se supondría que aquellas cuestiones que se vuelven objeto de debate de los actores políticos más relevantes, son potencialmente susceptibles de recibir un tratamiento periodístico. Uno de los periodistas expresa esa situación del siguiente modo: “...*lo ambiental, tendría que figurar más en la agenda a lo mejor de cada uno de nosotros, pero [...] es un círculo vicioso, al no estar instalado en la agenda (político-gubernamental) no se le presta mucha atención (mediática)*”; lo que además supondría, desde la perspectiva de la *agenda setting*, que en esa lógica no se genera tampoco atención social ni se incentiva el interés del público.

La idea del “circulo vicioso”, no obstante, permite al periodismo y los medios de comunicación colocarse en un lugar ciertamente “cómodo” y deslindarse de una parte de sus responsabilidades como actores clave en la *construcción de la realidad ambiental*. Asumir que son “otros actores” los que deben y pueden colocar los temas en agenda, sería desconocer que los medios poseen intereses propios y que tienen el poder de definir políticas editoriales capaces de promover la inclusión de determinados temas en la agenda pública, política y mediática, así como el poder de “perspectivar” el modo en que dichos temas pueden ser comprendidos.

Criterios vinculados al poder económico

Un factor que obstaculiza la entrada de las cuestiones ambientales en la agenda periodística se vincula la existencia de presiones económicas para minimizar la discusión pública de dichos temas. Desde la perspectiva de los medios como empresas dedicadas a la venta de información, surge la idea de que “*lo ambiental no vende*”, pues se supondría que las cuestiones ambientales no interesarían demasiado al público a no ser que ocurran catástrofes, fenómenos naturales o denuncias sobre eventos contaminantes o posiblemente catastróficos que podrían afectarles.

En su análisis sobre el periodismo y la ecología en México, Edith González Cruz (2007: 48) apunta que los empresarios mediáticos no gustan de los temas ecológicos porque asumen que “si no es un ‘producto que la gente consume’ y demande, no tiene caso invertir en él”, en ello se imprime una lógica que reconoce a los medios de comunicación como empresas para acumular riqueza, pero que en parte desconoce su responsabilidad social.

Por otro lado, surge entre los periodistas la idea de que existirían intereses de empresas e industrias nacionales y transnacionales que utilizarían su poder económico para opacar discusiones públicas y políticas, así como la divulgación de informaciones mediáticas que podrían afectar negativamente sus intereses. En ese sentido subraya uno de los entrevistados: “*(los medios) tienen la palabra un tanto acotada, desde el punto de vista de intereses que se cruzan en algún punto y ahí ya entran a jugar las cuestiones de fuerza, gubernamentales, económicas y de los medios para caracterizar este tema, para sacarlo de agenda, o al menos minimizarlo a lo posible*”.

Así, se presupone que una de las razones por las que las cuestiones ambientales no están en la agenda, es porque determinados grupos no tienen

interés en discutir, por ejemplo, los impactos económicos, sociales y ambientales de la minería extractiva, la deforestación para actividades agrícolas o industriales, o los posibles impactos negativos de la agricultura transgénica. *“A los mercados mundiales les interesa más una variedad transgénica de soja que 100 variedades nativas de maíz, van a presionar para que sean cada vez mayores las extensiones que se dediquen al cultivo, van a intentar bloquear o incluso aminorar legislaciones ambientales”*, sentencia uno de los periodistas. Tales intereses, funcionarían de modo tal que *“el cuidado medioambiental aparece como una especie de conciencia individual y no como una cosa atada directamente al ciclo económico y productivo”*, apunta uno de los periodistas.

Otro de los entrevistados sugiere que además de posibles presiones del poder económico a través de los sectores gubernamentales, en el caso de los medios de comunicación, existirían también presiones a través de la pauta publicitaria para que no se publiquen determinadas cuestiones vinculadas de forma negativa a las actividades productivas. Un periodista señala: *“Las empresas [...] a través de la pauta publicitaria, muchas veces presionan y administran esas pautas de acuerdo al apoyo o rechazo que reciban sus actividades en el medio. Y eso no es una cuestión menor, es muy fuerte, porque a partir de ahí se disparan muchas cuestiones en distintos sentidos; eh, no digamos las empresas internacionales que tienen un poder de gestión y de decisión, o sea, que tienen la capacidad de llegar tanto a los estratos gubernamentales como a los medios de comunicación”*.

En ese sentido, se tiene la noción de que determinados intereses económicos y gubernamentales para impulsar ciertos modelos productivos y actividades económicas terminan incluyendo a los medios en un *“juego perverso [...] que hace que se le baje el nivel de discusión a todas estas cuestiones”*.

Sobre lo antes expuesto, Diane Jukofsky (2000) subraya que las historias ambientales están fuertemente ligadas a una crítica hacia las políticas del gobierno, así como a las prácticas de empresas e industrias que con sus actividades productivas degradan el medio ambiente. Los medios de comunicación dependen de las empresas y las instituciones gubernamentales para obtener publicidad, de ahí que el factor económico sea una fuerte limitante para la inclusión de problemáticas ambientales. Además, agrega Jukofsky (2000), pocos anunciantes quieren ver su anuncio publicitario junto a alguna noticia que haga una denuncia negativa sobre el medio ambiente. Esta, quizás, es una de las causas por las que muchas veces se privilegian las noticias e historias positivas acerca de la conservación de especies de flora y fauna o sobre la belleza del mundo natural.

En síntesis, la idea de que los temas ambientales “no venden” y las presiones sobre la pauta publicitaria, se presentan como dos de las principales cuestiones económicas que obstaculizan la discusión mediática de las cuestiones ambientales. Esta presión, coinciden los periodistas, no es posible identificarla o ejemplificarla con algún caso específico dentro de sus respectivos medios de comunicación, más bien se trata de *“una idea que está en el aire”* y que tendría que ver con los medios de comunicación en general, dado que los intereses

económicos se entremezclan con un contexto mucho más amplio y complejo que no siempre es posible advertir a través de las rutinas de producción de la noticia.

Consideraciones finales

En este trabajo se han presentado los avances parciales de una investigación que tuvo como objetivo indagar el interés y relevancia que periodistas locales de la ciudad argentina de Rosario, de los diarios *La Capital* y *El Ciudadano*, atribuyen a los temas ambientales en la agenda mediática, pública y política, así como identificar criterios de noticiabilidad que intervienen en la producción de noticias ambientales. De los avances expuestos en las páginas anteriores, pueden señalarse los siguientes aspectos:

- Las cuestiones ambientales poseen un relativo bajo perfil en la agenda periodística diaria; y, en la competencia noticiosa frente a otros temas, como seguridad pública o económica, “lo ambiental sale perdiendo”. Esta imagen, se justifica con la atribución de un relativo bajo nivel de prioridad de las cuestiones ambientales frente a los asuntos que resultan de mayor relevancia social (por ejemplo, políticos y económicos), a ello se aunaría un supuesto desinterés del público y la idea de cierto desdén político hacia la cuestión ambiental.
- Se manifiesta una tendencia a producir de noticias ambientales ante la ocurrencia de acontecimientos como fenómenos naturales, desastres, denuncias o conflictos que implican aspectos sociales, políticos o económicos. En ese sentido, parece existir una lógica de “hecho consumado” para la cobertura de las cuestiones ambientales.
- Dada la inexistencia de una política editorial que fomente una cobertura informativa sistemática y profunda, las noticias ambientales suelen producirse de forma coyuntural y esporádica, lo que podría contribuir a la construcción fragmentada y simplificada de representaciones sociales sobre los problemas y temas ambientales.
- Las cuestiones ambientales tienden ser consideradas como de un relativamente bajo interés para el público, pues se supone que éste prestaría más atención a cuestiones vinculadas a problemáticas económicas y sociales que afectarían sus vidas de forma inmediata y directa. Por otro lado, existe la idea de que el interés social por los temas ambientales podría ir en aumento, en parte porque se han convertido en un “asunto de moda” y por el interés – casi aislado- de determinados grupos o sectores sociales.
- La idea de que las autoridades político-gubernamentales -desde el nivel local hasta el nacional- son las responsables de instalar a las cuestiones ambientales como objetos prioritarios de atención pública tiende a primar entre los periodistas. Sin embargo, se indica que dichos temas suelen verse como “algo futuro” o abstracto, de ahí que tenderían a ocupar un bajo interés en la agenda política, misma que ostentaría el poder de definir de forma relevante la construcción de la agenda periodística.

- La potencial existencia de intereses de tipo económico dificultarían y/o minimizarían el debate, no solo en la esfera mediática, sino en el campo de la política, de muchos problemas o temas ambientales. Además, “como una cosa en el aire” aparece la idea de que determinadas industrias y empresas presionarían a través de la pauta publicitaria a los medios de comunicación para que sus intereses no se vean afectados con informes negativos en la prensa. Con ello convive también una noción de que “lo ambiental no vende”, es decir, que resulta un tema de interés menor para el público.

En síntesis, y siguiendo la lógica del caso estudiado, posiblemente los temas ambientales ocuparán un lugar marginal en la agenda mediática cuando se encuentren ausentes de controversias públicas vinculadas a aspectos sociales, políticos o económicos; o ante la ausencia de impactos manifiestos de la degradación ambiental o de desastres asociados a fenómenos naturales. Para el caso de estudio, se apunta que la cobertura de temas ambientales requeriría por lo menos asimilar una mirada compleja que apunte hacia la descripción de procesos antes que de eventos aislados o fragmentados, ello pasaría por la necesaria definición de una política editorial en la materia y la formación de cuadros periodísticos capaces de afrontar tales desafíos.

Los resultados parciales aquí presentados permiten considerar también que existe la necesidad de fomentar un debate profundo al interior de la redacción – y probablemente en el campo profesional del periodismo- acerca del rol, los límites y alcances de la responsabilidad de los medios de comunicación frente a los problemas y temas ambientales.

Resulta evidente que la responsabilidad para visibilizar y debatir las cuestiones ambientales en la esfera pública debería ser una tarea compartida de todos los actores sociales. Las elites políticas y económicas habrán de definir su parte; y los medios de comunicación no pueden ignorar su rol como constructores de la realidad ambiental. En última instancia, ciertos procesos vinculados a la degradación ambiental y ecológica han incrementado sus impactos y su problematización social, de ahí que en algún momento sea ineludible que se vuelvan objeto de atención mediática y acción política.

Referencias bibliográficas

Alcoceba Hernando, J. (2004). El tratamiento de la información ambiental: los retos del periodismo ecológico. *CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación*, n. 87, p.38-45.

Cimadevilla, G. (2003). Agenda Ambiental y Rutinas Noticiosas. *Comunicação e Espaço Público*. Año. 6, n. 1 e 2, p. 106-118.

Dearing, J. y Rogers, E. (1996) *Agenda-Setting*. California : SAGE.

Galtung, J. y Ruge, M. (1965) The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers. *Journal of International Peace Research*, v. 1, p. 64-90.

González Alcaraz, L. (2012) *Cambio climático y periodismo local. Tratamiento informativo y percepciones periodísticas en un caso argentino*. Saarbrücken: EAE (Editorial Académica Española).

González Cruz, E. (2007). Los medios de comunicación y la ecología en México. *El Cotidiano*, v. 22, n. 146, p. 43-51.

González, L. y Manasanch, A. (2009) El ambiente oculto. En *Comunicar el Ambiente. Una nueva experiencia pedagógica* (pp. 91-106). La Plata: Ediciones de periodismo y comunicación, Num. 41, Universidad Nacional de La Plata.

Hannigan, J. (2002) *Environmental Sociology. A social constructionist perspective*. London and New York: Routledge.

Hansen, A. (1991). The media and the social construction of the environment. *Media, Culture and Society*, v. 33. p. 443-458.

Jukofsky, D. (2000). El periodismo ambiental, una especie en extinción". *CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación*, n. 70.

Martini, S. (2000). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma

McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting. *Comunicación y Sociedad*, v.8, n.1, p. 7-32.

Merlinsky, M.G. (2009). Atravesando el río: La construcción social y política de la cuestión ambiental en Argentina. Dos estudios de caso entorno al conflicto por las plantas de celulosa en el Río Uruguay y el conflicto por el saneamiento de la Cuenca Matanza-Riachuelo. Tesis de Doctorado, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

Neiman, G. y Quaranta, G. (2006) Los estudios de caso en la investigación sociológica. En *Estrategias de investigación cualitativa*. (pp. 213-238). Barcelona: Gedisa.

Piovani, J. I. (2007) La entrevista en profundidad. En *Metodología de las Ciencias Sociales* (pp.215-226). Buenos Aires: Emecé Editores.

Reigota, M. (1991) Fundamentos teóricos para a realização da educação ambiental popular. *Em Aberto*, v. 10, n. 49, p. 35-40.

Susana Reinoso (1998, octubre 5). Rosario tendrá un nuevo diario. Se llama El Ciudadano y competirá con La Capital, el decano de la prensa nacional. *La Nación, Información general*. Disponible: <http://www.lanacion.com.ar/113004-rosario-tendra-un-nuevo-diario>.

Taylor S.J. y Bogdan R. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.

Strauss, A. y Corbin, J. (2002) *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Velasquez González, L. (2007). Factores de jerarquización de las informaciones ambientales en el diarismo impreso zuliano. *Telos*, v. 9, n. 3, p.475-490.

Wolf, M. (1987) *La investigación en la comunicación de masas. Críticas y Perspectivas*. Barcelona: Paidós.