



## Representación del medio ambiente en prensa y telediarios de México y España<sup>1</sup>

Francisco Javier Martínez Garza;<sup>2</sup> José María Herranz de la Casa<sup>3</sup>

Recibido: 13 de febrero de 2018 / Aceptado: 16 de agosto de 2018

**Resumen.** El cambio climático exige que las personas adopten una actitud favorable para contrarrestar ese problema y los medios de comunicación constituyen una valiosa herramienta para conseguirlo. Por lo anterior, se procedió a identificar la densidad, temática y tratamiento informativo que realizaron sobre el tema, nueve medios de comunicación de España y México durante los años 2015, 2016 y 2017. Entre las conclusiones se destaca que los medios de comunicación de ambos países, dispensan poca atención al tema y cuando lo hacen, suelen relacionarlo con eventos sensacionalistas, ofrecen una temática limitada y pocas veces recurren a expertos como fuentes periodísticas. Es de esperarse por lo tanto, que sus contenidos contribuyan poco a generar una cultura ambientalista.

**Palabras clave:** Medio ambiente; medios de comunicación; cambio climático; difusión del medio ambiente; televisión y cambio climático; prensa y cambio climático.

### [en] Representation of the environment in the press and television news from Mexico and Spain

**Abstract.** Climate change demands society to adopt a favorable attitude to respond to that issue and the media incorporates a valuable tool to achieve it. For this reason, nine media of Spain and Mexico proceeded to identify the density, thematic, and informative treatment that were carried out on the subject, during the years 2015, 2016, and 2017. It was concluded that the media of both countries pay little attention to the matter and when they do, often relate to sensational events, offer a limited thematic and rarely resort to experts as journalistic sources. Thus, is expected that the contents make little contribution to develop a cultural environmentalism.

**Keywords:** Environment; media; climate change; diffusion of the environment; television and climate change; press and climate change.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Perspectiva teórica. 3. Metodología. 4. Resultados; 4.1. El reflejo del contenido medio ambiental en los medios de España y México; 4.2. Tratamiento informativo en los

<sup>1</sup> Este artículo es resultado de una estancia de investigación promovida por la Universidad Castilla-La Mancha. Se agradece la participación de los estudiantes doctorales: Blanca Arcadía; Juan Ignacio Cantero de Julián; Carolina Constanza Gómez de la Rosa; Paola del Real Villarreal; Pavel Sidorenko Bautista y Elizabeth Tizcareño García.

<sup>2</sup> Tecnológico de Monterrey (México)

E-mail: francisco@itesm.mx

<sup>3</sup> Universidad de Castilla-La Mancha (España)

E-mail: josemaria.herranz@uclm.es

medios; 4.3. El tema medioambiental en los medios de comunicación. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Martínez Garza, Francisco Javier y Herranz de la Casa, José María (2019): "Representación del medio ambiente en prensa y telediaros de México y España". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 365-379.

## 1. Introducción

En agosto de 1992, el Condado de Miami-Dade, sufrió el embate del huracán Andrew, calificado como categoría cinco en la escala Saffir-Simpson (BBC, 2017a). Este suceso calificado hasta entonces como una "eventualidad", se ha convertido veinte años más tarde, en un evento cada vez más común alrededor del mundo. En 2017, la misma región resintió la presencia de seis huracanes calificados de alto riesgo, mientras que Bangladesh, la India y Nepal padecieron severas inundaciones (Grupo Reforma, 2017) y, al igual que en 2010 y 2012, Somalia nuevamente se vio afectada por la escasez de alimentos y el cólera, enfermedad que a menudo se transmite por la falta de agua potable (BBC, 2017b). Europa se vio afectada por una prolongada sequía, en particular España y Portugal, los cuales resintieron grandes incendios forestales, mientras que en Francia, Suiza, Reino Unido y Holanda, sufrieron una ola de calor atípica.

Los fenómenos atmosféricos a los que se alude, se han atribuido al notable incremento de gases contaminantes como el CO<sub>2</sub>, el cual ha contribuido notablemente en el incremento de la temperatura de la tierra, dando como resultado lo que se ha identificado como Cambio Climático. Este fenómeno ocurre al aumentar la temperatura, ya que la cantidad de vapor de agua de la atmosfera se eleva también, lo que da lugar a lluvias e inundaciones más intensas en algunos sitios y sequías en otros (Encinas, 2011).

Encinas señala que el origen de los altos niveles de contaminación se deriva tanto de fuentes naturales como artificiales. En las primeras se destacan situaciones provocadas por la misma naturaleza, como la erupción de volcanes, incendios forestales (derivado de reacción solar), plantas o animales en descomposición, tormentas eléctricas, etc. Mientras que en las Fuentes artificiales incluye aquellas pequeñas o grandes acciones en donde la injerencia del hombre contribuye al deterioro de la naturaleza. Estas últimas son de acuerdo con Encinas, las que más han impactado en el deterioro medioambiental durante las últimas cinco décadas.

El nivel de deterioro y las consecuencias que se reflejan en el cambio climático exigen la participación de una ciudadanía más comprometida en favor del medio ambiente. Desde mediados de los setenta —siglo pasado—, comenzaron a aparecer de manera sistemática, una serie de movimientos los cuales denunciaban los altos índices de contaminación que ya desde entonces se vislumbraban. En buena medida, este tipo de acciones influyó para que una buena cantidad de gobiernos adoptaran políticas públicas encaminadas a reducir la emisión del dióxido de azufre y el uso de químicos clorofluorocarbonos (CFC), los cuales son considerados como los principales causantes de la reducción de la capa de ozono (Renner, 2015).

Para finales de los setenta, el *Cambio Climático* ya formaba parte de la agenda de las Naciones Unidas, organismo que desde entonces ha promovido una notable

cantidad de programas y eventos orientados al estudio y a la discusión del tema, destacándose la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), del cual se desprenden el Protocolo de Kyoto y los Acuerdos de París (ONU, 2014).

La CMNUCC, entró en vigor en marzo de 1994, siendo ratificado por 194 países, los cuales se comprometieron a promover un desarrollo sostenible orientado a preservar el planeta del calentamiento global causado por la participación del ser humano. Sin embargo, a la fecha, los resultados no han sido los esperados, sobre todo, por la falta de un compromiso real de sus participantes, quienes no han sido capaces de trasladar la propuesta a los ciudadanos. Por tal motivo, la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas se propuso generar programas orientados a Educar, sensibilizar y formar personas para el desarrollo sostenible (EDN/UNESCO, 2006).

En diciembre del 2002 la Asamblea General de la ONU, declaró al período 2005-2014, como el decenio de la educación para el Desarrollo sostenible, designando a la UNESCO como su organismo rector. La propuesta tenía como objetivo principal capacitar a los ciudadanos para afrontar los retos del presente y del futuro (EDN/UNESCO, 2006). Para conseguirlo, se recomendó que los países involucrados implicaran a los ministerios de educación, ONG's, sociedad civil organizada, empresas del sector privado y medios de comunicación.

España y México fueron dos de los países que adoptaron los compromisos establecidos en el CMNUCC, comprometiéndose en ambos casos, a participar activamente en favor de la reducción de los contaminantes y de promover entre los ciudadanos una conciencia crítica en favor del medio ambiente. Sin embargo, los estudios demoscópicos realizados en estos países (CIS, 2016; UNAM, 2012), muestran que el tema del medio ambiente es uno de los tópicos que menos importan a sus ciudadanos. Las conclusiones de los estudios evidencian que al menos en España y México, la promoción de las acciones encaminadas a mejorar las condiciones del medio ambiente, son todavía una tarea pendiente por cumplir.

Para alcanzar las metas propuestas en la protección del medio ambiente, además del compromiso que han asumido las instituciones gubernamentales, se requiere que el resto de los actores e instituciones de la sociedad reconozcan la complejidad del problema y asuman el compromiso que les corresponde. Se trata de promover un cambio de paradigma en el diario vivir, situación que contrapone con muchas de los hábitos y rutinas que a lo largo del tiempo se han venido legitimando, sin embargo, tampoco es posible posponerle.

La ONU a través de sus instancias, sobre todo la UNESCO, destaca a la educación formal como un verdadero motor de cambio. Incluye también la participación de los medios de medios de comunicación (MC), ya que éstos a través de su contenido podrían participar de una concientización social en torno al tema. La importancia que representa la presencia de los asuntos ambientales en su agenda cobra relevancia, ya que éstos tienen la capacidad de determinar los asuntos que serán sometidos a debate por un grupo social (León, 2007). Sin embargo, las evidencias indican que éstos, "han sido poco eficaces atendiendo la falta de información y formación que tiene la población en general sobre la verdadera naturaleza del cambio climático" (Piñuel, 2013: 28).

Al reconocer que la mayor parte de las situaciones vinculadas con el cambio climático son atribuibles al ser humano y considerando el papel que tienen los medios de comunicación en la percepción que las personas tienen sobre el mismo, el presente trabajo se ha propuesto como objetivo principal identificar la representación que se hace del medio ambiente en los noticieros de televisión y en la prensa de España y México durante los años 2015, 2016 y 2017.

Para conocer más sobre el particular e identificar cómo es que las instituciones de medios de ambos países difunden y tratan el problema relacionado con el cambio climático, para conseguir dar respuesta al planteamiento central del estudio se han planteado las siguientes preguntas de investigación:

- a) ¿En qué medida los medios de comunicación de España y México reflejan en su agenda informativa los contenidos relacionados con el medio ambiente?
- b) ¿Cómo se presenta al público la información relacionada con el medio ambiente en los medios españoles y mexicanos?
- c) ¿Qué tanta diversidad de temas relacionados con el medio ambiente se difunden en los contenidos de los MC de los países señalados?

El estudio comprende la información relacionada con el medio ambiente que se difundió en los noticieros de televisión y en la prensa de España y México. Se decidió incluir los telediarios, ya que en ambos países, estas instancias se mantienen como el recurso más utilizado por los ciudadanos para mantenerse informados (IFETEL, 2017; Europa Press, 2017). En lo que corresponde a la prensa, se eligió ya que ésta mantiene la característica de ser el medio que brinda mayor espacio a la información. Para efectos de este último medio, en la muestra se incluyeron periódicos que además de contar con su versión impresa, estuvieran disponibles en plataformas digitales, debido a que esta condición podría contribuir a amplificar el impacto del mensaje.

## 2. Perspectiva teórica

La participación de los MC para promover acciones en favor del cambio climático ha sido una constante en los principales eventos internacionales. En 1972, las conclusiones de la Cumbre de Estocolmo aludían dentro del Principio No. 19, la necesidad de educar a la sociedad en cuestiones ambientales, ya que esto podría contribuir a conformar una opinión pública bien informada, orientada a promover una conducta inspirada en el sentido de su responsabilidad, en cuanto la protección y mejoramiento del medio ambiente en toda su dimensión humana (ONU, 1972). Por esa razón, se consideró esencial que los MC participaran de la difusión de información de carácter educativo remarcando la necesidad de proteger y mejorar el medio ambiente.

En España, el libro Blanco de la Educación Ambiental (CENEAM, 1999), destacaba también el papel de los MC a los cuales considera herramienta esencial para que la información ambiental llegue a la mayoría de las personas. El Protocolo de Kyoto (ONU, 1998), incluyó también la participación de estas tecnologías colocándoles junto a la educación formal como una de las herramientas más importantes para concientizar a los ciudadanos sobre la preservación y el cuidado del medio ambiente.

Sin embargo, las evidencias indican que los MC no han adoptado en su agenda el tema, o al menos no lo han dimensionado correctamente, ya que mantienen la tendencia en cuanto privilegiar mensajes que desde el punto de vista periodístico les resultan más redituables en lo económico, de manera que suelen difundir información relacionada con el tema, en donde destacan asuntos que poco contribuyen a la conformación de una conciencia ambiental entre su audiencia (Piñuel R. 2013; Lozano y Carabaza, 2009; León, 2007).

La propuesta que alude el impacto que podrían tener los MC para contribuir al desarrollo de una cultura ambiental en la sociedad, se sustenta en evidencias empíricas, las cuales sugieren que al transmitir información sobre un determinado tema, el público incorporara el mensaje a su experiencia. Lippmann (1922), sostenía que muchas de las imágenes que tenemos en nuestra mente han sido creadas por los MC. Años después Shaw señalaba que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social, ha sido modificada por los medios de comunicación (Citado en Wolf, 1987).

La teoría de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972) contribuyó a demostrar empíricamente el impacto que tenía el contenido de los medios entre las personas. Los resultados de su trabajo indican que, la importancia que conceden los MC a ciertos temas se traslada a su público (McCombs, 1996). De acuerdo con esta última teoría, los medios de comunicación participan de una influencia significativa en la adquisición del consenso en la comunidad sobre los problemas y los retos más importantes del momento (López Escobar, 1996).

La teoría de la Agenda presupone además que los medios más allá de señalar al público qué pensar sobre un determinado tema, contribuyen para que la gente tenga presente el tema. Más allá de lo anterior, en lo que se ha denominado como el 2do. Nivel de la Agenda, esta misma teoría presupone también que los atributos que se destacan en el tratamiento de la información, repercuten en la manera en la que el público piensa del mismo (Lozano, 2007). Esta última propuesta considera por lo tanto, que el encuadre periodístico que se brinde a un determinado tema, afecta significativamente en la comprensión y perspectiva que las personas se hacen del mismo (Aruguete, 2017).

Tomar como referencia la tesis de la Agenda Setting, para evaluar la participación de los MC en torno al cambio climático, podría no ser muy gratificante, sobre todo, porque las evidencias refieren que éstos le brindan poca atención al tema —sobre todo la televisión—, ya que prefieren transmitir contenidos que consideran atractivos para el público (León, 2007).

Cuando se aborda el tema en los informativos de televisión, se suele privilegiar contenidos en donde se alude ciertas dosis de sensacionalismo, por lo que cuando se trata del medio ambiente es común que se reflejen noticias relacionadas con la destrucción de la naturaleza a causa de incendios, huracanes, calor intenso y la sequía. Las políticas editoriales finalmente han terminado por favorecer mensajes con tintes sensacionalistas, en donde se deja al margen el necesario rigor científico (León, 2007; Francescutti, et.al., 2013).

El tema del medio ambiente, por lo general atrae la atención de los editores en tanto consideren que la información será atractiva para el público, de ahí que, cuando la presentan ésta se concentra principalmente en el suceso, más que en el proceso y el seguimiento de la información, la cual es normalmente esporádica, por

lo que, el tema de pronto aparece y desaparece, brindando información aislada, poco contextualizadas y sin un tratamiento profundo de la cuestión (Rodríguez-Cruz, 2012; Díaz Nosty, 2009; Carabaza, 2007).

La tendencia que existe entre los MC por favorecer los mensajes medioambientales con tintes de sensacionalismo, ha sido constante desde la década de los años 70 y 80, cuando en ellos se destacaba las manifestaciones organizadas por grupos ambientalistas a quienes se les presentaba como de naturaleza antisistema (Díaz Nosty, 2009). Se trataba de eventos a los que periódicamente se les brindaba cobertura, más que por difundir información sobre el tema, por el sensacionalismo que estos provocaban (Barranquero y Marín, 2014).

Las evidencias muestran también que la del medio ambiente es una información limitada, ya que generalmente no es contrastada con otros puntos de vista y en ella suelen aparecer mayoritariamente solo los protagonistas. Por lo general, se trata de un discurso fragmentado en donde por un lado se tiene al medio ambiente y por el otro al desarrollo económico. Esto es, aíslan la relación que existe entre el medio ambiente y la economía, el medio ambiente y la salud, el medio ambiente y la tecnología, etc., (González, 2007; Rodríguez-Cruz, 2012).

A la información medioambiental se le cuestiona también, que los medios suelen concentrarse principalmente en acontecimientos propios de su país, y en menor medida en acontecimientos que tienen lugar en Europa, Asia y América Latina, ignorando lo ocurrido en África y Oceanía, continentes que están prácticamente olvidados (León, 2007; Francescutti, et.al., 2013). Lo anterior significa que los valores noticia, al menos en lo que corresponde al medio ambiente, se conducen al amparo de la proximidad geográfica y a la relevancia, como si se tratase de una noticia ordinaria.

Así mismo, es común que se enfoquen en los acontecimientos que tienen lugar en las áreas rurales o en las zonas más humildes, situación que encierra un gran error, ya que los problemas derivados de la contaminación no procede de estas zonas, sino de las grandes urbes y regiones industrializadas del mundo (León, 2007).

A diferencia de lo que sucede en el resto del mundo, en el Reino Unido y en Estados Unidos de Norteamérica, surgió una tendencia que contrasta con las tendencias periodísticas más comunes en torno al tema, ya que desacredita y contradice la tesis antropogénica como el principal causante del cambio climático. Se presupone que detrás de esta posición están los grandes intereses económicos, los cuales, finalmente son quienes participan en el sostenimiento de los medios. (Boykoff y Boykoff, 2004; Carvalho, 2009).

De acuerdo con Boykoff y Boykoff (2004), esta última tendencia se relaciona con las normas periodísticas vinculadas a la equidad, justificando con ello que la noticia sea presentada desde dos perspectivas distintas. En ese sentido, se han cuestionado el carácter científico desde el cual se afirma que el hombre ha jugado un papel determinante en el cambio climático. La propuesta anterior apareció luego de la implementación de políticas neo-liberales en Reino Unido y los Estados Unidos de Norteamérica, desde donde se buscaba promover el uso de las energía nucleares (Carvalho, 2002, 2005).

A partir de entonces, el discurso vinculado al cambio climático y el medio ambiente en los informativos y la prensa norteamericanos e ingleses fue cambiando

de acuerdo a como los intereses económicos se veían afectados por las propuestas que surgían en los principales eventos internacionales.

El discurso que cuestiona el impacto que ha tenido el hombre en la modificación del clima, ha sido finalmente sometido por los intereses económicos conservadores, ya que ven en la propuesta un desafío a su participación. Para Carvalho (2004), en el fondo lo que se libra es una lucha ideológica y en ese sentido, los medios son una herramienta ideal para difundir las ideologías. Finalmente, los medios tienen la capacidad para impedir que salga a la luz pública aquella información en la que participen actores o se destaquen temas que afecten a sus intereses.

### 3. Metodología

La investigación se apoyó en el análisis de contenido cuantitativo, técnica que de acuerdo con Kerlinger (1986), permite analizar un grupo de variables de manera sistemática, objetiva y cuantitativa, situación que beneficiaba en este caso ya que se trataba de integrar a dos equipos de trabajo que estaban muy distantes. Esta técnica permite comparar los contenidos que se difunden en los medios y contrastar con una descripción o perfil de la realidad (Wimmer y Dominick, 1996), como sucede con la presente investigación.

La muestra se conformó tomando como principal criterio la inclusión de periódicos de circulación nacional, procurando que tuvieran tendencias informativas distintas. En ese sentido, en el caso de México se incluyó los periódicos El Norte (Grupo Reforma) y al Excélsior. En España, a los diarios El País y El Mundo. Se consideró también, que los periódicos contaran con la versión digital en formato impreso, ya que eso permitiría recuperar documentos anteriores.

Para el muestreo de la televisión, se repitió un formato idéntico al anterior, en donde se incluyó a televisoras públicas y privadas, situación que en el caso de México, obligó incluir un canal público así contar con puntos discordantes. En ese sentido, la muestra se constituyó de los noticieros nocturnos de (tv privada) Televisa y TV Azteca y Canal 11 (televisión pública) y en España, los informativos de Televisión Española (pública) y Tele Cinco (Privada). En ambos casos, se incluyó los telediarios nocturnos de mayor audiencia.

Finalmente, el tamaño de la muestra, se constituyó por 90 emisiones de noticieros de televisión y 60 ediciones de periódicos. El análisis de la información consideró únicamente la información relacionada con el tema del medio ambiente transmitida en los medios elegidos cuyo género incluyó la noticia, reportaje y entrevistas difundidos en 2015, 2016 y el primer semestre del 2017, tomando como referencia un muestreo aleatorio de semana compuesta (Lozano, 1994).

En la recopilación de información participó un grupo de doctorandos y estudiantes de maestría, a quienes se les brindó capacitación y en el proceso de codificación se recurrió a la prueba Holsti (1969), con la finalidad de unificar los criterios, con la finalidad de garantizar la fiabilidad en la captura de la información.

## 4. Resultados

Los resultados que se presentan a continuación están soportados en el análisis realizado a 200 mensajes, muestra resultante del análisis de la información vinculada al medio ambiente y cambio climático que se difundieron en prensa y noticieros de televisión de España y México. La mayoría de la información se transmitió en telediarios (57%) y el resto en periódicos (43%). En promedio la prensa dedicó al tema 7,5 párrafos por nota, mientras que los telediarios le brindaron al mismo, poco más de 1:30 minutos.

### 4.1. El reflejo del contenido medio ambiental en los medios de España y México

Durante el período que comprende el análisis, diariamente se presentaron en promedio 1,4 mensajes de este tipo. Los medios analizados participaron de una proporción de información muy similar, ya que mientras los telediarios participaron de un promedio de 1,5 mensajes, la prensa ofreció 1,4 notas.

Tabla 1: Proporción de notas que se publicaron en los medios de ambos países en los tres diferentes períodos incluidos en el estudio. Elaboración propia.

Prensa	Año que contempla el análisis			% Total de contenidos
	2015	2016	2017	
El Norte	42%	37%	21%	12%
Excélsior	41%	19%	40%	18%
El País	8%	46%	46%	6%
El mundo	36%	18%	46%	5%
Canal 2	33%	22%	45%	5%
Canal 13	39%	28%	33%	9%
TeleCinco	44%	31%	25%	16%
TVE	31%	23%	46%	20%
Once TV	23%	12%	65%	9%
Total	35%	26%	39%	100%
	(n=70)	(n= 52)	(n= 78)	(n= 200)

Tampoco existe una diferencia sustancial en la cobertura que sobre el tema presentan los medios españoles y mexicanos, ya que mientras los originales de España transmitieron diariamente a su público en el promedio 1.6 notas, los mexicanos se ubicaron en 1.4 (Tabla No. 1). Sin embargo, sí existe una diferencia sustancial en la política editorial que asumen los medios uno y otro país, ya que mientras en España la televisión es el medio con mayor actividad en la difusión del tema (79%), en México lo es la prensa (72%).

La cobertura periodística que realizaron los medios de comunicación sobre el medio ambiente y cambio climático, no refleja ninguna consistencia que muestre una preocupación por incluir políticas editoriales orientadas a favorecer la

información sobre el tema, ya que mientras un año ofrecen poca información al siguiente, la incrementan notablemente. Lo anterior ocurre por igual en todos los medios y es consistente en los tres períodos de tiempo analizados. De entre todos los medios, el diario El País, fue quien se destaca por su consistencia, esto es al menos durante los años 2016 y 2017.

Desde el punto de vista periodístico, los contenidos vinculados al medioambiente y cambio climático mantienen escasa relevancia en la agenda de los MC, ya son pocas las ocasiones en las que el tema es colocado bien sea en la apertura del noticiero televisión o en la portada de los periódicos. En el caso particular de la prensa, sólo el 8% del total de mensajes se colocaron en portada. Lo mismo ocurre con la televisión, aun y cuando en este medio el 15% de los mensajes, se transmitieron entre la primera y la quinta nota. Esta última situación se presenta independientemente del origen del medio, ya que tanto en España como en México mantienen la misma tendencia.

## 4.2. Tratamiento informativo en los medios

La información relacionada con el medio ambiente y el cambio climático que se oferta en los MC de España y México, generalmente se debe a la irrupción de un acontecimiento o suceso. Por lo general se relaciona con un incendio forestal, una tempestad, olas de calor, etc. Los informativos de televisión (83%) más que la prensa (49%), es quien se conduce de esa manera, ya que esta última, además de los tópicos referidos, suelen incluir en sus páginas -en una proporción muy baja-, información originada en congresos académicos (22%), eventos de la sociedad civil (9%), e incluso actividades desplegadas por las ONG's (2%), situación esta última, que rara vez se aborda en los informativos de televisión.

El origen de los contenidos medioambientales y del cambio climático diferente al de los acontecimientos vinculados con un suceso o acontecimiento como los señalados antes, son más frecuentes en los medios españoles (86%) que en los mexicanos (53%), ya que en éste suelen difundir información de Reuniones o actividades de líderes políticos (12%), Congresos académicos (20%) y actividades de la sociedad organizada y ONG's (10%), más que en los medios mexicanos.

Tabla 2. Género periodísticos a los que recurre cada uno de los medios de comunicación para difundir la información del medio ambiente. Elaboración propia.

Género	El Norte	Excelsior	El País	El Mundo	Canal 2	Canal 13	Tele Cinco	TVE	Once TV	Total
Noticia	92%	92%	92%	82%	89%	100%	75%	74%	94%	86%
Entrevista	0%	3%	0%	9%	0%	0%	6%	5%	0%	3%
Reportaje	0%	0%	8%	9%	11%	0%	13%	16%	6%	7%
Crónica	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	5%	0%	2%
Editorial	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Otro	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Total	100% (n=24)	0% (n=37)	0% (n=13)	0% (n=11)	0% (n=9)	0% (n=18)	0% (n=32)	0% (n=39)	0% (n=17)	100% (n=200)

La mayoría de los mensajes que se difunden en los medios de comunicación de España y México, se presentan en base al género de la noticia (86%). Es poca la información que se presenta bajo otro formato periodístico como el reportaje, la crónica e incluso la entrevista (tabla No. 2). Aun y cuando esta situación ocurre en los medios de ambos países, en los mexicanos casi la totalidad de los mensajes de la prensa (92%) y de la televisión (96%), se difunden bajo el formato de la noticia (93%). Mientras que los españoles suelen recurrir además del anterior, a los formatos de Reportaje (13%) y entrevistas (5%).

En los medios de ambos países, la mayoría de la información relacionada con el tema, suele relacionarse con eventos o acontecimientos ocurridos en su propio territorio, aunque esta situación es aún más evidente en las instituciones mexicanas que en las de España. En lo que corresponde a los MC de México, nueve de cada diez noticias de este tipo, reflejan acontecimientos del país (91%), mientras que en España, la proporción equivale a ocho de cada diez mensajes (80%). En el caso de los medios españoles, la prensa muestra una sustancial diferencia, ya que poco más de una tercera parte (38%) de los contenidos medioambientales y del cambio climático aluden a eventos que tienen lugar en el extranjero, principalmente de Norteamérica, otros países de Europa y América Latina.

La información relacionada con el medio ambiente, generalmente viene acompañada de imágenes y datos duros (92%), los cuales proporciona un mayor contexto a la información. Sin embargo, en ninguno de los casos se alude o relaciona este material con el cambio climático, tampoco se plantean propuestas más allá de algunas recomendaciones para evitar los incendios forestales.

Las notas relacionadas con el medio ambiente, por lo general se apoyan en la visión de otras personas, situación que es mayor en los informativos españoles, en donde TVE, con tres fuentes en promedio y TeleCinco, con 4.8, superan a cualquier otro medio. Sin embargo, la mayor parte de las veces, las fuentes reciben una limitada atención y en menos del 6% de los eventos se ilustran con la opinión de expertos en el tema.

En promedio los MC de ambos países, incluyen 1.4 fuentes por mensaje, sobresaliendo la presencia de “profesionales” del ramo (24%), los “testigos y participantes” (27%) y los “ciudadanos civiles” (23%). Es evidente por lo tanto, la poca participación que mantienen en los medios personas ligadas a la ciencia o a la academia al momento de emitir alguna información sobre el medio ambiente o el cambio climático (15%).

### **4.3. El tema medioambiental en los medios de comunicación**

Para proceder al análisis de los temas se construyó una tipología basada en seis categorías, en ellas se clasificó los distintos temas que se difundieron al público de ambos países. Los resultados indican que en los MC de ambos países existe una limitada variedad de temas relacionados con el medio ambiente, independientemente de si se trata de la prensa o de los noticieros de televisión.

Tabla 3. Tipo de información que se transmitió en los distintos medios de comunicación de España y México. Elaboración propia.

Categoría	Nombre del medio donde se presenta el mensaje									
	El Norte	Excélsior	El País	El mundo	Canal 2	Canal 13	Tel-5	TVE	Once TV	Total
Contaminación	33%	30%	46%	27%	0%	22%	3%	3%	29%	20%
Flora y Fauna	8%	27%	39%	27%	22%	11%	38%	26%	18%	25%
Calentamiento Global	0%	3%	0%	18%	0%	0%	0%	3%	0%	2%
Agua	25%	22%	15%	0%	0%	11%	3%	0%	0%	9%
Meteorología	21%	13%	0%	28%	78%	39%	56%	66%	35%	38%
Otros	13%	5%	0%	0%	0%	17%	0%	2%	18%	6%
	100% (n=24)	100% (n=37)	100% (n=13)	100% (n=11)	100% (n=9)	100% (n=18)	100% (n=32)	100% (n=39)	100% (n=17)	100% (n=200)

Ocho de cada diez mensajes incluidos en la agenda de los medios incluidos en el estudio se concentran en tres categorías (Tabla No. 3): Meteorología (38%), Flora y fauna (25%) y Contaminación (20%). La política editorial asumida por los MC, en cuanto mantener un pobre reflejo de la situación medioambiental y del cambio climático, tanto de España como de México es estadísticamente muy consistente ( $\chi^2=0,000$  y C. de Contingencia = 0,446). En el caso particular de los MC ibéricos, es evidente la incorporación de contenidos ligados a la meteorología (50%), flora y fauna (32%) y contaminación (12%). Tan sólo estas tres categorías incluyen al 90% a este tipo de mensajes.

Además, es raro que los MC de España incluyan entre las primeras cinco noticias de los informativos, algún mensaje relacionados con el medio ambiente o el cambio climático. Sin embargo, cuando sucede, lo más probable es que se traten temas relacionados con tormentas, inundaciones, olas de calor e incendios forestales. Es decir, la probabilidad de que una noticia de estos temas, la cual es matizada de tintes sensacionalistas sea presentada en dicho espacio es mayor. En los MC de México, la situación no difiere mucho, ya que en ellos aparecen las mismas categorías de información aunque con distintas proporciones: Meteorología (29%), Contaminación (27%) y Flora y fauna (18%). En los MC mexicanos destacan los ciclones, huracanes, inundaciones, planes orientados a disminuir los índices de contaminación y la protección de la fauna. Lo anterior mantiene también una consistencia estadística que reafirma la tendencia observada:  $\chi^2=0,007$  / C. de Contingencia = 0,363. En ese sentido, la única diferencia que existe en el comportamiento informativo de ambos países, radica en el grado de atención que dispensa Cada uno de ellos a los distintos temas.

Finalmente, conviene destacar que en los contenidos de los MC de México y España, no existe información orientada a fomentar o participar del respeto y las acciones en favor del medio ambiente, tampoco se alude mensajes en donde se aborde o trate ni el Protocolo de Kyoto o los Acuerdos de París, los cuales prácticamente pasaron inadvertidos.

Sobre la concientización del tema, es evidente que en los medios de comunicación de ambos países prácticamente no existen referencias que aludan al riesgo que representa el cambio climático, menos aún a informar sobre el papel y

responsabilidad que corresponde a las personas. En algunos casos se alude en ciertos mensajes alguna situación de peligro, pero esto sucede únicamente cuando existen eventos vinculados con incendios, olas de calor o inundaciones, más nunca están ligados a la participación e incidencia que pudieran tener los ciudadanos.

## 5. Conclusiones

Al parecer los medios de comunicación de España y México no han sido capaces de corresponder a los intereses que representa para la sociedad la conservación del medio ambiente, ya que al menos en la difusión de la información relacionada con el tema que se presenta en telediarios y en la prensa escrita es muy limitada. Al parecer, la agenda de los medios en cuestión mantiene vigentes intereses distintos al del interés común, en este caso, a reflejar las condiciones climáticas que aquejan al mundo actual. En ese sentido, los resultados coinciden con los que han reportado otros autores al realizar estudios similares.

Los mensajes relacionados con el medioambiente tal y como se presentan en los MC, se incluyen en su agenda en tanto reflejen un evento que les permita añadir aspectos vinculados al sensacionalismo, de ahí que los temas se orienten a destacar las hectáreas devoradas por un incendio, personas padeciendo la sequía o hambrunas derivadas de algún evento provocado por la naturaleza, etc.

El desinterés se refleja también en el tratamiento periodístico bajo el cual se generan los mensajes, ya que la mayoría de las veces los temas recurren al género periodístico de la noticia, en donde se concretan a describir el acontecimiento, sin hacer referencia a la participación que probablemente tenga el hombre en la situación. El recurrir al género de la noticia por sí mismo limita la extensión y discusión del tema, sobre todo en lo que corresponde a los telediarios.

Más allá de dispensarle poca atención al tema y de ubicar este tipo de mensajes en lugares secundarios, los medios no han desarrollado una política editorial encaminada a promover una conciencia medioambientalista en su público. La mayoría de las veces, se limitan a reproducir los eventos tal y como se presentan más no reflejan contenidos desde donde se promueva una cultura ambiental, convirtiendo esta difícil situación en un mero espectáculo.

La mayoría de los medios de comunicación de España y México se concretan a presentar acontecimientos que permiten añadir ciertas dosis de sensacionalismo, quedando al margen los contextos académicos y esta misma situación se repite al elegir a sus fuentes, en donde los expertos prácticamente pasan desapercibidos dado que la mayoría de las ocasiones se recurre a testigos o ciudadanos que más allá de lo evidente, poco tienen que aportar sobre el tema. Esta condición remarca la poca información basada en el rigor científico y la pobre especialización que existe en los periodistas entre los periodistas.

Es evidente que en materia del medio ambiente y el cambio climático, los medios de comunicación españoles y mexicanos mantienen una deuda para con su público, ya que la información del tema además de mostrar carencias es limitada, su agenda se aleja de las alertas y hallazgos científicos encontrados en relación al tema.

Los medios se han olvidado también de promover los principales programas que participan en favor del medio ambiente, ya que éstos están prácticamente al margen de sus agendas. Para ellos el Protocolo de Kyoto y los Acuerdos de París, etc. carecen del suficiente valor noticia. El desconocimiento o cerrazón que mantienen implica que temas como el de la salud pública, hambruna, discusión con el uso o no de productos agrícolas modificados genéticamente no sean incluidos en sus agendas y por lo tanto, finalmente tampoco estarán en la de su público. Bajo esa perspectiva, desde la Agenda Setting y el Framing, la información del medio ambiente, tal y como se presenta en los medios de comunicación poco contribuye a mejorar el conocimiento y la percepción que su público tiene sobre el tema.

## 6. Referencias bibliográficas

- AIMC (2017): *Estudio General de Medios. Asociación para la Investigación de los medios de comunicación*. Madrid. En: <file:///C:/Users/lenovo/Downloads/resumegm217.pdf>
- Aruguete, N. (2017): "Agenda Building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática". *Signo y Pensamiento*. Vol. (XXXVI),. 70, 36-52. Bogotá. En:  
<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/19528>  
doi:10.11144/Javeriana.syp36-70.abr.
- Barranquero Carretero, Alejandro y Marín García, Beatriz (2014): "La investigación en comunicación y periodismo ambiental en España. Estado de la cuestión y revisión bibliométrica de las principales revistas académicas en Comunicación (2005-2013)". *Prisma Social, Revista de Ciencias Sociales*, 12, 474-505.
- BBC Mundo Ciencia (2017): "¿Qué impacto tiene realmente el cambio climático en los potentes huracanes Irma y Harvey que azotaron al Caribe y a Estados Unidos". 11 de septiembre. En: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-41227871>
- BBC Mundo Ciencia (2017): "Las devastadoras consecuencias de la severa sequía en Somalia: más de 100 personas mueren de hambre en 48 horas". 5 de marzo. En: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-39170784>
- Boykoff, M. and Boykoff, J. (2004): "Balance as Bias: Global Warming and the us Prestige Press,". *Global Environmental Change*. 14, 25–36. En:  
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>
- Carabaza, J.; Lozano, J. C.; González, J.; Pasco, L.; Reyes, L.; Berúmen, A. y Álvarez, P. (2007): "Cobertura del medio ambiente en la televisión mexicana". *Comunicación y Sociedad*, 7, 45-76. Universidad de Guadalajara. En:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600702>
- Carvalho, Anabela (2009): "Culturas ideológicas y discursos de los medios de sobre conocimiento científico. Relectura de noticias sobre el cambio climático". *Infoamérica. Revista Iberoamericana de Comunicación*, 1, 25-47. En:  
[https://www.infoamerica.org/icr/n01/infoamerica01\\_carvalho.pdf](https://www.infoamerica.org/icr/n01/infoamerica01_carvalho.pdf)
- CIS (2016): Barómetro de Noviembre. Estudio No. 3159. En:  
[http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3140\\_3159/3159/Es3159mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3140_3159/3159/Es3159mar.pdf)

- Coonor, O. (2017): "El día que el huracán Andrew dejó a Miami en 'situación de vida o muerte'". *El Nuevo Herald. Florida*. En: <http://www.elnuevoherald.com/noticias/sur-de-la-florida/article174494061.html> [Consulta: 25/10/2017]
- EDN/UNESCO (2006): *Decenio de la Naciones Unidas de la educación para el desarrollo sostenible (2005-2014). Plan de Aplicación Internacional*. Sector de Educación de la UNESCO. En: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001486/148654so.pdf>
- Encinas Malagón, María Dolores (2011): *Medio ambiente y contaminación. Principios básicos*. Bilbao, Universidad del País Vasco. En: <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16784/Medio%20Ambiente%20y%20Contaminaci%C3%B3n.%20Principios%20b%C3%A1sicos.pdf?sequence=6>
- Europa Press (2017): "La televisión clásica "resiste" pese a la entrada de nuevas tecnologías, según el último informe de SES". 6 de abril. En: <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-television-clasica-resiste-pese-entrada-nuevas-tecnologias-ultimo-informe-ses-20170406175003.html>
- Díaz Nosty, Bernardo (2009): "Cambio Climático, Consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 99-119. Doi: 10.4185/RLCS-64-2009-808-99-119
- Francescutti, Luis Pablo; Tucho Fernández, F. e Iñigo Jurado, A. I. (2013); "El medio ambiente en la televisión española: análisis de un año de informativos". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (2), 683-701. Doi: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.n2.43492](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43492)
- González Cruz, E. (2007): "Los medios de comunicación y la ecología en México". *El Cotidiano*. En: <http://www.elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/14606.pdf>
- Grupo Reforma (2017): "Cambia el clima; se agravan los huracanes". *Interactivo del periódico Reforma*. En: [http://gruporeforma.reforma.com/interactivo/internacional/cambia\\_clima\\_agravan\\_huracanes/?lc=1](http://gruporeforma.reforma.com/interactivo/internacional/cambia_clima_agravan_huracanes/?lc=1)
- IFETEL (2017): "Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2016". México. En: [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016\\_vf-compressed.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016_vf-compressed.pdf)
- Holsti, O. R. (1969): *Content Analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley.
- Kerlinger, F. N. (1986): *Foundations of behavioral research* (3er. Ed.). New York, Holt, Rinehart y Winston.
- León, B. (2007): "El Medio Ambiente en las televisiones españolas. Un análisis de contenido de los informativos nacionales". En Contreras, F.R.: *Cultura Verde. Ecología, Cultura y Comunicación*, (1), 361-373. Sevilla, Consejería del Medio Ambiente. Sevilla.
- León Koberg, S. (2016): "Comunicación sobre cambio climático dirigida a la niñez". *Revista de Ciencias Sociales*, 51, 79-93. Costa Rica, Universidad de Costa Rica.
- CENEAM (1999): *Libro Blanco Para la Educación Ambiental en España*. Madrid. En: [http://www.mapama.gob.es/es/ceneam/recursos/documentos/blanco\\_tcm7-13510.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/ceneam/recursos/documentos/blanco_tcm7-13510.pdf)
- Lippmann, Walter (2003): *La Opinión Pública*. Madrid, Cuadernos de Langre.
- López-Escobar, E.; Llamas, J. P. y McCombs, M. (1996): "Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión. Agenda-setting y consenso". *Communication & Society*. 9 (1 y 2), 91-125.
- Lozano, José Carlos y Carabaza, J. (2009): "La televisión y su impacto en la cultura ambiental en audiencias de Monterrey, Guadalajara y Cd. De México". En Lozano, J. C.

- y Carabaza, J. (eds.): *Comunicación y Medio Ambiente. Reflexiones, análisis y propuestas*. Tecnológico de Monterrey, pp. 46-97.
- Lozano, José Carlos (2007): *Teoría e investigación de la Comunicación de masas*. 2da. Edición. Pearson Prentice Hall. México.
- Lozano, José Carlos (1994): "Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales", en Cervantes C. y Sánchez Ruiz, E. (coords.): *Investigar la comunicación: propuestas iberoamericanas*. Universidad de Guadalajara, (México) ALAIC/CEIC, pp. 135-158.
- McCombs, Maxwell (1996): "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo", en Jennings, B. y Zillmann, D.: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona, Paidós, pp. 13-34.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald L. (1972): "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*. 36 (Summer), 176-187.
- Piñuel Raigada, José Luis (2013): *El discurso hegemónico de los Media sobre el "Cambio Climático" (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y estrategias de intervención. Medios de Comunicación y Cambio Climático*. Sevilla, Fénix Editora.
- ONU (2014): *La ONU y el cambio climático*. En: <http://www.un.org/climatechange/es>
- ONU (2005). *El decenio en pocas palabras*. En: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001416/141629s.pdf>
- ONU (1998): *Protocolo de Kioto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*. En: <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpspan.pdf>
- ONU (1972): *Declaración de Estocolmo sobre el medio ambiente humano*. En: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/TraInt/Derechos%20Humanos/INST%2005.pdf/>
- Renner, M. (2015): "The Seeds of Modern Threats", in Worldwatch Institute, State of the World 2015: Confronting Hidden Threats to Sustainability, Island Press, Washington, DC, pp. 3-17. Citado en Sánchez, A. B. (Coord.): *Informe sobre sostenibilidad en España 2017. Cambio de rumbo, tiempo de acción*. Madrid, Fundación Alternativas.
- UNAM (2013): *Encuesta Nacional de percepciones y actitudes hacia el medio ambiente*. UNAM. México. En: <http://historico.juridicas.unam.mx/invest/areas/opinion/EncuestaMedioAmbiente/>
- Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Comunicación.
- Wolf, Mauro (1987): *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Instrumentos Paidós.
- World Weather Attribution (2017): "Record June Temperatures in Western Europe". Oxford University, 25 de octubre. En: <https://wwa.climatecentral.org/analyses/europe-heat-june-2017/>

---

Francisco Javier Martínez Garza es doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla. Profesor investigador del Tecnológico de Monterrey (México) y miembro del Sistema Nacional de Investigadores en México.

José María Herranz de la Casa es doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor investigador de la Universidad Castilla-La Mancha, donde imparte asignaturas de periodismo especializado y comunicación corporativa.