

Hacia una televisión cada vez más ambiental y ecologista

Elvira Calvo Gutiérrez

Universidad Complutense de Madrid  

<https://dx.doi.org/10.5209/hics.94306>

Recibido el 4 de febrero de 2024 / Aceptado 5 de marzo de 2024

Resumen: La televisión ha sido tradicionalmente la principal fuente para que los ciudadanos se informen sobre noticias relacionadas con el medioambiente y la ecología. Este trabajo repasa algunos trabajos científicos previos que así lo demostraban y los contrasta con los datos más actualizados, extraídos del Perfil Ambiental en España (2021), la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología de FECYT (2022) y el Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión (OCITV) (2023). Los resultados no solo apuntan a que internet ha superado a la televisión como fuente de la información medioambiental; además, se clasifican nuevas temáticas ecologistas tratadas en los programas de la televisión actual así como sus peculiaridades y la incidencia en la ciudadanía. Por último, el trabajo apunta algunas claves que podrían posibilitar una televisión mejor, más divulgativa, sin perder el sesgo del entretenimiento y le permita rivalizar con internet –webs, blogs y redes sociales–.

Palabras clave: televisión, información medioambiental, Medioambiente, informativos.

ENG Towards an increasingly environmental and ecologist television

Abstract: Television has traditionally been the main source for citizens to find out about news related to the environment and ecology. This work reviews some previous scientific works that demonstrated this and contrasts them with the most up-to-date data, extracted from the Environmental Profile in Spain (2021), the Survey of Social Perception of Science and Technology of FECYT (2022) and the Observatory of Information Quality on Television (OCITV) (2023). The results not only indicate that the Internet has surpassed television as a source of environmental information; in addition, new ecological themes discussed in current television programs are classified, as well as their peculiarities and impact on citizens. Finally, the work points out some keys that could enable better, more informative television, without losing the entertainment bias and allowing it to compete with the Internet –websites, blogs and social networks–.

Keywords: television, environmental information, Environment, news.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Metodología. 4. La información medioambiental en los informativos televisados: una revisión científica. 5. Programas medioambientales de televisión. 6. Los datos del Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión. 7. Conclusiones. 8. Referencias Bibliográficas.

Cómo citar: Calvo Gutiérrez, E. (2024). Hacia una televisión cada vez más ambiental y ecologista. *Historia y Comunicación Social* 29(1), 17-25

1. Introducción

Es evidente que caminamos hacia un mundo más ecológico y sostenible. Los medios de comunicación se enfrentan constantemente al reto de comunicar y concienciar a la sociedad sobre diversos aspectos que persiguen la protección del planeta y de las especies. Las medidas políticas junto a la información de los medios son fundamentales para abordar los efectos negativos causados por la acción humana.

La televisión ha sido tradicionalmente la principal fuente para que los ciudadanos se informen sobre noticias relacionadas con el medioambiente y la ecología. Este trabajo repasa algunos trabajos científicos previos que así lo demostraban y los contrasta con los datos más actualizados, extraídos del Perfil Ambiental en España (Ministerio de Transición Ecológica, 2021), la Encuesta de Percepción Social de la

Ciencia y la Tecnología de FECYT (2022) y del Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión (OCITV) (2023). Además de clasificar las temáticas ecológicas más habituales en los programas de televisión y sus peculiaridades así como su incidencia y concienciación en la ciudadanía, el trabajo desgrana las claves que posibiliten una televisión mejor, más divulgativa, sin perder el sesgo del entretenimiento y rivalice con Internet –webs, blogs y redes sociales-. Para satisfacer a una audiencia cada vez más exigente, la televisión debe afrontar retos importantes como la desinformación y los bulos, potenciar la información de calidad y medir su fuerza con internet.

Entre las conclusiones más notables del Perfil Ambiental de España 2021 (Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico, 2021) destaca que las medidas desarrolladas por el Gobierno y las Comunidades Autónomas, junto con la información que se transmite en los medios de comunicación, son fundamentales para abordar los efectos negativos causados por prácticas poco respetuosas con el planeta. Para el Ministerio, una sociedad informada es fundamental para concienciar sobre la protección y el cuidado del medio ambiente.

Según el último informe de FECYT, de marzo de 2022, la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología (FECYT, 2022) confirma que Internet ha ganado el primer puesto y es el medio más utilizado para informarse sobre Ciencia y Tecnología (71,2%). Le sigue a cierta distancia la televisión (64,7%), la radio (30,1), los libros (28,4%), las revistas de divulgación científica o técnica (26,8%) y la prensa escrita en papel (23,5%).

El Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión (OCITV) es un proyecto de investigación consolidado de la Universidad Complutense de Madrid que tiene por objetivo estudiar/analizar los programas informativos de televisión. El OCITV lleva analizadas más de 9.300 piezas de 219 informativos de televisión de las cinco grandes cadenas nacionales españolas ininterrumpidamente desde 2014 (TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta). Junto a elementos tradicionales, se encuentran hoy en los informativos españoles otros más innovadores a los que subyace la idea de hacer estos programas más atractivos y dinámicos para captar el máximo de audiencia posible (Calvo Gutiérrez *et al.*, 2022). En este contexto, este trabajo analiza el status actual de la información medioambiental en los informativos de las cinco cadenas generalistas, no solo en los informativos tradicionales, sino también en otros programas complementarios, de forma que se puedan extraer conclusiones relevantes.

2. Estado de la Cuestión

Los programas informativos son una potente forma de representación del mundo a través de imágenes y sonidos y, aunque en el actual entorno digital ya no tienen el monopolio de la construcción de la realidad socio-política, siguen siendo el medio a través del cual más personas se informan en España y sobre el que la ciudadanía tiene un alto grado de confianza como fuente informativa. Buena prueba de ello es el grado de concienciación de los ciudadanos respecto al medio ambiente, la ecología y las energías alternativas. Puede que la televisión tradicional haya perdido parte de su atractivo como objeto de estudio para muchos investigadores y cierto es que el consumo informativo es cada vez más multimedia, pero para la inmensa mayoría, como ponen de manifiesto numerosos estudios sociológicos, los noticiarios de televisión siguen siendo su gran referencia informativa.

Que la televisión ya no es la fuente principal de la información medioambiental lo corrobora el último informe de FECYT, de marzo de 2022. Según su Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología confirma que Internet ha ganado el primer puesto y es el medio más utilizado para informarse sobre Ciencia y Tecnología (71,2%). Le sigue a cierta distancia la televisión (64,7%), la radio (30,1), los libros (28,4%), las revistas de divulgación científica o técnica (26,8%) y la prensa escrita en papel (23,5%). Es obvio que las causas de ese retroceso se deben al desarrollo de las tecnologías y de Internet, pero también debe explicarse en claves de audiencia –más joven-, mayor concienciación y una mayor responsabilidad social ante la biodiversidad (FECYT, 2022).

Según la citada encuesta de FECYT, Internet es el medio más utilizado por las personas menores de 45 años –más cuanto mayor es el nivel educativo de las personas entrevistadas-, por las personas residentes en grandes núcleos urbanos –supera a este medio entre personas de 15 a 34 años- y entre las personas con formación universitaria. El desglose se presenta así:

Las redes sociales y los vídeos son más utilizados a medida que desciende la edad, de 15 a 34 años.

Los medios digitales generalistas son utilizados por hombres mayores de 55 a 64 años y a medida que se incrementan el nivel formativo y los ingresos del hogar.

Wikipedia registra una mayor utilización entre las personas de hogares con mayores ingresos

Los medios de comunicación digitales especializados son más empleados por los hombres de 45 a 54 años, las personas con formación universitaria y las personas de hogares con ingresos superiores a la media.

Los Blogs / Foros son más empleados por los hombres de 25 a 44 años y por las personas de hogares con mayor nivel de ingresos.

Los Podcast o Radio por Internet son los medios de información más utilizados por los hombres de 35 a 44 años y por las personas de hogares con mayor nivel de ingresos.

Si nos fijamos en los datos de FECYT, la televisión como fuente informativa sobre ciencia y tecnología es consumida por personas con menos interés en el medioambiente, mujeres de más de 54 años y las personas con menor nivel educativo, mientras que la radio es el medio preferido por hombres de más de 54 años y por las personas con estudios primarios o inferiores.

En términos generales, según recoge FECYT, el nivel de información al que la ciudadanía tiene acceso sobre los distintos temas considerados está por debajo del interés que declaran por cada uno de ellos. La ciudadanía se considera igual de informada sobre medio ambiente y ecología (3,02) que sobre Medicina y salud (3,08), aunque tiene la sensación de que la primera ha ido en aumento. Solo el 12% considera a los periodistas fuentes primarias. Quizá la explicación se encuentre en un dato de los años noventa recogido en una tesis doctoral que aseguraba que la selección de temas medioambientales venía marcada por gabinetes de prensa y agencias informativas, en lugar de los movimientos ecologistas (Montero Sandoval, 1998).

Por su parte, el Gabinete de la Subsecretaría del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico elabora, desde 2004, un informe anual basado en distintos indicadores que recoge las medidas medioambientales que, desde el Gobierno, se están realizando en España, con claras referencias a los dictámenes de la Unión Europea. Entre otros asuntos, el Perfil Ambiental de España 2021 aborda las principales tendencias ambientales asociadas a los diferentes retos políticos y su objetivo es acercar la situación ambiental de España al mayor público posible, con información desagregada por comunidades autónomas que muestra las vías de acceso a los principales informes del estado del medio ambiente en todas las regiones españolas, en línea con los trabajos de la Agencia Europea de Medio Ambiente (Ministerio para la Transición Ecológica, 2021).

Con más de 70 indicadores, el informe supone una aportación importante para la ciudadanía y es, sin duda, una eficaz guía de contenido para las secciones de medioambiente de las televisiones que quieran diversificar y evitar el catastrofismo temático que hasta ahora las ha caracterizado. Aire, clima y energía; Naturaleza (medio natural, suelo, costas y medio marino, aguas continentales); Sectores económicos (agricultura, industria, transporte, medio urbano y hogares, turismo); Sostenibilidad (reto demográfico, economía y sociedad, residuos y economía circular) y Salud.

Entre las conclusiones más notables del Perfil Ambiental de España 2021 destaca que las medidas desarrolladas por el Gobierno y las Comunidades Autónomas, junto con la información que se transmite en los medios de comunicación, son fundamentales para abordar los efectos negativos causados por prácticas poco respetuosas con el planeta. Para el Ministerio, una sociedad informada es fundamental para concienciar sobre la protección y el cuidado del medio ambiente.

3. Metodología

Para la realización de este trabajo se han revisado algunos artículos científicos publicados a partir de 1998 por periodistas especializados y académicos expertos en información medioambiental, revisión que ha permitido seguir la evolución sobre la cantidad y calidad de la información medioambiental en las televisiones españolas. Posteriormente, se han contrastado esas conclusiones con datos actualizados obtenidos del Perfil Ambiental en España 2021 (Ministerio de Transición Ecológica, 2021), la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología 2022 (FECYT, 2022) y datos del OCITV (2023).

El objetivo es sondear los cambios que ha sufrido la información medioambiental en general, y en televisión en particular. La televisión era un referente en la primera década del siglo XXI, pero: ¿creaba conciencia?, ¿puede mejorar el tratamiento de la información sobre medio ambiente en televisión?, ¿quiénes se han erigido como principales contrincantes?, ¿qué temas nuevos han salido a la palestra?, ¿qué le interesa realmente al ciudadano de a pie? Las conclusiones de este trabajo intentan dar respuesta a estas preguntas.

4. La información medioambiental en los informativos televisados: una revisión científica

4.1. Una televisión más espectacular que informativa

En el año 2006, las informaciones deportivas y políticas acaparaban cerca de la mitad del tiempo de los informativos. Mientras que las noticias sobre sucesos triplicaban su espacio en los telediarios, en detrimento de otras temáticas como cultura, medio ambiente, ciencia, salud y consumo (Consumer, 2006). Este estudio revelaba que, entonces, el 90% de la población en España mayor de 14 años veía habitualmente la televisión y el 70% veía habitualmente los informativos, a los que consideraban su principal fuente informativa, frente al 41% que leía diarios y al 55% que escuchaba la radio, según el Estudio General de Medios, EGM, de 2005.

El estudio analizaba la temática (no el tratamiento) de 684 informativos, 16.752 noticias y 587 horas de emisión de las cinco cadenas nacionales (TVE 1, TVE 2, Tele5, Cuatro y Antena 3) y de las autonómicas (TV3, TeleMadrid, TVG, ETB2, IB3, CMT y Canal 9).

Teniendo en cuenta diferencias sustanciales entre los distintos canales (La 2 trataba más temas de ciencia y medioambiente, Cuatro se nutría más de acontecimientos de la calle, las autonómicas dedican más tiempo al Deporte y algunos canales apenas incluían noticias económicas), y entendiendo que la cobertura y la duración de los informativos y de las distintas secciones eran dispares, el estudio aportaba datos medios y denunciaba que los informativos televisados eran más espectaculares que informativos al no tratar con asiduidad temas relacionados con la vida de los ciudadanos como los de carácter social (infancia, marginación, solidaridad, religión o tercera edad ocupaban un 6%), el medio ambiente (2%), la salud (2,1%), la ciencia (0,6%), el consumo (1,1%) o la cultura (9%). En el lado contrario, los temas más tratados eran Política (24%), Sucesos (18%), Deportes (21%), Economía (7,2%) e Información Meteorológica (9%). El resto lo atribuía a piezas promocionales y anuncios publicitarios.

4.2. El peso de la sección de Medioambiente en los informativos

En 2008, la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) encargó a un equipo de investigadores dirigido por Pablo Francescutti, de la Universidad Rey Juan Carlos, que aplicase la técnica del análisis de contenido a una muestra integrada por todos los telediarios (segunda edición) emitidos por las cuatro principales cadenas de ámbito nacional (TVE 1, Antena 3, Tele5 y Cuatro), entre el 1 de abril de 2007 y el 31 de marzo de 2008. El resultado fue que las cuatro cadenas emitieron 1.121 noticias ambientales sobre un total de 32.592 informaciones, es decir, un 3%.

El informe, publicado en forma de artículo más tarde (Francescutti et al, 2013) revelaba que los informativos nacionales sólo dedicaban el 3,4% de las noticias a información medioambiental y que ésta se centraba en catástrofes y amenazas, por lo que algunos colegas llegaron a calificar a la información medioambiental televisada como de “escasa y dramática” (Público, 2015), a excepción de la que enfatizaba la fascinación por los animales (muy telegénicos, como se observa desde hace años en YouTube). El trabajo analizaba el contenido de los principales informativos de ámbito nacional en 2007 y sirvió para demostrar que los datos no indicaban grandes diferencias entre las cadenas. Los incendios, los vertidos y la alteración de hábitats de animales eran los temas preferidos en los informativos, lo que corrobora la afirmación de que “si la noticia ambiental no se convierte en grito de alarma, difícilmente encontrará su hueco. El catastrofismo de la información ambiental tiene su equivalente en el sensacionalismo o amarillismo del resto de la actualidad” (Fernández, 1995: 186).

Los temas más socorridos para formar parte de la escaleta diaria fueron sobre el deterioro medioambiental (39,2%), la biodiversidad (26,5%) y el cambio climático (13,7%), mientras que pasaron a un segundo plano otros como las prácticas ecológicas (10,8%) y las protestas ecologistas (6,5%). En última posición se situaron las noticias sobre las renovables (3,3%), a pesar de que España ya era líder en energía eólica. Francescutti consideraba que la relevancia del cambio climático se debió a la concienciación que despertó Al Gore tras ganar los premios Nobel y Príncipe de Asturias. Así mismo, achacaba la presencia de noticias sobre vertidos a la sensibilización de los medios y la ciudadanía tras el desastre del Prestige.

En cuanto al origen, el estudio afirmaba que el 64,6% de las noticias eran de origen español, lo que, como afirmaba entonces el autor, mostraba el interés de la sociedad y su madurez en el campo ambiental. El dato, además, confirmó la necesidad de divulgar información cercana que complementa a los grandes temas de los documentales extranjeros.

Las conclusiones de Francescutti se corroboran en todos los artículos posteriores que se revisan y comentan en los próximos epígrafes (ver referencias bibliográficas): que la televisión ha sido el medio más utilizado para informarse sobre noticias de medio ambiente durante la primera década del nuevo milenio. La revisión retrospectiva de los artículos confirma que lo hacía, sobre todo, a través de los informativos (el 3,4% de los contenidos estaban relacionados con la temática medioambiental) y de programas divulgativos. Los temas que más impacto tenían a la hora de formar una opinión pública giraban en torno al deterioro del ecosistema, el estado de la biodiversidad, el cambio climático, las prácticas ecosaludables, la protesta ecológica y las energías renovables (Piñuel et al, 2010). Dada la influencia fundamental de los medios de comunicación en la difusión de amenazas y riesgos, en otro artículo de Espinar y Samuelson investigaron, en 2011, el discurso mediático en torno al riesgo medioambiental. Analizaron 84 informativos de TVE, Antena 3 y Tele5, localizando 138 noticias relativas al medioambiente y la naturaleza que clasificaron de acuerdo a cuatro temáticas: causas, consecuencias, soluciones y referencias medioambientales. Concluyeron que las noticias tienden a centrarse en eventos concretos y priorizar contenidos emocionales, entretenidos o anecdóticos silenciando soluciones, consecuencias y causas (Espinar y Samuelsson, 2012). Resultaron ser noticias sobre contaminación, cambio climático o incluso vertidos, pero no sobre el medio natural y además no incluían a los culpables ni voces contrarias o que pusieran en duda la existencia de esos riesgos. Esta falta destacaba el carácter no polémico de los informativos, tal como apuntaban otros investigadores dotando a las noticias de una dimensión positiva al informar de posibles soluciones.

Los informativos analizados por Espinar y Samuelsson mostraban preferencias por acontecimientos, novedades, certezas, contenidos emocionales y dramáticos, según las autoras, características acordes con el doble objetivo de informar y entretener, pero no tanto con una transmisión mínimamente detallada de la problemática medioambiental. Con una excepción, TVE, que ofrecía informaciones más amplias, más datos y más fuentes, lo que demuestra la compatibilización con altos niveles de audiencia. En lo que sí coincidían los informativos de los tres canales era en el origen de las fuentes; institucionales, expertos y asociaciones, aunque las privadas visibilizaban menos a los portavoces. Como las propias autoras advertían, no se recogían datos de las percepciones por parte de la audiencia, algo común en otros estudios, lo cual resultaría fundamental para conocer el calado de esas informaciones en la conciencia colectiva.

En este sentido, resulta interesante la lectura de una tesis doctoral defendida en 2015 en la Universidad Complutense, titulada *Comunicación y representaciones del cambio climático: el discurso televisivo y el imaginario de los jóvenes españoles* (Teso, 2015), en la que la autora estudia las mediaciones entre la ciencia del cambio climático, la comunicación audiovisual del mismo y su representación en la cultura común de los jóvenes españoles, objetivo que estructuró en tres discursos diferenciados: el de los expertos, el de los medios televisivos y el de los jóvenes.

Otro estudio de 2013, capitaneado por el profesor Bienvenido León, de la Universidad de Navarra, junto a investigadores de la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, estudió el espacio y el tiempo que ocupa el medio ambiente en los informativos de televisión, analizando los informativos españoles de cobertura nacional de TVE 1, TVE 2, Antena 3, Tele 5 y Canal + y Cuatro (una

semana por mes entre julio de 2005 y julio de 2006). En total se analizaron 15.120 informaciones y comprobaron que sólo 284 trataban sobre el medio ambiente; es decir, el 1,88%. Si se mide la duración de estas informaciones resultó ser de 21.798 segundos, incluyendo entradillas del presentador, directos e imágenes grabadas; lo que supone el 1,45% del tiempo total de los informativos. En la investigación se apuntaba a que, a pesar de que la televisión es el medio al que más ciudadanos acuden para informarse, podrían existir factores que limiten o dificulten el ejercicio de esta actividad (León, 2013).

Recordaba el profesor León que, según el Eurobarómetro de 2005, el 87% de los ciudadanos está muy interesado en la polución ambiental, solo el 15% considera estar bien informado. Efectivamente, como señala el autor, la información ambiental en televisión se enfrenta a varias dificultades, tanto coyunturales como consustanciales a su propia naturaleza. Entre las primeras, destaca la preponderancia del entretenimiento y la competencia entre canales que lleva a contenidos triviales y sensacionalistas. Entre las segundas, destaca la limitada capacidad para comunicar grandes cantidades de información o para trasladar eficazmente razonamientos y conceptos muy detallados a una audiencia masiva y generalista. Además, la imagen televisiva busca la espectacularidad y los mensajes cortos y entretenidos, por lo que los asuntos complejos como la economía o el medio ambiente tienen mayores dificultades para ocupar minutos de programación.

Coincidiendo con los demás artículos citados, el profesor León también alude al sensacionalismo y al escaso rigor científico, además de la falta de especialización por parte de los periodistas, que suelen abordar la información desde el punto de vista político o económico. Pocas cadenas recurren a asociaciones ecologistas o expertos por miedo a ser utilizados, lo que significa que no hay tiempo para contrastar las noticias. El autor sí tiene en cuenta el enfoque de la información, es decir, las palabras, las imágenes, las frases y los estilos de presentación que se utilizan para emitir la información. Dependiendo del enfoque, del uso de las fuentes y la cercanía del acontecimiento, el calado de la noticia será más o menos riguroso o de interés.

Resulta interesante comprobar que la mayor parte de la información medioambiental de las televisiones en España tiene que ver con la climatología. Un estudio más reciente, señala una tendencia más actual: el tiempo dedicado en los informativos a la información meteorológica y otros aspectos medioambientales (Alonso, 2020). Si hasta hace apenas una década, el tiempo y la previsión meteorológica ocupaban un espacio propio al final de los informativos, desde hace unos años forman parte indiscutible del conjunto de las informaciones diarias, llegando a tener un lugar destacado cuando adquiere dimensiones de catástrofes y desastres naturales.

La autora ha analizado el peso específico de esta sección en los informativos de TVE, Antena 3 y Tele5 en 2020. Inundaciones, olas de calor o temporales de viento y lluvia, causas evidentes del cambio climático, son los temas más tratados por su relación con los sucesos y las catástrofes asociados a los fenómenos meteorológicos. La autora advierte que a pesar del sesgo amarillista y catastrofista habituales, cada vez es más evidente el sesgo divulgativo. Además, aprecia un creciente interés por otros temas medioambientales, sobre todo de aquellos que tienen un cierto peso en la actualidad informativa, como son las protestas, informes o cumbres sobre el clima, aunque, en líneas generales, las noticias siguen hablando de consecuencias, pero no de causas ni soluciones. En este sentido, sería deseable que los informativos continúen explorando esta nueva vía informativa en la que las noticias relativas al tiempo se alejan de los mensajes catastrofistas o sensacionalistas para imponer una comunicación rigurosa que prioriza el encuadre medioambiental para sensibilizar y concienciar a la población sobre estos temas.

Alonso concluye que más de un tercio de los contenidos emitidos por los informativos diarios se centran en el clima y en el tiempo, llegando a formar parte de los sumarios en muchas ocasiones, bien requiriendo la intervención del meteorólogo de la cadena o una crónica en directo. Eso sí, aprecia algunas diferencias, como por ejemplo, Televisión Española, debido su carácter público y de servicio al ciudadano, es la que ha dedicado más tiempo a informar sobre el medioambiente, sin embargo, es Telecinco la que emite un mayor número de noticias de informaciones relacionadas con este tema, realizando una cobertura homogénea y abriendo el abanico a temas no marcados por la actualidad, tal es el caso de la rebelión verde, la contaminación o la presencia de plásticos en los distintos ámbitos de nuestra vida.

Alonso es también autora de una investigación sobre la cobertura informativa de la Cumbre del Cambio Climático celebrada en Madrid en 2019 en tres cadenas de televisión nacionales, TVE, Antena 3 y Tele5. Parece arrojar datos alentadores porque los canales consiguieron profundizar en las informaciones emitidas, tanto en tiempo de duración como en géneros y formatos (Alonso, 2021) ... hasta cierto punto. El hecho de que se celebrara en nuestro país es probablemente un factor fundamental.

Artículos más actuales ya hablan de términos como la transición ecosocial que demanda a toda la sociedad otro estilo de vida. Corresponde, en parte, a los medios de comunicación informar de estos cambios y hacerlo no como parapetos, sino como referentes inspiradores (Espinar y López Gómez, 2023). Las autoras, como en los casos anteriores, analizan la presencia de temáticas de transición ecosocial en la programación y los principales informativos de las seis televisiones generalistas. En esta ocasión, los resultados muestran que solamente las cadenas públicas difunden programas de tipo ecológico, y en ningún caso esta programación supera el 2% del total de sus parrillas. En relación con la presencia en los informativos de cobertura nacional, no alcanza el 4% de sus contenidos. Esta ínfima incidencia indica que aún queda mucho por hacer. Poco o nada se ha avanzado en una década.

La radiografía resultante es una tímida ampliación de temáticas, incluyendo la ecología, los derechos de los animales y la naturaleza: fenómenos meteorológicos extremos y cambio climático, la protección de ecosistemas, el modelo agroalimentario, el modelo de uso y gestión de residuos, el extractivismo, la preservación del mundo rural, la contaminación de mares y océanos, el modelo de transporte, la protección y el respeto a los derechos de los animales, y la contaminación del aire, entre otras. Los resultados muestran que

este tipo de temáticas están infra-representadas y por tanto desatendidas respecto a otras como sucesos. Algo similar ocurre con los programas especializados, donde solo las televisiones públicas brindan programación medioambiental. De nuevo, Aquí la Tierra (TVE, 2014-), El Escarabajo Verde (TVE2, 1997-), El Señor de los Bosques (TVE2, 2017-2021) o Reduce tu huella (TVE2, 2020-). De hecho, La 2 es la cadena que más espacio dedica a la transición ecosocial en su programación. Lo hace con programas específicos, pero también a través de una presencia considerable de documentales emitidos con frecuencia diaria, alcanzando este género hasta el 56,9% de la parrilla, lo que supone entre 90 y 95 horas de emisión semanales.

En este contexto actual, tal y como destacan las autoras, resulta fundamental que se prioricen los valores éticos frente a los económicos. Los medios están llamados a realizar una lectura crítica sobre la publicitación de imaginarios de la sociedad de consumo, que siguen siendo difundidos de manera masiva a través de las estrategias establecidas por la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Urge la incorporación de nuevas narrativas que incorporen discursos ecosistémicos, que pongan de manifiesto la urgencia de transitar a un modo de vida armónico con la naturaleza.

5. Programas medioambientales de televisión

Son varios los indicadores que han ido manifestando el interés por el medioambiente y el aumento de la concienciación social. Según datos de 2015, el Eurobarómetro arrojaba que tres de cada cuatro europeos pensaban que ya entonces, el Medio Ambiente afectaba a su vida cotidiana y el 65% buscaba informarse a través de la televisión; el Ecobarómetro de Andalucía recogía que 7 de cada 10 ciudadanos se siente bastante o muy preocupados por el medio ambiente; y una encuesta de la Fundación BBVA señalaba que el 6,4% de los ciudadanos lo considera un área de interés.

En España, el consumo televisivo se había incrementado un 7,5% desde 2008. Un español consume de media unos 244 minutos de televisión al día, o lo que es lo mismo, 4,1 horas al día, casi 1.500 horas al año o el equivalente a dos meses completos. Los estudios que aquí se revisan tratan de averiguar cuánto tiempo dedica la televisión a la información ambiental y qué temas son los que más se emiten.

El primero de ellos indica que la información ambiental en televisión se reduce a dos grandes áreas: los programas informativos diarios y los no diarios (Montero Sandoval, 1998). En los diarios, el espacio dedicado al medioambiente es escaso y la duración de las piezas, de apenas 70 segundos, no permite profundizar en los temas aunque sí presentarlos lo que puede ser una llamada de atención. En los no diarios aparece una mayor variedad de formatos ya que la información puede encontrarse en reportajes, documentales y programas divulgativos.

Otra cuestión es el impacto de unos y otros en la audiencia. Según la temática y el tratamiento informativo, las noticias tienen impactos diferentes en la audiencia: asombro, angustia o indiferencia. No causa la misma sensación informar de la gestión de las basuras, la aplicación de energías renovables en el hogar o la toxicidad de los vertidos en las playas que la extinción del lince, la deforestación del Amazonas o los resultados de la última cumbre del Clima, celebrada en Dubai del 30 de noviembre al 12 de diciembre en 2023.

Aquí se debe hablar de un término nuevo, la ecoansiedad, un concepto psicológico que surgió en Estados Unidos en 2017 y forma parte de los diagnósticos oficiales de la salud mental en muchos países. Es el temor crónico a un cataclismo ambiental causado por escuchar las noticias catastrofistas de los medios de comunicación sobre los impactos del cambio climático y preocuparse por el futuro a corto y largo plazo. La joven activista sueca Greta Thunberg es una referencia para las nuevas generaciones, preocupados o no, por el medio ambiente. Una vez más, la diana se sitúa en la responsabilidad de la Administración y de los grupos ecologistas, con el respaldo y el compromiso de los periodistas para tratar los temas con mucho respeto.

5.1. Informativos diarios

La información medioambiental en televisión se localiza, desde hace décadas, en los informativos diarios y en los programas divulgativos. Los primeros siguen ocupando el mismo tiempo de siempre, una media hora, así que difícilmente pueden cubrir una noticia ecológica al día, en la sección de Sociedad. Si además, tenemos en cuenta la duración de una noticia, poco más de un minuto, es difícil profundizar en un tema (¿cuál, de los muchos que actualmente afectan al planeta?).

Los temas más habituales son los de tintes catastrofistas: incendios, vertidos o sequías suelen ser temas frecuentes en los espacios informativos. Pero a diferencia de décadas atrás, las noticias ya no se centran en las víctimas, en el área afectada o en el impacto socioeconómico; ahora, además, se habla de las consecuencias medioambientales, la reconstrucción futura del terreno y de la catástrofe que supone para muchas especies. Lo vimos con los desastres nacionales de Aznalcóllar (1998) o del Prestige (2002) y pero lo seguimos viendo a finales de 2023 con la invasión de pellets en las playas del norte de España –tras caer al mar un contenedor de un barco frente a las costas del norte de Portugal– o la sequía que azota a España por la falta de lluvias este invierno que ya ha obligado a algunas comunidades, como Cataluña o Andalucía, a implantar un plan de emergencia con restricciones de agua a los ciudadanos (enero de 2023). A nivel internacional, se suman inundaciones y terremotos como el de Fukusima, en Japón, Haití o Chile.

Si bien es cierto que todas las redacciones tienen al menos un periodista especializado, cabe preguntarse ahora por sus criterios de selección. Ante el aumento de temas medioambientales, ¿cuál elegir para que forme parte de la escaleta hoy? De nuevo hay que pensar en la comodidad del periodista o en el presupuesto del programa: se tratará el tema que llegue a la redacción a través de teletipos de agencias o videocomunicados de empresas, instituciones o asociaciones, lo cual deja mucho que desear porque probablemente no

será un tema importante. Es más, en numerosas ocasiones, la noticia medioambiental aparece al final de la sección y, si falta tiempo, se levanta, pasa a nevera o simplemente se desecha.

5.2. Programas divulgativos no diarios

En lo que se refiere a los programas informativos de televisión no diarios, encontramos mayor variedad de formatos que, en forma de reportajes o de documentales, tratan con mayor profundidad la temática medioambiental (Informe Semanal o Documentos TV, ambos de TVE), y otros menos habituales y más ligados al ocio o al entretenimiento, con mayor o menor suerte, como la docuserie *Naturalistas* o el coaching show, *¡Qué desperdicio!*, ambos emitidos en 2007 en Cuatro.

Tradicionalmente, los programas medioambientales han sido relegados a la televisión pública y persiguen la divulgación: *Escarabajo Verde* (desde 1997), *La Aventura del Saber* (desde 1992) y *Aquí la Tierra* (desde 2014) gozan de cierta popularidad en cuanto que se han consolidado en la parrilla de programación del segundo canal público, erigido en salvaguarda del medio ambiente y con réplicas en los canales autonómicos (*Instinto Animal*, en Telemadrid; *Espacio Protegido*, en Canal Sur; o *Medi Ambient*, en Canal 9), cuyos antecedentes podemos encontrarlos en trabajos anteriores como *El hombre y la tierra* (1974-1981 y respuesta posteriormente), *Biodiario* (2011) o *Un país en la mochila* (1995-2000) (Consumer, 2012).

El blog medioambiental *Solarprofit*, empresa que aboga por la descarbonización y la transición energética total, recomienda cinco programas divulgativos de televisión que mejor ayudan a entender qué está pasando con el medio ambiente y el cambio climático: *El Escarabajo Verde* (TVE), *Espacio Protegido* (Canal Sur), *La Aventura del Saber* (TVE), *Aquí la Tierra* (TVE) y *30 minuts* (TV3). Los cinco se emiten en televisiones públicas pero el hecho de que algunos de ellos llevan más de veinte años en antena significa que van más allá de la obligación de servicio público que tienen sus cadenas (*Solarprofit*). Existen más ejemplos, tanto en los canales nacionales como en los autonómicos: *Agrosfera*, desde 1997, *Aquí la Tierra*, *Órbita Laika* y *Jara y Sedal* (TVE); *De la Tierra al Mar* que se emitió de 2009 a 2011 en 7-RM; *La Madriguera* y *Tempero* (Aragón TV); *Nuestro Campo Bravo* y *La Besana* (Canal Extremadura); *El Campo* (Castilla-La Mancha); *Espai terra* (TV3) e incluso un reality en la ETB como *El Conquistador del Fin del Mundo*. En los canales privados, los programas medioambientales son menos frecuentes aunque hay excepciones como Frank Cuesta y su programa *Las Aventuras de Frank de la Jungla*, premio Ondas a la innovación 2011, con sus distintas versiones.

Si hablamos de documentales, tenemos que hablar de mayor calidad y profundidad de la información, virtudes que pocos telespectadores persiguen, lo que les convierte en productos audiovisuales poco rentables. Eso explica la escasa producción nacional y el predominio anglosajón. Ejemplos muy conocidos son los famosos documentales que se emiten en La 2 de TVE y los del naturalista británico David Attenborough, presente en diversos canales y plataformas. Son documentales muy bien elaborados, con técnicas de rodaje bellísimas, más cercanos al mensaje estético. Desgraciadamente, suelen cubrir los segmentos más incómodos de la televisión y tienden más al entretenimiento que a la divulgación, entre otras cosas porque suelen tratar temas atemporales y alejados de la audiencia nacional. Por eso resulta del todo imprescindible, para concienciar a la audiencia y crear masa crítica, dos factores fundamentales: la especialización y el compromiso del periodista y las exigencias de los telespectadores.

6. Los datos del Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión

Después de todo lo señalado en los epígrafes anteriores, basados en artículos científicos sobre la comunicación ambiental en los informativos y programas de televisión, se recoge a continuación una pequeña muestra sobre la cantidad y la calidad de la información medioambiental en los informativos de los canales generalistas y nacionales. A partir de datos del Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión, en el cuadro que sigue se plasma la duración de las noticias ambientales de cuatro canales, realizados dos días concretos: el 27 y el 28 de mayo de 2023, coincidiendo con las elecciones generales. A priori, se podría pensar que ante un fin de semana electoral, los informativos televisados excluyeran los contenidos medioambientales. Sin embargo, los resultados son sorprendentes. La calidad de los contenidos se comenta posteriormente.

Porcentaje de la información medioambiental en los informativos del mediodía		
Canal	Sábado, 27 de mayo de 2023	Domingo, 28 de mayo de 2023
TVE	20,00%	10,20%
Antena 3	29,00%	30,00%
Tele5	22,00%	6,80%
La Sexta	24,00%	13,50%

Fuente: Datos del Observatorio de la Calidad de los Informativos de Televisión, UCM.

En TVE, el porcentaje de información medioambiental del sábado, 27 de mayo de 2023, alcanza el 20% y decae a la mitad al día siguiente, día de elecciones. Los temas tratados fueron los efectos de la DANA en Castellón, la actividad del volcán de Popocatepeth, las fuertes lluvias en Melilla, el temporal de lluvia, las precipitaciones en toda España, los peregrinos pendientes de la lluvia y la previsión meteorológica, con espacio propio en la pública. El 10% del día siguiente se refiere solo a esta última porque no hubo más informaciones

y casi el total del informativo se dedicó a la jornada electoral, las anécdotas, el recuento de votos y los posibles pactos entre partidos políticos.

En Antena 3, ambos días mantienen prácticamente el mismo porcentaje: 29% el sábado, 30% el domingo. El día 27, el canal relata las consecuencias de la DANA en casi toda España, con muchos directos en distintas provincias pero incluye dos reportajes extras: uno sobre los sistemas de aprovechamiento del agua de lluvia y otro sobre la tendencia de los gobiernos europeos a potenciar los trenes nocturnos para evitar emisiones contaminantes. Si bien casi todas las informaciones del día 28 tuvieron relación con una jornada electoral pasada por agua, curiosamente, la cadena incluyó un reportaje sobre la hazaña de conquistar el Everest y otro sobre el comercio ilegal de ropa usada.

Tele5 es la cadena que más diferencia hace entre un día y otro: un 22% el sábado 27 y un 6,80% el domingo, jornada electoral. Entre ese 22%, muchas noticias hacían mención a los desperfectos de la Dana, los registros históricos de acumulación de agua, temperaturas medias y cómo afectaba la climatología a la festividad del Rocío, en Huelva, donde una asociación se dedicó a recoger la basura. Hubo dos reportajes diferentes: la celebración del Día de los Parques Naturales y Nacional, y el Festival del Campo. Sin embargo, el domingo 28 solo dedicó un 6,80% a la información medioambiental, más bien climatológica: los avisos de AEMET en varias comunidades autónomas y las lluvias que estaba dejando la DANA.

La Sexta dedicó un 24% de su espacio a la información medioambiental, centrada una vez más en las intensas lluvias y tormentas, con destrozos en varios puntos del país y con noticias positivas como la crecida de los embalses y un reportaje sobre cómo actuar en una riada. Además, incluyó información sobre el tifón Manwar en su camino a Filipinas. También dedicó tiempo a la cancelación de vuelos en Francia inferiores a dos horas, el primer cerco a los vuelos en España y la obligación de Copenhague a usar coches eléctricos a partir de 2030. El domingo dedicó a la temática un 13,50%, con noticias sobre las lluvias torrenciales y otra sobre divulgar Ciencia dentro de la Feria del Libro.

7. Conclusiones

Al comparar los datos de los artículos científicos citados publicados entre finales de los 90 y 2014, con estudios y datos más recientes (2021-2023) se pueden extraer las siguientes conclusiones :

En la última década, las televisiones en España han aumentado la cantidad de la información medioambiental en sus espacios informativos a la que ahora dedican una media del 12% de su duración total (frente al 3% de 2014). Las causas parecen varias: mayor concienciación de las periodistas, mayor demanda ciudadana y apoyo de organismos oficiales. Si bien es cierto que la cantidad, no va pareja a la calidad: el tiempo que duran las piezas, 70 segundos, no lo permite.

Otra conclusión importante es que se ha ampliado la variedad de los temas. El que más peso mantiene sigue siendo la relacionada con las catástrofes naturales y la climatología, pero ya desde la perspectiva del cambio climático. La calidad del aire, las energías renovables, la naturaleza, la ecología, el bienestar animal, la agricultura, el transporte, el reciclaje de ropa y la gestión de los residuos amplía mucho la variedad temática de las secciones y constituyen temas que afectan directamente a los ciudadanos.

El canal que más tiempo dedica, con diferencia, a la información medioambiental es Antena 3. A la información meteorológica que capitanea Roberto Brasero, y que ocupa gran parte de ese porcentaje, se añaden noticias de actualidad tan diversas como las emisiones de gases contaminantes, alternativas ecológicas de la Unión Europea, el montañismo o el reciclaje de ropa. Por otro lado, TVE que podría ser el paradigma del resto de canales, sigue dedicando más tiempo a la información política. El poco espacio que dedica a la información medioambiental se centra en la información meteorológica, con espacio independiente. Suele incluir temas medioambientales sobre temas aislados, como la actividad del volcán de Popocatepetl, pero esta elección puede tener más relación con la disponibilidad y espectacularidad de las imágenes que con el propio interés del programa. Tele5 mantiene una clara vena catastrofista cuando informa sobre climatología y un sesgo folclórico al informar sobre efemérides medioambientales, como Día de los Parques Naturales y Nacional y el Festival del Campo que, aunque son de agradecer, tienen que ver más con el infoentretenimiento. Y La Sexta dedica a la información medioambiental (un 24% el día 27 y un 13,50% el 28 según el análisis realizado). Es la cadena que más variedad ofrece: además de los destrozos de las lluvias, menciona informaciones relativas a la movilidad que potencian el tren o el coche eléctrico.

El avance es imparable, y la especialización de los periodistas, fundamental para la concienciación social ante la problemática del medio ambiente y la sostenibilidad. Pero aún hay mucho por hacer. Algunos expertos consideran que otra televisión es posible (Público, 2012). La responsable de la Cátedra UNESCO de Educación Ambiental y Desarrollo Sostenible de la UNED, María Novo considera que es importante hacer programas sobre medio ambiente en prime time. Son alternativas de entretenimiento que, a diferencias de otras propuestas, ofrecen mensajes con contenido. El naturalista y divulgador José Luis Gallego, con más de 30 libros publicados y colaborador habitual de los principales periódicos y revistas ha declarado que el rigor no debe estar reñido con el entretenimiento y que se puede ser ameno y divertido sin perder el rigor. En la misma línea se encuentra el guionista, director y creador de Órbita Laika, José Antonio Pérez. El programa de divulgación científica se emite desde 2014 y en cada nueva temporada (va por la novena), intenta adaptar sus contenidos con problemas y situaciones actuales e invitados interesantes y amenos. El periodista especializado en información científica y ambiental, José María Montero Sandoval, director de los programas Tierra y Mar y Espacio Protegido, ambos en Canal Sur, apunta además a los cambios en el consumo de televisión como factor clave para la calidad de los productos audiovisuales y la extensión de la audiencia, liberada de la dictadura horaria. Ahora, los programas se graban, se descargan o se ven online, lo que permite aumentar

la audiencia. Por su parte, el director de El Escarabajo Verde, de TVE, considera que la información ambiental es la hermana desasistida del resto de informaciones a pesar de ser una cuestión muy transversal donde la economía, la política y la sociedad siempre está muy presente, un motivo más para apostar por programas divulgativos que pueden tener buenas audiencias.

8. Referencias bibliográficas

- Alonso González, Marián (2020): "Tiempo y medioambiente como ejes noticiosos en los informativos de TVE. Antena 3 y Telecinco". Miguel Hernández Communication Journal, Vol. 11 (2), p. 315-336. Elche, Universidad Miguel Hernández.
- Alonso González, Marián (2021): "Televisión y medioambiente: la cobertura de la Cumbre del Clima de Madrid en los informativos de Antena 3, Telecinco y TVE". Ámbitos, núm. 53, p. 161- 184.
- Calvo Gutiérrez, Elvira; López Frías, Claudia; y Sotelo González, Joaquín (2022): "Estrategias empresariales en los informativos televisados españoles. Innovaciones tecnológicas y tendencias". Periodismo en red, Edit. Comunicación Social, pp. 103-227.
- Consumer (23 de abril de 2012): "Los 11 mejores programas de televisión sobre medio ambiente". <https://www.consumer.es/medio-ambiente/los-11-mejores-programas-de-television-sobre-medio-ambiente.html>
- Consumer (1 de abril de 2006): "Las noticias sobre sucesos triplican su espacio en los telediarios". <https://revista.consumer.es/portada/las-noticias-sobre-sucesos-triplican-su-espacio-en-los-telediarios.html>
- Espinar Ruiz, Eva y Samuelsson, Anna (2012): "Riesgos medioambientales en los espacios informativos: análisis cualitativo de la televisión española". Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 18, núm. 2 (julio-diciembre), págs.: 703-719. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- FECYT (2022). Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología. Informe de resultados. Informe completo <https://www.fecyt.es/es/noticia/encuestas-de-percepcion-social-de-la-ciencia-y-la-tecnologia-en-espana>
- Fernández, Joaquín (1995): Periodismo ambiental en España, Centro de Publicaciones, p.186, Madrid, Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente.
- Francescutti, Luis Pablo Tucho Fernández, Fernando Íñigo Jurado, Ana Isabel (2013): "El medio ambiente en la televisión española: análisis de un año de informativos". Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 19, Núm. 2 (julio-diciembre), págs.: 683-701. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- León, Bienvenido (2007). El medio ambiente en las televisiones españolas, Editorial Cultura verde. Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía, p. 361-373. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/97592/libro_cultura_verde-26.pdf
- Martínez Garza, Francisco Javier y Herranz de la Casa, José María (2019): "Representación del medio ambiente en prensa y telediarios de México y España". Estudios sobre el Mensaje Periodístico 25 (1), 365-379. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. Perfil ambiental en España 2021. https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/informacion-ambiental-indicadores-ambientales/indicadores-ambientales/perfil_ambiental_2021.html
- Montero Sandoval, José María (1998): "Las fuentes de la noticia ambiental", Boletín Carpeta Informativa del Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM).
- Observatorio de la Calidad de la Información en Televisión (OCITV): <https://produccioncientifica.ucm.es/grupos/5387/detalle>
- Piñuel Raigada, José Luis; Teso Alonso, Gema (2010), "Los temas de referencia abordados en las noticias de los informativos televisivos en España sobre la cumbre del Cambio Climático en Cancún", Grupo de Investigación MDCS, Madrid, Universidad Complutense.
- Público (3 de mayo de 2015): "El medio ambiente, florero de la televisión". <https://www.publico.es/culturas/medio-ambiente-florero-television.html>
- Solarprofit: "Los cinco programas de televisión que te ayudarán a entender qué está pasando con el medioambiente", <https://solarprofit.es/es/blog/programas-television-medio-ambiente/>
- Teso Alonso, Gema (2013): "Comunicación y representaciones del cambio climático: el discurso televisivo y el imaginario de los jóvenes". Tesis doctoral, Madrid, UCM.
- Verdes digitales. (20 de octubre de 2016): *Los 10 documentales imprescindibles sobre medio ambiente*. <https://verdesdigitales.com/2016/10/20/5-documentales-imprescindibles-sobre-medio-ambiente-libres-en-youtube/>