

La relevancia de los temas ambientales en la agenda periodística: un caso de estudio en Argentina

LUIS GONZÁLEZ ALCARAZ

UBA-CONICET- Argentina - E-mail: gonzalezalcaraz@yahoo.com

Alumno del Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA). Becario del Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Máster en Estudios Latinoamericanos, Universidad de Salamanca (USAL); Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sonora (UNISON)

Resumo

Os meios de comunicação, e com eles a atividade jornalística, desempenham um papel-chave na construção social dos problemas ambientais. Este trabalho tem como objetivo descrever as percepções que os jornalistas - entendidos como atores fundamentais na produção da notícia - manifestam sobre o interesse das questões ambientais na própria agenda da mídia, na agenda pública e na agenda política. O artigo apresenta os avanços de uma pesquisa realizada com jornalistas da cidade de Rosario, na Argentina.

Palavras-chave

Jornalismo, ambiente, noticiabilidade, agenda da mídia.

Abstract

The media, and journalism with them, play a key role in the social construction of environmental problems. This paper aims to describe the perceptions that journalists - understood as fundamental actors in the production of news - manifest about the interest of environmental issues in their own media agenda, the public agenda and the political agenda. The paper presents the progress of an investigation with local reporters in the city of Rosario, Argentina.

Keywords

Journalism, environment, newsworthiness, media agenda.

Artigo recebido em 01/03/2013
Aprovado em 14/04/2013

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

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

Los avances de investigación que aquí se presentan exploran esas interrogantes y pretenden dar cuenta de la prominencia que las cuestiones ambientales, según las percepciones de periodistas locales, poseen en la agenda mediática, pública y política. El trabajo busca también contribuir a la construcción de conocimiento sobre las relaciones periodismo y ambiente en las sociedades latinoamericanas contemporáneas. Así, interesa aportar elementos a la comprensión de los procesos de producción de noticias ambientales, un área de estudio con muchas posibilidades de exploración.

Tradicionalmente, los trabajos que analizan las relaciones entre medios de comunicación/periodismo-medio ambiente, suelen tomar como objeto de estudio a los

productos resultantes de la actividad periodística, esto es, los textos noticiosos que se producen en el marco de los aparatos informativos. En este caso, se buscó observar las percepciones que los periodistas, entendidos como actores claves en la construcción de noticias (RODRIGO ALSINA, 1993), manifiestan sobre el interés y relevancia de los temas ambientales en sus rutinas productivas. Es decir, el análisis se enfoca, no en los problemas ambientales en sí, sino en las percepciones sobre la relevancia del tema ambiental en el quehacer periodístico.

Se ha propuesto indagar a los periodistas porque estos resultan actores clave en la construcción y percepción social de los problemas y cuestiones ambientales (HANNIGAN, 2002). Ellos poseen el poder simbólico para producir y reproducir una diversidad de discursos en torno al ambiente, es decir, construyen representaciones que son puestas en circulación en el espacio público. Y es a través de los productos que los periodistas elaboran, que la mayoría de las personas logra conocer mucho de lo que sucede más allá de su entorno inmediato. Se asume que aproximarse a las percepciones de dichos actores puede aportar elementos para comprender algunos mecanismos que intervienen en la producción de noticias vinculadas a lo ambiental.

Empíricamente, se ha tomado como caso de estudio a periodistas locales de los diarios *La Capital* y *El Ciudadano*, ambos de la ciudad argentina de Rosario. Ello porque la investigación se inscribe en un proyecto mucho más amplio sobre la política ambiental en dicha ciudad¹. Además, porque *La Capital* es de entre los diarios locales en el país, uno de los más leídos². También, porque existe en la ciudad de Rosario una activa participación de organizaciones de la sociedad civil que constantemente promueven la discusión de los temas ambientales y la construcción de políticas en la

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

2 De acuerdo a la “Segunda Encuesta Nacional: la percepción de los argentinos sobre la investigación científica en el país”, el diario *La Capital*, cuya zona de influencia es la ciudad de Rosario, se ubicó en segundo lugar entre los diarios más leídos por los entrevistados, solamente después del diario *Clarín*, de alcance nacional, aunque con mayor influencia en la zona metropolitana de Buenos Aires, además de el de mayor tiraje y ventas en Argentina.

materia. Igualmente, porque el gobierno local ha emprendido en los últimos años algunas políticas que pretenden posicionar a la ciudad con la etiqueta de “verde”, por ejemplo, en materia de construcción, tratamiento de residuos o movilidad urbana, entre otros. Lo que supone una cierta visibilidad de las cuestiones ambientales en la agenda pública.

Sobre la agenda mediática y los criterios noticiosos

Una de las principales hipótesis de los estudios sobre la comunicación de masas, es que los aparatos informativos tienen una influencia relevante para definir los temas que se discuten en el espacio público. Así, perspectivas como la *agenda setting* sostienen que los medios de comunicación tienen la capacidad de instalar en el público la idea de que aquellos asuntos que incluyen en sus contenidos noticiosos son los más relevantes de la vida social. En efecto, dado que la experiencia directa es limitada, gran parte de aquello que las personas conocen sobre el “mundo natural y social” está definido por la información que reciben a través de los medios de información (WOLF, 1991; RODRIGO ALSINA, 1993; McCOMBS y EVATT, 1995).

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

Los aportes de la sociología de las noticias, representada por corrientes como el *newsmaking*, subrayan que la noticia es una construcción fuertemente condicionada por las rutinas productivas de los periodistas. En las rutinas de producción adquiere un papel relevante el concepto de *noticiabilidad*, que Mauro Wolf define “como el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias” (WOLF, 1991,

p. 222). Los elementos que componen la noticiabilidad son los *valores noticia*³, entendidos como una serie de criterios prácticos que guían la recolección, selección y presentación de la información, y que permiten orientar la toma de decisiones y acciones entre los profesionales de los medios de comunicación acerca de lo que puede ser de interés informativo o no para su ingreso a la agenda mediática⁴ (WOLF, 1991).

Dado que los valores noticiosos son producto del consenso social, de los valores profesionales y los intereses editoriales, se trata de criterios que no son inmutables, y que por tanto pueden variar de acuerdo a contextos culturales y profesionales específicos. No obstante, la hipótesis es que los periodistas guían su actividad, en parte, siguiendo criterios que asignan mayor o menor grado de noticiabilidad a los distintos acontecimientos o relatos que transforman en noticias⁵. De ese modo, las rutinas periodísticas y la construcción de la agenda mediática se encuentran estrechamente relacionadas con los valores o criterios noticiosos.

En términos operativos se entiende por *agenda mediática* al conjunto de cuestiones que son incluidas en los contenidos noticiosos⁶. Mientras que las rutinas productivas hacen referencia a las múltiples operaciones de producción de información periodística desarrolladas de forma cotidiana que permiten recoger la información, seleccionarla y presentarla de una determinada manera, las mismas contribuyen a construir la agenda. Así, teóricamente se asume que las percepciones de los periodistas sobre la relevancia del tema ambiental, forman parte de los criterios de noticiabilidad e

3 Algunos autores distinguen entre *valores noticiosos* y *criterios* o *factores noticiosos*, aquí usaremos los términos de forma indistinta, como elementos que constituyen la noticiabilidad.

4 Johan Galtung y Marie Holmboe Ruge (1965) fueron pioneros en la investigación de valores noticia. Analizando la estructura de las noticias internacionales en los países desarrollados de occidente elaboraron un listado de criterios noticiosos que guiaban la selección y producción de noticias entre los periodistas. Entre dichos factores identificaron: Frecuencia, intensidad, claridad, significación, consonancia, sorpresa, continuidad, equilibrio, referencia a naciones elite, referencia a personajes de elite, personalización y negativismo en los acontecimientos.

5 Podemos entender a la noticia como *la construcción de un relato elaborado por la actividad periodística, sobre un acontecimiento o sobre otra narración, que ha sido incluida a la agenda mediática debido a la existencia de valores que le asignan algún grado de noticiabilidad.*

6 Implícitamente ello implica también procedimientos de exclusión.

intervienen en los procesos rutinarios con los que se construyen las noticias que ingresan a la agenda mediática.

Notas metodológicas

Los resultados de investigación que aquí se presentan, se obtuvieron tomando como caso de estudio a un conjunto de periodistas de los diarios locales *La Capital* y *El Ciudadano*⁷, ambos de la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, Argentina.

Aunque su zona de influencia radica en la ciudad de Rosario, el diario *La Capital* es uno de los periódicos locales más prestigiosos del país. De acuerdo al Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) en la Argentina, tiene un promedio de circulación diaria de lunes a domingo de 38.404 ejemplares⁸. Por otra parte, su página web⁹ es el sitio de Internet más visitado en la ciudad de Rosario¹⁰. Además, es el primer periódico de extensa trayectoria que se mantiene vigente hasta hoy en Argentina; su puesta en circulación data de un 15 de noviembre de 1867.

Por otro lado, incluir a los periodistas de *El Ciudadano* permitió ampliar la muestra de entrevistados. Este es un diario de reciente fundación. Surge en octubre de 1998 con la idea de competir con *La Capital* para llegar a ser el “diario de cabecera” en la ciudad de Rosario, misma que en el contexto de inicios del siglo XXI aspiraba a convertirse en un polo distintivo para la atracción de inversiones en el marco del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Su influencia como medio de comunicación puede suponerse menor a la del que considera su principal competidor, de hecho ni siquiera aparecía en la base de datos del Instituto Verificador de Circulaciones. Pero como tirada inicial se anunciaba en fechas previas a su lanzamiento que tendría una

7 " El nombre completo del diario es *El Ciudadano & La Gente*, aunque popularmente se le conoce con la primera parte del nombre.

8 " Consultado el 24 de enero de 2010: <http://www.ivc.org.ar>

9 " www.lacapital.com.ar

10 De acuerdo a la información suministrada de forma libre y gratuita por Alexa.com, revisada el 28 de diciembre de 2010.

circulación diaria de 25 mil ejemplares (*La Nación*, 05.10.1998). Por otra parte, la página web de *El Ciudadano*¹¹ se encuentra ubicada en el lugar 11, 291.766 en la categoría de sitios más visitados, contra el lugar 16.854 que ocupa *La Capital* en el ranking de *alexa.com*¹².

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

La sistematización y análisis de los datos obtenidos en las entrevistas se siguió utilizando el proceso de *codificación abierta*, como sugieren Strauss y Corbin (2002) para la *teoría fundamentada en datos* (*grounded theory*). Ello implica codificar el texto sometido al análisis y posteriormente agrupar los códigos en categorías, que a la vez pueden ser agrupadas en subcategorías que permiten describir las propiedades de las mismas.

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

11 " www.elciudadano.net

12 Ranking de alexa.com al día 22 de febrero de 2010.

necesario complementar alguna cita textual con la idea de clarificarla, el autor ha colocado los añadidos entre paréntesis.

Relevancia del tema ambiental en la agenda mediática

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

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

En ese entramado de prioridades las cuestiones ambientales se observan entre las menos relevantes y urgentes, de ahí que cuando se incluyen en la agenda es “*porque la coyuntura así lo requiere*”. Puede decirse en ese sentido que “*hay otros temas, de la agenda diaria que superan (al tema ambiental)*”. Uno de los entrevistados lo subraya de la siguiente forma: “*el tema ambiental, no es que la gente lo desconozca, o los*

medios de comunicación [...] pero me parece que hay una prioridad todavía de temas más urgentes”. Los mismos podrían sintetizarse en cuestiones vinculadas a problemáticas urbanas (principalmente seguridad pública, aunque también temas relacionados al transporte y otros servicios públicos); aspectos económicos (alza de precios en el consumo, desempleo, etcétera); y temas ligados con el deporte (prioritariamente fútbol); así como cuestiones sobre la actividad político-gubernamental desde la escala local hasta la nacional.

Los acontecimientos que poseen mayor grado de *proximidad*, ya sea geográfica o cultural, así como aquellos cargados de *significatividad*, es decir, que son fácilmente interpretables y cargados de sentido para el público, tienen una alta carga de noticiabilidad (GALTUNG y RUGE, 1965; WOLF, 1991), de ahí que todos aquellos temas que se vinculan directa y evidentemente con la vida cotidiana y las prácticas de las personas puedan ser más fácilmente noticiables. En cambio, si las cuestiones ambientales se observan como asuntos abstractos, lejanos, con impactos localizados en algún momento del futuro, y por tanto difíciles de experimentar y de comprender, estos poseen menor valor noticioso.

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

En dicha lógica, los temas ambientales son potencialmente susceptibles de recibir un tratamiento periodístico cuando son fáciles de simplificar, lo que implicaría también operaciones de fragmentación y descontextualización, en el sentido de “noticiar” episodios concretos antes que procesos que ofrezcan representaciones más integrales de las cuestiones abordadas. Además, puede señalarse que existe como parte

de las rutinas productivas de la noticia en el caso estudiado, una racionalidad fuertemente antropocéntrica en la cobertura de temas ambientales; es decir, estos entran a la agenda periodística siempre y cuando se visualice su impacto en relación a los intereses o necesidades humanas, no obstante, existen procesos de degradación ambiental cuyos impactos sobre los sistemas humanos podrían ser perceptibles solamente en el futuro, o bien podrían resultar difícilmente observados a través de la experiencia, por ejemplo, el cambio climático.

Relacionada con esta idea, puede observarse una labor de “apaga fuegos” que muchos periodistas suelen desarrollar al cubrir los temas ambientales; es decir, tales temas suelen ser objeto de tratamiento periodístico hasta que la degradación o la catástrofe ya ha ocurrido (ALCOCEBA HERNANDO, 2002); ahí, la labor del periodista se limitaría a reportar los hechos concretos, antes que a observar el entramado de causas y razones que paulatinamente han contribuido a que se presente dicha situación problemática.

Los temas ambientales y el interés del público

Las nociones que los periodistas poseen sobre el público, y sobre lo que a éste le interesa, suelen ser fundamentales en la producción de noticias (WOLF, 1991). En el caso que aquí se presenta, los periodistas señalan que en la realidad inmediata y la vida cotidiana de las personas se encuentra presente la necesidad de satisfacer demandas más urgentes vinculadas con el empleo, la seguridad económica, física y social, entre otras, por lo que la preocupación por lo ambiental pasaría a un segundo plano.

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

Así, se tiende a creer que los problemas ambientales son del interés del público

cuando ocurren desastres o cuando se ven afectados directa o indirectamente por una determinada cuestión, ya sea provocada o iniciada por fenómenos naturales, ya sea que se trate de cuestiones vinculadas a actividades humanas generadoras de contaminación y riesgos para la salud física. En ese sentido, se insiste en que “*hay otras prioridades de la gente*” en lo inmediato, mientras las cuestiones ambientales se vinculan con efectos o impactos en el futuro.

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

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

Alcoceba Hernando señala que los temas ambientales suelen recibir un tratamiento deficiente en los medios de comunicación, para ello los aparatos mediáticos justifican esta característica en el escaso interés que tales cuestiones despiertan en el público. Sin embargo, agrega, la “falta de compromiso de las instituciones

comunicativas con el tratamiento adecuado de la información ambiental ha fomentado sin duda la apatía en las audiencias” (ALCOCEBA HERNANDO, 2004, p. 41). Desde perspectivas como la *agenda setting*, se sostiene justamente que aquellas cuestiones que se privilegien en la agenda mediática serán las que el público considere como más relevantes de atención en la vida social (McCOMBS y EVATT, 1995). Ello supondría que si los lectores de los diarios o el público de la televisión y la radio tienen poco interés en los temas ambientales obedece - en parte - a la escasa cobertura informativa que estos les brindan. Por otro lado, la cobertura periodística centrada en periodos de conflictividad social, desastres, o ante manifestaciones evidentes de la degradación ambiental, puede contribuir a la construcción fragmentada y simplificada de representaciones sociales sobre los problemas ambientales.

El medio ambiente en la agenda política

Los aparatos informativos suelen dar un considerable valor noticioso a las cuestiones que son abordadas por las élites gubernamentales y políticas, ellas son fuentes privilegiadas de información (WOLF, 1991). De hecho, la lógica productiva de las noticias ambientales en el caso estudiado, manifiesta una atribución de responsabilidad a las élites políticas para colocar la temática en agenda.

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

En una lógica patriarcal que legitima las jerarquías, al mismo tiempo que deslinda responsabilidades, los entrevistados subrayan que la discusión de lo ambiental debería descender de las altas esferas de gobierno hacia la sociedad, pues se asume que

“la cosa viene de arriba para abajo”.

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

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

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

La idea del “círculo vicioso”, no obstante, permite al periodismo y los medios de comunicación colocarse en un lugar ciertamente “cómodo” y deslindarse de una

parte de sus responsabilidades como actores clave en la *construcción de la realidad ambiental*. Asumir que son “otros actores” los que deben y pueden colocar los temas en agenda, sería desconocer que los medios poseen intereses propios y que tienen el poder de definir políticas editoriales capaces de promover la inclusión de determinados temas en la agenda pública, política y mediática, así como el poder de “perspectivar” el modo en que dichos temas pueden ser comprendidos.

Sobre las relaciones entre agenda mediática, pública y política

La hipótesis de la *agenda setting* reconoce las interacciones de la *agenda pública* o del público, la *agenda política* y la *agenda mediática*. Si bien las tres se encuentran estrechamente relacionadas y se influyen recíprocamente, diversos estudios han señalado que la agenda mediática posee un elevado grado de significación respecto de las otras dos. Sobre la interacción agenda mediática-agenda pública, Dearing y Rogers (1996) señalan que la conclusión a la que han llegado diversas investigaciones es que la agenda de los medios selecciona la agenda del público. Siguiendo esa lógica, podría inferirse que el bajo interés que los periodistas atribuyen a las cuestiones ambientales en relación al público, es en parte el resultado de su baja exposición y profundización mediática, pero también de su baja problematización social y política.

Por otro lado, medios de comunicación e instituciones político-gubernamentales se influyen mutuamente para incluir o excluir determinados temas en el debate público (McCOMBS y EVATT, 1995). En el caso que aquí se ha tratado, existe una aceptación explícita de los periodistas de que en la definición de los temas o asuntos ambientales que habrán de transformarse en noticia, los aparatos y actores del sector político ocupan un lugar prioritario.

Como ya se anotó, desde la perspectiva de los periodistas entrevistados, las instituciones del Estado tienen una fuerte responsabilidad para colocar en la discusión pública los distintos temas ambientales. En esa lógica, en la medida en que las cuestiones ambientales se perciban como un asunto de mayor envergadura, seriedad y preocupación en la agenda de las instituciones y actores políticos, probablemente estas

pasarán a ocupar un lugar más preponderante en la agenda del quehacer periodístico. No obstante, es siempre indispensable tener en cuenta que las empresas periodísticas poseen intereses políticos, económicos o comerciales que podrían “chocar” con el debate público de determinados temas ambientales. Así, en la medida en que desde la esfera periodística se observe que las instituciones gubernamentales no poseen cierta coherencia entre los discursos y las acciones vinculadas a cierta urgencia por atender los distintos temas ambientales, esto podría usarse como excusa para su omisión de la agenda informativa.

Resulta evidente que la visibilización de los distintos problemas y temas sociales, incluidos aquellos relacionados con el ambiente, no es una tarea única de los medios de comunicación ni de sus periodistas, pero es evidente también que éstos no pueden ignorarlos, ni pueden ignorar su responsabilidad como mediadores de la realidad.

Consideraciones finales

Sería un error, dice Hansen (1991), asumir que “el salto hacia adelante” de las cuestiones ambientales en la agenda mediática, pública y política es el simple reflejo del súbito deterioro del ambiente. Más bien, es preciso reconocer que los problemas ambientales atraviesan por complejos procesos de construcción social que les confieren reconocimiento público.

Los medios de información masiva, y los periodistas como actores clave para la producción de noticias, desempeñan un papel fundamental en la construcción social del ambiente. Gracias a ellos la mayoría de las personas llega a conocer distintas cuestiones ambientales que de otro modo pasarían desapercibidas como objetos de atención pública o gestión política (HANNIGAN, 2002). En este trabajo se han presentado los avances parciales de una investigación que tuvo como objetivo indagar el interés y relevancia que periodistas locales de la ciudad argentina de Rosario atribuyen a los temas ambientales en la agenda mediática, pública y política. De lo expuesto en las

páginas anteriores, pueden señalarse los siguientes aspectos:

a) En principio, puede decirse que las cuestiones ambientales poseen un relativo bajo perfil en la agenda periodística diaria, y que en la competencia noticiosa frente a otros temas, como seguridad pública o económica, “lo ambiental sale perdiendo”. Esta idea, se justifica con la atribución de un relativo desinterés del público y un supuesto desdén político hacia la cuestión ambiental.

b) La producción de noticias ambientales suele estar vinculada a la ocurrencia de acontecimientos (incluidos los fenómenos naturales) o conflictos que implican aspectos sociales, políticos o económicos. Dada la inexistencia de una política editorial en la materia para realizar una cobertura informativa sistemática y profunda, las noticias ambientales suelen producirse de forma coyuntural y esporádica, lo que podría contribuir a la construcción fragmentada y simplificada de representaciones sociales sobre los problemas y temas ambientales.

c) Las cuestiones ambientales tienden ser consideradas como de un relativamente bajo interés del público, pues se supone que éste prestaría más atención a cuestiones vinculadas a problemáticas económicas y sociales que afectarían sus vidas de forma inmediata y directa. Por otro lado, existe la idea de que el interés social por los temas ambientales podría ir en aumento, en parte porque se han convertido en un “asunto de moda” y por el interés - casi aislado - de determinados grupos o sectores sociales.

d) La idea de que las autoridades político-gubernamentales - desde el nivel local hasta el nacional - son las responsables de instalar a las cuestiones ambientales como objetos prioritarios de atención pública tiende a primar entre los periodistas. Sin embargo, se indica que dichos temas suelen verse como “*algo futuro*”, de ahí que ocupen un supuesto bajo interés en la agenda política, misma que ostentaría el poder de definir de forma relevante la construcción de la agenda mediática.

Dado que la actividad periodística no se encuentra exenta de intereses particulares que puedan determinar la construcción de una agenda informativa ambiental y la producción de noticias, es necesario preguntarse también cuáles son la

relaciones que se establecen con los otros actores de la vida social, política y económica que se ven involucrados en las cuestiones ambientales, y como éstos influyen en la producción de noticias. Otros estudios podrían realizarse en ese sentido.

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

Los resultados parciales aquí presentados permiten considerar también que existe la necesidad de fomentar un debate profundo al interior de la redacción –y probablemente en el campo profesional del periodismo- acerca del rol, los límites y alcances de la responsabilidad de los medios de comunicación frente a los problemas y temas ambientales. Ello se vuelve sumamente necesario en un contexto en el que la crisis ambiental ha traspasado desde hace tiempo las fronteras políticas y geográficas, y en el que determinados procesos de degradación ambiental continúan avanzando; por ejemplo, fenómenos como el cambio climático han obligado a una diversidad de actores sociales en la escala local a tomar cierto protagonismo, y los medios de información no pueden permanecer ajenos a esa realidad.

Referências Bibliográficas

ALCOCEBA HERNANDO, J. El tratamiento de la información ambiental: los retos del periodismo ecológico. **Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI**. Quito. n. 87. p. 38-45, 2004.

BERGER, P.L. Y LUCKMANN, T. **La construcción social de la realidad**. Buenos Aires: Amorrotu, Decimoséptima reimpresión, 240 p. 2001.

DEARING, J. y ROGERS, E. **Agenda-Setting**. Thousand Oaks, California : SAGE, 1996.

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

GONZÁLEZ ALCARAZ, L. **Cambio climático y periodismo local. Tratamiento informativo y percepciones periodísticas en un caso argentino**. Saarbrücken, Alemania: EAE (Editorial Académica Española) ISBN: 978-3-659-01707-0, 145 p. 2012.

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

HANSEN, A. The media and the social construction of the environment. **Media, Culture and Society**. London: Sage, v. 33. p. 443-458, 1991.

LEZAMA, J. L. **La construcción social y política del medio ambiente**. México: El Colegio de México, 2008.

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

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

PIOVANI, J. I. La entrevista en profundidad, En MARRADI, A. ARCHENTI, N. y PIOVANI, J. I. **Metodología de las Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Emecé Editores, p. 215-226. 2007.

RODRIGO ALSINA, M. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1993.

STRAUSS, A. y CORBIN, J. **Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada**. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2002.

WOLF, M. **La investigación en la comunicación de masas. Crítica y Perspectivas**. Barcelona: Paidós, 1991.

Este artigo e todo o conteúdo da **Estudos em Jornalismo e Mídia** estão disponíveis em <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index>

Estudos em Jornalismo e Mídia está sob a [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)