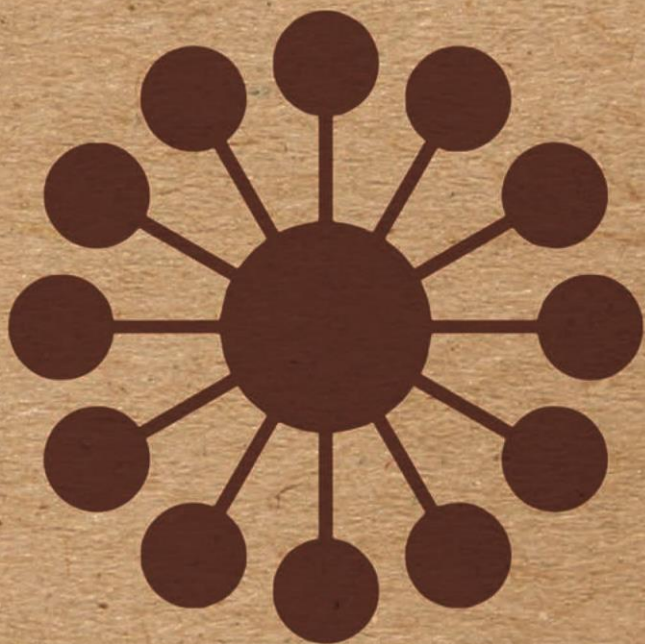


CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA
Y LA INVESTIGACIÓN DE LAS CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

**PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACION EN 2015.
A 22 AÑOS DE INVESTIGACION EN EL CONEICC**



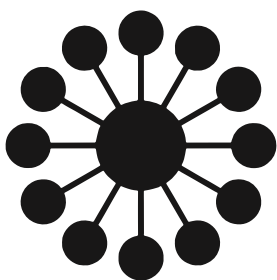
Blanca Chong López
Coordinadora



CONEICC

Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación

CONSEJO NACIONAL PARA LA
ENSEÑANZA Y
LA INVESTIGACIÓN DE LAS
CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



CONEICC

Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación

PERSPECTIVAS DE LA
COMUNICACION EN 2015.
A 22 AÑOS DE INVESTIGACION EN EL
CONEICC

Blanca Chong López

Coordinadora

**D.R. 2015 Consejo Nacional para la Enseñanza y
la Investigación de las Ciencias de la
Comunicación**

Las características de esta publicación son
propiedad del Consejo Nacional para la
Enseñanza y la Investigación de las
Ciencias de la Comunicación (CONEICC)

www.coneicc.org.mx

Asistente de la Coordinadora

Jessica Shaytzel Palacios Villarreal

Diseño Editorial

Coordinación: Mariana Ramírez Estrada

Diseño: Daniel González Zataráin

ISBN 978-607-96967-0-2

Impreso en México

Printed in Mexico

LOS TEMAS Y PROBLEMAS AMBIENTALES EN LA PRENSA IMPRESA DE MÉXICO, AÑO 2014

PATRICIA ANDRADE DEL CID¹
FLOR DE MARÍA MENDOZA MUÑIZ²
Universidad Veracruzana

RESUMEN

El Observatorio Veracruzano de Medios —ObVio—, junto con diez observatorios universitarios constituidos en la Red de Observatorios de Medios del CONEICC, llevaron a cabo un monitoreo sobre temas ambientales en 20 medios impresos editados en ocho estados de la República mexicana. El objetivo principal fue observar cómo la prensa impresa construye el referente ambiental. Se empleó la metodología del análisis de contenido de la información, para ello se construyó un *Libro de Códigos*, producto de la observación.

Los resultados son descriptivos, sin embargo algunos datos cuantitativos permiten hacer inferencias respecto al comportamiento de la prensa impresa como *mediadora de un tema de interés público* cuyo mensaje alberga representaciones sociales que se asocian al control político.

PALABRAS CLAVE

Periodismo, México, medio ambiente, representaciones sociales, análisis de contenido.

¹ Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora-Investigadora en el centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA) de la Universidad Veracruzana; es también fundadora del Observatorio Veracruzano de Medios: www.uv.mx/blogs/obvio. Correo electrónico: patiandrade59@hotmail.com

² Estudia la Maestría en Investigación Educativa y participa como asistente de investigación tanto en el ObVio, como en el CEOA. Correo electrónico: flor.mendoza13@hotmail.com

ABSTRACT

The Observatorio Veracruzano de Medios —ObVio—, along with ten university observatories constituted in the Media Observatories Network CONEICC, realized a monitoring about environmental issues in 20 printed media published in eight states of the Mexican Republic. The main objective was to observe how the printed press constructs the environmental concerns. The methodology used was content information analysis; we constructed a codebook, product of observation. The results are descriptive, but some quantitative data allow inferences about the behavior of the printing press in mediating a matter of public interest which houses social representations message associated to polic control.

KEY WORDS

Journalism, México, environment, social representations, content analysis.

Introducción

La Red de Observatorios Mediáticos —ROM— del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) se ha dado a la tarea de dar seguimiento a los mensajes de interés público que emiten los medios de comunicación, para contribuir al conocimiento del rol que éstos desempeñan en la construcción de los referentes informativos de los grupos sociales que los consumen.

Tal como mencionan Albornoz y Herschmann (2008) los observatorios tienen la finalidad de lograr un monitoreo sistemático sobre la situación de cierto problema y funcionan como un auxiliar para brindar información de calidad para la conformación de la opinión pública.

Uno de los estudios que realizó la Red de Observatorios Mediáticos en el año 2014 fue sobre “Los temas y problemas ambientales que difunde la prensa impresa”, con el objetivo de conocer el comportamiento de este medio respecto a este importante tema, porque la información medioambiental es uno de los canales por los que la sociedad puede tomar conciencia de una situación que les afecta, así como realizar acciones necesarias para acercarse a la sustentabilidad.

Según Lezama (2008:15) “un problema puede tener existencia física real, pero si no es socialmente percibido y asumido como tal, termina siendo socialmente irrelevante”. Por eso el papel que juegan los medios de comunicación para que los problemas ambientales sean considerados como, al menos existentes, es fundamental. Además de *la representación del problema*, contribuyen —o no— a la formación de compromisos individuales y colectivos de responsabilidad social ante los asuntos de la vida pública.

Dada la problemática ambiental que existe en el estado de Veracruz, el Observatorio Veracruzano de Medios —ObVio—, de la Universidad Veracruzana realizó dos monitoreos sobre el tema en la prensa regional, el primero en 2012 y el segundo en 2013,³ ambos con el objetivo de observar el papel que desempeña la prensa impresa para la toma de decisiones y en la formación de una opinión pública sobre el tema. Ya que el ObVio contaba con instrumentos de análisis validados y con resultados significativos, se compartió la experiencia a los distintos observatorios universitarios que están constituidos en la ROM del CONEICC. La respuesta a la convocatoria contó con la participación de nueve universidades que pertenecen a esta Red, quienes analizaron 20 medios impresos que se editan en ocho Estados de la República mexicana.

Las universidades participantes se presentan a continuación, bajo la coordinación académica de los siguientes investigadores:

Universidad	Responsable Académico
Universidad Autónoma de Coahuila / Campus	Dra. Blanca Chong Torreón
Universidad Autónoma de Coahuila / Campus Saltillo	Dra. Juana Alanís
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	Dra. María Concepción Lara
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, ITESO	Dra. Sofía Paláu
Universidad Autónoma de Baja California	Dr. Manuel Ortíz
Universidad Autónoma de Yucatán	Dr. Martín Echeverría

Universidad Veracruzana

Dra. Patricia Andrade

3 Los monitoreos de prensa veracruzana sobre temas y problemas ambientales se han publicado en *Global Media Journal* y *Observatorio (OBS) Journal*. Ambos aparecen en las referencias bibliográficas.

Universidad	Responsable Académico
Universidad la Salle	Dra. Claudia Benassini
Universidad Loyola	Dra. Ildebranda López
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Dr. Carlos Ahuatzin

Con la participación de 10 observatorios universitarios se logró cubrir gran parte de la prensa regional del territorio nacional, desde los estados de Baja California, hasta Yucatán. Además, se incluyeron en el análisis tres diarios de cobertura nacional: *Reforma*, *La Jornada* y *El Universal*.

El trabajo fue realizado durante el último trimestre del 2014. En este documento se presentan resultados generales del estudio, conducidos por hipótesis teóricas respecto al papel de los medios en la vida pública. Confiamos además, que los expertos en temas ambientales sabrán darle mayor utilidad a los hallazgos y podrán emitir juicios respecto a este tema con mayor profundidad.

Medios y vida pública

Una de las conjeturas por las que los medios son *mediadores de la vida pública*, es por su naturaleza tecnológica: tienen la capacidad de conectar a las distintas esferas de lo público, logrando que la mayor parte de la información que recibimos los ciudadanos provenga de ellos y no de fuentes directas. Bajo este esquema, la información funciona como un instrumento de *mediación* entre las instituciones del Estado (empresarios, gobierno, partidos políticos, instituciones, grupos sociales y hegemónicos), y las audiencias o lectores que los consumen, volviéndose protagonista en la

construcción de sentido sobre los asuntos públicos, lo que le confiere enorme relevancia social. En este rubro Gilberto Giménez (1989:31) cita a Jüger Habermas, advirtiendo sobre el *carácter del espacio público de la información* como correlativo al poder político: “...en ese espacio el poder publica sus decisiones, se ‘teatraliza’ a sí mismo revestido de símbolos”. Por eso es que partir de las características que presenta la información, es posible obtener una representación de la esfera de lo público en un determinado medio, lugar y tiempo histórico. El discurso del espacio público mediático implica a un *emisor*, como las *formas de gobernar del poder político* y a *receptor*, como las condiciones en que se expresa o se comporta la *opinión pública*, en el entramado de subjetividad que esa disertación conlleva.

Golding y Murdock (1993) agregan en su “Teoría Crítica de la Información”, que el espacio público de la información está condicionado por grupos hegemónicos, como lo son los anunciantes o grupos empresariales, así como por agentes institucionales del gobierno, favoreciéndolos a través de regulaciones legales que les brindan espacios y/o beneficios, a cambio de llevar a cabo la acción de vigilancia informativa o de control, que le corresponde al Estado.

Estas visiones sostienen que la función que los medios desempeñan en la vida pública es estratégica para el Estado. En México, esta relación ha sido analizada por autores como Trejo (2001), Sánchez (2005) o Esteinou (2008). Las conclusiones de la relación medios-sociedad —y en consecuencia de los modelos de espacio público—, se pueden sintetizar en dos: 1) Como un escaparate de la libertad de expresión y custodia de los intereses de la ciudadanía o 2) Como un aparato más de los poderes establecidos, convirtiéndose en soporte institucional que procura la reproducción del sistema o *status quo* (Rodríguez, 2014).

Analizar el papel que tienen los medios en la construcción de un espacio público ciudadano, o por el contrario, como soporte del poder político, ha sido uno de los objetivos de los monitoreos que se han realizado en el Observatorio Veracruzano de Medios durante

campañas electorales.³ En esos análisis se ha concluido que a partir de la transición electoral del año 2000, los medios mexicanos se han comportado de manera contradictoria.

Con el nacimiento de la democracia mexicana creció la exigencia ciudadana para que sus representantes políticos les rindieran cuentas y una de las entidades que propiciaron esa pretensión fueron los medios electrónicos informativos y la prensa impresa. Fue así como ciertas figuras públicas ocuparon los lugares de mediadores entre los acontecimientos y la ciudadanía. En el México democrático, los medios comerciales han reconstruido *la legitimación y el consenso del poder político*, procesando y definiendo identidades e imaginarios, así como el espacio público en el que se intenta, —o no—, construir ciudadanía.

Además, De León (2012:23) afirma que en México, por distintas causas, el ámbito de la discusión pública es sumamente reducido. La escasa discusión pública puede también explicar la participación intensa de los medios de comunicación en la vida pública. Esta situación los convierte en protagonistas, al mismo tiempo que son instrumentos importantes para gestionar la visibilidad pública de actores y temas.

Pero no sólo la información política y electoral conforma el espacio público de la información. Existen temas de interés social que tienen por objetivo *resignificar* la vida pública; uno de ellos es la información sobre las condiciones socio-ambientales del país. Esta información es de suma importancia, y debe abordarse a través de política pública,⁴ porque el comportamiento social respecto al medio ambiente, exige al menos, la participación organizada de la sociedad, es decir de la *ciudadanía*. Y la sociedad para organizarse y tomar decisiones, debe obtener información que le ayude a entender la problemática que presenta el medioambiente.

³ Monitoreo en prensa regional de la campaña electoral para diputados federales del 2009, en Andrade y Trejo, 2011; y Monitoreo de la campaña presidencial del 2012, en Andrade y Martínez, 2012.

⁴ Según Pérez (2006) existen condiciones para poder calificar un problema social como “problema público”: una demanda que surge de grupos sociales determinados o la existencia de un conflicto entre los grupos sociales organizados y las autoridades políticas. Los temas ambientales parecen cumplir con esas condiciones.

Al respecto, es de sumo interés para esta investigación, la visión que aporta Anabela Carvalho (2009) al analizar *los encuadres noticiosos* sobre el tema *cambio climático* entre marzo del 2003 y febrero del 2004 en la prensa impresa; en ese análisis se cuestiona si la información científica está legitimando la acción política del Estado:

Los medios de comunicación son elementos clave en la mediación de las “relaciones de definición” (Beck, 1992) entre las esferas científica, pública y política (...). Los políticos suelen esperar que los científicos proporcionen respuestas a los problemas que se debaten en los medios de comunicación y en otros escenarios públicos, y realizan toda una variedad de usos públicos de la ciencia **para legitimar la acción o la inacción** (de tal manera que...) el anclaje de la ciencia y la política se ha vuelto cada vez más público, y la ciencia se ha visto expuesta a la crítica, la refutación y la deconstrucción (32).

Con estas afirmaciones Carvalho amplía la relación entre *Estado* y *poder político*, con la ciencia.

Como consecuencia de las funciones de la información que hemos descrito, la hipótesis que plantea este estudio, es que sus resultados distinguan al menos dos escenarios del espacio público de la información de la prensa impresa sobre temas ambientales en México: 1) Como custodia ciudadana, es decir, con referentes que contribuyan a la democracia de la información o 2) Como soporte institucional del poder político, es decir, la visión hegemónica de la información.

La información y la construcción social del medio ambiente

La tradición de los *Cultural Studies* británicos (Williams, 1971; Hall, 2004), y la Teoría Latinoamericana de la Comunicación (Martín Barbero, 1987; García-Canclini, 2007) definen a la información que difunden los medios como *un espacio conflictivo* en el que se discuten y negocian significados distintos, a veces en

abierta disputa, que apuntan a una particular “construcción social de la realidad” (Berger y Luckmann, 1972).

Los supuestos anteriores se estructuran con base en tres conceptos básicos: la comunicación, la construcción de la realidad y la representación de la realidad; la comunicación trata de explicar a *las representaciones sociales* o significados y simbolismos que emiten los medios sobre determinados temas. La comunicación en general y la mediática, en particular, actúan en la comprensión y construcción de la cultura —y de la cultura ambiental—, porque son procesos de producción de significados y del saber social, puesto que la comunicación ha pasado a ocupar un lugar estratégico en la configuración de los nuevos modelos de la sociedad, en donde la cultura cambia cuando las mediaciones tecnológicas o medios de comunicación cambian, modificando el estatuto cognitivo del saber y la razón de una colectividad. Por esta actividad cultural del lenguaje, es que en *los objetos de referencia* —o de lo que se habla en la comunicación o discurso— se encuentran las claves para comprender los significados o estatus cognitivos en la construcción social del concepto “medioambiente”.

Esto se comprende mejor si utilizamos un ejemplo: para comunicar asuntos sobre la naturaleza, el ambiente o sus problemas, se debe partir de *pautas de referencia o cogniciones* que son asociadas al mismo objeto de referencia. Desde *la construcción social de la realidad*, se le otorga relevancia —o irrelevancia— al tema o objeto de referencia del cual se trata, en función de la forma en que son internalizados por la sociedad —o el Sistema Social— en ámbitos *normativos, cognoscitivos y simbólicos* (Eder, 1996). Desde esa perspectiva los problemas que tienen que ver con el medioambiente, deben su existencia a una valoración estrictamente social, porque son las normas sociales las que posibilitan que una situación ambiental adquiera el estatus de, por ejemplo, “objeto de preocupación”. Ese punto de vista revela que cada sociedad asigna un significado especial a sus prácticas de vida, de acuerdo con *su orden social*, con los valores y normas predominantes en ella. Por eso la noción misma de medioambiente, así como las conductas humanas hacia éste, poseen existencias y valoraciones distintas dependiendo de los órdenes sociales en los que se presenten.

Por su lado, la teoría de las *Representaciones Sociales* afirma que el individuo construye el proceso de representación del objeto de referencia *en la vida cotidiana*, es decir, una representación social es una forma de conocimiento que despliega la actividad mental de los individuos y grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, *objetos de referencia* y comunicaciones que les conciernen. No todo objeto social comprende una representación: existen algunas condiciones que se deben cumplir para considerar al objeto social como objeto de representación: *debe aparecer en conversaciones cotidianas y estar presente en los medios de comunicación* (Jodelet, 1986).

Las representaciones sociales —contenidas en los relatos comunicativos y en los medios de comunicación— proponen determinadas interpretaciones de lo que existe o de lo que acontece en el entorno. Están explícitas en las narraciones de los productos comunicativos como conjunto de rasgos atribuidos a las entidades que son *objeto de referencia en la comunicación*. Por ejemplo, los datos “bajo”, “moreno”, “pobre” podrían ser los referentes del contenido de la representación “indígena” en la cultura mexicana (Andrade, 2007). Las representaciones de los grupos sociales, que obedecen a un orden social, son en consecuencia de carácter ideológico, político y social.

El sociólogo José Luis Lezama (2008) dice que a partir de las pautas anteriores, es por lo que “la naturaleza” *se representa* distinta: en algunas sociedades puede ser una *fuerza arrolladora que se impone por encima de las voluntades humanas*, mientras que en otras realidades se manifiesta con *una imagen de fragilidad y vulnerabilidad, como algo que merece protección y cuidado*.

Así pues los *objetos de referencia* que nos ofrece la totalidad de los diarios analizados y cada diario por cada región, aportará datos sobre el contenido de la información ambiental, así como sus posibles significados, simbolismos, cogniciones o representaciones sociales que ahí se expresan y por lo tanto, de los grupos sociales que la consumen.

Estrategia metodológica

El seguimiento a la información periodística con referente ambiental se elaboró con metodología del análisis de contenido de la información. La estrategia metodológica incluyó la construcción de un *Libro de Códigos*, producto de la observación del comportamiento de la prensa respecto a ese tema en un período determinado, y mediante consulta a especialistas en medio ambiente se obtuvo un listado de variables y categorías, que podían aumentar según los temas y problemas que surgieran de cada periódico, en cada región del país.⁵

1) El *Libro de Códigos* del Observatorio Veracruzano de Medios fue construido a partir de las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es el grado de atención que concede la prensa impresa a los temas de medio ambiente?
2. ¿Cuáles fueron los temas y subtemas que sobre asuntos relacionados con el medio ambiente recibieron mayor atención por parte de la prensa?
3. ¿Qué actores escenifican este escenario?

La respuesta a esas tres preguntas de investigación, dieron como resultados estos objetivos específicos:

1. Conocer la cantidad, frecuencia y ubicación de la información que la prensa impresa publica sobre los temas medioambientales. Para ello se requiere identificar el espacio que se concedió al tema y la frecuencia del mismo.
2. Conocer los temas que los periódicos analizados le dedicaron. Se requirió identificar temas y subtemas relativos a materias como: fenómenos naturales (huracanes, lluvias, deslaves) desastres industriales (derrames, fugas, explosiones, accidentes, etc.), desastres humanos (muertes, accidentes provocados por la actividad humana), deforestación, residuos sólidos (basura), entre otros.
3. Conocer los actores, dependencias y organismos sociales que aparecen en las notas informativas (presencias y ausencias) y

⁵ Por ejemplo, en los seis diarios analizados en Veracruz durante 2012 y 2013, no apareció el tema *contaminación del aire*. En otras regiones de la prensa analizada, si aparecía, por lo que se tuvo que “abrir” esa categoría.

algunos argumentos. Identificación de actores, argumentos y escenarios (municipios, lugares, temas) para identificar quiénes son los protagonistas de los temas, y las acciones del objeto de referencia. El comportamiento de esta categoría permite observar si la prensa impresa promueve construcción de ciudadanía en el tema ambiental, o si es mero escaparate de los actos de poder.

II) Fueron susceptibles de análisis sólo *notas informativas* relacionadas con el tema ambiental. Quedaron excluidos de este análisis los llamados “géneros de opinión”, es decir, columnas políticas, artículos editoriales, cartones o caricaturas, etcétera.

III) Las notas que se analizaron fueron elegidas a partir del contenido medioambiental que la noticia abordó y que registró el *Libro de Códigos*. Se logró construir 11 temas y problemas medioambientales.

IV) Se seleccionó una muestra representativa de noticias, durante tres semanas naturales y una aleatoria, entre los meses de septiembre a noviembre de 2014. La captura de las variables se registró en una tabla de Excel para su análisis.

V) A continuación se presentan los periódicos analizados de edición diaria, con cobertura regional y nacional. La prensa local elegida tuvo como condición contar con “capital local”.

Ciudad / Estado	Prensa analizada
Ciudad de México	1. La Jornada
	2. El Universal
	3. Reforma
Torreón, Coahuila	4. El Siglo de Torreón
Saltillo, Coahuila	5. Vanguardia
	6. Zócalo
Puebla	7. El Sol de Puebla
	8. Síntesis
	9. Diario Cambio
Acapulco, Guerrero	10. El Sur (de Acapulco)
	11. Novedades (de Acapulco)
San Luis Potosí	12. El Sol de San Luis
	13. El Pulso de San Luis

Baja California	14. La Crónica de Baja California
Veracruz	15. La Opinión de Poza Rica 16. El Diario del Istmo 17. Diario de Xalapa
Yucatán	18. Milenio Yucatán 19. Diario de Yucatán
Guadalajara, Jalisco	20. El Informador

Resultados

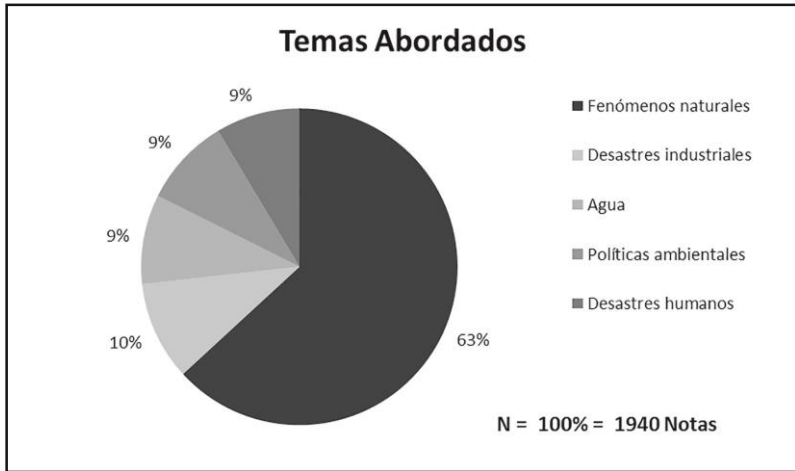
Tabla 1. Número de noticias por periódico

	Total	%
El Siglo de Torreón	223	11.49
El sol de Puebla	161	8.29
La Opinión de Poza Rica	155	7.98
Diario de Xalapa	130	6.72
Milenio Yucatán	129	6.64
El Sur	128	6.59
El Reforma	122	6.28
El Sol de San Luis	122	6.28
	Total	%
El Diario del Istmo	113	5.82
La Jornada	103	5.3
El Pulso de San Luis	101	5.29
Síntesis	89	4.58
Novedades de Acapulco	79	4.07
Diario de Yucatán	65	3.35
El Universal	58	2.98
Vanguardia	46	2.37
Zócalo	42	2.16

La Crónica de Baja California	34	1.75
El Informador	33	1.7
Diario Cambio	7	0.36
Total	1940	100

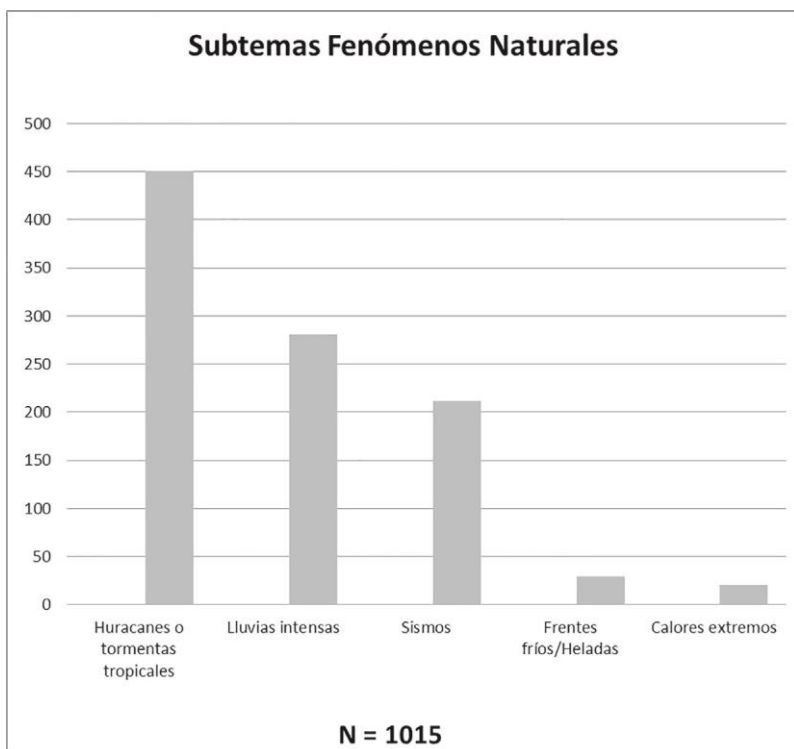
Fuente: *elaboración propia.*

Gráfico 2. Porcentaje de temas



Fuente: *elaboración propia.*

Tabla 3. Número de subtemas del tema fenómenos naturales



Fuente: *elaboración propia.*

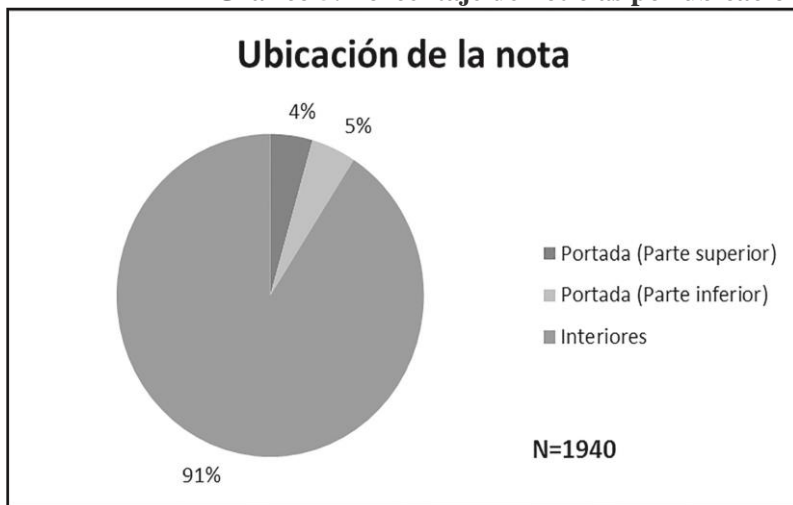
Tabla 4. Porcentaje de noticias por actor o declarante

Actor o declarante		
	Total	%
Dependencia o funcionario del gob. Federal	514	26.49
Dependencia o funcionario del gob. Estatal	416	21.44
Alcalde, autoridad o dependencia municipal	365	18.81
No aplica	168	8.65
Colonos, vecino, habitantes de poblados	166	8.55
Grupos campesinos, ejidatarios...	60	3.09

Actor o declarante		
	Total	%
Empresarios o empresas nacionales o extranjeras	45	2.31
Gobernador del estado	39	2.08
Organización de la Sociedad Civil México	38	1.95
Investigadores académicos de otras instituciones	36	1.85
Organización de la Sociedad Civil Internacional	27	1.39
Dependencia internacional	21	1.08
Ejercito y/o Marina-Armada de México	16	0.82
Presidente de la República	15	0.77
Investigadores, académicos de la universidad que 14 analiza	14	0.72
Total	1940	100

Fuente: *elaboración propia.*

Gráfico 5. Porcentaje de noticias por ubicación



Fuente: *elaboración propia.*

Tabla 6. Tema por periódico

PERIÓDICO	TEMA ABORDADO												TOTAL
	FENÓMENOS NATURAL	DESASTRES INDUSTRIAL	DESECHO SÓLIDOS/BASU	AGUA	DEFORRESTACIÓN/ODAÑOS AGRÍCO	RIESGOS AMBIENTAL	RECONSTRUCCIÓN REHABILITACIÓN	ÁREAS NATURALES PROTEGID	DESASTRES HUMANC	POLÍTICAS AMBIENTAL	CONTAMINACIÓN DEL AI	NO APLIC	
EL SIGLO DE TORREÓN	139	2	6	30	8	0	17	0	7	11	3	0	223
EL SOL DE PUEBLA	82	8	8	12	5	5	6	6	9	15	0	5	161
LA OPINIÓN DE POZA RICA	59	25	9	18	9	1	17	0	8	8	1	0	155
DIARIO DE XALAPA	60	18	5	8	4	2	3	0	17	9	3	1	130
MILENIO MICHOACÁN	96	1	4	3	3	0	10	1	2	9	0	0	129
EL SUR	46		2	10	8	3	1	1	44	5	0	2	128
EL REFORMA	88	6	2	1	0	2	0	0	0	2	0	3	122
		24											
EL SOL DE SAN LUIS	47	7	4	11	5	3	4	2	12	27	0	0	122
EL DIARIO DEL ITSMO	64	5	11	9	4	0	2	2	12	1	3	0	113
LA JORNADA	57	37	1	3	0	1	0	0	0	3	0	1	103
EL PULSO DE SAN LUIS	48	4	0	17	9	2	1	1	8	10	0	1	101
SINTESIS	50	5	4	5	3	2	0	5	2	13	0	0	89
NOVEDADES DE ACAPULCO	49	3	1	4	2	1	5	1	11	2	0	0	79
DIARIO DE YUCATÁN	24	1	4	4	6	1	10	1	2	10	2	0	65
EL UNIVERSAL	47	7	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	58
VANGUARDIA	11	3	2	2	1	4	6	0	1	12	4	0	46
ZÓCALO	10	2	2	4	2	3	4	1	1	5	8	0	42
LA CRÓNICA DE BAJA CALIFORNIA		1	0	0	5	0	0	0	1	1	1	1	34
EL INFORMADOR	12	3	0	6	6	4	0	2	0	0	0	0	33
DIARIO CAMBIO	2	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	7

Fuente: *elaboración propia.*

Hallazgos

1. De los 20 periódicos analizados, nueve publicaron más de 100 noticias sobre temas y problemas ambientales en el periodo estudiado.

2. Los periódicos que presentan *mayor* número de noticias con referente ambiental son: *La Opinión de Poza Rica*, *El Siglo de Torreón*, *El Sur*, *El Sol de San Luis* y el *Diario de Xalapa*.

3. Los periódicos que *menos* noticias presentan son: *Diario Cambio* de Puebla (7); *El Informador* de Guadalajara (33), *La Crónica de Baja California* (34), *Zócalo* de Saltillo (42) , *Vanguardia* de Saltillo (46) y *El Universal* en edición nacional (58).

4. El tema que ocupa más de la mitad de la agenda de la prensa impresa sobre temas ambientales son los *fenómenos naturales* (63%). De éstos los subtemas *huracanes o tormentas tropicales y lluvias intensas*, son los que obtienen mayor número de noticias.

5. Los temas *desastres industriales* (162) y *agua* (147) ocupan un importante segundo lugar en la prensa analizada.

6. El problema que menos menciona la prensa analizada es *contaminación del aire* (25).

7. El tema que menos menciona la prensa es *áreas naturales protegidas* (24).

8. El tema *reconstrucción y rehabilitación ambiental*, poco mencionado en el grueso del análisis, aparece con mayor frecuencia en los periódicos *El Siglo de Torreón* y *La Opinión de Poza Rica*

9. Todos los diarios analizados abordan al menos una vez el tema sobre *políticas ambientales* (145).

10. La edición nacional de *El Universal* aborda sólo 58 veces los temas y problemas ambientales; *La Jornada* 108 veces, y *Reforma* 122.

11. Los actores que protagonizan las noticias con referente ambiental son las *dependencias y funcionarios de dependencias federales*, ocupando casi la tercera parte del análisis (26.49%). Le siguen las *dependencias y funcionarios estatales* (21.44%) y los *alcaldes* (18.81).

Entre los tres suman casi 70% de la prensa analizada (66.74%).

12. Los grupos sociales urbanos representados por *colonos* y *vecinos*, aparecen en menos de 9% de las noticias analizadas.

13. Los actores que representan a los *investigadores* y *académicos* ocupan menos de 3% de la prensa analizada.

14. Los grupos sociales rurales, representados por *ejidatarios* y *campesinos*, aparecen en sólo 3% de las noticias analizadas.

15. Los temas que abordan tanto las *dependencias* y *funcionarios de dependencias federales*, como las *dependencias* y *funcionarios estatales* y los *alcaldes* es sobre *fenómenos naturales* (748), casi 40% de las notas analizadas.

16. Las noticias ambientales aparecen en *páginas interiores* en 91% de la prensa analizada.

Discusión

Durante el segundo semestre del año 2014 se presentaron dos fenómenos meteorológicos que ocuparon los espacios de la prensa local y nacional: el huracán categoría 3 Odile que pisó tierra en Los Cabos de la península de Baja California, y la tormenta tropical Polo, que también transcurrió por las costas del océano Pacífico. Ambos tuvieron su arribo durante el mes de septiembre, justo en la primera *semana natural* de la muestra analizada. Estos meteoros trajeron consigo desastres humanos tanto en Acapulco (como lo registran el periódico *El Sur* y *Novedades de Acapulco*), y fuertes daños a la región hotelera de Los Cabos, en la Península de Baja California. Al respecto, llama la atención que *La Crónica de Baja California* haya sido uno de los periódicos locales que menos noticias registró en este análisis (34 notas).

En *fenómenos naturales* también se capturaron tres sismos que sacudieron a otros países: China, El Salvador y Japón. El resto de los *fenómenos naturales* que ocuparon más de la mitad del análisis, se refirieron a lluvias intensas.

El derrame tóxico en los ríos Bacanuchi y Sonora en agosto de 2014, en que estuvo vinculada la minera Grupo México, ocupó espacios de la prensa nacional y local durante el mes de septiembre, transformándose en la captura en el tema *desastres industriales* (9%).

La captura del mes de septiembre fue la más intensa en la muestra seleccionada en todos los diarios. Esto pudo ser así, o porque ambos meteoros se presentaron durante ese mes, o porque a partir de los terribles acontecimientos de Ayotzinapa del 26 y 27 de septiembre, se transformó la agenda periodística y nacional. En ese mismo periodo de análisis, tan sólo en el 2013 en el estado de Veracruz se capturaron más de 600 notas, mientras que en 2014 fueron menos de 400 noticias con referente ambiental

Los resultados de este análisis son descriptivos. Sin embargo los datos cuantitativos —como lo son el número de frecuencias y las contingencias entre variables y categorías—, permiten hacer las siguientes inferencias respecto al comportamiento de la prensa impresa como *mediadora de un tema de interés público* cuyo mensaje alberga por supuesto, representaciones sociales.

a) Las noticias sobre *fenómenos naturales* ocupan la mayor parte del espacio en la agenda sobre el tema ambiental en México, lo cuál coincide con otros estudios⁶ en los que se destaca que las noticias de medio ambiente siguen siendo, con frecuencia, noticias de sucesos en cuyo relato no cabe un análisis, más o menos sosegado y riguroso, de causas, procesos y/o consecuencias.

b) Las noticias relacionados con el medio ambiente parecen im-
portar más en lo regional que en lo nacional: mientras periódicos como *El Universal* —de edición nacional— sólo publicó 43 noticias —y éstas fueron sólo sobre *fenómenos naturales*—, *El Siglo de Torreón* y *La Opinión de Poza Rica* emiten 223 y 161 noticias, respectivamente, con una variedad de temas y problemas.

c) Los tema del *agua* y *desastres industriales*, aparecen constantemente en la prensa analizada, lo cuál expresa la presencia de problemas y acciones respecto a estos temas en distintas regiones del país.

d) Aunque el tema *políticas ambientales* aparece en 9% del aná-

⁶ El trabajo de Giovani Gotopo *El periodismo ambiental en el trabajo de los periodistas de los diarios impresos* describe la exageración de los titulares de prensa como estrategia de venta de los diarios en España. en Fernández R. y Mancinas-Chávez, R. (2013).

lisis, resalta que de ese porcentaje, los que lo mencionan más son *académicos, investigadores y organizaciones civiles, organizaciones no gubernamentales y grupos sociales* (22%). Cualitativamente es un dato interesante, ya que el grupo de los gobernantes (*dependencias federales, estatales y alcaldes*), que están presentes en más de 70% del total de información analizada (mil 320 noticias), tocan el tema *política ambiental* en sólo 125 notas.

e) Los actores protagónicos son los gobernantes, representados por las *dependencias y funcionarios federales, dependencias y funcionarios estatales, y alcaldes*, los cuales ocupan 70% de la prensa analizada; este dato es importante en el análisis de la representación social de la información ambiental: si los funcionarios del gobierno federal y estatal, así como los alcaldes fueron los *relatores-protagonistas* de las noticias con referente ambiental y en específico, son protagonistas en las noticias sobre *fenómenos naturales* (70%), es viable asociar el relato de esos actos a la *representación social* de “protectores de la población” ante “los actos de la naturaleza”. Lo cual además de reproducir el relato de “gesta heroica para salvar a la población” (Andrade: 2013:50), ocasiona que el lector se sienta “desprotegido” ante la naturaleza, y en algunos casos atacado. En este análisis el poder político parece utilizar al espacio público de la información, como afirma Habermas, “para publicar sus decisiones, teatralizándose a sí mismos, revistiéndose de símbolos” (como *protectores de la población*).

f) Las noticias con referente ambiental no son importantes para la prensa impresa de México, ya que aparecen en 91% en páginas interiores.

g) Por último, el hecho de que los *académicos e investigadores* y los grupos de la población rurales y urbanos, aparezcan muy poco en el análisis, nos hace preguntar por la incidencia que tiene la información medioambiental en ellos, y éstos a su vez en ella.

A modo de conclusión, si como decíamos al inicio de este texto, “en los objetos de referencia —o de lo que se habla en el discurso— se encuentran las claves para comprender la relación que guarda la comunicación con la construcción social del medioambiente”, queda claro que los *fenómenos naturales* (63%) son los temas que

construyen la realidad —y la relación— de los sujetos con el medioambiente. En los sujetos incluimos a los periodistas que describen el acontecimiento, a las empresas que lo emiten y a los lectores de los diarios que consumen esas noticias. Pareciera que la *norma social* detrás de este discurso, es que el medioambiente es “un objeto de preocupación” y la representación social estaría más cerca de la que propone Lezama como una “fuerza arrolladora que se impone por encima de las voluntades humanas”. En próximos estudios trataremos de identificar los “ingredientes”, o categorías que caracterizan esta representación social.

Respecto al poder político y su relación con el medioambiente, este análisis parece demostrar que la información sobre el tema representa un *soporte institucional del poder político*; esta afirmación es consecuencia de que los “gobernantes” (dependencias federales, estatales y alcaldes) aparezcan en 70% de la información analizada y en su mayoría en el tema *fenómenos naturales*, y muy pocas veces en las noticias sobre *agua, desechos sólidos, riesgos ambientales, áreas naturales protegidas, políticas ambientales* e incluso no aparecen en el tema de *desastres humanos*, exceptuando a los alcaldes.

Si como afirma Rey (2003:4-5), los observatorios “revelan muchos de los entretijos de los poderes y al mismo tiempo proponen indagaciones sobre las maneras que existen para interpelar los campos hegemónicos”, podemos suponer que los temas medioambientales que aparecen en la prensa impresa de México están dominados por la presencia del poder político.

La escasa o nula participación de los especialistas y de los grupos sociales en la información, hace que ésta no sólo sea de poca calidad, sino con intereses hegemónicos. No olvidar que para que una información se considere de “calidad” —sea de medioambiente o de cualquier otro género—, se debe apoyar en dos columnas esenciales: la existencia de una audiencia crítica, capaz de modular la oferta mediante un consumo responsable, y el trabajo de informadores cualificados, capaces de hacer atractivo y comprensible lo complejo y árido.

Entonces el discurso del espacio público mediático sobre temas y problemas ambientales en México, expresa un *poder político hegemónico*; y a un *receptor*, es decir una *opinión pública* que en

este tema *no se comporta como ciudadano*, porque no participa de las decisiones (de la vida pública) sobre el acontecer medioambiental.

Finalmente se considera que esta labor de construcción de categorías de información medioambiental a través de la agenda informativa, se vincula tanto con el estudio de las representaciones sociales vehiculadas por el ejercicio de la información mediática, como con los estudios de los efectos de los medios en la ideología medioambiental, y la relación de éstos con la cultura. Estas investigaciones no pueden solucionar los problemas medioambientales, pero dejan claro el planteamiento de un debate sobre política medioambiental.

REFERENCIAS

- Albornoz, L. y Herschmann, M. (2008). "Ibero-American observatories in the sectors of information, communication and cultura: a brief history". *Media, Culture Society*. 30, 723-734.
- Andrade, P. (2014). "La información ambiental en el espacio público de la prensa impresa. Un estudio longitudinal sobre su referente". *Observatorio (OBS) Journal*. 8. (4), 151-170.
- Andrade, P. (2013). "La construcción social de los problemas ambientales en la prensa de Veracruz". *Global Media Journal México*, 10 (12), 35-52.
- Andrade, P. y Martínez A. (2013). "La campaña presidencial 2012 en la prensa impresa del estado de Veracruz". *Revista Mexicana de Opinión Pública*. No. 13. 111-129.
- Andrade, P. y Trejo A. (2011). "Análisis de la prensa como referente del comportamiento electoral. El caso Veracruz". *Observatorio (OBS*) Journal*. 5 (1), 267-284.
- Andrade, P. (2007). *Relatos del periodismo veracruzano. El presente en la noticia. México: IEV*.
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo XXI.
- Berguer P. y Luckman T. (1979). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Carvalho, A. (2009). "Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia. Relectura de noticias sobre cambio climático".

En *Comunicación y cambio climático* (Communication&Climate Change). *Infoamérica Iberoamerican Communication Review*. 25-47. Recuperado el 15 de abril de 2015 de www.infoamerica.org/icr/revista.htm.

- De León, S. (2012). *Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en un estudio situado*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Eder, K. (1996). *The social construction of nature*. Londres: Sage Publication.
- Esteinou, J. (2008). “Medios de información electrónicos, mediaciones sociales y transformación del Estado en México”. *Medios de comunicación y democracia*. 32.
- Fernández R. y Mancinas-Chávez, R. (Coords) (2013). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fénix. España.
- Fregoso, G. (1993). “La prensa en Guadalajara: cuatro versiones de una misma tragedia”. *Comunicación y Sociedad*, 16-17.
- García Canclini, N. (2007). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Giménez, G. (1989). *Poder, estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. México: UNAM.
- Golding P. y Murdock. (1993). *Ideología y medios masivos: la cuestión de la determinación*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Jodelet D. (1986). “La representación social: fenómenos, conceptos y teoría”. En Moscovici, *Psicología Social II*, 469-494.
- Hall, S. (2004). “Codificación y decodificación en el discurso televisivo”. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 9.
- Lezama J. (2008). *La construcción social del medio ambiente*. México: El Colegio de México.
- Martín Barbero J. (1987) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gili.
- Moscovici, S. (1986). *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. México: Paidós.
- Pérez, S. (2006). *Análisis de políticas públicas*. España: Universidad de Granada.

- Piñuel J. y Gaytán J. (1995). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Rey, G. (2003). "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina". *Revista Probidad*. 24, 1-9. Recuperado el 15 de abril de 2015 de www.revistaprobidad.info/024/011.pdf
- Rodríguez, A. (2014). "Los observatorios de medios como elementos de construcción de ciudadanía". En Andrade P. (Coord.) *Medios y opinión pública en Veracruz. Metodologías y otros discursos. Razón y Palabra*. Recuperado el 27 de abril de 2015 de www.razonypalabra.org.mx/LibroOpinionPublicaVeracruz/MediosOpinionPublicaVeracruz.html
- Sánchez Ruiz, E. (2005). *Medios de comunicación y democracia. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Trejo, R. (2001). *Mediocracia sin mediaciones*. México: Cal y Arena.
- Williams, R. (1971): *Los medios de comunicación social*. Barcelona: Península.