

EL CALENTAMIENTO DE LA PRENSA ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO

EL CASO AL GORE Y LA TENDENCIA AL CATASTROFISMO

Ramón Reig
José Luis Alcaide

1. INTRODUCCIÓN: LA NOTICIA MEDIOAMBIENTAL ANTE LA SOMBRA DEL SENSACIONALISMO Y LA POLITIZACIÓN

Lejos del calor de la Religión o las ideologías políticas los habitantes del llamado 'Primer Mundo' asientan sus nuevos modelos de comportamiento en iconos. Unas veces catapultados por los propios medios de comunicación de masas y otras sacando partido a sus 'quince segundos de gloria'. El nuevo siglo se escribe con la mayúscula inicial de aquellos nombres y apellidos bautizados en la pila de la Globalización.

Recientemente, uno de esos iconos ha resurgido del olvido para enarbolar la bandera de la lucha contra el cambio climático. Al Gore, quien fuera vicepresidente de los Estados Unidos durante el mandato de Bill Clinton, ha irrumpido en la escena mundial con un mensaje que ha invertido (transitoria o definitivamente) la triste historia de la

noticia ambiental, dotándola de un protagonismo del que, hasta ahora, adolecía.

Superado el debate de la conceptualización del periodismo ambiental y asumiendo la definición que aporta el Dr. Fernández Reyes que entiende esta especialidad como "el ejercicio o periodismo especializado que atiende la información generada por la interacción del hombre o de los seres vivos con su entorno, o del entorno en sí" (Fernández 2002-2003: 6), creemos que el periodismo ambiental debe hacer frente a un reto no menos importante: desligarse de la catástrofe como única fuente temática de inspiración.

Una vez cumplida la misión de alertar a la sociedad de los riesgos anejos a los modelos acunados por el superdesarrollo –y dando por hecho que este mensaje ha llegado al gran público– el panorama actual debe dirigir a esta especialización periodística hacia un periodo en el que el desastre no sea la excusa para incluir noticias ambientales en los medios de comunicación.

Algunos autores como Arturo Larena sostienen que “la información ambiental ha dejado de ser exclusivamente un periodismo de denuncia, no porque no siga siendo necesario denunciar, sino porque el medio ambiente ya no es una rareza ni en la sociedad, ni en la política, ni en la economía..., ni en el panorama mediático” (Larena, 2005a: p.56). Larena concluye que “hay más información ambiental pero sigue siendo insuficiente” y que “los medios masivos siguen sin creer en este tipo de temas” (Larena, 2005b: p. 57)

Mientras la información ambiental sigue buscando su espacio, hemos asistido a un fenómeno –hasta ahora coyuntural– que ha derramado ríos de tinta. El cambio climático ha traspasado las fronteras de las Naciones Unidas para instalarse en nuestras vidas debido al carácter antrópico que la propia Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático concede en su definición:

“Por ‘cambio climático’ se entiende un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables”¹

Aunque los sucesivos informes de la ONU han ayudado a distribuir este mensaje, la irrupción en la escena mediática de Al Gore y su proclamada y quijotesca lucha contra estos efectos, es un fenómeno que puede servir para comprender el creciente interés por la información ambiental, la propia relación promiscua de esta especialidad con las tragedias y, finalmente, la multiplicación de noticias ambientales en los medios.

A lo largo de este capítulo analizaremos la relación directa que el propio Gore ha tenido en la aparición de noticias con el trasfondo del cambio climático

en los tres periódicos de información general de mayor tirada en España: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. Además, observaremos cómo el fenómeno ha traspasado las fronteras de la prensa color salmón y se ha extendido a los periódicos económicos a través de los diarios *Expansión* y *La Gaceta de los Negocios*.

Antes, merece la pena una somera reflexión sobre el cambio climático y el propio Gore: Sin apenas tiempo para saber cuáles serán las consecuencias del anunciado –y certero– cambio climático ni el rumbo que tomará el nuevo ‘gurú’ del ecologismo tras su renacida popularidad, resulta evidente que su presencia en todos los rincones del mundo ha rescatado –o engendrado, en muchos casos– la información ambiental en los medios.

Esquivando otras consideraciones, Al Gore es hoy día un icono. Un producto mediático que ha sabido reinventarse tras su polémica derrota electoral en 2000, después de la cual fue capaz de armar un espectáculo ambulante que ha dado la vuelta al mundo. Su ‘oscarizado’ documental *Una verdad incómoda* es una presentación multimedia e independiente que revela, con una original mezcla de humor, dibujos animados y pruebas científicas, los efectos del calentamiento global en el planeta.

Lejos de la Casa Blanca, ha puesto a su servicio a una caterva de asesores políticos y de imagen para volver a la vida pública ocupando el lugar de un auténtico Mesías concienciado de los peligros de la evolución salvaje e irrespetuosa y con la firme misión de llevar su mensaje por los cinco continentes.

A pesar de los paralelismos casi bíblicos que puede recordar Gore, en el documental hay una cuestión importante que también ha traído en su maleta. El ex vicepresidente ha hecho suyo el discurso de Ralph Nader, tercer candidato en discordia junto a Bush y al propio Gore en las presidenciales de

2000, y se ha sumado a la causa ecologista, quién sabe si a la caza de aquellos votos que le privaron de la presidencia. Consciente o inconscientemente, Al Gore ha sabido aprovechar una de las debilidades del periodismo para multiplicar su voz y su popularidad: la tentación apocalíptica o, como diría Joaquín Fernández, “la catástrofe como inspiración” (Fernández, 1995a p. 23).

La emisión de su documental –premiado con dos *Oscar*– en España fue la antesala de su visita. Para entonces, el fenómeno Gore era imparable. Con cargo de Jefe de Estado, Al Gore fue recibido por el presidente del Gobierno y, tras varias intervenciones públicas, su foto fue portada en todos los diarios. Súbitamente se traslada a la opinión pública el debate sobre el cambio climático que pronto se tornaría evidencia científica. Los jefes de redacción de los periódicos se acuerdan entonces de un becario o de aquel colaborador que se empeña en darle importancia a la información relacionada con el Medio Ambiente y le encargan dos páginas y un amplio reportaje para el fin de semana. ¿Gripe aviar? Eso ya es pasado (pescado podrido).

Esta larga introducción, que en ningún caso pretende ser una descripción lineal de un reciente capítulo de actualidad, podría servir, sin embargo, para diseccionar el estado de la noticia medioambiental en la prensa española aprovechando el fenómeno Gore.

La mayoría de los estudiosos coinciden en que la información sobre medio ambiente tiene escaso hueco en los diarios y que su aparición no deja de ser residual. A este respecto, Joaquín Fernández afirma que “ante una oferta informativa abundante la noticia de medio ambiente tiende a ser relegada” (Aunque la información ambiental empieza a hacerse un hueco en los diarios no se puede decir que la batalla haya sido fácil, ni mucho menos, que esté ganada).

Joaquín Fernández sitúa en la década de los ochenta la difusión regular de los temas ambientales. Hay que matizar que desde entonces la aparición de estas noticias ha sido cada vez mayor aunque rara vez ha alcanzado la importancia de los ‘temas de portada’. Para ocupar este lugar de privilegio y dejar atrás el breve, la media columna o el apoyo, es necesario que se den otros factores directamente relacionados con dos conceptos de los que ya hemos hablado: la catástrofe inminente y las tendencias.

La facilidad para anunciar cuitas es un lastre que todo periodista que haya apostado por esta especialidad ha arrastrado alguna vez. Es cierto que las noticias que se alimentan de tragedias cuentan con ventaja con respecto a otras que ponen el acento en cuestiones más de fondo como la conservación. Y es que a nadie escapa que el descubrimiento de una especie de flora dada por extinta no tiene la misma repercusión que, por ejemplo, la desaparición de algunas ciudades del mundo como consecuencia del calentamiento de los polos. ¿Es, entonces, el nuevo periodismo ambiental un periodismo de catástrofes?

Aunque los primeros pasos de esta especialidad se dieron acompañando causas ecologistas desde posiciones alternativas, su relevancia se circunscribe a un sector de público muy determinado que ya mostraba cierta predisposición por recibir este tipo de información.

La mal llamada ‘sociedad del bienestar’ que –supuestamente– impera en el mundo rico, además de comodidades anejas al actual modelo social ha traído en su maletero otras inquietudes que afloran una vez que las necesidades más básicas alcanzan la consideración de axioma. Así han llegado a extenderse –al menos superficialmente– los valores ecológicos y conservacionistas entre una población que asiste estupefacta ante las consecuencias del superdesarrollo.

En un contexto de sobreinformación, donde el receptor parece anestesiado ante crímenes, guerras (incluso ante crímenes de guerra), o la extrema pobreza, los media han encontrado en la noticia medioambiental un auténtico filón que ya el cine había explotado con antelación. La destrucción del mundo ha sido llevada a la gran pantalla de muchas maneras con notables éxitos de taquillas. Es el turno de los medios de comunicación.

Lamentablemente, las noticias que abordan esta temática catastrofista tienden a abusar de la negrita y de las interpretaciones agoreras. La sombra del sensacionalismo y del amarillismo amenaza al periodismo ambiental, como también al político, al económico...

las diferencias cuantitativas entre la cantidad de informaciones que se han ido publicando durante ambos años

Además, hemos cuantificado los titulares que contenían las expresiones ‘cambio climático’ y ‘Al Gore’ con idea de entender el protagonismo que han alcanzado en fechas recientes en la prensa nacional.

Finalmente, hemos llevado a cabo un test no paramétrico siguiendo el método de Mann-Witney mediante el cual hemos comparado dos variables. La variable dependiente la hemos situado en el número de noticias que han aparecido con la temática ‘cambio climático’, mientras que como variable independiente se ha tomado el año de publicación. Para ello hemos utilizado el programa *Statistica* (versión 6.0)

Para comprender mejor este análisis se ha realizado una somera cronología del reciente ‘bautismo verde’ de Al Gore que coincide con los aumentos que se verán a continuación.

Fecha	Hito
04.02.2006	69.6
24.05.2006	53.7
30.05.2006	46.6
03.11.2006	44.5
23.01.2007	41.6
05.02.2007	36.6
07.02.2007	26.5
25.02.2007	22.7
15.03.2007	20.9

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

A través del análisis de los resultados obtenidos del seguimiento diario de las informaciones aparecidas en los periódicos de información general y económica de mayor tirada en España, pretendemos determinar la relación directa que existe entre la multiplicación de noticias bajo la temática del cambio climático y los apariciones del ex vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore.

Hitos como la nominación a los *Oscar* de la academia de cine de su documental *Una verdad incómoda*, su visita a España o la reciente propuesta al Premio Príncipe de Asturias a la Cooperación Internacional han sido determinantes para comprender este fenómeno en toda su dimensión. Como elementos de referencia hemos tomado los periódicos *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Expansión* y *La Gaceta* de los Negocios durante los tres primeros meses de 2006 y 2007. Haciendo un seguimiento diario de todas sus ediciones hemos observado

3. ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y MENSAJES

ENERO 2006

EL MUNDO

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
País Vasco Guipuzcoa	Diario	1	1	0
País Vasco Vizcaya	Diario	2	2	0
Nacional	Diario	5	2	0
Total		8	5	0
Total registros		8		

EL PAÍS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Cataluña	Diario	1	1	0
País Vasco	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	15	1	0
El País semanal (EPS)	Suplemento	1	1	0
Total registros		18		

ABC

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Sevilla	Diario	3	2	0
Nacional	Diario	4	2	0
Total		7		

EXPANSIÓN

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	2	0	0
Total		2		

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	1	0	0
Total		1		



FEBRERO 2006

EL MUNDO

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	1	1	0
Castellón al día	Diario	2	0	0
Alicante	Diario	1	0	0
Valencia	Diario	3	1	0
País Vasco Guipuzcoa	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	5	2	0
Diario de Valladolid	Diario	1	1	0
El Día de Baleares	Diario	1	1	0
Total registros		15		0

EL PAÍS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	2	0	0
Cataluña	Diario	1	1	0
País Vasco	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	6	0	1
Total registros	10			

ABC

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Sevilla	Diario	3	2	0
Nacional	Diario	3	2	0
Total	6			

EXPANSIÓN

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	6	0	0
Total	6			

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	3	1	0
Total	3			

MARZO 2006

EL MUNDO

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Castellón al día	Diario	1	0	0
Nacional	Diario	9	3	1
Total		10		

EL PAÍS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	7	1	0
Total		8		

ABC

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Comunidad Valenciana	Diario	1	1	0
Valle del Ebro	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	6	1	0
Total		8		

EXPANSIÓN

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	7	1	0
Cataluña	Diario	1	1	0
Total		8		

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	7	2	0
Total		7		

ENERO 2007

EL MUNDO

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Castellón al día	Diario	9	4	0
Alicante	Diario	4	1	0
Comunidad Valenciana	Diario	4	0	0
País Vasco Guipuzcoa	Diario	1	0	0
País Vasco Vizcaya	Diario	1	0	0
Madrid	Diario	3	1	0
Diario de Soria	Diario	3	1	0
El día de Baleares	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	15	2	0
Natura	Suplemento	2	2	0
El Cultural	Suplemento	1	0	0
Total		44		

EL PAÍS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Cataluña	Diario	2	2	0
Comunidad Valenciana	Diario	4	0	0
Galicia	Diario	3	1	0
País Vasco	Diario	3	1	0
Nacional	Diario	28	8	0
Fin de semana	Suplemento	2	1	0
Negocios	Suplemento	2	1	0
Propiedades	Suplemento	1	0	0
El País / New York Times	Suplemento	1	0	0
Total			46	

ABC

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Cataluña	Diario	2	1	0
Comunidad Valenciana	Diario	3	0	0
Sevilla	Diario	3	0	0
XL El Semanal	Suplemento	1	1	0
Nacional	Diario	20	4	0
Domingos ABC	Suplemento	3	0	0
Sábados ABC	Suplemento	1	0	0
Total			33	

EXPANSIÓN

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Catalunya	Diario	2	1	0
Nacional	Diario	12	2	0
Total		14		

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	34	7	0
Fin de semana	Suplemento	3	1	0
Total		37		

FEBRERO 2007

EL MUNDO

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	3	0	0
Castellón al día	Diario	5	3	0
Alicante	Diario	4	3	0
Comunidad Valenciana	Diario	4	3	0
País Vasco Guipuzcoa	Diario	4	2	0
Madrid	Diario	4	3	0
Diario de Soria	Diario	4	3	0
El Día de Baleares	Diario	9	3	0
Diario de Valladolid	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	29	8	1
Natura	Suplemento	4	0	0
El Cultural	Suplemento	1	0	0
Total registros		72		

EL PAÍS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	16	4	0
Cataluña	Diario	3	2	0
Comunidad Valenciana	Diario	4	2	0
Galicia	Diario	4	2	0
País Vasco	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	58	8	7
Fin de semana	Suplemento	1	0	0
El País / New York Times	Suplemento	1	0	0
Total			88	

ABC

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Cataluña	Diario	1	1	0
Comunidad Valenciana	Diario	9	7	1
Galicia	Diario	2	1	0
Sevilla	Diario	3	1	0
Valle del Ebro	Diario	1	0	0
Nacional	Diario	41	13	3
Total			57	

EXPANSIÓN

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Cataluña	Diario	1	1	1
Andalucía	Diario	1	1	0
Nacional	Diario	37	14	3
Total		39		

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	34	3	0
Fin de semana	Suplemento	3	1	1
Total		37		

MARZO 2007

EL MUNDO

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	2	0	0
Castellón al día	Diario	4	2	0
Alicante	Diario	3	1	0
Comunidad Valenciana	Diario	2	1	0
País Vasco Guipuzcoa	Diario	1	0	0
País Vasco Vizcaya	Diario	1	1	0
Diario de Soria	Diario	1	1	0
El Día de Baleares	Diario	5	4	0
Diario de Valladolid	Diario	3	3	0
Nacional	Diario	26	6	1
Natura	Suplemento	4	4	0
Total		52		

EL PAÍS

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Andalucía	Diario	2	1	0
Cataluña	Diario	1	0	0
Comunidad Valenciana	Diario	1	1	0
Galicia	Diario	1	0	0
País Vasco	Diario	2	0	0
Nacional	Diario	22	5	2
Cyberp@is	Suplemento	1	1	0
El País / New York Times	Suplemento	1	0	0
Total registros		31		

ABC

Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Comunidad Valenciana	Diario	6	5	0
Sevilla	Diario	7	5	0
Nacional	Diario	20	4	1
XL El Semanal	Suplemento	1	1	0
Total registros		34		

EXPANSIÓN

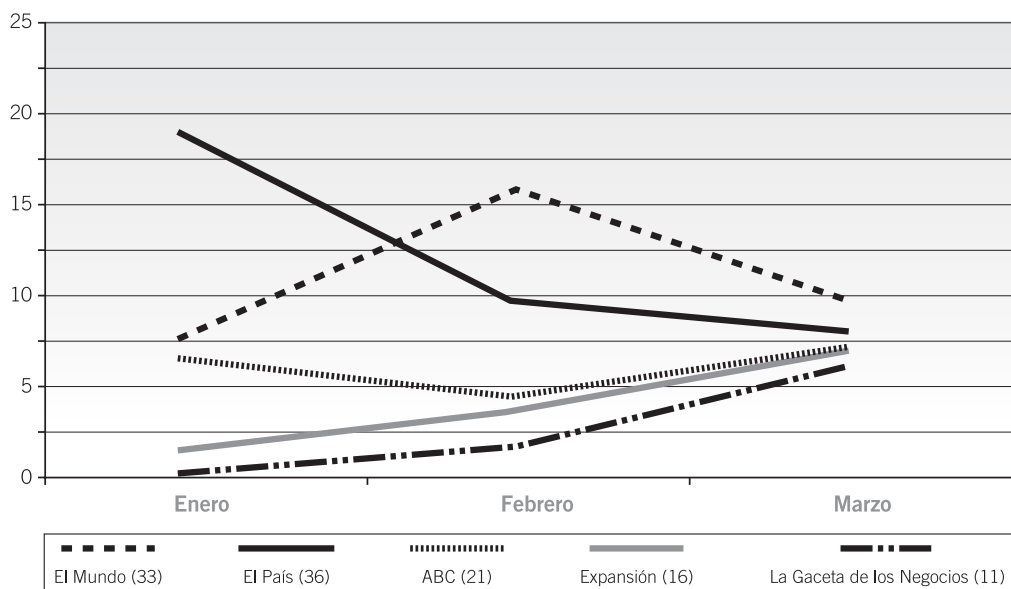
Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Cataluña	Diario	2	1	0
Nacional	Diario	16	2	0
Total registros		18		

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

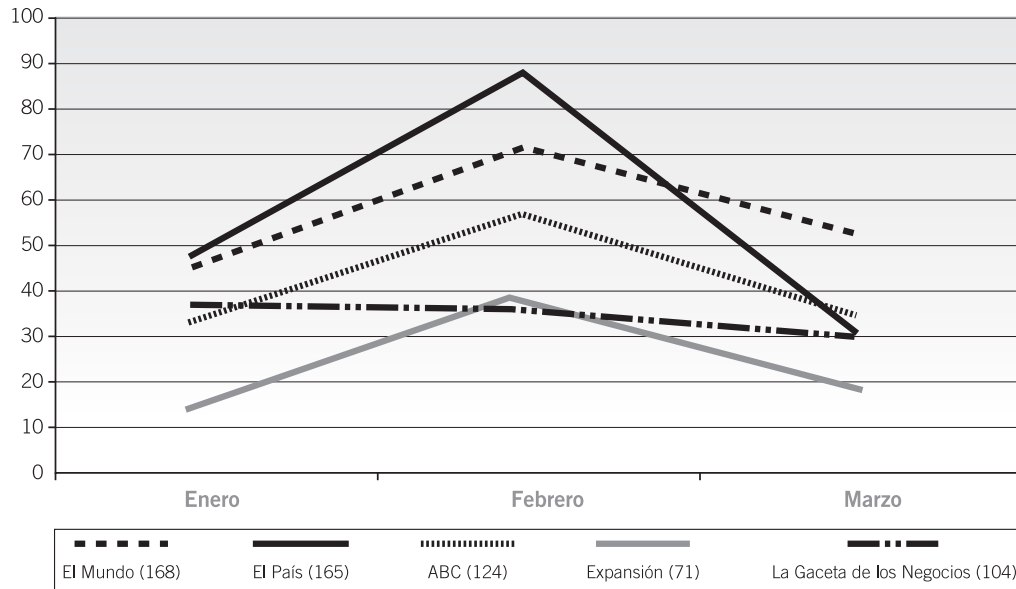
Edición	Diario/Suplemento	Registros	Titulares "Cambio climático"	Titulares "Al Gore"
Nacional	Diario	24	11	0
Fin de semana	Suplemento	3	1	0
Universidad y Empleo	Suplemento	2	0	0
Comunidad Valenciana	Diario	1	0	0
Total registros		30		

COMPARATIVA REGISTROS TOTALES POR MESES

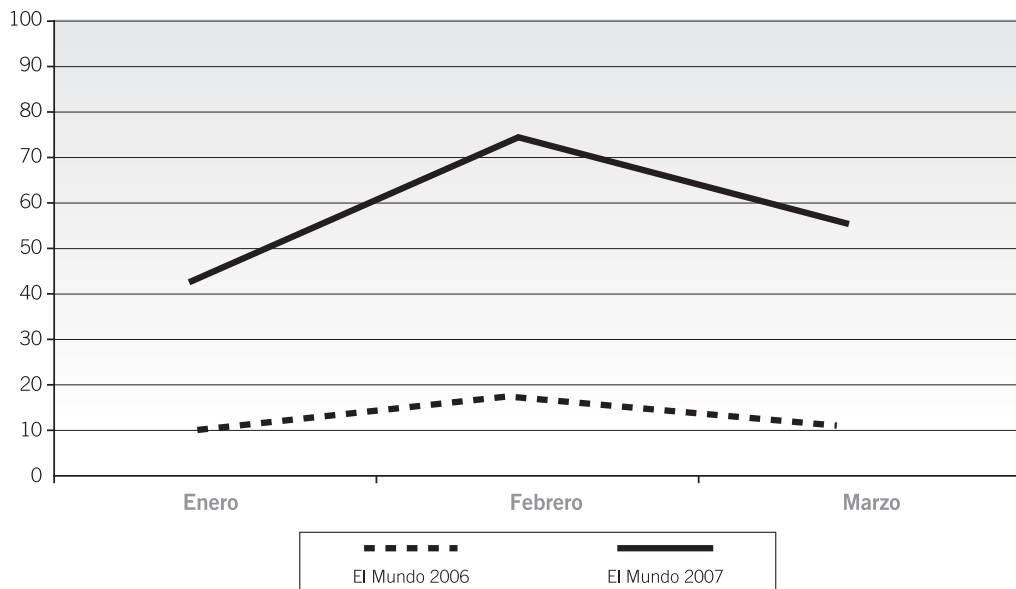
Comparativa primer trimestre 2006



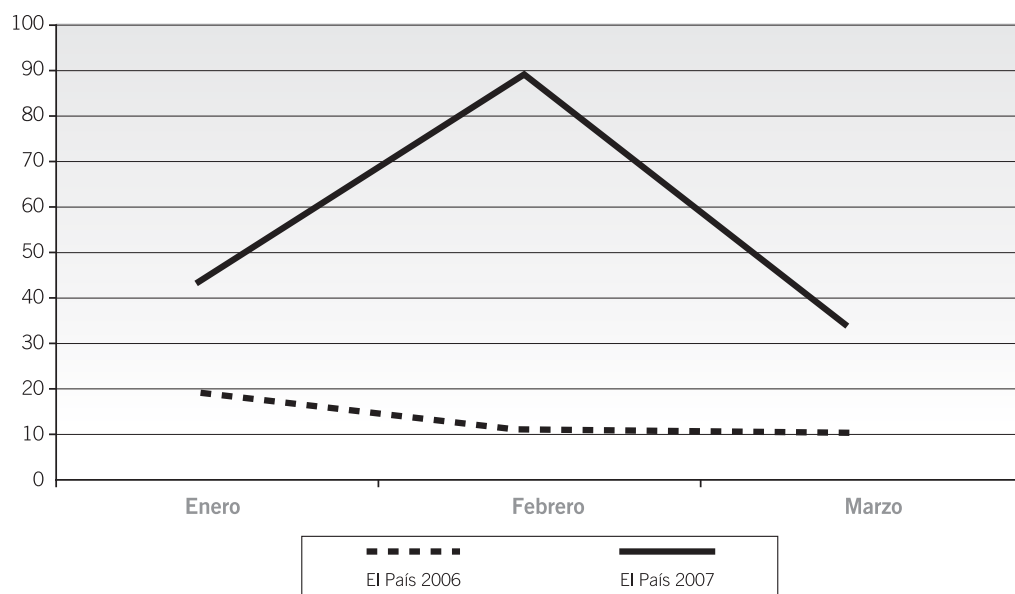
Comparativa primer trimestre 2007



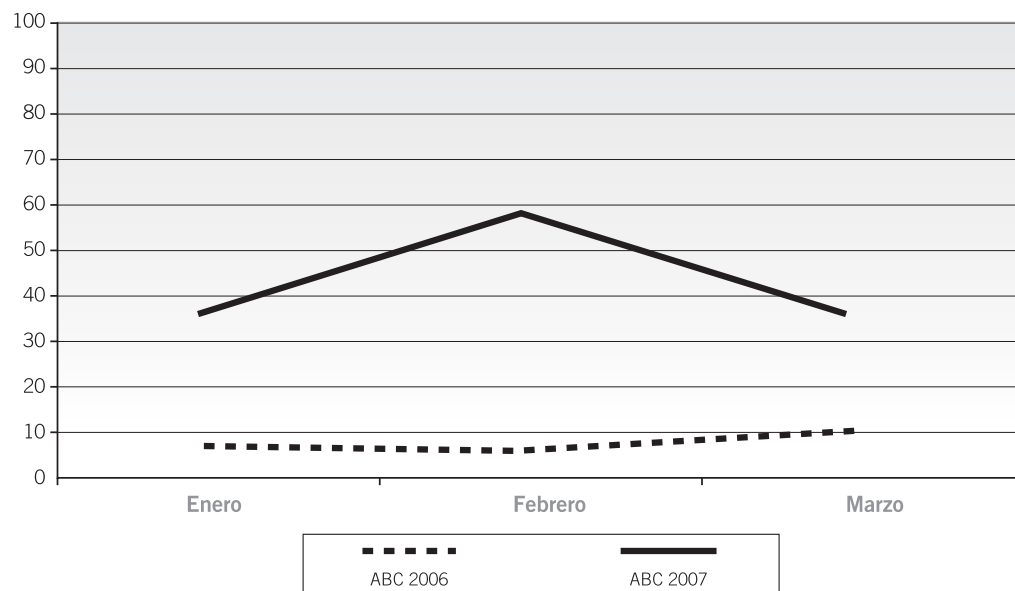
Comparativa primer trimestre 2006-2007 [El Mundo]



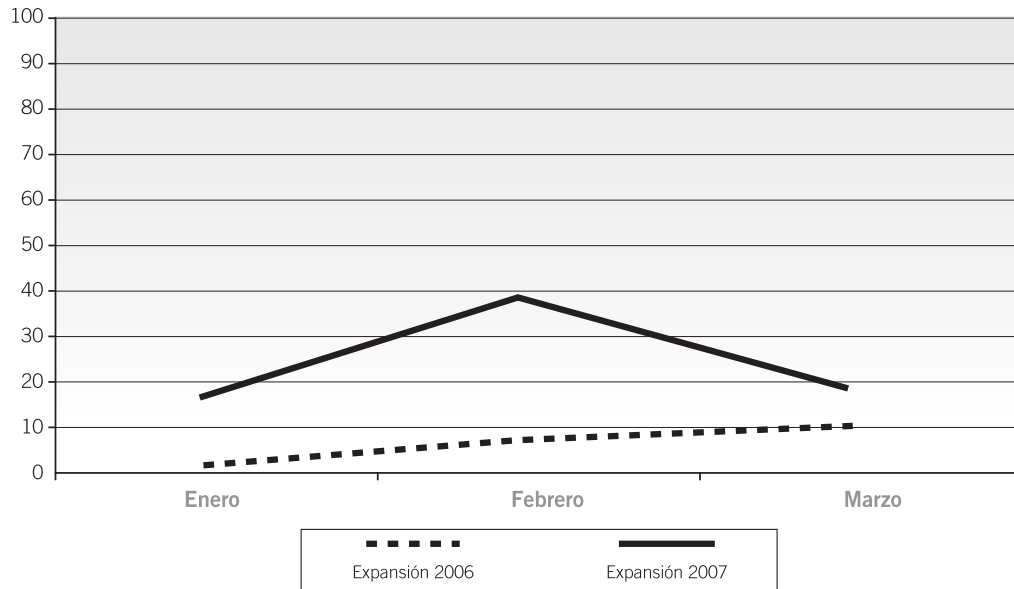
Comparativa primer trimestre 2006-2007 [El País]



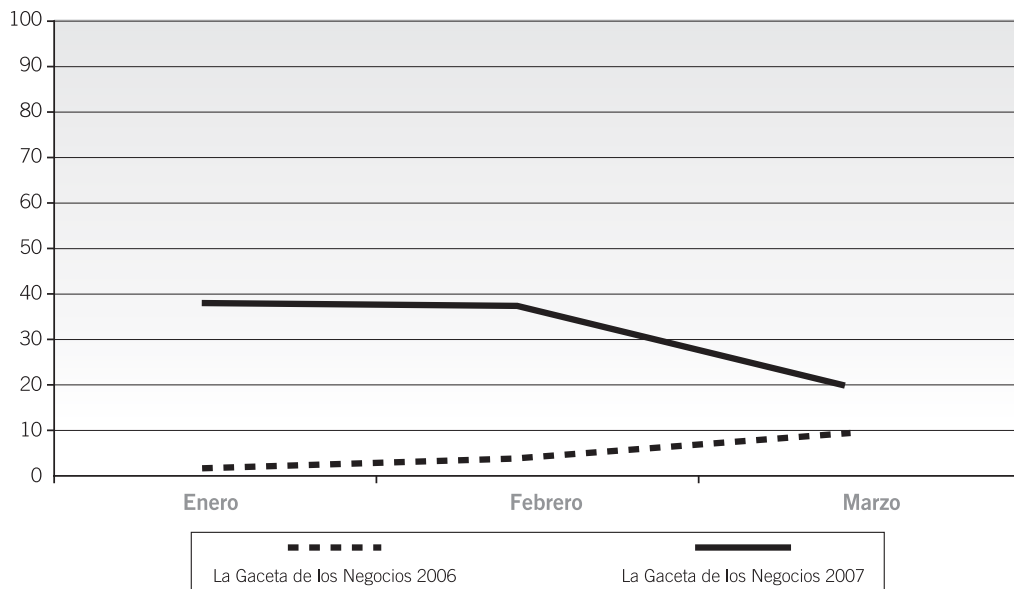
Comparativa primer trimestre 2006-2007 [ABC]



Comparativa primer trimestre 2006-2007 [Expansión]

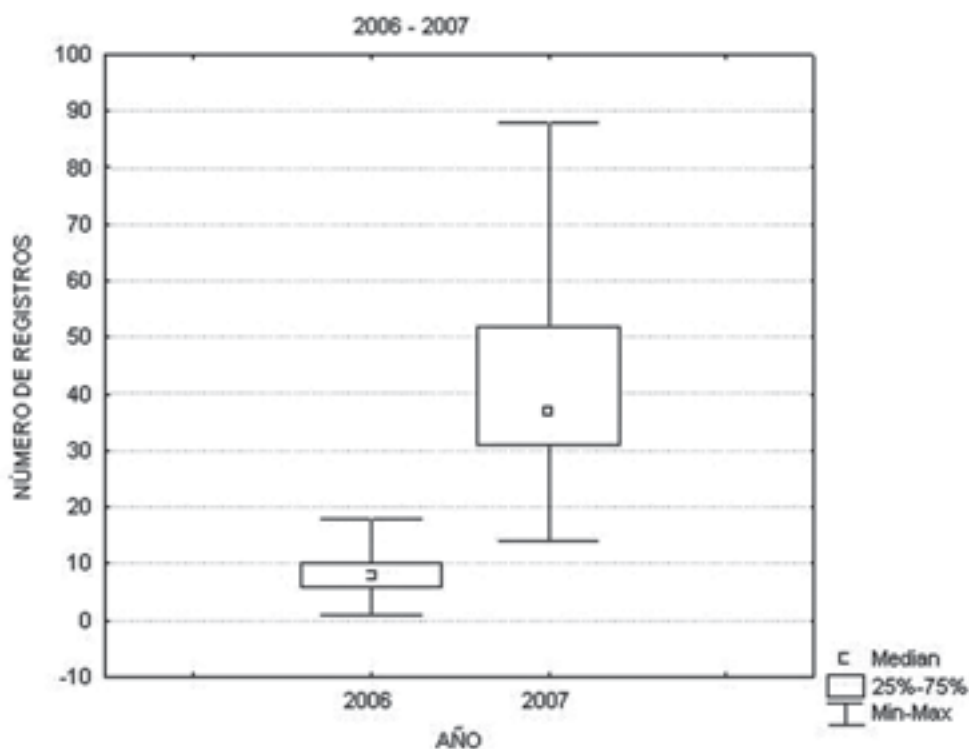


Comparativa primer trimestre 2006-2007 [La Gaceta de los Negocios]



RESULTADOS DEL TEST DE MANN-WHITNEY

	Rank / Sum	Rank / Sum	U	Z	p-level	Z	p-level	Valid N	Valid N	2*1 sided
registros	122,5000	342,5000	2,500000	-4,56259	0,000005	-4,57022	0,000005	15	15	0,000000



Como se puede apreciar, el nivel de significación del test es $< 0,001$, lo que demuestra que las diferencias son significativas entre los dos años que se han comparado.

El análisis cuantitativo de las cifras avala el planteamiento inicial que apunta a un incremento

sensible de las noticias con contenidos referidos al cambio climático y al propio Al Gore coincidiendo con su visita a España y con la consecución del *Oscar* en Hollywood (ambos en febrero de 2007). Así, en el primer trimestre de 2007 entre los cinco diarios analizados se cuentan 632 noticias, mientras que en el mismo periodo

de 2006 la cifra desciende a 117. Entre estas dos variables se establece un incremento del 440,17 por ciento.

Los resultados revelan que febrero de 2007, con 293, es el que mayor número de registros alcanza, seguido de enero (174) y marzo (165) de ese mismo año. Muy por detrás están los meses de 2006. Marzo (41), febrero (40) y enero (36). El incremento entre los meses de febrero de ambos años es de un 632,5 por ciento.

En cuanto a total de noticias publicadas en 2006 y 2007, *El Mundo* ocupa el primer lugar con 203 noticias, seguido de *El País* (201), *ABC* (145), *La Gaceta de los Negocios* (115) y, por último, *Expansión* (87). Separando los años encontramos que en 2006 *El País* lidera la tabla (36 noticias), *El Mundo* es segundo (35), *ABC* (21), *Expansión* (16) y *La Gaceta de los Negocios* (11). En 2007 *El Mundo* aparece en primer lugar (168), seguido de *El País* (165), *ABC* (124), *La Gaceta de los Negocios* (104) y *Expansión* (74).

Los incrementos entre ambos años son, cuanto menos, significativos. *El Mundo* incrementa sus noticias sobre el cambio climático un 409 por ciento con respecto a 2007. *El País* un 358,3 por ciento; *ABC* un 490,4; *Expansión* un 343,7, y *La Gaceta de los Negocios* un 845,4, el incremento más importante de todos los analizados en este capítulo.

Esta comparativa cambia si atendemos a las noticias publicadas mes a mes. Así, *El País* sería el periódico que más noticias ha publicado en un mes sobre cambio climático (88 en febrero de 2007), seguido por *El Mundo* (72), *ABC* (57), *Expansión* (39) y *La Gaceta de los Negocios* (37).

La evolución de la prensa económica es, si cabe, más notable. Entre los dos diarios analizados

suman 27 noticias en el primer trimestre de 2006 (16 *Expansión* y 11 *La Gaceta de los Negocios*). La cifra se dispara a 175 noticias (104 *La Gaceta de los Negocios* y 71 *Expansión*) en 2007 completando un incremento del 548,1 por ciento entre 2006 y 2007.

CONCLUSIONES Y MÁS ELEMENTOS PARA EL DEBATE

Habida cuenta del evidente repunte en la cantidad de noticias que han recogido estos cinco periódicos parece probado que las hipótesis iniciales quedan demostradas comparando idénticos periodos de 2006 y 2007. Aunque no podemos decir que las noticias aparecidas en 2006 sean escasas, el notable incremento registrado un año después no deja lugar a dudas sobre la importancia del mismo tema en uno y otro año.

Parece también demostrada la fuerte influencia que el ex vicepresidente Al Gore y sus trabajos en este sentido han tenido sobre la multiplicación de este tipo de informaciones. Una vez más, el periodismo ambiental, queda supeditado a una coyuntura mediática donde se atisba la figura de la catástrofe como consecuencias a medio y a largo plazo. En suma, dos importantes ingredientes que no han pasado desapercibidos para los medios de comunicación nacionales y que vuelven a poner sobre el tapete dos cuestiones fundamentales: el tirón mediático de ciertos personajes y la innegable ayuda que proporcionan las calamidades –o la incertidumbre de las mismas– al periodismo ambiental.

Abierta esta brecha quizás quepa reflexionar sobre el debate que algunos autores como José María Montero esbozaron hace tiempo. ¿Acaso es posible

Fecha	Medio	Titular
27.02.2007	ABC	Gran premio de consolación para un "reinventado" Al Gore
8.02.2007	ABC	Al Gore alerta en Madrid contra el cambio climático
8.02.2007	ABC	Al Gore reclama "voluntad política" para frenar el calentamiento global
8.02.2007	El Mundo	Gore: "España puede liderar en Europa la lucha contra el cambio climático"
17.02.2007	El País	Al Gore organiza los conciertos "Live Earth. SOS"
6.02.2007	El País	Al Gore, candidato a un Príncipe de Asturias por su lucha contra el cambio climático
7.02.2007	Expansión	Al Gore y Zapatero, juntos en la Moncloa
8.02.2007	La Gaceta de los Negocios	Al Gore desafía al cambio climático

invertir esta tendencia derivada de un excesivo gusto por la calamidad? Montero opina que "La rutina dominante en la profesión periodística otorga prioridad a los sucesos sobre los procesos, a la noticia sobre el contexto. En el caso de la información ambiental esta atención desmesurada a los sucesos genera una oferta que suele pecar de catastrofista y superficial". (Montero, 2005:12)

Profundizando en el tratamiento de la información ecológica, la línea editorial que se atisba en los medios pasa por reducir las noticias ambientales a denuncias y catástrofes. Como apunta el profesor Lozano Ascencio, "todos sabemos que la información sobre el ambiente transmitida en los medios de comunicación, en muchas ocasiones,

está en la estela de las catástrofes que acaparan las primeras páginas y sirve para que el ciudadano de la calle preste atención a los temas ambientales." (Lozano, 1995:1) Así, Lozano Ascencio se refiere a las catástrofes contemporáneas como "productos de la cultura de masas" y añade que los medios de comunicación prestan su colaboración para que, a pesar de que los riesgos de las catástrofes pueden ser muchos y muy complejos, se perciban como algo único y generalizable.

Según este autor, los tratamientos informativos de las situaciones catastróficas generalmente se caracterizan por describir antes que por explicar lo sucedido. Se trata de una cualidad implícita del acontecer catastrófico debido a que, en un primer momento, cualquier 'dato perteneciente' a dichos sucesos obtiene mucha más relevancia que un 'dato interpretado'. Y es que a pesar de la dificultad interpretativa del primer momento, los periodistas suelen cuantificar con rápidas impresiones, asegurar con efímeras observaciones y concluir con versiones insuficientemente contrastadas: la actualidad periodística se nos impone a todos como criterio. Más tarde, cuando las catástrofes se pueden medir –sin prisas– con datos más fiables y contrastados, ya han dejado de ser noticia. Las explicaciones, a pesar de tener más peso analítico, se han caído ya de los titulares de prensa.

Finalmente, Lozano Ascencio concluye que "percibir la realidad con "claves catastróficas" no favorece la comprensión de los riesgos naturales y antrópicos, sino más bien propicia que la latencia y desencadenamiento de los riesgos al trastorno destructivo terminen por estabilizar dicha realidad en una situación caracterizada por estar siempre al borde del colapso.

En este sentido, José María Montero apunta a una “demanda insatisfecha” de parte de los medios hacia amplios sectores sociales que ya exigen esta información ante una oferta que en muchos casos resulta “penosa”, lo que nos permite enlazar con la tendencia a la superficialidad con la que se tratan las informaciones y al oportunismo de determinados hitos que hacen de trampolín para que la noticia ambiental salte a los medios. Ello nos dibuja un panorama en el que se presta una atención desmesurada a ciertos elementos subalternos de la información, con grave descuido de los elementos principales (Montero, 2005: 17a)

No resulta un ejercicio retorcido llegar a la conclusión de que presentar ciertas cuestiones como el propio cambio climático sobrevalorando los efectos que ciertas actividades humanas pueden tener sobre el medio ambiente; otorgándoles la categoría de axioma y presentando una difícil solución no ayuda a la toma de conciencia social. Más bien al contrario, “sólo conduce a la angustia o a la indiferencia” (Montero, 2005:21b).

Durante la redacción de este capítulo hemos asistido a varios hechos que merecen un estudio en profundidad, si bien podemos adelantar varios apuntes. A pesar de que en los principales periódicos españoles de información general aún no existe la sección medioambiental y las noticias de esta índole se encorsetan en secciones híbridas como sociedad o ciencia, en fechas recientes *El Mundo*, *El País* y *ABC* han creado un suplemento sobre medio ambiente.

El Mundo fue el primero en lanzar *Natura*, que acompaña al diario cada sábado desde el 11 de marzo de 2006. *El País* lanzó su suplemento mensual *Tierra* el 21 de abril de 2007, precisamente con una entrevista a Al Gore; y *ABC* editó *Natural* el 24 de

abril de ese mismo año como un suplemento que se distribuye el último martes de cada mes.

Quizás sea una cuestión de coincidencia o de casualidad que los tres suplementos hayan visto la luz en un periodo de tiempo cercano al que hemos analizado. Quizás se deba a el efecto Al Gore... pero como apuntaba Voltaire, “lo que llamamos casualidad no es, ni puede ser, más que una causa ignorada de un efecto desconocido”.

NOTAS

1. Artículo 1, párrafo 2 de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

REFERENCIAS

- Bardin, Laurence (1986): *El análisis del contenido*, Madrid: Akal
- Calvo Hernando, Manuel (1997): *Manual de periodismo científico*, Barcelona Bosch
- Fernández Sánchez, Joaquín (1995): *Periodismo Ambiental en España*, Madrid: Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente
- Fernández Reyes, Rogelio (2002-2003): “En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental”, *Ámbitos*, número 11-12, Sevilla, p. 6
- Fernández Sánchez, Joaquín (1997) “Ecología y medios de comunicación”. Revista de Occidente. Monográfico: Medio Ambiente, un futuro de incertidumbres. Número doble 194-195, julio-agosto. Madrid
- Larena Larena, Arturo: “El periodismo ambiental, una apuesta de futuro”. *Ambienta*, julio-agosto 2005, Madrid.
- Lozano Ascencio, Carlos: “Las catástrofes naturales de la sociedad contemporánea” *IV Congreso Nacional de Periodismo Ambiental. Desafíos ante las crisis y los problemas emergentes*, APIA, 2001.
- Montero Sandoval, José María (2005): *El medio en los medios*, Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla
- Pérez de las Heras, Mónica (2003): *La Cumbre de Johannesburgo: antes y después de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*, Madrid: Mundi-Prensa.
- Van Dijk, Teun A. (1990): *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, Teun A. (2003): *Ideología y discurso. Una introducción interdisciplinaria*, Barcelona: Ariel

CURRICULUM VITAE

Ramón Reig, es profesor titular de Estructura de la Información Periodística en el Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla (España). Director de “Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación”, y del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (www.grupo.us.es/grehcco). Autor de una veintena de libros de su especialidad, entre los que figuran “Medios de comunicación y poder en España” (1998), “El éxtasis cibernético” (2001), “El control de la comunicación de masas” (1995), “Dioses y diablos mediáticos” (2004) o “El periodista en la telaraña” (2007). Coordinador del programa internacional de Doctorado “Comunicación y Cultura en la Sociedad de la Información”.

José Luis Alcaide, es miembro del Gabinete de Comunicación de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía y colaborador honorario del Dr. Reig en el Departamento de Periodismo II de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sevilla (España). Anteriormente fue redactor del diario El Mundo.