

EL DISCURSO HEGEMÓNICO DE LOS MEDIA SOBRE EL “CAMBIO CLIMÁTICO” (RIESGO, INCERTIDUMBRE Y CONFLICTO) Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

JOSÉ LUÍS PIÑUEL RAIGADA
Universidad Complutense de Madrid

1. INTRODUCCIÓN: LA FINALIDAD DE UN PROYECTO (REF. CSO2010-16936COMU) EN CURSO

Continuando con la línea de trabajo del Proyecto I+D titulado “El discurso hegemónico a propósito de la verdad y la comunicación” (SEJ2007-62202SOCl), emprendido por la mayoría de miembros del Grupo de Investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS), de la Universidad Complutense de Madrid, este nuevo proyecto, titulado *El discurso hegemónico de los Media sobre el “Cambio Climático” (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes*, plantea ahora su objeto de estudio acerca del discurso hegemónico a propósito del CC. Concretamente, se cuestiona si la producción de comunicación sobre el CC en los MCS se orienta a la verdad, al servicio público y al interés general, cuando se seleccionan los temas de la Agenda Pública, o si, por el contrario, la práctica comunicativa de los MCS está contribuyendo a crear una “realidad” superpuesta que consiste en prestarle más atención al debate sobre el CC que a los riesgos de esta crisis ambiental. De esta forma, el discurso centrado en este debate se torna en acontecimiento, y se convierte, en último término, en realidad social. Contrastar este universo referencial mediático con modelos experimentales de discurso que apuntan al riesgo planetario del CC constituye entonces un objetivo primordial y estratégico para que los MCS puedan desempeñar con mayor eficacia su responsabilidad social frente a esta crisis planetaria. Estudios previos a los que nos referiremos más adelante demuestran cómo esta práctica habitual en los MCS (*Agenda Setting*) es especialmente significativa.

Habida cuenta de la complejidad de un fenómeno como el Cambio Climático, se hace necesaria, más que nunca, una cooperación por parte de los MCS en la búsqueda de una mínima alfabetización científica que permita a la sociedad

comprender en su complejidad todos los cambios geográficos, económicos, políticos, ambientales y sociales que ya se están produciendo y cuya inercia ya es difícilmente reversible. El compromiso actual de los MCS con esta crisis se ha revelado poco eficaz atendiendo a la falta de información y formación precisas que tiene la población en general sobre la verdadera naturaleza del CC. Resulta especialmente significativo el caso de los informativos de televisión, cuyos contenidos son marcados a golpe de Agenda y elaborados conforme a una estructura narrativa constreñida a nivel formal y comunicativo y que atiende, a grandes rasgos, a un formato encorsetado y una duración muy limitada de las piezas informativas. Es por ello que ahora, con carácter prioritario, resulta imperioso el desarrollo de nuevas propuestas y modelos comunicativos, que incorporen fórmulas narrativas innovadoras que traten de evitar el discurso hegemónico de las incertidumbres sobre el CC en los MCS, especialmente en el medio Televisivo.

Como fin último de este Proyecto se encuentra el diseño y contraste experimental de nuevas propuestas narrativas y de contenido, que respondan a la urgencia de un cambio en el modelo de desarrollo sustentable frente al riesgo planetario del CC, con formatos y mensajes innovadores acomodados a la Responsabilidad Social de los MCS. El público objetivo de esta fase experimental final serán los jóvenes de hoy, es decir, los actores del futuro en los diversos escenarios políticos, educativos y económicos en los que se tomarán decisiones claves para un cambio social y ambiental sostenible y justo. Aunque los jóvenes constituyen la franja de público que menos hace uso de los MCS convencionales y más emplea las nuevas tecnologías, es en la medida que todos los MCS se han integrado ya en la red como los jóvenes disponen de similares contenidos gracias a Internet, si bien su acceso es selectivo, aleatorio y sin cita previa. Para el diseño de estos modelos experimentales, conviene pues desvelar previamente las pautas de uso lúdico, informativo y formativo que hacen los jóvenes de los MCS en el ciberespacio, a la vez que se precisa su nivel de conocimiento y sensibilización actual respecto a la grave crisis ambiental que supone el CC.

2. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DE LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICO-TÉCNICOS

La comunicación alternativa sigue siendo uno de los ámbitos más desconocidos en el campo académico e institucional español, pese a que los años de la Transición política a la democracia (1975-1982) ayudaron a articular algunos de los debates teóricos más fructíferos sobre esta materia –que hoy, por desgracia, han caído en

el olvido (Vidal Beneyto, 1979; De Fontcuberta y Gómez Mompert, 1983; Moragas, 1979; Prado, 1983; etc.), así como un conjunto de vitales experiencias pioneras – radios comunitarias, fanzines, programas edu-comunicacionales de alfabetización audiovisual, etc.–, que nos ayudan a re-situar la investigación en la línea de estos antecedentes e intervenciones sociales.

Sin embargo, a la hora de aprehender en su integridad los mecanismos de (re) creación de la realidad social a partir del universo referencial de los medios, las herramientas de la comunicación alternativa se convierten hoy en un anclaje esencial. Analizar cómo se re-significan los mensajes hegemónicos en el proceso de recepción de las audiencias y observar cómo los ciudadanos construyen discursos y esferas públicas alternativos (Habermas, 2002), al margen de los “dispositivos” (Foucault, 1978) e instituciones del Estado y del entramado empresarial, permite averiguar cómo se conforma una parte ineludible de la realidad social por donde discurren intereses, aspiraciones y demandas particulares.

Desde principios de los años 70 del siglo pasado, la tradición de los *Cultural Studies* británicos (Williams, 1971; Hall, 2004) o la teoría latinoamericana de la comunicación (Martín Barbero, 1987; García-Canclini, 2007) han contribuido sobremedida a la comprensión de la comunicación como un espacio conflictivo en el que se discuten y negocian significados distintos, a veces en abierta disputa, que apuntan todos ellos a una particular “construcción social de la realidad” (Berger y Luckmann, 1972).

A partir del vital re-descubrimiento de obras como las de Antonio Gramsci, que facilitan estas corrientes teóricas, el análisis del discurso se ve obligado a centrarse no sólo en descifrar las lógicas canónicas de representación de los medios convencionales, sino también en descubrir los sutiles vínculos que interrelacionan a lo popular y lo masivo en la construcción de las culturas populares y subalternas, dentro de las cuales el imaginario de los jóvenes constituye una parte fundamental.

Entendemos pues que es necesario transitar desde el concepto estricto y restringido de “medios” al de las “mediaciones” (Martín Barbero, 1987); o lo que es lo mismo, a un mundo social conformado por la relación de los medios masivos con la vida cotidiana en el trabajo, la política, los movimientos sociales o la producción cultural, y en el que intervienen factores que marginan a algunos sectores por razones de índole económica, étnica, etaria, de género o procedencia.

En este contexto, la particular manera de experimentar el mundo que tienen los jóvenes se traduce en adscripciones y diferenciaciones identitarias (Reguillo, 2000) y en una cotidianeidad que conduce a la producción y reproducción de discursos, determinados tanto por los MCS masivos como por la relación de sus mensajes con

repertorios y esquemas mentales y de acción propios, a veces contestatarios y en abierta disputa con los hegemónicos, que determinan su desarrollo específico en el marco de lo social.

Por otra parte, en lo que respecta a la *tematización* de las agendas de la actualidad habría que considerar algunos antecedentes. En primer lugar, resulta necesario mencionar la denominada *Agenda pública de los medios* (MCS). El concepto de “establecimiento de la agenda pública” (McCombs y Shaw, 1972) se relaciona con una estrategia de los medios por la que se contribuye a establecer la naturaleza y jerarquía pública de los temas de importancia social tratados en los mismos, mediante su circulación, difusión y discusión pública. La hipótesis general de la conocida como *agenda setting* es que, dada una agenda de los medios, tarde o temprano ésta puede determinar una agenda pública que tienda a organizarse en los términos de aquélla. Lang y Lang (1981) resumen los presupuestos de esta concepción: “Los *Mass Media* fuerzan la atención hacia ciertos problemas (...). De continuo sugieren objetos en torno a los que pensar, y formas de sentir y pensar acerca de los objetos que presentan”. Como señala Roda (1989), “la capacidad más sobresaliente de los medios es la de jerarquizar para la colectividad la importancia de los problemas, si bien de modo indirecto, estableciendo áreas hacia las que coordinadamente se orienta la reflexión colectiva”. Así, la constitución de la agenda temática se basa en la percepción que tiene el sujeto del estado de la opinión pública: lo determinante es la importancia que el individuo cree que los demás atribuyen al tema, como apunta Noelle Neumann (1974).

El concepto de “establecimiento de la agenda” sintetiza, por otro lado, gran número de los esfuerzos teóricos que han tratado de describir la influencia o efectos que la instrumentación de los MCS procura en las audiencias. Más allá de las teorías que hacen depender la eventual influencia de los Media en las condiciones o disposiciones psicosociales (McGuire, 1969) que presenta el sujeto en el momento de la exposición (por ejemplo teorías del *refuerzo* de la opinión en Hovland, y otros, 1949, 1953; del *uso* y la *gratificación* emocional en Katz, Blumler y Gurevitch, 1973; o de la *incongruencia*, *disbalance* o *disonancia cognitiva* en Osgood, Abelson y Festinger, respectivamente), la agenda temática fundamenta la capacidad de los medios para modelar las actitudes en el hecho de que estas actitudes aún no se hayan constituido como tales en los individuos. Según David H. Weaver (1981), la confirmación de la hipótesis de la agenda se producirá sobre todo en el caso de los temas sin opción personal de contraste (Rogers, Dearing y Bregman, 1992).

David H. Weaver señala los aspectos de investigación adicionales más frecuentados en torno al establecimiento de la agenda pública:

1. los pasos previos o “construcción de la agenda” (*agenda-building*), a saber: quién fija el repertorio de los medios (Gilberg, Eyal, McCombs y Nicholas, 1980; Lang y Lang, 1981; Weaver y Elliot, 1985; Turk, 1986);
2. las condiciones circunstanciales que facilitan o dificultan que se produzca el proceso de la canalización mediática (MacKuen y Coombs, 1981; McCombs, 1982; Behr y Iyengar, 1985; McCombs y Weaver, 1985; Smith, 1987-a); y
3. las consecuencias generadas por dicha canalización en la opinión pública y en las actuaciones sociales, lo cual plantea la cuestión del “y luego qué” (Weaver, 1984; Iyengar y Kinder, 1987).

La existencia del proceso de *tematización*, llevado a cabo por la comunicación pública, presupone que éste se realice mediante aquellos criterios de selección que Luhmann, N. (1998) denominara “reglas de atención”. La existencia de estas reglas, previas a la *tematización*, permite afirmar a este autor que los individuos, a pesar de sus posibles preferencias, tan sólo pueden optar entre las selecciones temáticas previamente establecidas por los medios de comunicación de masas: “Las reglas de selección orientadas hacia el reclamo de la atención pública son previas al proceso comunicativo, son aceptadas de manera implícita por el público y no se corresponden con las motivaciones que rigen la conducta, y deben de ser consideradas como el origen de la selección temática pertinente en cada sistema social” (citado en Böckelmann, 1983). En sus planteamientos, Luhmann propone una nueva concepción de la opinión pública entendida como estructura temática que intenta reducir la complejidad en una sociedad de “complejidad estructural” como es nuestro contemporáneo medio social.

Asimismo, este proceso de *tematización* resulta sólo viable en la medida en que aparecen en los medios los mismos temas (*acumulación*); que se produce la convergencia de estos temas en distintos medios (*consonancia*); y que su “omnipresencia” genera un *clima de opinión* (cfr. todo ello en Neumann, 1980). Así, los temas más referidos, de audiencia más masiva y que ocupan más tiempos y espacios de los *media* (p.e. de la televisión, o de la prensa), son los que ofrecen la posibilidad de una *dieta expositiva* más sistemática (*cultivo*) y que más pueden contribuir a crear una *visión limitada del mundo* (cfr. a este respecto, Gerbner, 1976): compartiendo imágenes, expectativas, definiciones, interpretaciones, valores.

Actualmente existe gran consenso sobre la escisión entre la opinión pública instaurada en torno a la certidumbre/incertidumbre sobre el riesgo planetario del CC. Tal como cita Carvalho, A (2009), al analizar los marcos establecidos por un gran número de periódicos y agencias de noticias americanos respecto a la ciencia del

cambio climático entre marzo de 2003 y febrero de 2004 (Antilla , 2005), se hace evidente el contraste entre el creciente consenso en la comunidad científica y la imagen de controversia o incertidumbre generada por los medios debido a la enorme atención prestada a unos cuantos “escépticos” del clima.

Los medios de comunicación –dice Carvalho- son elementos clave en la mediación de las “relaciones de definición” (Beck, 1992) entre las esferas científica, pública y política. La noción de ciencia como una “torre de marfil”, exenta de la exposición y del debate públicos, es cada vez más inadecuada. Puesto que nuestra “sociedad de riesgo” (Beck, 1992) genera nuevos problemas que requieren una interpretación científica, pero que nos afectan a todos, a la ciencia se le pide que “salga a la calle” y sea la base de las decisiones políticas. 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. El conocimiento científico también es utilizado por un gran número de actores sociales, entre los que se incluyen las empresas y los activistas, para justificar programas concretos conforme se van estableciendo nuevos vínculos entre ciudadanos, científicos, políticos y profesionales de los medios de comunicación; 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

Un estado de cosas como el descrito por Carvalho, es el que justifica abordar un proyecto de investigación como el que estamos realizando: “El discurso hegemónico de los Media sobre el “Cambio Climático” (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes”, cuyos objetivos y metodología se especifican en los apartados siguientes.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO Y METODOLOGÍA

3.1. Las hipótesis de partida, en las que se sustentan los objetivos del proyecto, son:

A. El debate sobre el CC es un tema de agenda en los MCS.

Hipótesis 1.- El acontecer sobre el CC que relatan los MCS se centra en la incertidumbre que los propios medios instauran compitiendo entre sí por brindar la agenda pública del debate entre Políticos, Científicos y movimientos ciudadanos.

B. Los MCS elaboran un discurso público sobre la incertidumbre del CC que se torna hegemónico.

Hipótesis 2.- El discurso público sobre la incertidumbre del CC se torna en "segunda realidad" superpuesta al devenir del CC y se convierte en un referente cuya existencia resulta independiente de la naturaleza de los hechos vinculados al CC (de los que se habla) y frente al que los actores sociales (científicos, políticos y movimientos ciudadanos) terminan viéndose comprometidos.

C. El discurso que los MCS convierten en hegemónico transforma las condiciones de verdad y de realidad del CC frente al que los agentes sociales se encuentran comprometidos.

Hipótesis 3.- Las administraciones, la industria, los partidos políticos, las asociaciones científicas, etc. se ven comprometidas a competir entre sí por ocupar el proscenio de la actualidad mediática que gira en torno al debate sobre el CC como tema de agenda.

D. Este discurso hegemónico de los MCS se apoya en encuadres (frames) que, desvelados, pueden experimentarse por Sistemas de Respuesta Interactivas de Audiencia (AIRS) entre jóvenes.

Hipótesis 4.- Los datos de apreciación//rechazo sobre el discurso mostrado a los jóvenes en prueba experimental pueden anticipar estrategias eficaces de comunicación sobre el CC, desactivando el referente hegemónico de la incertidumbre.

3.2. Los objetivos concretos que siguen, ya enunciados anteriormente, se enmarcan en la línea que apunta al diseño de estrategias de mediación e intervención sobre la práctica mediática de informar sobre el CC. Y son concretamente:

1. Seleccionar un corpus de discursos mediáticos (registros de informativos de TV en prime time) que durante 2010 y 2011 (cobertura de las Cumbres de Cancún y Durban, más registros de telediarios entre las dos cumbres) tienen como referencia el riesgo del CC como tema de agenda.
2. Hacer un Análisis de Contenido capaz de poner de manifiesto los enfoques que atañen a la referencia del CC como tema de agenda y desvelar el discurso canónico (modelos narrativos dominantes) de esta referencia. Averiguar cómo se gesta la agenda pública a partir de la agenda mediática adquiere ahora una especial trascendencia cuando se advierte que, cada vez con mayor frecuencia, se sustituye la primera por la segunda.

3. Diseño y aplicación de análisis de discursos de Grupos Delphi y Phillips 66 para contrastar el discurso mediático a propósito del CC, con la opinión de expertos concernidos por la toma de decisiones en torno al riesgo climático, tanto del mundo político, como del universo científico, mediático y ciudadano, procediendo todos ellos de diferentes ámbitos: industrias, administración, partidos políticos, sindicatos, asociaciones, etc.
4. Producir una colección de videoclips sobre el debate del CC, en colaboración con el Proyecto Audiovisual de Innovación Educativa “*Los jóvenes vistos x los jóvenes*” (“JxJ”), que consiste en una serie documental producida en el ámbito académico de la Agrupación de Centros Docentes nº 51 (MEC, Orden ESD/3915/2008, de 15 de diciembre) por el Centro para la formación audiovisual y gráfica “Puerta Bonita” de la Comunidad de Madrid. Esta producción servirá para mostrar referencias similares al discurso hegemónico mediático, cambiando el enfoque o encuadre y permitiendo las pruebas experimentales con jóvenes, utilizando el Sistema de Respuestas Interactivas de Audiencia (AIRS).
5. Finalmente, para realizar esta prueba experimental, y tras una encuesta previa on-line sobre percepción juvenil del CC, diseñar y realizar una serie de sesiones experimentales con jóvenes usuarios de las TIC’s y escolarizados en Bachiller y FP, presentándoles los videoclips como estímulos del Sistema de Respuesta Interactivas de Audiencia, desarrollado con el nombre de *Teletest* en el Departamento de Arquitectura de Computadores y Cálculo Automático (DACYA) de la UCM.
6. Elaborar un informe proponiendo los puntos estratégicos más relevantes para diseñar un discurso que desmovilice la incertidumbre y movilice la apreciación del riesgo planetario del CC.

3.3. Diseño transversal

El diseño transversal que aquí se propone aplicado al Análisis de contenido y al análisis del discurso producido por los Grupos Delphi, se puede someter a una criba mediante la técnica “Phillips 66”, de manera que quede respaldado el diseño de las variables más pertinentes de cara a la producción de videoclips sobre el CC que puedan servir de discursos alternativos y ser testados mediante el *Teletest* como Sistema de Respuestas Interactivas de Audiencias (AIRS).

La perspectiva transversal por la que se comparan discursos mediáticos y discursos de expertos, ha de completarse con un diseño experimental que permita evaluar

la propuesta de discursos alternativos del fenómeno objeto de estudio, siempre y cuando se hayan confirmado las hipótesis de partida.

La estrategia intensiva que supone la selección de un corpus limitado por sólo las referencias al CC temporalmente ubicadas en la proximidad de aconteceres previstos e imprevistos en las agendas mediáticas se completa, no sólo con el tratamiento de esos datos de forma transversal, sino también recurriendo a la triangulación mediante pruebas experimentales.

3.4. Diseño experimental en curso

Con los resultados obtenidos en la aplicación del diseño transversal, se aplicará un diseño experimental de tipo pre-test post-test con grupo control, que incluya las siguientes condiciones experimentales de tratamiento:

- Discursos de líderes de los MCS, según encuadres canónicos
- Discursos de líderes de opinión, según encuadres canónicos
- Discursos espontáneos de jóvenes
- Discursos de exploración con encuadres cruzados

Conforme a cada una de las condiciones experimentales de tratamiento, se diseñarán sistemas de respuestas *ad hoc* para la aplicación del *Teletest*, basadas las respuestas en escalas de estimación bipolar (tipo Diferencial Semántico de Osgood). La herramienta es sencilla de usar y configurar, pues la mayor parte de la configuración se limita a editar un fichero MS Excel: el experimentador sólo debe asignar un mecanismo de comunicación a cada joven, consignarlo adecuadamente en una hoja de cálculo, indicar el número de preguntas que se desean realizar junto con las respuestas correctas, y ya estará preparado para comenzar a recibir respuestas de los jóvenes sujetos experimentales. El sistema *TeleTest* es completamente independiente del medio utilizado para probar las reacciones experimentales ante los estímulos: estos pueden ser cualquier programa de transparencias (MS PowerPoint, OpenOffice, LaTeX...), diapositivas o incluso videoclips. Sólo es necesario respetar el orden en que las preguntas fueron incluidas en la hoja de cálculo o sistema de registros.

El propósito de este diseño experimental es evaluar la aceptación/rechazo diferencial de los distintos discursos que circulan en torno al CC y la alternativa de discurso que pueden ofrecer los jóvenes a la Agenda Pública. De este modo se podrán anticipar estrategias eficaces de comunicación sobre el CC para desmovilizar la incertidumbre.

4. AVANCE DE RESULTADOS

A día de la fecha se han completado los siguientes trabajos:

1. El análisis de contenido del corpus de registros de informativos de TV, cubriendo las dos últimas cumbres celebradas en Cancún, México (noviembre-diciembre 2010, con 169 noticias) y en Durban, Sudáfrica (noviembre-diciembre 2011, con 140 noticias), más el período del año que se desarrolla entre ellas desde enero hasta la tercera semana de noviembre de 2011, periodo en que se registraron 224 piezas televisivas. El diseño del protocolo de análisis utilizado puede contemplarse en Teso, G. y Águila, J.C. (2011), así como avances relevantes de sus resultados, en Piñuel, J.L.; Teso, G. (2012 a), en Sánchez Calero, M.L., Morales, E. y Cáceres, M.D. (2012); en Águila, J.C. (2012), y en Piñuel, J.L., Gaitán, J.A. y Lozano, C. (2012 b).
2. La grabación de 6 de 12 entrevistas en profundidad con expertos internacionales en comunicación sobre CC; concretamente a James Painter (Reino Unido), Anabela Carvalho (Portugal), Asun Lera-St.Clair (Noruega), Rui Alexander (Portugal), Mercedes Pardo (España) y Bruno Latour (Francia).
3. La convocatoria y celebración, en el III Congreso Internacional de la AE-IC, de un Panel de expertos sobre las “Controversias Mediáticas frente al Consenso científico en torno al CC” el cual ya ha dado como fruto una publicación bilingüe en Inglés y Castellano (Cuadernos Artesanos de Latina, nº 30);
4. La grabación audiovisual de varios grupos de discusión con jóvenes estudiantes distribuidos por rangos de edad y niveles formativos, con el objeto de reproducir -de forma natural y no asistida- el conocimiento y sensibilización de los jóvenes respecto a la crisis ambiental que supone el CC;
5. El diseño y aplicación de una prueba experimental con jóvenes estudiantes de 1º de Periodismo, a quienes se les solicitó la realización de un audiovisual amateur fijándoles condiciones en:
 - la elección de su duración (de 1 a 2 minutos máximo),
 - el montaje de “totales” o número de secuencias dónde se le concede la palabra a personajes invitados (contemplando como alternativas la ausencia de estas secuencias o la inclusión desde una, a un máximo de tres),

- y finalmente en la elección de temas de referencia, bien eligiendo un tema dentro de un repertorio de ellos previamente propuesto (y que se utilizó en el protocolo de análisis de contenido de registros mediáticos de TV), o bien mediante elección libre, y luego postcodificada.
 - Este diseño y su aplicación brinda el poder comparar las condiciones del *framing* con que jóvenes estudiantes que aspiran a ser periodistas construyen un discurso audiovisual sobre el CC, y las condiciones descubiertas con las que la TV construye su discurso sobre el CC en los informativos;
6. La realización y estreno oficial, en la Filmoteca Española y en TV2, en Sevilla y en Tarragona, del documental “Jóvenes frente al Cambio Climático”, así como la página Web interactiva <http://www.jovenesfrentealcambioclimatico.com/>, ambas obras elaboradas por la red de centros de FP Grado Superior en Comunicación Audiovisual que capitanea el IES “Puerta Bonita” bajo la coordinación de Gemma Teso, y con la colaboración de nuestro Grupo de Investigación MDCS;
 7. La celebración de un Phillips 66 (Cfr. Piñuel, J.L., Gaitán, J.A., y Lozano, C., 2011) reuniendo en seis grupos de trabajo a expertos en:
 - Ciencias de la tierra y clima
 - Energía y medioambiente;
 - Opinión pública y cultura de masas;
 - Educación social y medioambiente
 - Política y administración del territorio;
 - ONG´s y movimientos sociales “verdes”;
 8. El diseño y aplicación a jóvenes de bachiller y primer curso de universidad, de una encuesta on-line a cumplimentar bajo tutela del profesor, con el objeto de obtener el perfil estandar de la percepción social del CC por parte de los jóvenes estudiantes, según una geografía de centros representativa de esta población de estudiantes en España.

Los trabajos numerados en último lugar, el 7º y el 8º, no han sido todavía culminados en su totalidad, pues falta por elaborar el informe final sobre el análisis de las grabaciones del Phillips 66 (celebrado en el mes de septiembre último), y la encuesta está aún abierta para su cumplimentación a requerimiento de los profesores que colaboran en esta tarea, ya que el curso académico lleva apenas dos meses y medio de actividad. Quedan pues solamente dos tareas aún por diseñar y llevar a cabo a lo largo del año 2013: la edición de los items audiovisuales o videoclips

para realizar la prueba experimental del Test de Respuesta Inmediata, y la propia prueba experimental mediante el uso de la herramienta de respuesta interactiva OpenIRS-UCM. De los resultados de esta última prueba, contextualizados sobre el marco de los discursos circulantes de los informativos de la TV, de los discursos de los expertos en comunicación del CC, así como de los discursos previamente obtenidos entre los jóvenes, podrá alcanzarse la elaboración de una propuesta que pueda resultar útil a la misión mediadora de la comunicación social en el cambio de comportamientos encaminados a la mitigación del CC y de sus riesgos.

Aunque en la bibliografía se da cuenta de los trabajos ya publicados sobre cada uno de estos avances, tanto desde el punto de vista de la metodología diseñada, como de conclusiones parciales, es de señalar, a este propósito, que en el marco de esta investigación se están realizando dos tesis doctorales a cuyos autores (Gemma Teso y Juan Carlos Águila) se debe buena parte de la creatividad exhibida. Dedicaré ya sólo el último apartado para reseñar un aspecto fundamental extraído del análisis de contenido de la TV, y que próximamente podremos contrastar con el análisis y la prueba experimental de los discursos alternativos sobre el CC; me refiero a los aspectos que ofrece el encuadre temático y discursivo en lo que atañe a los roles de los Actores, los tipos de discurso y las tramas en las noticias del CC en TV.

5. EL ENCUADRE TEMÁTICO Y DISCURSIVO: LOS DISCURSOS, LAS TRAMAS Y LOS ROLES DE LOS PERSONAJES EN LAS NOTICIAS DEL CC EN TV.

Pueden diferenciarse, en conjunto, dos tipos de discurso predominantes si comparamos el relato que se desarrolla en los telediarios sobre las cumbres de clima con el relato elaborado en el período entre cumbres (Véase Cuadro 1).

- A. *El discurso polémico de las cumbres.* En este discurso el propósito es llegar a acuerdos o pactos. Se presenta el sistema social de comunicación como el que rige el destino de los procesos relativos al CC. Así, en los debates y en las negociaciones la figura del político se destaca como protagonista sobre otras figuras, o confrontándose con otros políticos o con los activistas (antagonistas) en diversas controversias. Sólo las víctimas y los testigos (comparsas) aparecen formando parte del paisaje de la catástrofe que, en el discurso sobre las cumbres del clima, parece estarse sustanciando en las discusiones de las mesas o en las manifestaciones de las calles.
- B. *El discurso de tesis en el período entre cumbres.* En este discurso el propósito es llegar a la elaboración de protocolos de intervención para la sostenibilidad o el afrontamiento de las catástrofes a que aboca el CC. Se presenta

Cuadro 1. El relato del Cambio Climático predominante en los telediarios.

		Los tipos de discursos	
		<i>Discurso polémico</i>	<i>Discurso de tesis</i>
		En la cobertura de las cumbres del clima:	En “tiempos de calma” entre cumbres:
Los roles de los Actores	<i>Protagonistas:</i>	Políticos	Expertos: científicos y técnicos
	<i>Antagonistas</i>	Activistas y políticos	Figuras sociales y políticas
	<i>Comparsas:</i>	Víctimas y testigos	
		Las tramas del relato	
		<i>De la controversia y negociación, al acuerdo o el pacto</i>	<i>De la demostración y diagnosis a los protocolos de intervención o afrontamiento</i>

al sistema ecológico y social como los sistemas que rigen el destino de los procesos relativos al CC. Así, la figura del experto, sea científico o técnico, se destaca como protagonista sobre otras en las entrevistas y declaraciones, donde se ocupa de describir, explicar y evaluar los fenómenos relacionados con el CC: demostrando sus tesis, diagnosticando sobre la situación y adelantando los escenarios futuros más probables sobre el desarrollo del CC. En torno a estas tareas de concienciación y de intervención se desarrollan otras referencias relativas a las campañas de sensibilización, movilización y reconocimiento social de los protagonistas.

En efecto, si comparamos los discursos del período entre cumbres, con los dedicados a las coberturas de las cumbres del clima, podemos advertir que tienen sus propias características a la hora de referirse al CC. Sin llegar a ser noticias marcadas por la urgencia de una catástrofe climática de consecuencias devastadoras, por un lado, ni noticias marcadas por el interés periodístico de una cumbre especializada en el tema, por otro, las alusiones al cambio climático en “tiempos de calma” son relatos multi-temáticos que se elaboran desde perspectivas pluri-disciplinarias que abordan el tópico como si en realidad estuviese ocurriendo una catástrofe o una cumbre internacional permanente, aunque, eso sí, a una escala más pequeña.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el curso del Acontecer y en los Discursos sobre el mismo acontecer, tanto a propósito de la continuidad o discontinuidad de lo que sucede, como a propósito de la previsión o imprevisión de lo referido en los discursos mediáticos, las expresiones y sus respectivas revisiones compiten y se corrompen mutuamente por la celeridad con que siempre trabajaron los MCM. Por ello, la Agenda Pública adquiere su naturaleza de expresión de la continuidad prevista del Acontecer, en buena medida porque la Agenda Mediática la consigna y anuncia, y los hitos que jalonan de forma imprevista (o bien prevista pero extraordinaria) la ruptura de la continuidad, se tornan en acontecimientos frente a los que ajustar (revisar) su planificación y sus protocolos de actuación frente a las rupturas de la continuidad; y se tornan en noticias en función de las cuales ajustar (revisar) su enmarcado (framing) en el discurso mediático y consiguientemente su tematización en titulares (Ver Cuadro 2).

Los políticos y responsables de la Administración deberían ser los encargados de mantener y revisar la planificación de la Agenda Pública y de afrontar sus rupturas mediante protocolos de actuación; los periodistas de los Media, por su parte, deberían ser los que asumen la expresión y revisión de la agenda mediática y sus eventos (noticias) mediante el enmarcado brindado por sus discursos y la tematización con que rotulan los titulares. Sin embargo, Administración y MCM compiten entre sí por adueñarse de la legitimación social de sus respectivas competencias, acudiendo a los avales que demandan a los expertos científico-técnicos y que éstos se prestan con frecuencia a conceder. Cuando el discurso va dedicado a cubrir los avatares de conflictos y negociaciones entre políticos, los MCM no se acuerdan de los científicos, mientras que cuando el discurso va dedicado a reflexionar sobre discontinuidades catastróficas del acontecer, los MCM recurren a los expertos cien-

Cuadro 2. Expresión, revisión y autoridad frente al acontecer y sus discursos (Lozano, C., Piñuel, J.L. y Gaitán J.A, 2012 pp. 398)

	ACONTECER		DISCURSO	
	Continuidad	Rupturas (Discontinuidad)	Previsión	Imprevisión
Expresión:	Agenda pública	Acontecimiento	Agenda Mediática	Noticia
Revisión:	Planificación	Protocolos de actuación	Enmarcado (secciones)	Titulares
Autoridad:	Políticos (Administración)		Periodistas (Medios)	

tífico-técnicos olvidándose de los políticos. La razón es que se impone la Agenda mediática sobre la Agenda pública. Lo cual se está confirmando con los datos de esta investigación a propósito de la comunicación en torno al Cambio Climático.

7. REFERENCIAS

- ÁGUILA, J.C. (2011): "Coverage of Cancún Summit of climate change in Spanish television", en *Mediating Environmental Change: Exploring the way forward*. University of Bournemouth, England.
- ÁGUILA, J.C. (2012): "El Cambio Climático en las noticias de la televisión española y sus implicaciones desde los puntos de vista económico, ambiental y comunicativo" en *Actas del IV Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social (SLCS)*, nº 135. La Laguna, Tenerife.
- ANTILLA, L. (2005): "Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change," *Global Environmental Change* 15: 338-52.
- BARRANQUERO, A. (2012): "De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir". *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 17, 63-78.
- BAUDRILLARD, J. (1984): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós
- BECK, U. (1992): *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: SaGe
- BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas (1972): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. 185-216.
- BÖCKELMANN, F. (1983): *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Barcelona: Gustavo Gili.
- CARVALHO, Anabela (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. (<http://www.infoamerica.org/icr/revista.htm>)
- CASTELLS, M. (2001): *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza y Janés (Areté).
- CURRAN, J.; GUREVITCH, M. y WOOLACOTT, J. (comps.) (1981): *Comunicación de masas y sociedad*. México: F.C.E.
- DE FONTCUBERTA, Mar y GÓMEZ Mompert, José Luis (1983): *Alternativas en comunicación. Crítica de experiencias y teorías*. Barcelona: Mitre.

- FOUCAULT, Michel (1978): *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI.
- GAITÁN, J.A., ÁGUILA, J.C. (2011): "Propuesta de un diseño experimental para analizar, en una producción audiovisual, el discurso alternativo de los jóvenes ante el Cambio Climático". *Actas III Congreso Internacional Sociedad Latina de Comunicación Social, SLCS*.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor (2007): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- GERBNER, G. (1969): "Toward 'cultural indicators': the analysis of mass mediated public message systems". En G. Gerbner otros (comps.): *The analysis of communication content*. N. York, Wiley, 123-132.
- GERBNER, G., y GROSS, L. (1976): "Living with television: the violence profile". *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- HABERMAS, Jürgen (2002): *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. México: Gustavo Gili. [1ª Ed. 1981]
- HALL, Stuart (2004): "Codificación y decodificación en el discurso televisivo", *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, Nº 9, Madrid. *Infoamérica. Iberoamerican Communication Review Comunicación y cambio climático (Communication&Climate Change)*. (<http://www.infoamerica.org/icr/revista.htm>)
- KATZ, E.; Blumler, J.G.; y Gurevitch, M. (1973): "Uses and gratifications research". *Public Opinion quarterly*, 37,4, 509-523.
- LOZANO, C. y GAITÁN, J.A. (2008): "Construcción social del acontecer (epistemología y práctica del periodismo)". *Actas y memoria final Congreso Internacional Fundacional I+D Investigar la Comunicación*. AE-IC. Santiago de Compostela
- LOZANO, C., PIÑUEL, J.L., GAITÁN, J.A. (2012): "Construcción social y mediática de la incertidumbre: discursos en torno a las quiebras del acontecer". *Revista Prisma Social*, nº 8. junio 2012, 380-413.
- LUHMANN, N. (1998): *Complejidad y Modernidad. De la Unidad a la Diferencia*, Ed. Trotta, Valladolid.
- LUHMANN, N., (1997): *Organización y Decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*, Ed. Anthropos, Barcelona.
- MARTÍN Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gili.

- McCOMBS, M.E., y SHAW, D.L. (1972): "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion quarterly*, 36, 16-187.
- MONDELO González, E. y GAITÁN Moya, J.A. (2002): "La función social de la televerdad". *TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 53, 2º época, Octubre-diciembre: 35-43.
- MORAGAS, Miquel de (1979): "El trabajo teórico y las alternativas a los 'mass media'". En J. Vidal Beneyto (Ed.): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS. 63-82.
- NEWCOMB, H.M. (1993): "La creación del drama televisivo". En K.B. Jensen y N.W. Jankowski (eds.): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch Comunicación, 116-133.
- NOELLE Neumann, E. (1974): "The spiral of silence: a theory of public opinion". *Journal of Communication*, 24 (2): 43-51
- PIÑUEL Raigada, J.L. y GAITÁN Moya, J.A. (1995): *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la Comunicación Social*. Madrid: Ed. Síntesis.
- PIÑUEL Raigada J. L. y LOZANO Ascencio, C. (2006): *Ensayo General sobre la Comunicación*. Barcelona, Paidós /Papeles de Comunicación.
- PIÑUEL, J.L. y GAITÁN, J.A., LOZANO, C., (2011): "Metodología para el análisis de la incertidumbre: un diseño de "Phillips 66" en el estudio de la percepción social de los riesgos vinculados al CC". *Actas III Congreso Internacional Sociedad Latina de Comunicación Social, SLCS*
- PIÑUEL, J.L.; TESO, G.; PAINTER, J.; CARVALHO, A.; PARDO, M. y LERA, A. (2012a): *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*. La Laguna, Tenerife. Cuadernos Artesanos de Latina, 30. Edita Sociedad Latina de Comunicación Social.
- PIÑUEL, J.L., GAITÁN, JA. y LOZANO, C. (2012b): "Los telediarios ante el cambio climático: la deriva de la información sobre la catástrofe en las cumbres del clima y en tiempos de calma". *Actas del IV Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social (SLCS)*, nº 127. La Laguna, Tenerife.
- PRADO, Emili (1983): *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*. Barcelona: Mitre.
- REGUILLO, Rossana (2000): *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.

- SÁNCHEZ CALERO, M.L., MORALES, E. y CÁCERES, M.D. (2012): "La cobertura televisiva de la Cumbre de Cancún: agenda temática, discursos y fuentes en los informativos españoles". *Index-Comunicación*, nº 2. Pp. 113-128.
- TESO Alonso, Gemma. (2009): "Televisión, publicidad y cambio climático" *Observatorio de Medios*. Nº 5. 2-16. Fundación 1º de Mayo. Madrid,
- TESO, G. y ÁGUILA, J.C. (2011): "Diseño metodológico para el análisis de la información televisiva en relación al riesgo, incertidumbre y conflicto del cambio climático en los programas informativos diarios en España". *Actas III Congreso Internacional Sociedad Latina de Comunicación Social*, SLCS
- VIDAL Beneyto, José (Ed.) (1979): *Altivas populares a las comunicaciones de masas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS.
- WEAVER, D.H., GRABER, D.A. MCCOMBS, M. y EYAL, Ch.H. (1981): *Media Agenda-Setting In a Presidential Election: Issues, Images and Interest*. New York. Praeger.
- WILLIAMS, Raymond (1971): *Los medios de comunicación social*. Barcelona: Península.