

# EL MEDIO AMBIENTE EN LAS TELEVISIONES ESPAÑOLAS

## UN ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS INFORMATIVOS NACIONALES

Bienvenido León

### 1. INTRODUCCIÓN

Ver la televisión es la actividad de ocio a la que más tiempo dedicamos los ciudadanos de los países desarrollados. Esta gran capacidad de convocatoria, unida a su implantación prácticamente universal, hace que el medio ofrezca grandes posibilidades como fuente de información para el gran público.

En el ámbito del medio ambiente, al igual que ocurre en otros, la televisión es la principal fuente informativa para muchos ciudadanos, tal como señalan diversos estudios (Brothers et al, 1991; Shanahan, 1993; Gauntlett, 1996). Las encuestas europeas también destacan la importancia de la información televisiva sobre este asunto. Así, el Eurobarómetro indica que la televisión es la fuente de información ambiental preferida por el 81% de los ciudadanos; por delante de los periódicos y el cine (*The European Opinion Research Group*, 2002: 1416).

También se constata que los ciudadanos tienen gran interés por las cuestiones ambientales.

Por ejemplo, el Eurobarómetro sobre ciencia y tecnología realizado en 2005 indica que el 87% de los ciudadanos están “muy interesados” o “moderadamente interesados” en la polución ambiental. Resulta significativo que este porcentaje sea superior al de los interesados en la política (71%) o los deportes (62%). Sin embargo, la misma encuesta también señala que pocos ciudadanos se consideran bien informados sobre los asuntos ambientales. Por ejemplo, sólo el 15% cree estarlo acerca de la polución ambiental (Comisión Europea, 2005). Este último dato sugiere que, a pesar de esta gran importancia de la televisión como medio informativo sobre el medio ambiente y del interés del público por este asunto, podrían existir factores que limiten o dificulten el ejercicio de esta actividad.

En efecto, como se verá más adelante, la información ambiental en televisión se enfrenta a varias dificultades, tanto coyunturales como consustanciales a su propia naturaleza. Entre las primeras, destaca la preponderancia del entretenimiento; un hecho que puede apreciarse

desde los orígenes del medio pero que, sin duda, ha crecido en importancia en las últimas décadas, como consecuencia del mercantilismo dominante, que ha llevado a que la búsqueda de altos índices de audiencia se haya erigido en el criterio casi exclusivo para los programadores.

Varios autores defienden la idea de que la gran competencia existente entre las cadenas ha provocado que la información televisiva se haya vuelto más trivial y sensacionalista, dando prioridad a asuntos “ligeros”, como el deporte, los sucesos, el entretenimiento y el interés humano. De esta forma, los asuntos más “serios”, como el medio ambiente, han ido perdiendo importancia (Vg. Frankling, 1997: 4, Bordieu, 1997: 60-71, Winston, 2002).

Entre las dificultades intrínsecas del medio, cabe destacar su limitada capacidad para comunicar grandes cantidades de información, o para trasladar eficazmente razonamientos y conceptos muy detallados. Esta limitación deriva, en primer lugar, del hecho de dirigirse a grandes audiencias, lo que obliga a buscar un tipo de información asequible para la mayoría de los espectadores. Y, en segundo lugar, se debe también a la “volatilidad” de la información que se comunica por televisión, ya que el espectador no puede volver atrás para intentar entender mejor cualquier detalle que no haya sido bien entendido o haya pasado desapercibido. Además, la imagen carece de la capacidad de la palabra para comunicar eficazmente los conceptos, ya que la sucesión lógica de ideas detalladas no suele ser bien encajada por el espectador acostumbrado a recibir mensajes sencillos y entretenidos. Como consecuencia, los asuntos intrínsecamente complejos, como el medio ambiente, tienen mayores dificultades para encontrar su espacio en televisión.

A pesar de estas dificultades, dentro de los asuntos relacionados con la ciencia, el medio ambiente es uno de los que mayor atención recibe en de los informativos de televisión. Un estudio realizado en varios países europeos en 1994 indica que alrededor del 30% de las noticias relacionadas con la ciencia trataban sobre medio ambiente (Cheveigné, 2006: 90).

Sin embargo, comparado con otros temas, el medio ambiente recibe escasa atención en los programas informativos. Un estudio reciente indica que los telediarios españoles dedican en promedio el 45% de su tiempo a deportes y política –casi a partes iguales–, y sólo 2,3% al medio ambiente (Consumer, 2002).

Un estudio comparativo realizado en los cinco mayores mercados europeos ofrece resultados similares, ya que el tiempo dedicado al medio ambiente en los principales informativos de las cadenas líderes supone el 2.12% del total. El mismo estudio refleja que el país que atención presta al medio ambiente es Francia (5.23%) y el que menos el Reino Unido (0.49%). España se sitúa en un término medio, con el 1.54% (León, 2007).

La importancia de la presencia de los asuntos ambientales en la agenda de los informativos resulta palmaria, al considerar que una de las funciones principales de los medios de comunicación es precisamente la de determinar los asuntos que serán sometidos a debate por un grupo social. Esta función, conocida como “agenda setting” ha sido ampliamente reconocida, a partir de su formulación a comienzos de los setenta (McCombs & Shaw, 1972).

En cuanto a la calidad de la información ambiental, con frecuencia se señalan diversas distorsiones e inconsistencias. Una de las más frecuentes es la de caer en el alarmismo y el catastrofismo, informando sólo sobre los problemas y no acerca de las posibles

soluciones; enfoques que no contribuyen a fomentar entre el público actitudes adecuadas hacia el medio ambiente (Nitz y Jarvis, 1998: 3).

Los informativos de televisión suelen seleccionar asuntos poco corrientes, que se cree que causarán un gran impacto en la audiencia. En ocasiones, esta búsqueda de lo extraordinario facilita el camino hacia el sensacionalismo, ofreciendo una información carente del necesario rigor científico.

La propia extensión y complejidad de las ciencias ambientales supone una dificultad añadida para conseguir informar de manera rigurosa. El periodista ambiental ha de manejar conceptos relacionados con ciencias como la biología, ecología, química, sociología, economía, etc. Y no resulta fácil que una persona domine todas estas disciplinas. Además, la falta de especialización de los informadores dificulta notablemente su trabajo.

Con frecuencia, los informadores seleccionan únicamente los puntos de vista políticos o económicos, dejando de lado los científicos que, en muchos casos, son el único referente objetivo para poder valorar algunos procesos ambientales. Esta selección se debe, por una parte, a que el informador no especialista tiene serias dificultades para manejar la información científica. Además, las fuentes utilizadas con mayor frecuencia suelen ser los organismos de la administración pública, que suelen ser las más accesibles, como consecuencia de que disponen de mejores herramientas para hacer llegar sus puntos de vista hasta los medios de comunicación. Y las fuentes oficiales suelen incidir fundamentalmente en planteamientos políticos y económicos.

Es frecuente que los asuntos ambientales tengan como trasfondo un conflicto entre la necesidad de preservar el medio y los intereses económicos. Por

tanto, los grupos económicos, por un lado y los ecologistas, por otro, han de ser manejados por el informador con suma cautela, que ha de valorar la solvencia y reputación de cada uno, así como sus posibles intereses.

En algunas informaciones ambientales se aprecia falta de contraste entre distintos puntos de vista. Es un hecho relativamente frecuente basar una información en un solo comunicado de prensa, sin contrastarlo con otras fuentes.

Además de las fuentes seleccionadas, conviene tener en cuenta cuál es el enfoque de las informaciones. Este concepto, que parte de la teoría del *framing* se basa en la evidencia de que cada medio y cada informador encuadra la realidad desde una perspectiva concreta y aporta su propio punto de vista (Gramson, 1989; Entman, 1993; Reese et al., 2001, Entman, 2003, Johnson-Cartee, 2005). El enfoque (*media frame*) se refiere a las palabras, imágenes, frases y estilos de presentación que se utilizan para comunicar información sobre un hecho a una audiencia (Gamson & Modigliani, 1987, 1989). Un enfoque determinado puede llevar a destacar unas declaraciones por encima de otras, a emplear un lenguaje concreto; de manera que un mismo acontecimiento puede ser tratado de forma muy distinta por dos medios, sirviendo así como base para que exista una información plural en el conjunto de los medios de comunicación.

La investigación académica también ha puesto de manifiesto que no existe un tratamiento sistemático y continuado de los asuntos ambientales de mayor importancia. Un estudio realizado en Francia pone de manifiesto la ausencia de una agenda bien definida que sea seguida por todos los canales, ya que los informativos de cuatro canales franceses,

analizados durante un mes, emitieron únicamente tres temas en común (Cheveigné, 2001).

Es habitual que los asuntos que encuentran su espacio en los programas informativos no sean los de mayor importancia, de acuerdo con el criterio científico, sino los que despiertan el interés de los responsables del programa.

Otra crítica habitual hacia la información sobre el medio ambiente (y sobre asuntos relacionados con la ciencia, en general) es que no contextualiza adecuadamente los hechos que presenta, lo que impide que el espectador comprenda el significado del asunto que se aborda y no pueda establecer la conexión con su propia vida cotidiana (vg.: Kua et al., 2004; Rogers, 1999; Rowan, 1999).

Nuevamente La raíz del problema está relacionada con la falta de especialización de los informadores. Dado que la información ambiental incluye habitualmente gran cantidad de datos, es importante seleccionar los más relevantes e interpretarlos de forma adecuada. El informador ha de tener en cuenta que el espectador medio no dispone de una buena base de conocimiento para sustentar la nueva información que recibe, lo que hace que cada nueva idea se convierta en un pequeño “parche” carente de significado (Cantrill, 1993: 81).

A pesar de que estas carencias y debilidades son frecuentes, existe una notable diversidad en cuanto a la calidad de las informaciones y la visión del mundo que se presenta. Tal como demuestra una investigación sobre la información ambiental en televisión, en algunos casos se presenta un mundo “amenazado por el caos y el desorden, poblado por víctimas fatalistas y aisladas”, mientras que en otros se intuye un mundo de “mayor cohesión social

donde las personas se ayudan unas a otras para afrontar la adversidad” (Cheveigné, 2001). Este artículo analiza la información ambiental en las cadenas españolas de cobertura nacional, desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo, sintetizando las principales conclusiones de un estudio sobre estos programas cuyas características se detallan a continuación.

## 2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El estudio ha sido realizado por un equipo de investigadores de las Universidades Complutense, Pompeu Fabra y Navarra. Se han analizado los informativos españoles de cobertura nacional: TVE1, TVE2, Antena 3, Tele 5, Canal +/Cuatro, tomando como muestra los informativos de mediodía y noche, durante una semana por mes, entre julio de 2005 y julio de 2006. En total se han estudiado 15.120 informaciones.

Los informativos seleccionados han sido grabados y posteriormente visionados y codificados por tres equipos, uno en cada uno de los centros de investigación participantes. Previamente se realizaron varias sesiones de formación, con el objetivo de establecer criterios homogéneos de codificación. El resultado final fue sometido a pruebas de fiabilidad entre codificadores, que dieron como resultado un acuerdo medio superior al 85% (fórmula de Holsti), que se considera aceptable.

El análisis abarca un amplio espectro de cuestiones sobre aspectos destacados de la información, tales como la agenda de temas abordados, relevancia de la información, pluralismo, idoneidad, criterios de interés, enfoques, fuentes utilizadas y penetrabilidad del mensaje. A través de los resultados del estudio es posible realizar una precisa radiografía del contenido y

forma de los informativos españoles, así como valorar con datos objetivos destacados aspectos de su calidad.

A efectos del estudio, se ha adoptado una definición operativa de “información”, considerando como tal cada uno de los segmentos de un programa con sentido completo en sí mismo, incluido entre la cabecera de entrada y los títulos de crédito. Por tanto, se consideran informaciones todas las piezas de un programa, independientemente de su género (noticia, reportaje, informe, etc.) y se incluyen en cada una de ellas todas las partes que la componen; habitualmente, entrada del presentador y montaje de audio y vídeo.

Se han establecido 45 categorías temáticas, creadas a partir de estudios similares, y adaptadas a las características de los informativos españoles. La selección de las informaciones sobre medio ambiente se ha realizado utilizando un criterio amplio, para incluir todas aquellas que abordan algún asunto relacionado directamente con alguna de las disciplinas implicadas en este asunto: ecología, naturaleza y vida silvestre, comportamiento animal, problemas ambientales y propuestas de mejora, influencia de la climatología en la vida , etc.

Los criterios de interés informativo (news values) han sido definidos como “factores que parecen tener especial importancia” en la selección de las noticias (Galtung y Ruge, 1965: 64-65). Funcionan a modo de “estructura profunda o mapa cultural que los periodistas utilizan para dar sentido al mundo” (Hall et al., 1978: 54). En su trasfondo se sitúa el intento de conseguir que el público se implique con lo que se le cuenta, que le lleva a querer conocer ese contenido (Muñoz Torres, 1996: 249).

Los investigadores han propuesto varios listados de criterios de interés informativo. Muñoz Torres (2002, 100-118) clasifica los más relevantes en

siete categorías, que han sido utilizadas en el presente estudio: actualidad, proximidad, rareza, conflicto, notoriedad pública, alusión a lo personal e interés formal. En nuestro análisis se han tenido en cuenta exclusivamente las alusiones explícitas realizadas dentro del texto de las informaciones, siguiendo la metodología empleada por Major & Erwin (2004), en su estudio sobre los criterios de interés informativo en la cobertura de los riesgos ambientales llevada a cabo por la prensa. Los indicadores de cada uno de los criterios han sido codificados como positivos, cuando se han apreciado signos como los siguientes:

**Actualidad:** aparece reflejada en referencias temporales recientes como “hoy”, “esta tarde”, etc.

**Proximidad:** puede ser física o cultural, se aprecia en expresiones diversas como “aquí”, “en nuestro país”, etc.

**Rareza:** va unida a expresiones que indican que se trata de hechos poco frecuentes o inesperados. **Conflicto:** indicadores de disputas entre individuos o instituciones.

**Notoriedad pública:** se refiere a que el hecho tratado afecta a un gran número de personas. En ocasiones se alude a este criterio como “impacto” o “relevancia”.

**Alusión a lo personal:** alusiones a vidas o retos de personas. También se denomina “interés humano”.

**Interés formal:** expresiones que llaman la atención sobre el interés, belleza o impacto de las imágenes por sí mismas.

La información de contexto se ha definido de forma operativa, siguiendo la formulación de Nelkin

(1995: 85), que considera como tal cualquier aclaración que “proporciona un nexo entre los resultados y su significado, entre el conocimiento actual y la aplicación futura” para que el público pueda valorar la importancia de un hecho dentro de “un esquema mayor”. Siguiendo este concepto, se ha codificado la presencia o ausencia de cualquier información de este tipo.

Los enfoques (*frames*) utilizados en las informaciones han sido clasificados en once categorías: enfrentamiento, documental, conjetural, perspectivista, histórico, denunciador, reactivo, competitivo, interés humano, consensual y promocional. Esta clasificación ha sido configurada a partir de otras empleadas por estudios similares (vg. Price & Tewksbury, 1997; Valkenburg, Semetko, & de Vreese, 1997).



### 3. LA AGENDA DE INFORMACIÓN AMBIENTAL

La muestra analizada incluye 15.120 informaciones, de las cuales 284 tratan sobre el medio ambiente; es decir, el 1.88 % del total. La duración de las informaciones ambientales fue de 21.798 segundos, incluyendo entradillas del presentador, directos e imágenes grabadas; lo que supone el 1.45% del tiempo total de los informativos.

Comparado con otros asuntos, el medio ambiente recibe una atención escasa. Tal como puede apreciarse en la tabla 1, los informativos españoles de cobertura nacional basan su contenido en tres pilares fundamentales que son, por orden de importancia, “deportes”, “desastres y hechos violentos”; y finalmente, “información política”. En

conjunto, estos asuntos ocupan más de la mitad del tiempo total de emisión.

La primera categoría temática en importancia es la de “deportes”, que ocupa el 20.13 % del tiempo total. En segundo lugar, se sitúa la de “desastre o accidente” (9.16%), que podría agruparse por afinidad temática con otras como terrorismo (5.59%) y “violencia” (4.10%). Sumando sus distintas categorías, la información política supone el 13.03% del tiempo.

Estos datos revelan un perfil de contenido propio de un mercado televisivo donde la competencia lleva a las cadenas a dar prioridad a aquellos asuntos que, debido a su impacto inmediato, consiguen altas cuotas de audiencia. Como consecuencia, otros asuntos de menor impacto reciben menos atención, a pesar de que su relevancia social pueda ser mayor. Este es el caso de las categorías de medio ambiente, al igual que “medicina y salud” (1.97%) y “ciencia e innovación tecnológica” (1.48%).

**TABLA 1.** DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO POR TEMAS

Tema	Segundos	%
Deportes	329440	20,13%
Desastre o accidente	149940	9,16%
Gobierno	109344	6,68%
Terrorismo	91552	5,59%
Otros	85078	5,20%
Partidos Políticos	73880	4,51%
Violencia	67144	4,10%
Interés Social	55561	3,39%
Economía y negocios	40991	2,50%
Meteorología	38688	2,36%
Jueces	35868	2,19%
Acción Popular	33354	2,04%
Curiosidades	33048	2,02%
Medicina y salud	32166	1,97%
Cine	30183	1,84%
Política autonómica	30075	1,84%
Tráfico	29364	1,79%
Delincuencia	27621	1,69%
Cultura Popular	27513	1,68%
Ciencia e innovación tecnológica	24157	1,48%
<b>Medio Ambiente</b>	<b>23757</b>	<b>1,45%</b>
Inmigración	22457	1,37%
Interés humano	22248	1,36%
Otros	223408	13,67%

El porcentaje de tiempo dedicado al medio ambiente en los informativos españoles es muy similar al que resulta en el estudio comparativo europeo, antes mencionado, realizado en 2003 y 2004, que en el caso de España suponía el 1.53% del tiempo total (León, 2007).

El desglose del tiempo dedicado al medio ambiente, por cadenas (tabla 2), indica que no existen grandes diferencias entre unas y otras, excepto en el caso de TVE2, que dedica al medio ambiente el 5.96%. Tal como sugiere este resultado, la segunda cadena de TVE sigue un criterio distinto al dominante en la selección de contenidos, dando gran importancia a asuntos escasamente abordados por las demás cadenas, tales como “interés social” (7.68%), “ciencia e innovación tecnológica” (6.03%) y “medicina y salud” (3.78%).

**TABLA 2.** TIEMPO DEDICADO AL MEDIO AMBIENTE, POR CADENAS

TVE2	5,96%
C+	1,55%
TVE1	1,52%
Tele 5	1,32%
Cuatro	1,17%
Antena 3	0,94%

La duración media de las informaciones ambientales es de 76.7 segundos, por debajo de la media general, que se sitúa en 99.4 segundos. Este dato parece corroborar la escasa importancia que, en general, conceden los informativos españoles de televisión al medio ambiente, dado que habitualmente las informaciones que se consideran más importantes son tratadas con mayor extensión.

82 (28.8%) de las informaciones sobre medio ambiente aparecen destacadas en titulares; y entre ellas, 14 (4.9%) abren algún informativo. Cabe interpretar estos datos como un signo de que los hechos recogidos son considerados de mucha importancia dentro de los programas informativos. Es decir, el medio ambiente no se aborda con mucha frecuencia, sino que se selecciona únicamente cuando aparecen asuntos considerados de gran relevancia. En el caso de TVE2, la importancia concedida al medio ambiente se pone claramente de manifiesto, al considerar que el 10.91% de los temas de apertura pertenece a esta categoría temática.

Los asuntos ambientales abordados son muy diversos, aunque cabe señalar que predominan los de naturaleza negativa; por ejemplo, la destrucción de la naturaleza, a consecuencia de incendios o huracanes; la ola de calor; o la sequía (tabla 3). El asunto tratado en más ocasiones son los incendios forestales (55 informaciones), lo cual no sorprende, a la vista de la gran envergadura de los incendios ocurridos en España en el verano de 2005. También resulta significativa la escasez de informaciones sobre asuntos tan relevantes como el “cambio climático” (7) o el protocolo de Kyoto (5). Esta selección de asuntos ambientales realizada por los informativos de televisión pone de manifiesto la tendencia al catastrofismo mencionada anteriormente.

**TABLA 3.** ASUNTOS AMBIENTALES TRATADOS, POR NÚMERO DE INFORMACIONES

Incendios forestales	55
Gripe aviar	17
Sequía	17
Lluvias	10
Cambio climático	7
Protocolo Kyoto	5
Huracanes	4
Ola de calor	4

En cuanto al escenario de los asuntos tratados (tabla 4), destaca el territorio nacional, seguido por el resto de Europa, Asia y América latina. África y Oceanía son continentes prácticamente olvidados. Cabe destacar que el 33.8% de las informaciones se sitúan fuera de España, porcentaje sólo ligeramente superior al de noticias ubicadas en el extranjero en el conjunto de los informativos, que suponen el 30.8%. Por tanto, en el ámbito del medio ambiente el interés por las informaciones de otros países no es superior a la media; a pesar de que numerosos asuntos ambientales tienen efectos globales.



**TABLA 4.** ESCENARIOS, POR NÚMERO DE INFORMACIONES Y PORCENTAJES

Madrid	22	7,75
Cataluña	3	1,06
País Vasco	1	0,35
Resto de España	89	31,3
Europa	28	9,86
Asia	23	8,1
EEUU	9	3,17
América Latina	16	5,63
Oriente Medio	1	0,35
África	1	0,35
Resto mundo	19	6,69
Indefinido	72	25,4
Total	284	100

En pocas ocasiones un mismo tema es tratado por varias cadenas. Concretamente, sólo dos temas aparecen en cuatro cadenas, otros tres en tres cadenas, y seis son seleccionados por dos canales. Esto indica que no existe una agenda común de temas ambientales, sino que cada informativo establece la suya. Este resultado coincide con el del estudio antes mencionado de informativos europeos realizado en 1994 (Chevigné, 2006: 89).

#### 4. CRITERIOS DE INTERÉS, CONTEXTUALIZACIÓN Y ENFOQUE

Los criterios explícitos de interés informativo que aparecen en los programas estudiados se reflejan

en la tabla 5. Como puede apreciarse, hay tres criterios dominantes: actualidad, notoriedad pública y proximidad. Otros criterios como la alusión a lo personal, conflicto y rareza aparecen con una frecuencia sensiblemente menor. Estos datos pueden interpretarse como un signo de calidad en la selección, ya que, en principio, sugieren que los hechos seleccionados resultarán relevantes para el público y no se limitarán a mostrar un conjunto de hechos curiosos o visualmente atractivos que podrían contribuir a crear un espectáculo televisivo interesante, pero difícilmente aportar a los espectadores información que les ayude a entender mejor cuestiones ambientales de importancia.

**TABLA 5.** CRITERIOS EXPLÍCITOS DE INTERÉS

Actualidad	43
Notoriedad pública	42
Proximidad	41
Interés formal	28
Rareza	15
Conflicto	12
Alusión a lo personal	1
No consta	101

La importancia de la actualidad como criterio de selección se pone de manifiesto más claramente en los datos sobre relevancia de las informaciones ambientales. Un total de 223 informaciones (78.5%) tratan temas de actualidad, frente a 48 (16.9%) intemporales y 13 (4.6%) tópicos (asuntos que se repiten periódicamente).

209 informaciones (73.6%) incluyen información de contexto adecuada; lo que puede interpretarse como

un signo de calidad informativa. Este dato viene a contradecir la tendencia a no contextualizar que, como se ha visto en la introducción de este artículo, aparece con frecuencia señalada como una de las carencias de la información ambiental.

La tabla 6 refleja el enfoque de las informaciones. En ella puede apreciarse que el mayoritario es el “documental” (62.7%), lo que sugiere que los informadores adoptan generalmente una postura aséptica, para tratar de presentar los hechos de la forma más objetiva posible. La preponderancia de este enfoque es sensiblemente superior en las informaciones ambientales que en el conjunto de la muestra (30.9%).

También cabe destacar que el 22.9% tienen el enfoque “denunciador”, muy superior al del conjunto de todas las informaciones (5.4%). Este hecho podría interpretarse como un signo de “ecologismo militante” por parte de una parte de los periodistas.

**TABLA 6.** ENFOQUE DE LAS INFORMACIONES

	Nº	%
Documental	178	62,7
Denunciador	65	22,9
Conjetural	10	3,52
Enfrentamiento	6	2,11
Perspectiva	5	1,76
Reactivo	5	1,76
Histórico	3	1,06
Competitivo	1	0,35
Interés humano	1	0,35
Consensual	1	0,35
Promocional	0	0
No consta	9	3,17
Total	284	100

## 7. CONCLUSIONES

Lo resultados de nuestro estudio ponen de manifiesto que el medio ambiente es un tema marginal en los informativos de las televisiones españolas. En un entorno altamente competitivo, las cadenas optan por dar prioridad a determinados asuntos que consideran que atraerán la audiencia de forma inmediata, independientemente de su relevancia como fuente de conocimiento sobre la realidad. El medio ambiente es un claro ejemplo de un ámbito temático de gran importancia que, sin embargo no tiene una cobertura adecuada. Además, no conviene perder de vista que, tal como señalan las encuestas, el público tiene interés por estos asuntos.

Por tanto, la escasa cobertura dedicada por los informativos españoles pone de manifiesto que existe un déficit de información en esta materia y puede atribuirse en buena medida a la repetición de modelos de éxito en los informativos, según los cuales los asuntos son seleccionados en función de los resultados audiencia cosechados anteriormente, lo cual otorga prioridad a aquellos temas que atraen poderosamente la atención del espectador, como ocurre con los “desastres y accidentes”.

El hecho de que un tema ambiental aparezca con poca frecuencia en más de una cadena indica que el medio ambiente no forma parte de los asuntos de “cobertura obligada” por parte de la televisión, al contrario de lo que ocurre con algunos hechos, principalmente relacionados con la política y la cultura, que se repiten en todas las cadenas. En el caso del medio ambiente, se cubren habitualmente cuestiones que se consideran de gran relevancia, como indica el hecho de que con relativa frecuencia se aparecen destacados en titulares.

Los criterios de interés informativo mencionados con mayor frecuencia en las informaciones (actualidad, notoriedad y proximidad), así como los que aparecen con menor frecuencia (rareza, conflicto, alusión a lo personal) vienen a corroborar que se trata de asuntos que objetivamente tienen importancia para el público. Estos datos suponen también un indicador de calidad en la información ambiental, que en cierto modo viene a matizar algunas críticas frecuentemente realizadas a la información ambiental, en cuanto a la selección de los asuntos tratados, que con frecuencia son triviales o anecdóticos. Sin embargo, no conviene perder de vista que buena parte de las informaciones recogidas presentan enfoques negativos, lo que coincide con las críticas recogidas al respecto en la literatura académica.

El hecho de que la mayor parte de las informaciones incluya un buen nivel de información de contexto, es otro indicio de calidad. Gracias a este tipo de información el público podrá entender mejor las cuestiones presentadas. Este resultado viene a contradecir las críticas realizadas a la información ambiental, en este sentido.

El enfoque mayoritariamente documental es también otro indicador de calidad, ya que permite suponer que los informadores han adoptado un punto de vista acorde con las exigencias de neutralidad recogida entre los principios básicos del periodismo. Incluso en asuntos como los ambientales, en los que es fácil caer en un periodismo ecológicamente militante, la neutralidad del informador será la mejor forma de facilitar su credibilidad.

En definitiva, las televisiones españolas realizan una cobertura escasa del medio ambiente, si bien su calidad parece ser relativamente buena, a juzgar por los indicadores arriba señalados. A pesar de todo, los resultados de nuestro estudio señalan numerosas oportunidades de mejora que contribuirían a situar

al medio ambiente en el nivel de cobertura que el público parece demandar. Una información de calidad sería la mejor garantía de que el público entenderá las cuestiones que se le presenten y será consciente de la gran relevancia objetiva de estas cuestiones.

Para conseguir que el medio ambiente entre a formar parte de la “información de carril” será necesario, además de mejorar la calidad de la información, desarrollar las estructuras de distribución que hagan posible que las cuestiones ambientales entren verdaderamente a formar parte de la rutina informativa de los medios, para poder competir en igualdad de condiciones con otros asuntos, como los políticos y los culturales, cuyas fuentes disponen de grandes estructuras para generar y distribuir sus informaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P. (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona: Anagrama.
- Brothers, C.C., Fortner, R.W. y Meyer, V.J. (1991): “The Impact of Television News on Public Environmental Knowledge”. *The Journal of Environmental Education*, 22 (4): 22-29.
- Cantrill, J. (1993): “Communication and our Environment: Categorizing Research in Environmental Advocacy”, *Journal of Applied Communication Research* 21: 36-66.
- Cheveigné, S. de (2006): “Science and technology on TV news”, en Jaap Willems y Winfried Göpfert (eds.), *Science and the Power of TV*, Amsterdam: VU University Press & Da Vinci Institute, pp. 85-100.

- Cheveigné, S. de (2001): “Mediations and World Visions: the Reporting of Environmental News on Television”. Comunicación presentada en el Congreso Internacional de la PCST, Ginebra. <http://visitservice.web.cern.ch/VisitsService/pcst2001/abstracts/deCheveigne.doc>, consultado el 20 de abril de 2003.
- Comisión Europea (2005): *Special Eurobarometer. Social values, science and technology*. URL (consultada en marzo de 2006): [http://www.eu.nl/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_225\\_report\\_en.pdf](http://www.eu.nl/public_opinion/archives/ebs/ebs_225_report_en.pdf)
- Consumer (2002): “Deporte y política acaparan cerca de la mitad de los telediaros”. [Http://revista.consumer.es/web/es/20020901/](http://revista.consumer.es/web/es/20020901/), consultado el 25 de abril de 2003.
- Entman, Robert M. (2003): “Cascading activation: contesting the White House’s Frame after 9/11”, *Political Communication*, Vol.20, pp. 415-432.
- European Council, 1994
- Entman, Robert M. (1993): “Framing: toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication* 43 (4), pp. 51-58.
- Franklin, B. (1997): *Newszak and News Media*, London: Arnold.
- Galtung, J. and Ruge, M. (1965): “The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers”, *Journal of International Peace Research I*: 64-91.
- Gamson, William A.(1989): “News as Framing”, *American Behavioral Scientist* 33 (2), pp. 157-161.
- Gamson, W.A. & Modigliani, A. (1989): “Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach”. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gamson, W.A. & Modigliani, A. (1987): “The changing culture of affirmative action”, In R. D. Braungart (ed.), *Research in political sociology* (Vol. 3, pp. 137-177). Greenwich, CT : JAI.
- Gauntlett, D. (1996): *Video Critical: Children, the environment and media power*. Luton: John Libbey Media
- Johnson-Cartee, Karen S. (2005): *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kua, E., Reder, M. y Grossel, M.J. (2004): “Science in the News: A Study of Reporting Genomics”, *Public Understanding of Science 13*: 309-322.
- León, B. (2007): “Science related information in European Television. A study of prime time news”, *Public Understanding of Science* (en prensa).
- Major, A. y Erwin, L. (2004): “Environmental Risks in the News: Issues, Sources, Problems and Values”, *Public Understanding of Science 13*: 295-308.
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972): “The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly* 36: 176-87.
- Muñoz Torres, J. R. (2002): *Por qué interesan las noticias. Un estudio de los fundamentos del interés informativo*. Barcelona: Herder.
- Muñoz Torres, J. R. (1996): *El interés informativo*. Madrid: Fragua.
- Nelkin, D. (1995): *Selling Science. How the Covers Science and Technology*. New York : Freeman and Company.
- Nitz, M y Jarvis, S. (1998): *Science in the News: The Potencial Impact of Televised News Stories About Global Warming*. Comunicación presentada en el Congreso Internacional de la PCST, Berlín. [Http://www.fu-berlin.de/pcst98/seiteauth.htm](http://www.fu-berlin.de/pcst98/seiteauth.htm). Consultado el 21 de abril de 2003.
- Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997): “Switching trains of thought: The impact of news frames on readers’ cognitive responses”. *Communication research*, 24(5), 481-506.

- Reese, Stephen D., Gandy Oscar H. & Grant, August E. (2001): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rogers, C. (1999): 'The Importance of Understanding Audiences', in Sharon M. Friedman, Sharon Dunwoody, and Carol L. Rogers (eds.) *Communicating Uncertainty: Media Coverage of New and Controversial Science*, pp. 179-200. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rowan, K. (1999): 'Effective Explanation of Uncertain and Complex Science', in Sharon M. Friedman, Sharon Dunwoody, and Carol L. Rogers (eds.) *Communicating Uncertainty: Media Coverage of New and Controversial Science*, pp. 201-223. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Shanahan, J. (1993): "Television and the Cultivation of Environmental Concern: 1988-1992". En Hansen, A. (ed.), *The Mass Media and Environmental Issues* (págs. 181-197). Leicester: Leicester University Press.
- The European Opinion Researcrh Group (2002): *Eurobarometer 58.0. The attitudes of Europeans towards the environment*.
- Valkenburg, P. M., Semetko, H. A., & de Vreese, C. H. (1999): "The effects of news frames on readers' thoughts and recall". *Communication Research*, 26(5), 550-569.
- Winston, B. (2002): 'Towards Tabloidization? Glasgow revisited, 1975-2001', *Journalism Studies* 3(1): 5-20.

## CURRICULUM VITAE

**Bienvenido León**, periodista y doctor en Ciencias de la Información, es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (España), donde imparte las asignaturas de Producción Televisiva y Divulgación Científica Audiovisual. Anteriormente, ha sido director de informativos de la primera agencia televisiva española, Editmedia TV, de la que fue fundador junto con otros periodistas; coordinador de reportajes informativos de Tele 5 y director de la productora *Euroview*. También ha sido socio y directivo de las productoras *Boulevard Comunicación*, *Vamos a ver Televisión* y *Terra Films*. Desde hace dos décadas trabaja como realizador, productor y guionista de documentales para televisión. Sus obras han obtenido varios premios, como los de mejor documental en los festivales internacionales de Cartagena de Indias (Colombia) y Cuzco (Perú).

Es autor del libro "El documental de divulgación científica" (Barcelona, Paidós, 1999), que ha sido traducido al inglés (Pantaneto Press, 2007) y portugués (Cine-clube Avanca, 2001), así como de numerosos artículos sobre comunicación de la ciencia y televisión, publicados en revistas científicas internacionales. Desde su creación, en 2001 y 2002 respectivamente, es director de los *Festivales Internacionales Telenatura*, ([www.unav.es/telenatura](http://www.unav.es/telenatura)) y *Urban TV* ([www.urbantv.org](http://www.urbantv.org))

Curriculum completo en:  
<http://www.unav.es/fcom/profesores/leon.htm>